

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Marko Panjan

Primerjalna analiza podjetniških ekosistemov

za zagonska podjetja

Študija primera: Slovenija in ZDA

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Marko Panjan

Mentor: red. prof. dr. Bogomil Ferfila

**Primerjalna analiza podjetniških ekosistemov
za zagonska podjetja**

Študija primera: Slovenija in ZDA

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016

Zahvala

Zahvaljujem se družini, prijateljem in vsem, ki so me spremljali in podpirali na moji študijski poti. Še posebej pa profesorju dr. Ferfili za mentorstvo in nepozabno študijsko leto.

Primerjalna analiza podjetniških ekosistemov za zagonska podjetja

Študija primera: Slovenija in ZDA

V sodobni ekonomiji se je začel pojavljati koncept podjetniškega ekosistema, kot sinergija med javnimi in zasebnimi partnerji za učinkovitejši prenos inovacij in raziskav zagonskim podjetjem. Učinkovit podjetniški sistem sestavljajo spodbujevalne javne politike za neovirano poslovanje, visoko izobražen kader za napredne raziskave in razvoj, finančno investiranje za preboj na trg, kvalitetna infrastruktura ter pozitiven odnos na kulturo podjetništva. V nalogi sem preučeval in primerjal dejavnike podjetniškega ekosistema v ZDA in Sloveniji v obdobju med 2005 – 2015 ter pogoje v obdobju 2007 - 2015. V teoretičnem delu je predstavljen podjetniški ekosistem za zagonska podjetja, razvoj inovacij in raziskav, finančni viri za zagonska podjetja in kultura do podjetništva. V empiričnem delu sem na podlagi GEM poročila in drugih strokovnih poročil in člankov primerjal dejavnike podjetniških ekosistemov v Sloveniji in ZDA. Namen je bilo raziskati učinkovitost podjetniškega ekosistema z primerjalno analizo Slovenije in ZDA.

Ključne besede: podjetniški ekosistem, zagonsko podjetje, podjetja, inovacije, financiranje, kultura podjetništva.

Comparative analysis of entrepreneurial ecosystems for startup companies

Case studies: Slovenia and USA

In the modern economy the concept of entrepreneurial ecosystem has begun to emerge as a synergy between public and private partnership for efficient transfer of innovation and research in startups. Effective entrepreneurial system consist of enabling public policies for unrestrained business, highly educated workforce for advanced research and development, financial investments to achieve breakthrough on the market, an quality infrastructure and a positive attitude towards culture of entrepreneurship. In this work I studied and compared keyfactors of entrepreneurial ecosystem of USA and Slovenia in the period of 2005 – 2015 and conditions in the period of 2007 - 2015. The theoretical part presents the entrepreneurial ecosystem for startups, the development of innovation and research, financial resources for startups and culture towards entrepreneurship. In the empirical part I made, on the basis of GEM reports and other expert reports and articles, a comparison of factors of entrepreneurial ecosystems in Slovenia and the USA. The purpose is to explore efficiency of entrepreneurial ecosystem with a comparative analysis of Slovenia and the USA.

Key words: entrepreneurial ecosystem, startup, business, innovation, financing, entrepreneurial culture.

Kazalo vsebine

1	Uvod	8
1.1	Cilj raziskovanja in relevantnost teme	9
1.2	Hipoteze	9
1.3	Metodologija analize	10
2	Podjetništvo in zagonska podjetja	11
3	Podjetniški ekosistem za zagonska podjetja	13
3.1	Infrastruktura ekosistema	17
3.1.1	Inkubatorji	17
3.1.2	Pospeševalniki	19
3.1.3	Tehnološki (univerzitetni) parki	20
4	Inoviranje in raziskovanje	21
4.1	Schumpetrova kreativna destrukcija	21
4.2	Inoviranje	24
4.3	Inovacijska kreativnost	26
4.4	Inovacijski proces ali reševanje problema	27
4.5	Raziskave in razvoj	27
5	Financiranje in kapital zagonskih podjetij	29
5.1	Tvegani kapital	29
5.2	Poslovni angeli	30
5.3	Osebni prihranki, družina in prijatelji	30
5.4	Crowdfunding ali množično financiranje	31
5.5	Državna podpora	32
5.6	Mikrokrediti	32
5.7	Proces financiranja tveganega kapitala	32
6	Kultura in odnos do podjetništva	34
7	Analiza podatkov in kazalcev podjetniškega ekosistema v Sloveniji in ZDA	36
7.1	Metodologija analize in GEM Poročilo	36
7.2	Aktivnost podjetništva	37
7.2.1	Ustanavljanje podjetij zaradi priložnosti, razvoja v primerjavi z nujo	37
7.2.2	Neformalna stopnja investiranja	39

7.2.3	Nastajajoča stopnja podjetnikov in trend lastništva novih podjetij.....	40
7.2.4	Celotna zgodnje fazna podjetniška aktivnost.....	42
7.3	Podjetniške aspiracije	43
7.3.1	Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo.....	43
7.3.2	Mednarodno usmerjena zgodnja podjetniška aktivnost	44
7.3.3	Novi produkti v zgodnji podjetniški aktivnosti	46
7.4	Odnos in dojemanje podjetništva.....	47
7.4.1	Podjetniške namere.....	47
7.4.2	Podjetništvo kot dobra izbira kariere.....	48
7.4.3	Stopnja strahu pred neuspehom.....	49
7.4.4	Uspešni podjetniki so spoštovani	50
7.4.5	Poznavanje nekoga, ki ima ustanovljeno podjetje.....	51
7.4.6	Medijska pozornost zagonskim podjetjem	52
7.4.7	Zaznavanje poslovnih zmogljivosti	53
7.4.8	Zaznavanje poslovnih priložnosti	54
8	Kakovost pogojev podjetniškega ekosistema	56
8.1	Finančni viri.....	56
8.2	Vladne politike	58
8.3	Vladni programi	60
8.4	Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo	61
8.5	Prenos raziskav in razvoja.....	63
8.6	Poslovna in strokovna infrastruktura	66
8.7	Dinamičnost in odprtost notranjega trga	67
8.8	Fizična infrastruktura	69
8.9	Kulturne in družbene norme	71
9	Povzetek in sklepi	73
10	Literatura	76

Seznam kratic

BDP	Bruto domači proizvod
COMPASS	Organizacija za sestavljanje poslovnih poročil
EU	Evropska unija
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i> – Globalni podjetniški monitor
OECD	<i>Organisation for Economic Co-operation and Development</i> – Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj
SBA	<i>Small Business Association</i> – Agencija za mala podjetja
UMAR	Urad RS za makroekonomske analize in razvoj
ZDA	Združene države Amerike
TEA	Celotna zgodnje fazna podjetniška aktivnost
GII	<i>Global Innovation Index</i> - Globalni inovacijski indeks

1 Uvod

V sodobnem času je inovativno podjetništvo temeljni pogoj za konkurenčnost in progresivno nacionalno gospodarstvo. Inovacije so postale ključen dejavnik pri spoprijemanju z novimi izzivi (OECD 2007). Inovativno podjetništvo je eno od najbolj pomembnih aktivnosti moderne ekonomije (Kauffman Index 2015). Že utemeljitelj sodobne ekonomije Joseph Schumpeter, je dejal, da je inovativno podjetništvo gonilna sila ekonomskih sprememb (Link 2007).

Specifične okoliščine za izvajanje podjetniške aktivnosti v posamezni državi pomembno vplivajo na odnos prebivalstva do podjetništva ter na dejavnost in aspiracije podjetnikov, kar vpliva na ekonomsko rast in razvoj (GEM Slovenija 2010). Definicija podjetništva ima namreč lahko velik razpon - od podjetniške ideje do miselnosti. To miselnost nato prevzamemo, oblikujemo in vplivamo na iniciative po spremembi ekosistema, ki so potrebne v določeni državi (Hew Denis in Loi Wee Nee 2004). Podjetništvo temelji na ustvarjanju nečesa novega, za kar je potrebna ustvarjalnost, inovativnost in podjetnost. Poleg tega pa je potrebno poznati ekosistem ter temeljne značilnosti podjetniških aktivnosti, podjetnikove motivacije, ambicije in odnos do podjetništva (GEM Slovenija 2015).

Po podatkih Svetovne Banke (World Bank Group) je zagonsko podjetništvo pomemben del gospodarskega razvoja in rasti za nadaljnjo dinamiko svetovne ekonomije. Tudi v smislu ustvarjanja novih delovnih mest zagonska podjetja prispevajo pomemben delež (Kegel 2016).

Zagonska podjetja pa so pogosto postavljena pred izziv financiranja. Viri kapitala so lahko osebni prihranki, financiranje s strani družine in prijateljev, bančni mikrokrediti, poslovni angeli in drugi (Southern 2010).

Namen magistrske naloge je v teoretičnem delu opisati glavne dejavnike uspešnega podjetniškega ekosistema za podjetja in zagonska podjetja. V empiričnem delu pa raziskati podjetniški ekosistem v Sloveniji in ZDA. Pri tem bom podrobno analiziral glavne dejavnike in jih med seboj primerjal. Izsledki mi bodo omogočili vpogled v kakovost slovenskega in ameriškega podjetniškega ekosistema.

1.1 Cilj raziskovanja in relevantnost teme

V magistrski nalogi bom raziskoval podjetniški ekosistem za zagonska podjetja ter njegove ključne dejavnike in tržne lastnosti, kot so inoviranje, financiranje ter odnos do poslovanja v ZDA in Sloveniji. Raziskovalna naloga bo primerjalne narave, kjer bom primerjal uveljavljeno prosto trgovinsko državo ZDA, ki ima dolgoletno tradicijo poslovanja in tranzicijsko državo Slovenijo, ki se je z odprtjem na nove trge postavila pred podjetniški in inovatorski izziv. Večina primerjav s Slovenijo se opravlja na evropskem prostoru. Z nalogo želim ameriški podjetniški ekosistem dati ob bok slovenskemu in dokazati, da se slovenski podjetniški ekosistem lahko ustrezno primerja z ameriškim.

Cilj je identificirati podobnosti in razlike med obema podjetniškima ekosistema ter družbeni odnos do podjetništva. Preko te primerjave bom dobil vpogled v uspešnost enega oziroma drugega ekosistema.

Izbor teme je temeljil predvsem na njeni aktualnosti in hitro spreminjajočem gospodarskem trgu, ki zahteva prilagoditve, inoviranje in nove načine poslovanja. Pri tem mora sodelovati tako družba, kapital in država – torej celotni ekosistem, da podjetja lahko uspešno vstopijo na trg in s tem pripomorejo k družbenem razvoju in blaginji.

1.2 Hipoteze

V magistrskem delu sem raziskoval naslednje hipoteze:

- *Zagonskim podjetjem je v ZDA omogočen bolj kvaliteten podjetniški ekosistem, kot v Sloveniji*
- *V Sloveniji se enako uspešno vlaga v razvoj in inovacije ter pridobiva kapital za zagonska podjetja, kot v ZDA*
- *Družbeni odnos do podjetništva je v Sloveniji manj pozitiven, kot v ZDA*

Zgornje hipoteze sem preverjal na podlagi naslednjih raziskav:

V Sloveniji se je izpostavila infrastruktura inovativnega okolja v obliki tehnoloških parkov, inkubatorjev in pospeševalnikov (Iniciativa Start Up Slovenija 2012). Aktivnost zagonskih podjetij se je v letu 2015 v ZDA povečala, kar je dober signal za ekonomski napredek.

(Kauffman Index 2015). Slovenija in ZDA sta bili leta 2014 in 2015 v primerjavi z letom 2013 uspešni pri pridobivanju kapitala, saj se je njuna učinkovitost skoraj dvakratno povečala. (GEM Report 2015 – 2016) ZDA imajo nizko raven strahu za neuspeh ter višjo nagnjenost k tveganju in samoiniciativno nujno po dosežku (Shah in drugi 2015). Slovenija pa še vedno najbolj zaostaja za povprečjem EU pri družbenem odnosu do podjetništva (GEM Slovenija 2015).

1.3 Metodologija analize

Metodologija raziskovalne naloge je razdeljena na dva dela in temelji na opisovanju ter analizi podatkov podjetniškega ekosistema.

Prvi del magistrske naloge je teoretičen, kjer sem uporabil metodo deskripcije. V njem sem opisal definicijo podjetniškega ekosistema in zagonskih podjetij, pomen raziskav in razvoja, vire financiranja in odnos do podjetništva. Opredelil sem Schumpetrovo teorijo kreativne destrukcije, ki se nanaša na podjetniško inovativnost in ustvarjanje nečesa novega z uničenjem starega. Ta koncept pa podjetniškemu okolju omogoča stalni ekonomski razvoj (McCraw 2007). Ravno zaradi Schumpetrovih idej sta pojma podjetništvo in inoviranje tesno povezana v popularni miselnosti (Autio in drugi 2014).

Osrednja teorija se bo nanašala na ekosistem podjetništva kot skupek javnega in zasebnega prizadevanja, ki je osredotočena na grajenju in krepitvi ključnih stebrov: oblikovati učinkovit podjetniški ekosistem, financirati podjetja z inovativnimi idejami in graditi kulturo podjetništva v družbi (McKinsey & Company 2011). Strokovnjaki so izpostavili elemente, ki vplivajo na podjetniški ekosistem, kot so inovacije, raziskave, dostop do infrastrukture, finančna podpora, vladni programi ter kulturne in socialne norme (Ross in Kennedy 2014).

Drugi del temelji na empiričnem raziskovanju in analizi podatkov ter primerjavi izsledkov med Slovenijo in ZDA. Tukaj sem se naslonil predvsem na različna poročila, ki analizirajo stanje podjetništva. Glavno vodilo bo GEM poročilo (Global Entrepreneurship Monitor), ki ga sem ga povezoval skupaj z Kauffman index, Amway Global Entrepreneurship Report, SBA (Small Business Association), GGI (Global Innovation Index), Poročilo slovenskega podjetniškega observatorija 2015, UMAR (Urad RS za makroekonomske analize in razvoj) in z ostalimi strokovnimi članki.

Preučevane podatke sem med seboj primerjal in s tem pridobil vpogled v kakovost podjetniškega ekosistema obeh držav. Z deduktivno metodo, ki izhaja iz trditve sem nato preko dokazov potrdil oziroma zavrnil dane hipoteze.

2 Podjetništvo in zagonska podjetja

Termin podjetnik oziroma »entrepreneur« izhaja iz francoskega jezika. Kljub temu se v ekonomskih vedah vse do osemnajstega stoletja ni veliko pojavljalo. Leta 1723 v knjigi naslovljeni »Savary's Dictionnaire Universal de Commerce« je podjetnik opisan, kot nekdo, ki prevzame projekt, je manufakturec in mojster ustvarjanja (Hoselitz B.F. 1960). Vendar pa je beseda prešla v občo rabo šele s podjetnikom in finančnikom Richardom Cantillonom. Cantillon je interpretiral podjetnika, kot vmesni člen med posestniki (lastniki) in zaposlenimi delavci. Posestniki so imeli moč ustvarjati potrošniški trg, medtem ko je podjetnik nosil odgovornost in tveganje za projekcijo proizvodnje in distribucije (Link 2007).

Podjetništvo se je vseskozi spreminjalo in s tem tudi njegova definicija. Ena od bolj vplivnih figur sodobne ekonomije v 20. stoletju je bil Joseph Schumpeter. Schumpeter je definiral podjetnike, kot gonilno silo ekonomskih sprememb (Link 2007). Schumpeter je tudi eden prvih, ki je prepoznal edinstvene veščine in talentiranost v podjetniku (Hebert in Link 1988). To je bilo tistih nekaj talentiranih posameznikov, ki so bili sposobni speljati inovacije z vzpostavljanjem novih tehnologij, odkrivanjem novih produktov in razvijanjem novih trgov. Schumpeter je videl ekonomski razvoj, kot dinamični proces, ki spreminja status quo (Link 2007). Organizacija Svetovna Banka podjetnika definira v bolj uradnem stilu, kot aktivnost posameznika ali ekipe usmerjene k spodbujanju podjetništva pod formalnim sektorjem v pravno – formalnem sistemu (Klapper in Love 2011). Poleg te pa definira podjetništvo, kot kritični del gospodarskega razvoja in rasti, ki prispeva k stalni dinamiki sodobne ekonomije. (Kegel 2016).

Podjetnika si lahko naslikamo, kot osebo, ki ima svoje podjetje in stremi k neodvisnosti z iskanjem svojih idej. Podjetnik je lahko tudi nekdo, ki ne spada v nek profil dela in ima, zaradi tega potrebo po ustvarjanju dela zase. Za mnoge pa v podjetništvo spada tudi prevzemanje tveganja in življenje v negotovosti. Za nekatere pa je podjetnik oseba, ki hoče in mogoče tudi mora narediti vse sam in biti najboljši v vseh disciplinah. Po mnenju ekonomista Petra

Cruckerja pa obstaja le ena definicija, ki pravi, da je podjetnik nekdo, ki nove stvari spelje do konca. (Schwarzkopf 2015)

Obstaja pa še ena neprecenljiva lastnost podjetnika - upati si tvegati in preizkusiti svojo idejo na trgu. Akademika in avtorja strokovnih knjig iz ekonomije Hebert in Link sta definirala podjetnika, kot nekoga, ki je specializiran v nošenju odgovornosti za svoje odločitve, ki vplivajo na regijo in izkoriščanje dobrin, sredstev in institucij. (Hebert in Link 1988)

V še nekoliko bolj modernem smislu, podjetnik Eric Ries iz Silicijske doline in avtor kritično odobravane knjige o podjetništvu »Lean Start Up« opisuje podjetništvo in zagonska podjetja, kot človeško institucijo oblikovano za ustvarjanje novih produktov in storitev v stanju popolne negotovosti. (Ries 2011) Harvardski profesor podjetništva Jeffrey A. Timmons je izjavil, da so ti posamezniki soočeni z izzivi negotovosti in preračunanega rizika in minimiziranja tveganja. (Morrison in drugi 1999) Eric Ries izjavo potisne še naprej in pravi, da je vsakdo, ki ustvari nov produkt ali podjetje v stanju skrajne negotovosti, podjetnik, če to ve ali ne. Prav tako ni pomembno ali dela v javni upravi, neprofitni organizaciji ali pa izključno le za dobiček. Še več, podjetnik je lahko tudi tisti, ki je že zaposlen v podjetju in znotraj njega ustvarja nove zamisli. (Ries 2011)

Zagonska podjetja pripomorejo pri ustvarjanju tako v smislu kosmatih, kot neto novih delovnih zaposlitev. Glede na raziskavo 57 podjetniških študij so raziskovalci v Univerzi Amsterdam sklenili, da ima podjetništvo pomembno gospodarsko funkcijo, med katere lahko štejemo ustvarjanje delovnih mest, rast produktivnosti, gospodarsko rast in ustvarjanje visoko kvalitetnih inovacij. (Kegel 2016)

Definicija uspešnosti skozi podjetnikovo perspektivo je mutidimenzionalna. Na eni strani so podjetniki, katerih primarni cilj je monetarne narave in dokazano je, da imajo večje možnosti za uspeh. Tako lahko sklepamo, da so za podjetnike finančni cilji in uspeh ključni pri njihovem podvigu. (Schwarzkopf 2015) Vseeno pa imajo podjetniki tudi osebne cilje, kot je kreiranje nečesa novega, delati neodvisno, imeti zaposlene in živeti svoje sanje. Podjetniki pa pogosto razmišljajo tudi širše in vključujejo v uspeh tudi vrednote, kot je etičnost in kvaliteta življenja. Prav tako je za podjetnika uspeh kreirati ekosistem z inovacijami, saj to ne le prinaša osebni uspeh, ampak se ta inovacija aplicira tudi na družbi, ki njene prednosti uporablja. (Schwarzkopf 2015)

Obstaja pa tudi velika razlika med visoko tehnološkimi zagonskimi podjetji in majhnimi podjetji. Ustanavljanje malega tradicionalnega podjetja ima verjetnost obstoja kar okoli 75 odstotkov, da bo uspešno v dveh letih. Na drugi strani je verjetnost za neuspeh zagonskega podjetja prav toliko visoka. Zagonska podjetja namreč redko uspejo, a v primeru, da se to zgodi uspejo v velikem obsegu (COMPASS 2015).

Ries (2011) je tudi mnenja, da ima večina ljudi meni, da je upravljanje tradicionalnega podjetja dolgočasno delo, medtem ko so zagonska podjetja dinamična in vznemirljiva. Predvsem je pa za Reisa bistveno in zanimivo opazovanje, kako zagonska podjetja uspevajo in spreminjajo svet. Navdušenje, energija in vizija, ki jo premorejo ljudje, ki se podajo v nove izzive, so sredstva, ki se jih ne sme zavreči.

Podjetniško naravnana miselnost si vseskozi zastavlja spreminjajoče cilje, saj išče mnoge različne poti, da zagradi in identificira dane priložnosti. Inovacije, ki jih podjetniki prevzamejo so predvsem v tem, da so zmožni sprejemati preišljene poteze in prave odločitve (Venuvinod 2011).

Primer je maloprodajna panoga, kjer podjetja niso postala bolj produktivna le z nakupom boljših računalnikov. Podjetniki in podjetniški upravljalci so zvišali produktivnost šele s tem, ko so z uporabo informacijske tehnologije izboljšali povezavo oskrbovalne verige med prodajalcem in prodajalcem v maloprodaji. Produktivnost je vse od leta 1995 tako rasla in se, kot rezultat tega, odražala v podvojenem življenjskem standardu vsake nove generacije. Podjetniška družba je tako tudi povečala svojo gospodarsko dejavnost. Povečana dejavnost pa pomeni tudi boljši potencial za rast (Venuvinod 2011).

3 Podjetniški ekosistem za zagonska podjetja

Joseph Schumpeter je v svojem delu »Teorija ekonomskega razvoja«, ki je temeljna literatura za strokovnjake podjetništva, podjetniško teorijo gradil na osnovi kombiniranja. V tem delu je zapisal, da nova kombinacija nastane s kombiniranjem in rekombiniranjem obstoječih virov iz katerih vzkljuje nova kombinacija, ki jo poimenujemo inovacija. V poglavitnem odstavku tega dela, navede pet tipov inovacij ali novih kombinacij: nov vir surovih materialov, nova metoda

za proizvodnjo, nova dobrina, nov trg in opravljanje nove organizacijske strukture v industriji oziroma panogi (Schumpeter 1934).

Koncept podjetniškega ekosistema se je pojavil v zgodnjih devetdesetih letih. Termin je opisoval odnose med različnimi igralci v podjetniškem okolju (Belussi in Orsi 2016). Pionir definicije podjetniškega ekosistema James Moore je leta 1993 podjetniški ekosistem opisal kot ekonomsko skupnost, ki je podprta z med seboj prepletenimi organizacijami in posamezniki (Enderle in Murphy 2015).

Podjetniški ekosistem je entiteta, ki se počasi giblje iz skupka naključnih elementov v strukturirano skupnost. Podjetniške ekosisteme je opisoval v obdobjih: rojstva, širjenja, vodenja in samo – obnove. (Moore 1993)

Moore, pionir definicije podjetniškega ekosistema je zapisal:

Razširitev sistematičnega pristopa k strategiji, ki predlaga, da bi podjetja bilo potrebno videti ne le, kot člana ene industrije, ampak kot del podjetniškega ekosistema, ki se prepleta okoli mnogih raznovrstnih industrij. V podjetniškem ekosistemu podjetja sorazvijajo zmožnosti okoli nove inovacije: delujejo vzajemno in konkurenčno z namenom podpore novim produktom, zadovoljujejo potrošnikove potrebe in se sčasoma vključijo v naslednji krog inovacij. (Moore 1993)

V globalnem svetu polnem inovativnosti in priložnosti za iskanje podjetniških izzivov so se tako razvili številni modeli podjetniških ekosistemov. Še posebej v zadnjih letih je Daniel Isenberg, profesor podjetništva na Babson Collegu, vplival na interpretacijo podjetniškega ekosistema oziroma strategijo za ekonomski razvoj. Isenberg je mnenja, da če bi ustvarili ustrezen ekosistem, bi lahko podjetništvo napravili stroškovno bolj učinkovito in s tem posledično tudi stimulirali blaginjo gospodarstva. Ekosistem bi bil tako zmožen uspešno uvajati inovacijske sisteme, ekonomijo znanja in bi spodbujal konkurenčnost (Isenberg 2011).

Po Isenbergu obstaja šest temeljnih elementov znotraj podjetniškega ekosistema: družbena kultura do podjetništva, stimulatívna državna zakonodaja in državno vodstvo, razpoložljivost kapitala, kakovosten človeški kapital, tveganju prijazni trgi in vrsto institucij ter institucionalnih podpor. Poleg tega so te domene razdeljene v mnogo različnih elementov visokih kompleksnosti, ki med seboj vzajemno delujejo. Isenberg tako poudarja pomembnost

razumevanja konteksta, da se vsak ekosistem pojavi pod edinstvenimi pogoji in situacijami (Isenberg 2011). Večina teorij pa je v obzir podala tudi koleracijo med podjetništvom, teritorijem in inovacijami, ki so povečevala konkurenčnost in s tem hitrejšo rast (Boutillier in drugi 2016).

Isenberg je tako mnenja, da podjetniški ekosistem sestavljajo posamezni elementi, ki se kombinirajo na kompleksne načine. V izolaciji je vsak element sicer pomemben za podjetništvo, kljub temu pa sam ni zmožen ohranjati učinkovitosti. Tukaj, po Isenbergovem mnenju recimo državna prizadevanja ne obrodijo sadov, če se ti osredotočijo le na en ali dva elementa ekosistema. Skupaj pa lahko ti elementi omogočajo pospešeno ustvarjanje in razvoj. V svojem bistvu so ekosistemi gospodarske skupnosti, ki vzajemno delujejo z organizacijami in posamezniki (Boutillier in drugi 2016).

AnnaLee Saxenian iz univerze Berkley v svoji knjigi o kulturi in konkurenčnosti v Silicijski dolini tudi poudarja, da družbeni, kulturni in institucionalni dejavniki pomembno zaznamujejo regionalna gospodarstva. Saxenianova trdi, da je uspeh Silicijske doline skupek mnogih komponent, ki delujejo v sinergiji. Prednost pa vidi predvsem v nehierarhični postavitvi z dobro osnovo industrijske mreže v regiji. Nasprotje temu je avtocesta Route 128 v zvezni državi Massachusetts, ki jo imenujejo tudi visoko - tehnološka avtocesta. Saxenianova je mnenja, da bi okoliš te avtoceste lahko bil še bolj uspešen, če bi podjetja okoli nje imela manj tradicionalno postavljene hierarhične sisteme znotraj njih samih in več povezanosti z lokalnimi institucijami (Saxenian 1994).

Organizacija OECD pa definira podjetniški ekosistem kot kombinacijo treh dejavnikov: priložnosti, obstoj relevantnih akterjev in dovolj razpoložljivih virov. Na vse skupaj pa na to vpliva podjetniška kultura in zakonodajni okvir. Ta zadnji dejavnik pa je kategoriziran še v šest ključnih dejavnikov: regulacije, tržnih pogojev, dostop do kapitala, raziskovanje in razvoj, podjetniška zmožnost in kultura (Boutillier in drugi 2016).

Ekosistem podjetništva je skupek javnega in zasebnega prizadevanja, ki je osredotočena na grajenje in krepitvi ključnih stebrov: oblikovati učinkovit ekosistem, financirati podjetja z inovativnimi idejami in graditi kulturo podjetništva v družbi (McKinsey & Company 2011).

Strokovnjaki so izpostavili elemente, ki vplivajo na podjetniški ekosistem, kot so inovacije, raziskave, dostop do infrastrukture, finančna podpora, vladni programi ter kulturne in socialne norme (Ross in Kennedy 2014).

Ekosistem zagonskih podjetij je tudi regijski pojav, kar pomeni, da se zagonska podjetja akumulirajo predvsem v regijah, ki premorejo več veščin in znanja (Corbett in drugi 2014). Študije v stroki gospodarske geografije izpostavljajo pomen odnosa med ozemljem in podjetjem. Večina študij vključuje pomen naklonjenega okolja, ki bi privlačil podjetja in ustvarjanje novih entitet, ki bi bile tudi zaščitene v primeru neuspeha. Regijski uspeh namreč temelji predvsem na gospodarski blaginji podjetij, ki tam delujejo (Boutilier in drugi 2016).

Obstajajo zanimivi primeri, kako so industrijsko-podjetniški ekosistemi spremenili celotne regije. V regiji Solent v Angliji se je, na primer, iz ladjarske industrije razvila letalska. Namreč, v pionirskih časih letalstva so letala pristajala na vodi, saj so mislili, da je ta način bolj efektiven. Posledično se je močno povečalo povpraševanje po ladjarjih s posebnimi veščinami za gradnjo in oblikovanje plavajočih letal. Kljub temu se je industrija kmalu končala po tem, ko se je letalska industrija odločila, da bodo letala pristajala na kopnem (Florida 2002). Naslednji primer je švicarski medicinsko - tehnološki ekosistem, ki se je razvil iz natančnih veščin urarske industrije. Kombinacija biotehnoloških in inženirskih veščin je botrovala edinstvenim in vrhunsko izdelanim medicinskim produktom (Vogel 2013).

Ustanavljanje novih podjetij je pomembna pridobitev za razvoj novih trgov. Regije z višjo ravniyo ustvarjanja novih podjetij imajo ponavadi tudi višjo gospodarsko rast. Raziskave v Kanadi in ZDA potrjujejo, da nova podjetja bolj poganjajo gospodarsko rast, kot pa obstoječa (Kegel 2016).

Michael Porter, strokovnjak na področju regijske konkurenčnosti je poudaril nekaj strukturnih in okoljskih pogojev za uspešen ekosistem. Prvi pogoj so ljudje, infrastruktura in kapital s katerim se oskrbuje kvaliteten kader, tehnologije, infrastruktura, banke ter investitorji tveganega kapitala. Pomemben faktor so tudi državne investicije v raziskave in razvoj ter vzajemno sodelovanje podjetij in univerz, kjer je pomembna tudi podpora podjetništvu (Arteaga in Hyland 2014).

3.1 Infrastruktura ekosistema

Inovacijski sistem definira mnogo več, kot le promocijo znanosti in tehnologije. Poleg tega lahko znotraj štejemo tudi vse ekonomske, politične in ostale družbene institucije, ki vplivajo na inovacijo (Atkinson 2014).

Christopher Freeman je državni inovacijski sistem definiral, kot mrežo institucij zasebnega in javnega sektorja, ki s svojimi aktivnostmi in medsebojnim prepletanjem aktivirajo, uvažajo in modificirajo nove tehnologije (Atkinson 2014). Sodelovanje med zasebnim in javnim sektorjem se je skozi leta vseskozi povečevalo. Tako so bili tudi ustvarjeni prostori v katerih se pomaga novim podjetjem pospešiti inovacije in s tem gospodarski razvoj (Peris – Ortiz in drugi 2016).

Študije kažejo, da univerze bolj kompleksno prispevajo k podjetniškemu ekosistemu, kot so mislili prej. Univerze ne le, da prispevajo visoko izobražen kader in potencialne podjetnike v lokalnem kontekstu, ampak njihove raziskave in razvoj pozitivno vplivajo na rast novih podjetij preko ustvarjanja priložnosti za sodelovanje z novimi zagonskimi podjetji in služijo, kot poligon za bodoče podjetnike (Corbett in drugi 2014).

Sodelovanje med univerzami, ki ustvarjajo raziskave in podjetništvom, niso le notranje narave, ampak vplivajo nanje tudi zunanji dejavniki, kot so državna zakonodaja, industrija na območju in regijski pogoji. Strokovnjaki so preko študij dokazali, da so inovacijske mreže koristne za produktivnost podjetja, raziskave in razvoj ter njihov proizvod (Corbett in drugi 2014). Posamezna zagonska podjetja se bolje izkažejo na območju, kjer skupnost podpira takšno kulturo. Tako so zrasli tehnološki parki, centri za raziskave in inkubatorji, okoli katerih se koncentriira skupnost (Arteaga in Hyland 2014).

3.1.1 Inkubatorji

Leta 1959 je bil ustanovljen prvi podjetniški inkubator v industrijskem centru Batavia v New Yorku. Inkubator je bil v zasebnem lastništvu in je imel prostore v zapuščeni stavbi proizvodnih obratov.

Leta 1954 pa se je v Philadelphii pojavil prvi center imenovan University City Science Center, ki je neposredno povezoval podjetnike in univerze. To je bil prvi urbanistični razvojni park, ki je bil podprt s strani 28-ih fakultet/univerz ter zdravstvenih centrov (Phan in drugi 2016). Ponudba teh podjetniških inkubatorjev je bila omejena na nizke cene najemnin in na delitev

sredstev podjetnikom. (Oakey in drugi 2013) Preko sedemdesetih in osemdesetih letih je bilo teh centrov že med 12 in 15 in so predstavljali prvi val inkubatorskih programov (Phan in drugi 2016).

V drugem valu, ki se je nadaljeval preko osemdesetih v devetdeseta leta, je začela ponudba, izkušnost in vrste pomoči inkubatorjev rasti. Prav tako so v tem času začeli rasti inkubatorji na evropskih tleh (Phan in drugi 2016). Razvoj inkubatorja je v tem obdobju prinesel pomoč preko mentoriranja in dostop do financiranja (Oakey in drugi 2013).

V poznih devetdesetih letih pa je nastal tretji val, ki ga je definirala informacijska tehnologija oziroma internet. Poudariti je potrebno, da so v tem času tudi drugod po svetu začeli rasti inkubatorji (Phan in drugi 2016). Njihova ponudba je zrasla v širok spekter podjetniških podpor, kot so svetovanje, mreženje in dostop do tveganega kapitala (Oakey in drugi 2013).

Besedo inkubacija lahko definiramo, kot proces inkubiranja nečesa v kontroliranem okolju. V podjetništvu se inkubacija smatra kot edinstvena fleksibilna mešanica organiziranja podjetja v razvojnem stadiju. Z njo se mladim in majhnim podjetniškim zagonskim podjetjem z zagotavljanjem podpore pomaga pri hitrejšem razvoju podjetja (Phan in drugi 2016). Podjetniški inkubatorji operirajo v treh dimenzijah: infrastruktura, podjetniška podpora in dostop do primernih kadrov preko mreženja (Oakey in drugi 2013).

Organizacija National Business Incubation (Državna podjetniška inkubacija) definira podjetniške inkubatorje, kot podporo podjetjem in podjetnikom s katero preko virov in storitev pospešujejo uspešen razvoj zagonskih in mladih podjetij. Te storitve ponavadi razvijajo in dirigirajo upravljalci inkubatorja preko svoje mreže, kontaktov in poznanstev. Glavni cilj inkubatorja je ustvariti uspešna podjetja, ki program zapustijo v dobrem finančnem in stabilnem stanju. Taka podjetja imajo nato potencial ustvariti nova delovna mesta, obuditi skupnosti, spopularizirati nove tehnologije in okrepiti lokalno in državno gospodarstvo (NBIA 2015).

Združeni Narodi definirajo podjetniške inkubatorje, kot podporni sistem za transformacijo podjetij v zgodnjih fazah razvoja in z velikim potencialom za samozadostnost, rast in dobičkonosnost. Inkubatorji z zmanjševanjem tveganja vzdržujejo podjetja in pripomorejo k

gospodarski rasti, ki bi brez podpore propadla. Hkrati ustvarjajo delovna mesta in nudijo druge družbeno-ekonomske prednosti (Oakey in drugi 2013).

OECD definira inkubatorje, kot ponudnike različnega spektra podpore podjetnikom in zagonskim podjetjem v katere spadajo fizična infrastruktura (delovni prostori, laboratoriji), pomoč pri upravljanju (podjetniški načrti, mentoriranje, marketing), tehnično podporo (raziskave, baze podatkov), dostop do financ (tvegani kapital, angelski investitorji), pravna pomoč (licence, intelektualna lastnina) in mreženje (Oakey in drugi 2013).

3.1.2 Pospeševalniki

Pospeševalniki so relativno nov pojav, ki pomagajo podjetnikom njihove tehnologije, ideje in produkte prenesti na trg in pripraviti podjetnike, da razvijejo stabilno podjetje. (SBA 2014)

Pospeševalniki izberejo in povabijo majhno skupino podjetnikov v kampe za zagonska podjetja, kjer skozi celoten program zagotavljajo mentorstvo, sredstva in verjetno najbolj pomembno, povezave z različnimi industrijami. Uspešni »diplomanti« nato preidejo v naslednjo fazo financiranja, kjer se v zameno za kapital in storitve odrečejo manjšemu deležu podjetja, ki ga prepustijo pospeševalniku. Pospeševalniki v tej fazi delujejo, kot posredniki med investitorji in zagonskimi podjetji, medtem ko iščejo načine za prodor na trg. S koncentracijo vseh sredstev, kot so financiranje, dostop do investicijskih akterjev, intenzivnega mentorstva, pospeševalniki lažje in hitreje identificirajo »zmagovalne« ideje ter s tem pomagajo pri rasti zagonskih podjetij. (SBA 2014)

Pospeševalniki pomagajo podjetnikom definirati in zgraditi njihov osnoven produkt, identificirati potencialni trg in nuditi sredstva, kot so kapital in kader. Programi pospeševalnikov trajajo krajše obdobje, ponavadi 3 mesece. Priskrbijo manjši delež začetnega semenskega (začetnega) kapitala in delovne prostore. Nudijo tudi priložnosti za mreženje z investitorji in mentorji, ki uspešnim zagonskim podjetjem pomagajo pri rasti podjetja. Verjetno največja razlika med pospeševalniki in inkubatorji je prav časovni okvir, saj medtem ko zagonska podjetja v pospeševalniku ostanejo kratek čas, so v inkubatorjih lahko tudi po več let, dokler podjetje ni stabilno (Cohen 2013).

3.1.3 Tehnološki (univerzitetni) parki

Univerzitetne tehnološke parke profesorja ekonomije Albert Link in John Scott definirata kot aglomeracijo tehnološko osnovanih organizacij, ki so locirane na ali v bližini območij univerz z namenom koriščenja univerzitetnega znanja za raziskave. Univerze pa ne podajajo le znanja, ampak pričakujejo, da se razvoj bolj učinkovito prenese na podjetja, ki najemajo prostore v razvojnih parkih. Dodana vrednost takšnih parkov je povezovanje tehnologije in podjetniških veščin med univerzo in industrijo. S tem tudi spodbujajo ustvarjanje zagonskih podjetij in promovirajo na tehnologiji osnovan gospodarski razvoj skupnosti in regije (National Research Council 2009). Pomankljivost tehnoloških parkov pa je v tem, da manjka kreativne destrukcije, saj so vseeno še vedno bolj razvojno kot poslovno naravnani. To pomeni, da se v nekaterih primerih še naprej zagovarja neko idejo in podjetje, četudi ta ni uspešna, hkrati pa ni lahkini načinov za opustitev in ustvarjanje novih idej in podjetij. Tako so pogosto podprti nevezdržni projekti, medtem ko so tisti bolj konkurenčni zapostavljeni (Capello in drugi 2013).

4 Inoviranje in raziskovanje

4.1 Schumpetrova kreativna destrukcija

Joseph Schumpeter je eden najbolj vplivnih ekonomistov 20. stoletja. Bil je prvi avstrijski finančni minister in profesor na harvardski univerzi, ki je s svojo teorijo o »kreativni destrukciji« in podjetniških načelih pomembno vplival tudi na japonski ekonomski čudež. (McCraw 2007)

Schumpeter je svojo teorijo ekonomskega razvoja razvijal skozi kreativno destrukcijo, ki jo poganjajo inovativne aktivnosti podjetnikov - pionirjev (Rihtarič 2008: 29). Kreativna destrukcija v širšem kontekstu pomeni posvojiti nove ideje in zavreči stare. (Nolan 1995) Nobelov nagrajenec Albert Scentzgeorgi je kreativnost definiral, kot videti nekaj, kar vsi vidijo in misliti nekaj, kar še noben ni pomislil (Carayannis in drugi 2014). Schumpeter pa je opazil, da se problem upravljanja kapitalizma ponavadi vizualizira v že obstoječih strukturah namesto, da bi opazili relevanten problem v tem, kako je potrebno procese na novo kreirati in jih uničevati (Foster in Kaplan 2001).

Schumpeter je svojo teorijo »kreativne destrukcije« predstavil, kot:

...odpiranje novega trga - tujega ali notranjega z organizacijskim razvojem obrti in tovarn do te mere, kot se je ameriška jeklena industrija spremenila skozi mutacijo – če lahko uporabim ta biološki termin – in sprožila takojšnjo revolucijo znotraj ekonomske strukture s tem, ko je neprestano uničevala staro in neprestano ustvarjala novo. Ta proces »kreativne destrukcije« je bistveno dejstvo kapitalizma. Iz tega je kapitalizem sestavljen in je stvar, ki mora zadevati vsakega kapitalista (McCraw 2007: 352)

To velja tudi za organiziranost, saj stara struktura organizacije ne bi smela ovirati procesov inoviranja, ampak bi morala biti odstranjena, medtem ko proces še naprej deluje (Nolan 1995). Podjetnik mora tekmovati z vzpostavljeni podjetji, tako da jim stalno spodkopava njihove podjetniške modele z novimi, bolj učinkoviti in z bolj odpornimi tehnologijami, produkti in storitvami (Venuvinod 2011). Kreativna destrukcija je kolesje razvoja in gospodarske rasti. Njen vpliv na konkurenčnost se opazi predvsem skozi dodano vrednost. V močnejši obliki, kjer inovacija doseže preboj, lahko ustvari celotne nove panoge in trge. (Abernathy in Clark 1984)

Inovacije in podjetništvo gresta skupaj eno z drugim in to kombinacijo je najbolje predstavil Schumpeter v svojem delu »Temeljni fenomeni ekonomskega razvoja«. Tu je tudi definiral podjetnike, kot inovatorje, ki z svojim ustvarjanjem in implementacijo spreminjajo trg. Ta podjetniška sprememba se izraža v petih manifestacijah (Congregado 2008):

1. Predstaviti novo dobrino ali novo inovacijo v dobrini
2. Predstaviti novo metodo produkcije, ki še ni bila preizkušena v določeni panogi
3. Odpreti nov trg, ki še ne obstaja
4. Zavzeti nov vir (surovih) zalog
5. Upravljati na novo postavljeno organizacijo v neki industriji – tu vključuje stvaritev ali pa tudi uničevanje monopolnega položaja (Carayannis 2014)

Schumpetrova definicija tako izenačuje podjetništvo z inovacijo, s katero je potrebno poiskati priložnosti na trgu ter inovativne pristope za njihovo izkoriščanje. (Congregado 2008) Ekonomsko priložnost podjetnik ustvari z rekombinacijami ali z novimi načini uporabe danih virov - z vizijo, načrtovanjem in implementiranjem teh mehanizmov. Podjetnik išče, kako strateško premikati obstoječe vire in jih inovirati. (Carayannis 2014) Schumpeter pa podjetnika tudi ni štel za nekega posameznika s poklicem. Tudi ni podjetnika videl, da je to njegovo trajno stanje osebe, saj je bil mnenja, da oseba sčasoma izgubi svoje karakteristične lastnosti. Lastnost podjetništva in kreiranja mu začneta pojenjati, ko se ustali v enem podjetju, ki ga upravlja. To je bolj dojemal kot tradicionalno upravljanje podjetja, kakor pa inovativno podjetništvo (Schwarzkopf 2015).

Medtem, ko zagonska podjetja ponavadi vstopijo na trg že z novo inovacijo, se velike korporacije stalno spopadajo z izzivom kreativne destrukcije. Le nekaj direktorjev korporacij ima čas in energijo, da upravljajo njene procese. Stalno tekmovanje na trgu za konkurenčnost pa to še otežuje. A ravno stalno spreminjanje je potrebno za dolgoročni obstanek podjetja (Foster in Kaplan 2001). Kreativno destrukcijo je potrebno meriti v obsegu spreminjanja parametrov, ki omogočajo dodano vrednost in s tem konkurenčnost. Najbolj edinstvene in nekopirane inovacije bodo imele velik vpliv na konkurenco in evolucijo dane panoge, le če se bo efektivno povezala s trgom (Abernathy in Clark 1984).

Schumpeter je bil sredi 20. stoletja prepričan, da imajo vzpostavljena velika podjetja močno prednost pred manjšimi, saj vlagajo več kapitala v inovacije in razvoj. To je bilo obdobje hitre ekonomske rasti, kjer so hierarhično postavljena industrijska podjetja z izkoriščanjem gospodarstva hitro rasla v panogah, kot so proizvodnja, marketing in raziskovanje. Vendar pa se je do konca 20. stoletja slika v mnogih državah krepko spremenila. Na primer, že v obdobju med 1969 in 1976 so podjetja z manj kot 100 zaposlenimi ustvarjala 80% vseh delovnih mest v ZDA (Venuvinod 2011).

Schumpetrova teorija pa je bila tudi izzvana s strani Nobelovega nagrajenca za ekonomijo Edmunda Phelps. Phelps je namreč mnenja, da je velik delež kreiranja pravzaprav neuničljiv. Namreč, raje kot zamenjati obstoječe produkte in storitve, so inovacije ustvarjene, zato da zadovoljijo novo povpraševanje na trgu. Po raziskavi univerze Yale naj bi približno 70% vseh produktov in storitev potrošenih v letu 1991 bore malo spominjalo na tiste konzumirane sto let prej. Pa tudi v tistih primerih, ko je bilo potrebno nekaj spremeniti je bilo uničenje v precej manjši meri v korelaciji z ustvarjanjem (Venuvinod 2011).

Kreativna destrukcija se lepo manifestira v dveh primerih uspešnih zagonskih podjetij – Amazon in Google. Oba primera sta z inovativnim novim pristopom nastopila na spletu. Prvi je revolucioniral maloprodajo s spletno trgovino, drugi pa je občutno izboljšal brskanje oziroma iskanje po spletu (Venuvinod 2011).

Obstajajo nenapisani principi inoviranja, ki so edinstveni za uspešnost zagonskih podjetij in vključujejo:

- Kopiranje in kombiniranje od ostalih inovacij
- Pridobiti znanje hitro in poceni, kot je le mogoče
- Efektivno upravljanje z tveganjem
- Transparentno upravljanje z inovacijami
- Izvrševanje inovacij (Davila in Epstein 2014)

Noben od teh principov ne more sam napraviti inovacijskega preboja in vsak od njih prispeva edinstvenost pri razvijanju inovacij v zagonskih podjetjih. (Davila in Epstein 2014)

Schumpeter tudi ostro razlikuje invencije od inovacij. Podjetnik je namreč inovator in ne izumitelj, saj lahko inovira tudi s sredstvi, ki so bila že izumljena. Tak način inoviranja je na primer kombiniranje, dodajanje, izboljšanje že obstoječih inovacij. Schumpeter v svoji Teoriji ekonomskega razvoja ugotavlja, da dokler invencije niso uvedene v prakso, so ekonomsko irelevantne. Namreč, poslovni cikel lahko povzročijo le inovacije, saj so le te tisti neodvisni endogeni dejavnik. Gospodarsko je v inovacijskem pogledu ciklično in če bi inovacijo skušali eliminirati, bi eliminirali evolucijo samo (Rihtarič 2008).

4.2 Inoviranje

Beseda kreativnost izhaja iz latinske besede »creatus«, kar dobesedno pomeni »da je zraslo«. Bilo pa je tudi predlagano, da bi termin lahko izhajal iz sanskriške besede »kar«, kar pomeni »napraviti, inovirati, pripeljati v obstoj« (Venuvinod 2011).

Inovacije so eden ključnih dejavnikov pri grajenju značaja podjetnika in zagonskega podjetništva. Inovacija vznikne iz kreativnega mišljenja, spontane ideje ali pa z raziskovanjem in razvojem. Poenostavljena definicija inovacije bi bila, da je inovacija ustvarjanje nečesa novega. Izum pa postane inovacija takrat, ko je le ta uporabljena v realnem svetu (Bozeman and Link 1983).

Inovacije so pomemben vzrok za izboljšanje življenjskega standarda vse od industrijske revolucije. (OECD 2007) Vse od začetkov šestdesetih let in s pojavom prvih investicij tveganega kapitala, se je zid med malimi organizacijami - predvsem zagonskimi podjetji, ki so prihajali iz univerz - in inovacijami, počasi začel rušiti. Ideja je bila osnovana na tem, da lahko razvoj nastopi tudi z inovacijo, ki je podprta s tveganim kapitalom in ne le z partnerstvom z že obstoječimi podjetji. Ustvarjen je bil drugačen kanal, preko katerega imajo inovacije potencial spreminjati ali ustvariti celotne panoge. Izum in rast interneta pa je to možnost le še pospešil. V času, ko so se začele pojavljati nove priložnosti na spletu, je sistem tveganega kapitala postal že dovršen. Kombinacija novega investiranja in spleta je prinesla konkurenčno prednost hitro rastočim zagonskim podjetjem (Davila in Epstein 2014).

Danes je inoviranje ključnega pomena pri določanju konkurenčnosti in napredka. Poleg tega je inoviranje pomembno izpostavilo globalne izzive, kot so podnebne spremembe in trajnostni razvoj (OECD 2007).

ITIF - The Information Technology & Innovation Foundation (Fundacija za informacijsko tehnologijo in inoviranje) definira inovacijo v več dejavnikih. Inovacijo ilustrira preko trikotnika uspešnosti podjetniškega okolja, na eni strani menjavo, na drugi davke in regulacijo ter na tretji strani inovacije. Po njihovem mnenju je uspeh zagotovljen, ko so vsi trije dejavniki uspešno implicirani (Atkinson 2014).

Nadalje ITIF opisuje podjetništvo kot celoten ekosistem, ki potrebuje učinkovito okolje s celotno sfero institucij, aktivnosti in zmožnosti državnega doprinosa s širšim spektrom družbenega odnosa in praks, ki omogočajo inovacij (Atkinson 2014).

V zgodnjih devetdesetih letih je strateški »guru« harvardske podjetniške šole Clayton Christensen argumentiral, da inovacije, ki spreminjajo tradicionalne ekonomske mehanizme, redko prihajajo iz strani že vzpostavljenih podjetij, saj je tveganje previsoko. Na drugi strani je pa za mlada zagonska podjetja tveganje manjše, saj je tudi odgovornosti manj. Tak primer inoviranja lahko opazimo pri spletni prodaji in vzpostavitvi podjetja Amazon. Amazon je kot eden od pionirjev spletne prodaje spremenil tradicionalno povezavo med potrošnikom in prodajalcem (Damodaran 2009).

Eric Ries verjame, da so sodobna podjetja ali zagonska podjetja odvisna od inovacij za nadaljnjo rast institucij, ne le produktov, ki zahtevajo nov način upravljanja. Po njegovem mnenju bi morala podjetja celo zaposliti profesionalnega inovatorja oz. podjetnika, ki bi lahko upravljal specifično usmerjene koncepte z visoko stopnjo tveganja. (Ries 2011)

Zagonska podjetja imajo mnogo vrst inovacij: nova znanstvena odkritja, dajanje novega namena že obstoječim tehnologijam za novo uporabo, oblikovanje novega poslovnega modela, ki doda novo vrednost, ali pa enostavno prenesti produkt ali storitev na novo lokacijo k strankam, ki prej tega niso imele na voljo. V vseh teh primerih je inovacija srce uspešnosti podjetja. (Ries 2011)

Zagonska podjetja so s svojimi visoko tehnološkimi podjetji spremenili celotne panožne industrije in prodrli v vse pore sodobne družbe. Mnogo zagonskih podjetij je uspelo s tem, ko je nadgradilo produkte in storitve industrijske dobe v informacijsko dobo. V fotografski panogi je tako Kodak zamenjal Instagram, v knjižni je Amazon zamenjal maloprodajno trgovino

Borders Books, glasbeno industrijo sta spremenila Apple in Spotify, hotelske verige so dobile konkurenco v Airbnb, preko katere lastniki stanovanj oddajo svoja prazna stanovanja, taksisti sedaj tekmujejo z aplikacijo Uber, kadrovske službe z LinkedInom, časopisi z družabnimi mediji in maloprodajne trgovine z E-Commercom. Industrije, ki so naravnane inovativno izpodrivajo tradicionalne industrije, saj se le prepočasi prilagajajo spremembam (COMPASS 2015).

4.3 Inovacijska kreativnost

Kreativnost je večplastni koncept, ki zahteva celoten spekter možganskih zmožnosti, tako leve sfere z logiko in načrtovanjem, kot desne sfere z domišljijo in intuicijo. Obstaja mnogo definicij kreativnosti, izpostavil pa bom dve poglavitni:

1. Zmožnost ustvariti ali na kakršenkoli način prenesti v obstoj nekaj novega – to je lahko rešitev na problem, nova metoda ali nova umetniška forma
2. Zmožnost konsistentno proizvajati različne rezultate, ki imajo dodano vrednost (Venuvinod 2011)

Dodatna sestavina kreativnosti pa je primernost, saj mora ustvarjena entiteta biti, ne samo nova, ampak tudi uporabna s strani uporabnikov. (Venuvinod 2011)

Stanberg, profesor na Yale-u, je izpostavil teorijo, ki jo poimenuje »uspešna inteligenca«. To teorijo pa naprej razdeli na tri dele in sicer v analitično, kreativno in praktično inteligenco. Z analitično in kreativno inteligenco se ukvarja že veliko teorij. Zanimiva pa je praktična inteligenca, saj je to inteligenca zdravega razuma. Praktična inteligenca pomeni zmožnost prilagajanja v vsakdanjem življenju z uporabo obstoječih znanj in veščin ter z njeno pomočjo ustvarjati nove koncepte. (Venuvinod 2011)

William Payne doktorski študent je definiral čustveno inteligenco, kot obliko družbene inteligence, ki je sposobna opazovati čustva samega sebe in drugih ter s tem vpliva na njihovo razmišljanje. Čustvena inteligenca naj bi po izvedeni študiji bila kar dvakrat bolj pomembna od tehničnih in analitičnih sposobnosti skupaj. Vodje z močno čustveno inteligenco lahko pozitivno vplivajo na moralo v podjetju, saj imajo sposobnost prepoznati potrebe zaposlenih. (Venuvinod 2011)

4.4 Inovacijski proces ali reševanje problema

Na začetku 20. stoletja je ameriški šolski reformist John Dewey predlagal enega od zgodnejših modelov reševanja problemov. Rešitev za problem se po njegovem modelu najde v petih korakih:

1. Identifikacija problema
2. Analiza problema
3. Predlagane rešitve
4. Razvoj predlaganih rešitev
5. Nadaljnje preizkušnje in testiranje rešitev

Dewey je predlagal, da se katerakoli kreativnost lahko razdeli na dva dela. Prvi je odkritje, ki nima nobenih pravil. Drugi pa upravičenost, ki pa je kritični del kreativnosti. Ta dva dela je najbolje obravnavati čimbolj neodvisno kolikor je mogoče. Nato ponudi še obrazložitev, ko pravi, da poskusite biti nekritični, ko ste kreativni in nekreativni, ko ste kritični - princip, ki ga zavestno uporabljamo v sodobni tehniki »brainstorminga« (možganska nevihta – hitro razmišljanje za iskanje novih idej). (Venuvinod 2011)

4.5 Raziskave in razvoj

Investiranje v raziskave in razvoj so ključen indikator napredka v znanosti in tehnologiji. Ti napredki se manifestirajo v tehnoloških spremembah (novi produkti, procesi in nenazadnje ustvarjanje novih sektorjev), ki vodi k napredku, gospodarski rasti in življenjskemu standardu. V gospodarstvih, ki so osnovani na znanju so raziskave čedalje večji del podjetništva in korporativizma. Podjetja stremijo k povišanju produktivnosti z inovacijami in razvojem. Raziskave in inovacije so tesno povezane z rastjo podjetja in njegovo konkurenčnostjo v lokalnem in globalnem smislu. (Link 2007)

Raziskave in razvoj so izvedene v kontekstu nacionalnih inovacij. Profesor ekonomije Nelson (1993) definira nacionalni inovacijski sistem, kot skupek institucij, ki med seboj vzajemno delujejo in določajo inovacijsko uspešnost nacionalnih podjetij.

Profesor inoviranja Metcalfe (Metcalfe 1995: 212 v Link 2007) definira nacionalni inovacijski sistem, kot:

... nabor različnih institucij, ki skupno in posamezno pripomorejo k razvoju in razpršenosti novih tehnologij in, ki doprinašajo okvir v katerem vlade tvorijo in implementirajo pravila, ki vplivajo na inovacijski proces. Proces kot tak je sistem, ki medsebojno povezuje institucije, da ustvarjajo, shranjujejo ter prenašajo znanje in veščine, ki definirajo nove tehnologije. (Link 2007 37)

5 Financiranje in kapital zagonskih podjetij

Priznana podjetniška revija The Economist je mnenja, da je današnji podjetniški »pok« osnovan na bolj trdnih temeljih, kot pojav interneta v devetdesetih letih in ta naj bi imel tudi velike možnosti za nadaljnji obstoj v prihodnosti. Več faktorjev pripomore k temu, da so v današnjem času zagonska podjetja, tako uspešna. Prvi dejavnik najdemo v tem, da zagonska podjetja ne potrebujejo več ogromnega vložka za ustanovitev in eksperimentiranje, saj je padla cena produktov, programske kode so praktično zastonj, veliko število programerjev pa omogoča cenejši razvoj aplikacij. Ravno zaradi cenovne in investicijske dostopnosti pa je na razpolago tudi več investorjev s tveganim kapitalom. Pojavili so se novi tipi investorjev kot so t.i. poslovni angeli, pospeševalniki in mikro tvegani kapital. Investicije pa so, zaradi omenjenih razlogov, manjše, a prav zaradi tega se lahko investira v večje število zagonskih podjetij. V primeru uspešnega razvoja pa se začne iskati tudi zunanje investitorje – ideja, ki se je še desetletje nazaj zdela nemogoča. (COMPASS 2015)

5.1 Tvegani kapital

V ZDA se je leta 1946 z nastankom podjetja Združba Ameriških raziskav in razvoja (American Research and Development Corporation) vzpostavila združba s tveganim kapitalom. ZDA so bili začetniki takšnega načina investiranja in še danes ostajajo vodilni v tem segmentu. Na stotine podjetij tveganega kapitala je nato po vsej ZDA analizirala in investicijsko financirala v spodbudne priložnosti. Naloga industrije ni le v investiranju kapitala, ampak tudi v pomoči pri upravljanju ključnih funkcij v podjetju. Večina tveganega kapitala je danes sicer skoncentrirana v parih zveznih državah, kljub temu pa obstaja do neke mere tudi v ostalih zveznih državah. (Atkinson 2014)

Tvegani kapital predstavlja možnost financiranja inovativnih in obetavnih podjetij, ki jih tradicionalni bančni sistemi, zaradi previsokega tveganja, ne bi sami financirali. Tako tvegani kapital predstavlja tudi konkurenco že vzpostavljenim podjetjem, saj lahko nova podjetja s tem kapitalom z novimi produkti in storitvami hitreje prodrejo na trg. V zameno za investicijo tveganega kapitala, ti skladi ali podjetja pridobijo delež lastništva nad podjetjem v katerega so vložili svoj kapital. Kapital pa ni edina komponenta tveganega kapitala, saj se partnerji aktivno vključijo v podjetja, kjer ponavadi zavzamejo sedež v upravnem odboru in delujejo kot strateški svetovalci. (NVCA 2016)

Podjetja, ki investirajo s tveganim kapitalom, ponavadi to storijo v poznem stadiju, ko zagonska podjetja že dokažejo svojo smiselnost. Zagonsko podjetje, ko doseže neko eksponentno rast začne tudi pridobivati čedalje več investorjev, ki nato tudi tekmujejo med seboj. Tako se tudi zviša višina investicije, hkrati pa zagonskim podjetjem ni potrebno pristajati na prevelike zahteve (COMPAS 2015).

5.2 Poslovni angeli

Poslovni angeli so posamezniki iz zasebnega sektorja, ki razpolagajo z precejšnjim kapitalom in v večini investirajo v podjetja z visokim potencialom hitre rasti. (Atkinson 2014)

V sektorju tveganega kapitala poslovni angeli pridobivajo čedalje večjo vlogo napram ostalim akterjem v tem polju, saj se čedalje manj upravljalcev tradicionalnega tveganega kapitala odloča v investiranje v podjetja, ki so v zelo zgodnji fazi. Tako so poslovni angeli zapolnili vrzel predvsem pri zagotavljanju semenskega ali začetnega kapitala. Ponavadi pa ravno zaradi tako tvegane investicije vzamejo večji delež lastništva podjetja ali pa se združijo z drugimi poslovnimi angeli. Tako je ta sektor ne le narasel, ampak je postal čedalje bolj formalen in organiziran z oblikovanjem angelskih skupin in mrež. (OECD 2011)

Poslovni angeli ponavadi investirajo svoj kapital tudi v večje število zagonskih podjetij v zgodnjem stadiju. Večina takih investicij propade, a namen poslovnih angelov je upanje, da bodo investirali ravno v zagonsko podjetje, ki bo imel neverjetno rast. (COMPASS 2015)

Vzajemno poslovni angeli ponavadi delujejo skupaj s pospeševalniki. Ti s svojo infrastrukturo, poznanstvi in mentorstvom pospešijo razvoj zagonskega podjetja, v zameno pa pridobijo od 5 – 10% lastništva podjetja. Razvijanje zagonskih podjetij v pospeševalniku pa ponavadi traja do tri mesece. (COMPASS 2015)

5.3 Osebni prihranki, družina in prijatelji

Ustanavljanje podjetja na podlagi osebnih prihrankov v angleško govorečih državah imenujejo tudi "bootstrapping". Ta oblika financiranja se pojavi predvsem v začetnih fazah projekta in takrat, ko je podjetnik edini, ki resnično verjame v svojo idejo. Za uresničitev ideje je pripravljen investirati osebne prihranke in zmanjšati svoje stroške. Prednost takšnega financiranja je v tem, da obdrži poln delež lastništva podjetja ter je hkrati popolnoma

neodvisen od zunanjih investorjev ali bank. Pomankljivost takšnega financiranja pa je dejstvo, da je na začetku podjetnik sam, edini vir prihodka podjetja. (Borštnik 2013)

Pogosto pa se kapital pridobi iz strani družine in prijateljev, ki verjamejo v določeno idejo. Pri tem je potrebno paziti, da ustanovitelji v zameno ne strukturirajo prevelike mreže lastnikov, saj to lahko prepreči prihod profesionalnih investorjev, ko bi to podjetje kazalo znake uspešnosti. (NVCA 2016)

5.4 Crowdfunding ali množično financiranje

Crowdfunding ali množično financiranje je zbiranje kapitala preko množic ljudi, ki investirajo majhne vsote denarja v podjetja in podjetnike. To je tudi odgovor na tržne, kulturne in institucionalne ovire pridobivanja kapitala, saj se na ta način financira predvsem podjetnike, ki težje pridobijo kapital preko drugih kanalov. (European Commission 2014)

Glavna prednost, tako za podjetnika, kot investitorja, je v nizkih stroških posredništva, zaradi česar je cenejši vir financiranja v primerjavi s posojili in poroštvi. Ocena poslovnih predlogov je tudi manj temeljita kot pri odobritvi bančnega posojila. Predvsem zaradi zanašanja na splet, so tudi fiksni stroški teh podjetij majhni. Prav tako podjetja, ki se financirajo na ta način, ne nosijo nobenega tveganja za morebiten neuspeh predloga, ki so ga podali na spletnem portalu. Vseeno do neke mere obstaja preverjanje kakovosti podjetniških predstavitev na platformah množičnega financiranja. (European Commission 2014)

Obstajajo štiri glavni načini množičnega financiranja, čeprav obstajajo tudi nekatere druge različice (De Buysere 2012 v European Commission 2014)

- Donacije: pri množičnem financiranju so donacije zbrane in namenjene specifičnim projektom, ki so pogosto tudi socialne narave
- Nagrade: podjetnik zagotovi investitorju nagrado, ki je lahko tudi ne-monetarne narave (kot je produkt, ki ga investitor financira) in je nižja od vrednosti, ki jo podjetnik ponuja
- Posojanje: zaradi nižjih stroškov posredovanja, posojilojemalci plačajo nižjo obrestno mero kot za bančna posojila, medtem ko posojilodajalci prejmejo višjo obrestno mero, kot pri depozitnem varčevanju
- Lastništvo: ta oblika je manj pogosta kot ostale tri in vključuje večje vsote zneskov. Lastniško množično financiranje je podobno aktivnostim poslovnih angelov. V

nasprotju s poslovnimi angeli pa je tu manjša dimenzija lociranega financiranja in komponenta podjetniških nasvetov (Agrawal 2011 v European Commission 2014)

5.5 Državna podpora

Obstaja veliko oblik državne podpore zagonskim podjetjem in njihovim investitorjem. V osnovi jih delimo na neposredno in posredno podporo. Neposredne podpore se pojavijo v obliki šolnin ali z nizkimi davki za ustanovitelje podjetij in za mlada podjetja na splošno. Posredna podpora za zagonska podjetja pa priteče, ko univerze in institucije dodelijo kapital za podporo zagonskim podjetjem v njihovih okoljih. Obstajajo tudi razpisi, subvencije za podjetnike v oblikah nepovratnih ali povratnih državnih sredstev za ustanovitev podjetja. Podpora sicer variira gleda na ekonomski sistem, medtem ko v državi kot je Nemčija obstaja velika socialna podpora, pa je v kapitalističnem sistemu, kot je v ZDA, je podpora s strani države manj predvidena za posameznike, ki si želijo ustanoviti podjetje (Schwarzkopf 2015).

Medtem, ko izvajanje stimulativnih politik ne more biti stoddotno zanesljiv inštrument za izognitev neuspehom, pa lahko te politike zmanjšajo negativen vpliv na neuspehe, kakor tudi ustvarjajo sistem za inkubiranje uspeha za podjetnike (Manimala in Wasdani 2015).

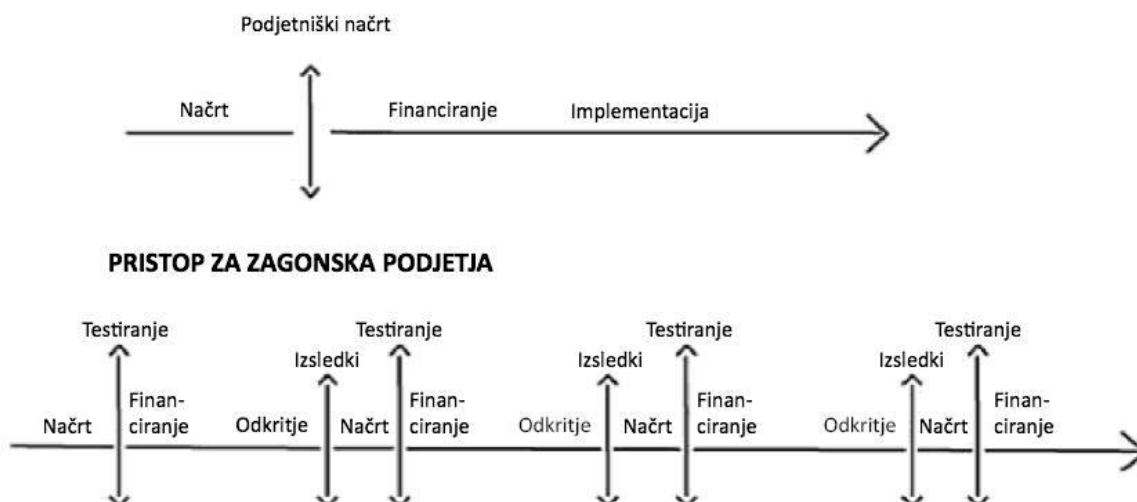
5.6 Mikrokrediti

Mikrokrediti so posojila v manjšem znesku, ki omogočajo podjetnikom, da ustanovijo svoje podjetje. Ti posojilojemalci ponavadi nimajo dovolj svojih prihodkov, sredstev ali poroštev, da bi si lahko sposodili kapital iz drugih virov. Prednost takšnih posojil je tudi v nizki obrestni meri. Ta posojila imajo svoj začetek v državah, ki so v razvoju, kljub temu pa so tudi razvite države opazile prednosti takšnega financiranja (Brown 2010).

5.7 Proces financiranja tveganega kapitala

Planiranje se vrta okoli upravljanja in stabilnosti v predvidljivih okoljih, medtem ko inovacije potrebujejo upravljanje v negotovosti. Načrti zagonskih podjetij so bolj kratkoročni, prav tako zagonske investicije – ravno toliko dolgi, da se v procesu naučiš nekaj novega in na to, če je ta uspešen, nadaljuješ k naslednjemu koraku (Davila in Epstein 2014).

Slika 5.1 Investicijsko upravljanje uveljavljenih in zagonskih podjetij (Davila in Epstein 2014)



Slika 5.1 primerja, kako upravljati z investiranjem v nedodelane inovacije in naprej poiskati konkurenčno prednost. V prvem pristopu, ki ponazarja način planiranja a vzpostavljenih podjetij, se kaže, kako velika podjetja najprej napravijo načrt ter nato podjetniški načrt. V primeru, da na tej stopnji pride do kakšnih zadržkov se le te popravi ali opusti. V nasprotnem primeru se financira in implementira (Davila in Epstein 2014).

V drugem pristopu pa lahko vidimo, kako tvegani kapital investira v stopnjah inovacijskega procesa. Tukaj je namesto dolgoročnega cilja več kratkoročni ciljev. V vsakem naslednjem koraku se inovacija testira in nato, če je uspešna tudi vloži kapital za nadaljnje raziskave. V primeru, če pride do novih odkritij in spoznanj se nato spet sestavi načrt, ki se ga testira in zopet, če je uspešen financira. Tako se cikli ponavljajo, dokler inovacija ni dovršena in pripravljena za trg (Davila in Epstein 2014).

Ekonomije osnovane na testiranju imajo tako veliko uspehov, kot neuspehov. Pogosto se izkaže, da vlaganje veliko truda ne prinese nujno rezultata, a hkrati je potrpežljivost vrlina, ki na dolgi rok lahko premaga vse cikle (Metcalf 1998).

6 Kultura in odnos do podjetništva

Kultura je visoko kompleksen fenomen, ki ima na eni strani lahko globoko zakoreninjeno manifestacijo ali pa na drugi strani deluje bolj površinsko. Vrednote so še najgloblje zakoreninjena kulturna dimenzija. Raziskovalec nacionalne in organizacijske kulture Geert Hofstede definira vrednote, kot široko težnjo po določenemu stanju odnosov do drugih. (Audretsch 2014) Ideja kulture poudarja podjetniško aktivnost, ki se ne osredotoča samo na dobiček, ampak tudi na razvoj ljudi in skupnosti. (Peris – Ortiz in drugi 2016) Kljub temu, da je bilo v preteklosti mnenje o podjetnikih dokaj negativno, saj so bili smatrani kot oportunisti, ki profitirajo na račun drugih. Podjetnike so povezovali z nižjimi družbenimi razredi, prekupčevalci, preprodajalci, šarlatani, nekom, ki hoče zaslužiti na hitro in pogosto na neformalnem črnem trgu. (Morrison 1999)

V Poročilu človeškega razvoja 2010 (Human Development Report 2010) so izpostavili, da so ljudje resnično bogastvo sveta, v smislu, da je osnovni cilj razvoja ustvariti stimulatивно okolje za ljudi in jim omogočiti dolgo, zdravo in kreativno življenje. Ta trditev tudi kaže na potrebno sinergijo med ekonomskim, človeškim in družbenim razvojem. (Peris – Ortiz in drugi 2016)

Razvoj bi se moral osredotočiti na trajnost in vključevanje družbe v procese. To bodo v prihodnosti poglavitni in dragoceni prispevki k razvoju demokratičnih družb. S tem se bo spodbujala tudi konkurenčnost, socialna kohezija, boljša delovna mesta, družbena solidarnost in okoljsko zavedanje. (Peris – Ortiz in drugi 2016)

Ameriški predsednik Barack Obama je podjetnike leta 2011 ob predstavitvi iniciative »Startup America« (ZDA za zagon podjetij) leta 2011 nagovoril in poudaril njihovo pomembno vlogo v ZDA in v globalnem svetu:

»Podjetniki utelešajo obljubo ZDA: idejo, da če imaš dobro idejo in si pripravljen zanjo trdo delati in v njo verjeti, lahko v tej državi tudi uspeš. In ko je ta obljuba izpolnjena, podjetniki tudi igrajo ključno vlogo pri širitvi gospodarstva in kreiranju služb.« (Feld 2012)

Trajnostni ekonomski razvoj je odvisen od procesa prenove posameznika in institucij, osnovan na fleksibilnosti, inovativnosti, humanizaciji in obstoju podjetnikov, ki so zmožni zgrabiti dane

priložnosti, delovati v nepredvidljivih situacijah in ustvarjati gospodarski in družbeni razvoj. To pomeni, da je potrebno promovirati drugačne modele in rešitve, ki so podprte s skupnimi vrednotami in se nanašajo na ustvarjalnost gospodarskih modelov, ki tudi ustvarjajo nevprašljivo odgovornost do družbe. Taka pozitivna sinergija je lahko ustvarjena v primeru, da dosežemo glavne izzive in družbene potrebe na preudaren in inovativen način. (Peris – Ortiz in drugi)

V različnih državah in skupnostih varira toleranca do neuspeha, ki je relativna na kulturne vrednote. V ZDA se neuspešna izpostavitve podjetja šteje skoraj, kot čast. Na Irskem obstaja družbena stigma do neuspeha. V Veliki Britaniji svetovalci v bankah in podjetjih vidijo neuspeh dokaj na pozitivni razumni ravni. Po njihovem mnenju se je nekdo, ki je vzpostavil neuspešno podjetje, nekaj naučil iz te izkušnje. Posledično se njegove možnosti za uspeh lahko pri drugem poskusu zelo izboljšajo. V tem smislu je lahko neuspeh viden, kot ključni dejavnik za uspeh v prihodnosti (Morrison 1999).

Venomer so skozi zgodovino v družbah obstajali podjetniki. Razlika med njimi in dandanašnjimi podjetniki pa je v tem, da obstaja višja splošna raven spoštovanja. Kulturno je v večini držav kariera podjetnika postala družbeno in ekonomsko sprejeta. Poleg tega pa so podjetniki danes pogosto vzor, ki je povezan z pozitivnimi konotacijami, kot so duh, vnema in ustvarjalnost (Morrison 1999).

7 Analiza podatkov in kazalcev podjetniškega ekosistema v Sloveniji in ZDA

7.1 Metodologija analize in GEM Poročilo

Metodologija analize bo primerjalna raziskava in opis podjetniških kazalcev in pogojev iz poročila GEM za Slovenijo in ZDA v povprečnem razponu desetih let. Na ta način bo mogoče opaziti določene trende, ki so se v tem obdobju dogajali. Primerjalno analizo bom nadgradil z drugimi poročili, kot so GII (Globalni Inovacijski Indeks), Poročilo Slovenskega podjetniškega Observatorija, poročilo Start:up Manifest, UMAR (Urad RS za makroekonomske analize in razvoj), SBA (Small Business Administration) – Agencija za mlada podjetja v ZDA, poročilo o podjetniškem duhu AGER 2015, Kauffman index, COMPASS poročilo, strokovnimi članki in monografijami za boljši vpogled v delovanje slovenskega in ameriškega podjetniškega ekosistema.

V glavnem vodilu GEM poročila je bila metodologija zbiranja podatkov in kodiranja uveljavljena enotna za vse sodelujoče države, kar zagotavlja primerljivost zbranih podatkovnih baz ter zanesljive in smiselne poglobljene analize znotraj posameznega gospodarstva, pa tudi primerjalne analize med sodelujočimi državami. (GEM Slovenija 2015)

Globalni podjetniški monitor (GEM - Global Entrepreneurship Monitor) je organizacija, ki raziskuje globalno podjetništvo in ga definira kot vsak poskus ustanavljanja novega podjetja oziroma uresničevanja idej. Bodisi, kot samozaposlitev, podjetje ali razširitev obstoječega podjetja. Ta pa ustvarjajo posamezniki, ekipe posameznikov ali že ustanovljena podjetja. (Kegel 2016)

Primerjal bom različne aspekte podjetništva in njihove dejavnike, kot so odnos do podjetništva, aktivnosti in aspiracije posameznikov v obdobju 2005 - 2015. Zaradi svoje mednarodne naravnosti omogoča primerjalno analizo več držav in s tem pripomore k izboljšanju njihovih podjetniških ekosistemov. (GEM Slovenija 2015)

GEM določa tudi več ključnih podjetniških pogojev pomembnih za uspešnost podjetniškega ekosistema. Podatki upoštevajo podjetniško financiranje, državno zakonodajo, državne podjetniške programe, podjetniško izobraževanje, vlaganje v raziskave in razvoj, poslovno in

strokovno infrastrukturo, regulacije za vstop na trg, fizično infrastrukturo in kulturne ter družbene norme (Kegel 2016). S temi podatki bom dobil vpogled v kakovost podjetniškega ekosistema v Sloveniji in ZDA v obdobju 2007 - 2016.

7.2 Aktivnost podjetništva

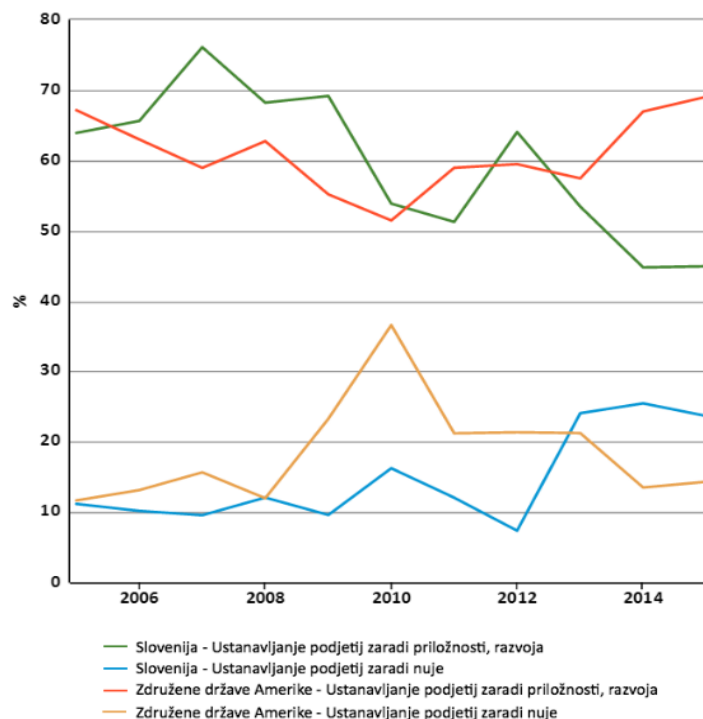
7.2.1 Ustanavljanje podjetij zaradi priložnosti, razvoja v primerjavi z nujo

Ustanavljanje zaradi priložnosti, razvoja se meri z odstotkom podjetnikov, ki so vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost oz. TEA (Total Early Stage Entrepreneurial Activity) in jim je:

1. namen ustanoviti podjetje, zaradi priložnosti (in ne nuje)
2. njihov glavni motiv vključenosti v to priložnost je biti neodvisen ali povišanje lastnega dohodka, napram vzdrževati obstoječi dohodek

Podjetniška aktivnost zaradi nuje se meri v odstotku tistih, ki so vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost TEA (Total Early-entrepreneurship Activity) in imajo vzpostavljeno podjetje, ker ni bilo druge možnosti za zaposlitev. (GEM Slovenija 2015)

Slika 7.1 Ustanavljanje zaradi priložnosti, razvoja in nuje



Na sliki 7.1 lahko opazimo, da je bil pred kriznim letom 2007 v Sloveniji odstotek tistih, ki so ustanovili novo podjetje zaradi priložnosti, neodvisnosti ali povečanega prihodka 76%, kar pomeni, da je bil nad ameriškim, ki je bil leta 2007 izmerjen na 58,9%. Po tem, ko se je v obdobju 2012 - 2014 ta nivo v Sloveniji znižal za kar 20%, in sicer iz 64% na 44,7%, se je nato do leta 2015 stabiliziral in malenkostno narasel na 45% raziskane populacije, ki je ustanovilo podjetje zaradi priložnosti. V ZDA pa je krivulja leta 2013 začel naraščati iz približno 57% na skoraj 70% v letu 2015. V obeh državah je v letu 2014 bilo zaznati rast ustanavljanja, zaradi priložnosti, kljub temu so imele ZDA bistveno višje povečanje tega dejavnika.

Na Slika 7.1 lahko opazimo tudi krivulji, ki kažeta podjetja, ki so bila ustanovljena zaradi nuje oziroma zaradi tega, ker ta posameznik ni imel druge možnosti za zaposlitev. V Sloveniji je bil odstotek tistih, ki so ustanovili podjetje, zaradi nuje do leta 2010 pod 15%. Nato je leta 2012 padel še za polovico, in sicer na 7,36%. Istega leta je bila v porastu krivulja ustanavljanja zaradi priložnosti in sicer je iz 51% (2011) narasla na 64% (2012). To pomeni da je v obdobju med letoma 2011 in 2012 bil trend ustanavljanja, zaradi priložnosti višji od tistega zaradi nuje.

V obdobju med letoma 2012 in 2013 je dejavnik ustanavljanja, zaradi nuje narasel za trikrat in se ustalil pri približno 25%. Leta 2015 je malenkostno padel na 23,7 odstotka. Četrtnina vseh ustanovljenih podjetij leta 2015 v Sloveniji je torej nastalo, zaradi nuje in ne zaradi videne priložnosti oziroma razvoja. Slika je nekoliko drugačna v ZDA saj se je trend po vrhuncu leta 2010 obrnil navzdol. Leta 2010 je bilo namreč več kot tretjina (36,58%) vseh podjetij ustanovljeno, zaradi nuje. Nato je trend od leta 2010 padal vse do 2014 in se ustavil na 13,5% ter nato v tem letu malenkostno narasel na 14,3%.

V Sloveniji je UMAR ugotavljal, da se je zaradi finančne krize občutno zmanjšala zgodnja podjetniška aktivnost. Predvsem je bilo to opaziti pri tistih zgodnje faznih aktivnostih, ki so bile spodbujene s poslovnimi priložnostmi. Te so pred krizo oziroma v času konjunktore (2005 – 2007), kakor je razvidno na sliki 7.1 (2005 – 2007), bile glavni dejavnik krepitve podjetniške aktivnosti (UMAR 2011).

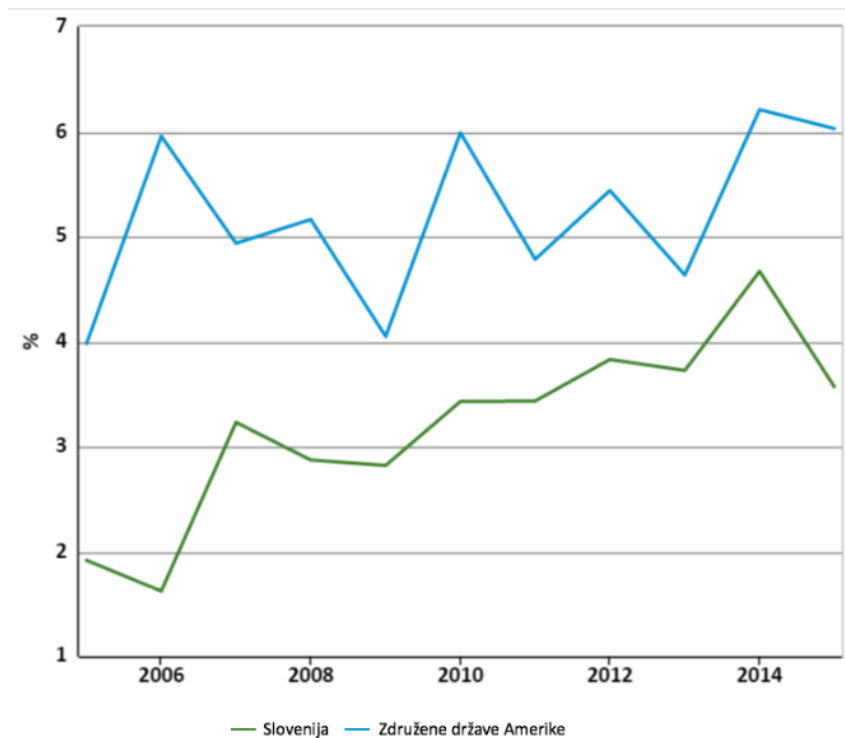
Na ekonomski fakulteti Univerze v Mariboru ugotavljajo, da je trend sprememb pri podjetništvu zaradi nuje pogojen z stopnjo brezposelnosti, saj se posamezniki vključujejo v podjetništvo, ker nimajo druge možnosti zaposlitve. (Pavlin 2015a) Zavod RS za zaposlovanje (ZRZS) pa je leta 2012 namenil subvencije za samozaposlitev v višini 13.9 milijona evrov, kar

naj bi zadostovalo za 3.089 novih samozaposlitev. V letu 2013 je ZRZS namenil še dodatnih 11,2 milijona evrov, kar naj bi zadostovalo za 4.500 samozaposlitev (Borštnik 2012). Ravno v teh letih, in predvsem v letu 2012, se je povišala stopnja samozaposlitev zaradi nuje. V ZDA pa se je po ugotovitvah Kauffmanovega indeksa, ki meri podjetniško aktivnost, odstotek ustanoviteljev zagonskih podjetij iz nuje znižal iz 300 na 100,000 posameznikov v letu 2012, na 280 v letu 2013. (Pofeldt 2014) Ta trend se je nato nadaljeval še v leto 2014, a se je nato zopet zvišal na 330 ustanoviteljev podjetja iz nuje v letu 2015 (Kauffman Index 2016).

7.2.2 Neformalna stopnja investiranja

Neformalna stopnja investiranja se meri v odstotku populacije med 18 in 64 letom, ki investira osebni kapital v novo podjetje nekoga drugega v zadnjih treh letih. (GEM Slovenija 2015)

Slika 7.2 Neformalna stopnja investiranja



Iz slike 7.2 lahko razberemo, da se je v Sloveniji odstotek populacije, ki je investiral osebni kapital v podjetje nekoga drugega v obdobju 2005 – 2010 narasel iz 1,92% leta 2005 na 3,57% leta 2015, vrhunec pa je dosegel leta 2014 z 4,67%. V ZDA je bil v tem obdobju ta odstotek vedno višji od 4%, vendar vedno med 4-6%. Najvišjo raven je dosegel leta 2014 z 6,21% in se nato malenkostno spustil na 6,03% leta 2015.

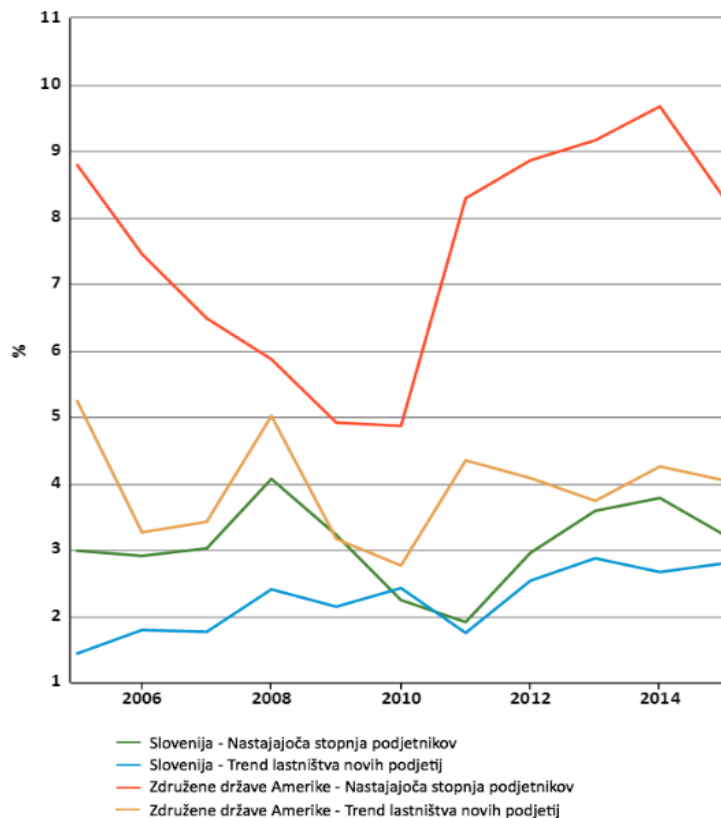
Večino neformalnih investitorjev predstavljajo poslovni angeli. Kljub nekolikošnemu padcu stopnje v letu 2014 so pri slovenskem Silicion Gardens (Silicijevski vrtovi) skladu prepričani, da so poslovni angeli v Sloveniji znova bolj aktivni, saj so v letu 2015 investirali 1,100,000 dolarjev v zagonska podjetja leta. (Špetič 2016) Po študiji Slovenskega podjetniškega observatorija za leto 2014 pa je izmed 156 slovenskih zagonski podjetij, kar 96,8% odgovorilo, da je delež kapitala pridobila iz lastnih virov, družine ali prijateljev. (Močnik in Rus) V ZDA je bilo tudi zaznati padec investiranja poslovnih angelov, saj so njihove investicije po raziskavi Kauffmanovega poročila padle za 2,8%. Jeffrey Sohl direktor centra za raziskave tveganja je dejal, da je to nekoliko nespodbudno, saj so trenutno zagonska podjetja v fazi, ko najbolj potrebujejo ta kapital. (Kauffman Index 2015)

7.2.3 Nastajajoča stopnja podjetnikov in trend lastništva novih podjetij

V nadaljevanju bom primerjal *nastajajočo stopnjo podjetnikov ter trend lastništva novih podjetij*, za katere uporabljam naslednji definiciji:

1. **Nastajajoča stopnja podjetnikov** se meri v odstotku populacije med 18 in 64 letom, ki so trenutno podjetniki v nastajanju. Aktivno so vključeni v vzpostavljanje podjetja, katerega bodo v celoti lastniki ali solastniki. To podjetje še ni izplačevalo plač, nadomestil ali drugih prihodkov dlje kot tri mesece (GEM Slovenija 2015)
2. **Trend lastništva podjetij** se meri v odstotku populacije med 18 in 64 letom, ki so trenutno lastniki upravljalci novega podjetja. To pomeni, da so lastniki in upravljalci delujočega podjetja, ki izplačuje plače, nadomestila ali katerakoli druga izplačila lastnikom več kot 3 mesece, ampak manj kot 42 mesecev (GEM Slovenija 2015)

Slika 7.3 Nastajajoča stopnja podjetnikov in Trend lastništva podjetij



Slika 7.3 prikazuje, da se je v Sloveniji nastajajoča stopnja bodočih podjetnikov vseskozi gibala pod štirimi odstotki z izjemo leta 2008, ko je to stopnjo malenkost preseгла. Po trendu leta 2011, ko je stopnja začela naraščati in se ustavila leta 2014 na 3,8%, se je ta v tem letu nekoliko znižala na 3,2%. V ZDA je bila ta stopnja v zadnjih desetih letih vedno višja od slovenske. Po padanju stopnje v obdobju 2005 – 2010, ko je dosegla 4,9%, se je nato v letih 2010 – 2014 skoraj dvakratno zvišala na 9,7%. V tem letu pa je zopet nekoliko padla na 8,3% z letom 2015.

V Sloveniji je odstotek populacije, ki je imelo v lastništvu lastno podjetje in je bilo starejše od 3 mesece in mlajše od 42 mesecev vselej pod 3% (za v obdobje 2005 – 2015). To lastništvo se je sicer povečalo v letu 2011 in nato malenkost padlo leta 2013, a se je leta 2015 zopet povišalo na 2,8%, kar je še vedno pod povprečjem evropske unije. V ZDA je bil ta odstotek z izjemo leta 2010 vseskozi nad 3%. Leta 2007 se je ta odstotek povečal na 5%, a z nastopom finančne krize je hitro zdrsnil na skoraj 3%. V letu 2015 je bilo v ZDA lastništvo novih podjetij 4% in je v primerjavi z letom 2014 nekoliko zdrsnilo.

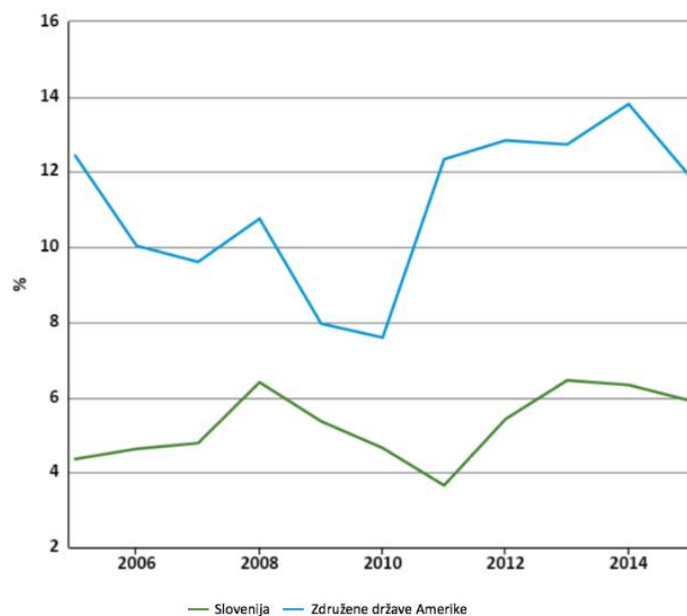
V Sloveniji sta nivoja bodočih podjetnikov in ustanavljanjem novih podjetij v letu 2015 bila na podobni točki, in sicer je bil prvi na 3,2% ter drugi na 2,79%. To tudi kaže, da imajo v Sloveniji

bodoči podjetniki ustvarjen dolgoročnejši plan in vedo, kakšne cilje imajo ter kakšen je trg, čeprav jih je po odstotku manj, kot v povprečju Evropske unije. Medtem pa je v ZDA bilo bodočih podjetnikov (8,3%) precej več, kot na novo ustanovljenih podjetij (4%). To lahko pomeni, da je v ZDA veliko podjetnikov, ki že vzpostavlja podjetje, a preneha z ustanovitvijo ali pa ne obstane več kot 3 mesece na trgu.

7.2.4 Celotna zgodnje fazna podjetniška aktivnost

Celotna zgodnje fazna podjetniška aktivnost (TEA) se meri v odstotku populacije med 18 in 64 letom, ki imajo bodisi podjetje v nastajanju ali pa so lastniški upravljalci novega podjetja. (GEM Slovenija 2015)

Slika 7.4 Celotna zgodnje fazna podjetniška aktivnost



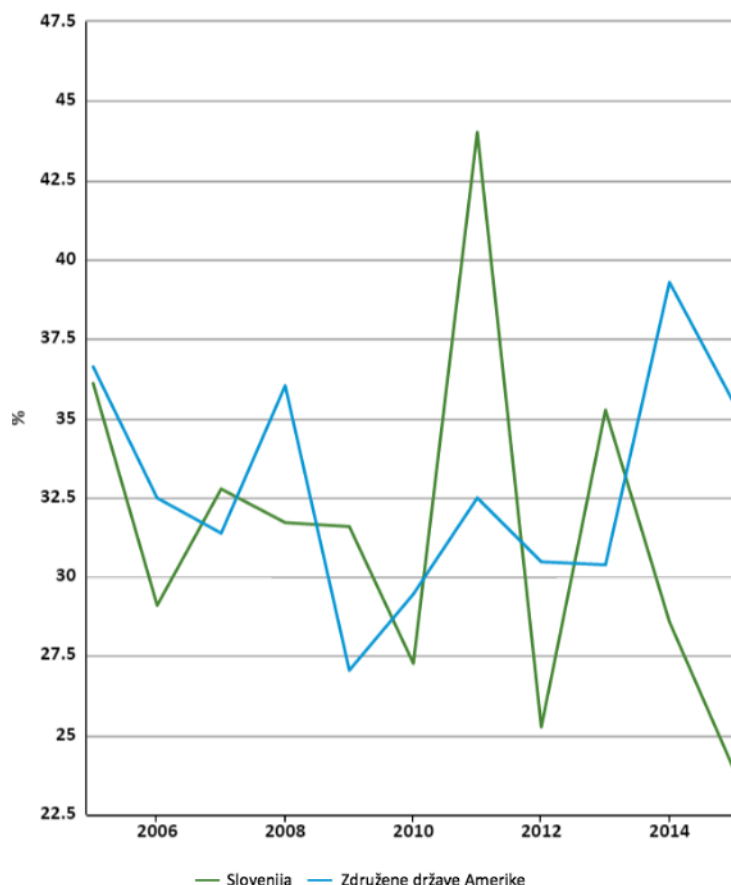
V Sloveniji je, kot je razvidno iz slike 7.4, odstotek populacije, ki imajo bodisi podjetja v nastajanju ali so lastniki novih podjetij precej manjši kot v ZDA. V ZDA je bil ta odstotek od leta 2010 do 2014 nad 12%. V letu 2015 pa je padel tik pod to mejo na 11,9%. V Sloveniji pa je ta odstotek z 5,91% (2015) prišel pod mejo 6%, ki jo je že presegel leta 2008 in 2013. Najnižjo raven je dosegel leta 2011 z le 3,65%. Slovenija v svetovnem merilu dosega nezavidljivo 53. mesto med 60 državami, medtem ko ZDA zasedajo sredino lestvice z 27. mestom.

7.3 Podjetniške aspiracije

7.3.1 Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo

Zgodnja podjetniška aktivnost (TEA) s pričakovano visoko rastjo se meri v odstotku tistih podjetnikov, ki so v zgodnji podjetniški aktivnosti (TEA) in imajo namen zaposliti vsaj pet kadrov v petih letih. (GEM Slovenija 2015)

Slika 7.5 Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo



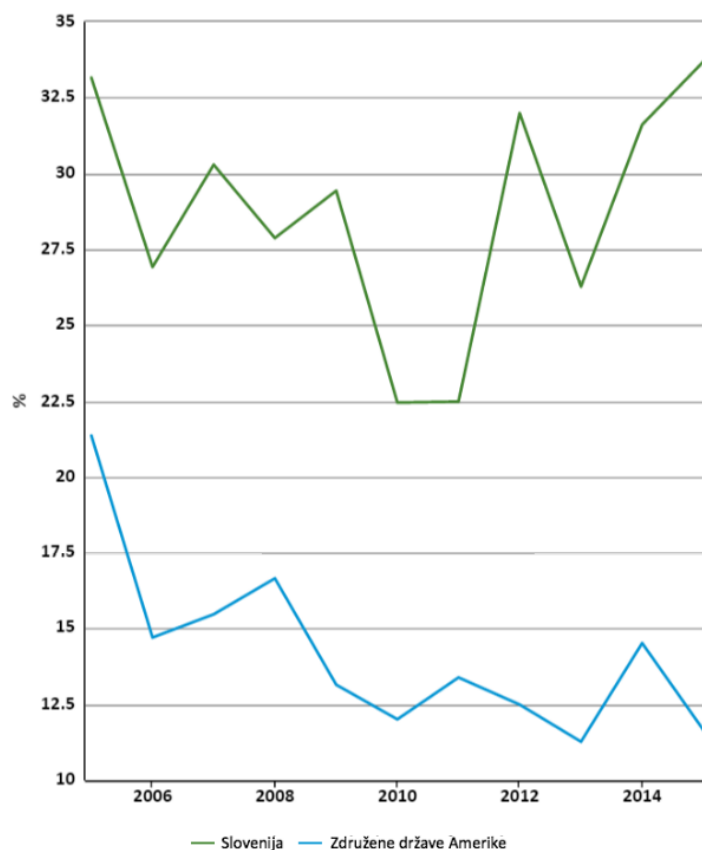
Na sliki 7.5 je razvidno, da je v Sloveniji odstotek tistih podjetij, ki imajo namen zaposliti vsaj pet kadrov v naslednjih petih letih bil v zadnjih desetih letih na najvišji ravni leta 2011 s 44%. Nato je sledil strm padec, ki se je v letu 2012 ustavil na četrtinski meji z 25,2%. Kljub rasti odstotka v tem letu na nekaj več kot 35%, je nato do leta 2015 zopet strmo padel in pristal na 24%. V ZDA je bil ta dejavnik malce bolj stabilen in je iz 30% leta 2013 zrasel na 39% leta 2014 ter nato nekoliko vpadel na 35,5%.

V Start Up Manifestu Slovenija so zapisali, da rast prinašajo predvsem podjetniki, ki so posebno ambiciozni in so sposobni poiskati obetavne poslovne priložnosti. Posledično taka podjetja tudi hitreje rastejo. (Rebernik in Jaklič 2014) Slovenska zagonska podjetja so kljub padcem pričakovane hitre rast še naprej optimistična, saj kar tretjina vseh zagonskih podjetij v Sloveniji meni, da v prihodnjih letih lahko pričakuje vsaj med 10% in 50% povišanjem prihodkov. Nezanemarljiv pa je tudi podatek da 26,3% zagonskih podjetij pričakuje več kot 100% rast prihodkov v prihodnjih letih. (Start Up Slovenija 2016) V ekonomski reviji Fortune so zapisali, da se opazi upad visoko - rastočih zagonskih podjetij v ZDA, kakor lahko opazimo tudi v zadnjem letu na sliki 7.5. Pri Fortune grejo še dlje, saj so mnenja, da so hitrorastoča zagonska podjetja v upadu že od leta 2000 in da je le nekaj izjem, ki resnično doživljajo hitro rast. (Colvin 2016)

7.3.2 Mednarodno usmerjena zgodnja podjetniška aktivnost

Mednarodno usmerjena zgodnja podjetniška aktivnosti se meri v odstotku zgodnje podjetniške aktivnosti (TEA), ki navajajo, da je vsaj 25% njihovih kupcev iz tujine. (GEM Slovenija 2015)

Slika 7.6 Mednarodno usmerjena zgodnja podjetniška aktivnost

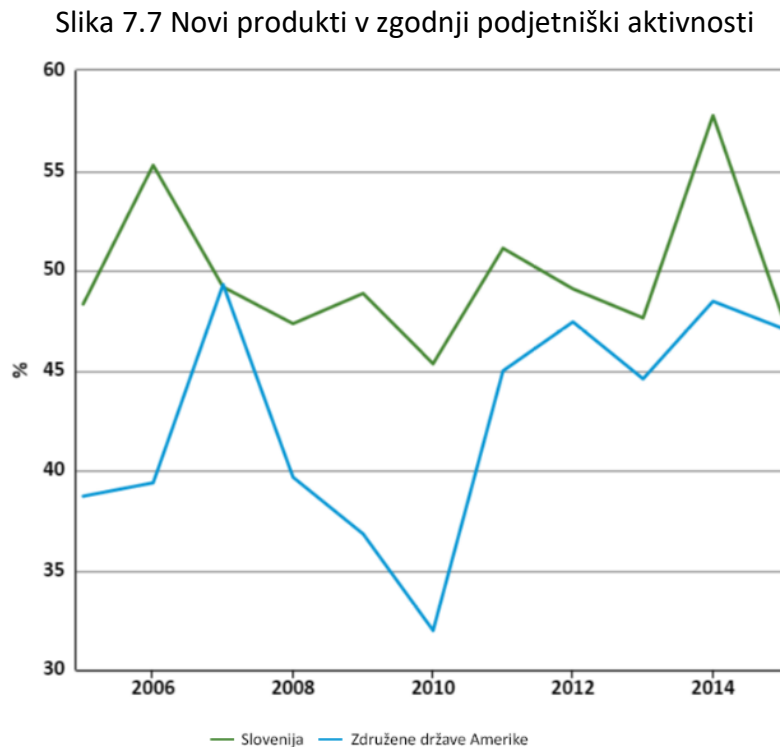


Na sliki 7.6 je opaziti, da je v Sloveniji bil odstotek tistih podjetji, ki zaznavajo vsaj 25% svojih strank iz tujine v zadnjih desetih letih vseskozi višji od tistega v ZDA. Temu verjetno botruje dejstvo, da je Slovenija majhen trg in se morajo podjetja odpirati na ostale trge, če se želijo razvijati. Po drugi strani pa imajo ZDA ogromen notranji trg, zato zagonskim podjetjem, do določene točke v razvoju, ni potrebno iskati tujih strank. V Sloveniji je bil ta odstotek na najnižji ravni med letoma 2010 in 2011 in sicer 22,4%.

Slovenija je v letu 2011 želela z resolucijo o Raziskovalni in inovacijski strategiji Slovenije 2011 – 2020, med drugim tudi z internacionalizacijo oziroma mednarodno usmerjenost spodbuditi krepitev inovacijskih podjetij. V resoluciji so poudarili pomembnost uspešnega nastopa na tujih trgih in konkurenčnost podjetij. To bi dosegli predvsem z spodbujanjem inovativnosti in tesnejšo povezavo s programi mednarodnega razvojnega sodelovanja. (Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo 2011) Glede na podatke iz zgornje slike 7.5 lahko razberemo, da je bil ukrep uspešen, še posebej po letu 2013, ko je bilo zaznati rast mednarodno usmerjenih zgodnje-podjetniških aktivnosti. Razlog zakaj je ameriška mednarodna naravnost manjša od slovenske, lahko najverjetneje najdemo v notranjem trgu teh držav. Medtem ko ima ZDA največji potrošniški trg na svetu, ima Slovenija diametralno zelo majhen notranji trg. To je glavni razlog, da se mora Slovenija, nujno obrniti tudi na tuje trge, medtem ko je v ZDA lahko podjetje uspešno že, če trguje izključno na svojem trgu. (Goldstein 2015)

7.3.3 Novi produkti v zgodnji podjetniški aktivnosti

Novi produkti v zgodnji podjetniški aktivnosti se merijo v odstotku TEA, ki navajajo, da je njihov produkt ali storitev nekaj novega vsaj nekaterim strankam. (GEM Slovenija 2015)



V Sloveniji je, glede na krivulje na sliki 7.7, opaziti, da je celo desetletje od 2005 do 2015 bil večji odstotek podjetnikov, ki so smatrali svoj produkt ali storitev, kot inovativnost za vsaj nekatere stranke v primerjavi s tistim v ZDA. Po tem, ko je v Sloveniji leta 2014 prišel ta odstotek na najvišjo raven (57,7%), je v letu 2015 padel na 47,6% in se skoraj izenačil z ameriškim 47%.

V Slovenskem podjetniškem observatoriju so leta 2014 napravili analizo 156 zagonskih podjetij, ki spadajo v kriterij inovativnih podjetij. Na podlagi svoje analize so ugotovili, da kar 80% zagonskih podjetij v Sloveniji meni, da njihov produkt predstavlja inovacijo na globalni ravni, kar je veliko višja raven napram tisti v poročilu GEM 2015 – 2016. (Močnik in Rus 2015) Leta 2015 je na primer slovensko zagonsko podjetje Sunesis prejel prestižno nagrado za Java inovacije, ki jo podeljujejo v San Franciscu. (Pavlin 2015b) Profesor podjetništva Mitja Ruzzier pa meni, da so Slovenci zelo kreativni, le da manjka vmesna sestavina, ki bi idejo uspešno pripeljala na trg. (Kupec 2016) Študija leta 2010 je ugotovila, da uveljavljena podjetja v ZDA raje investirajo v obstoječe tehnologije in v posamične novosti, medtem ko so v zagonskih

podjetjih osredotočeni bolj na nove tehnologije in radikalne inovacije. Poročilo Kauffman je to študijo podprl z izsledki, da je bolj verjetno, da nova podjetja vstopijo na trg z najsodobnejšimi inovacijami. (Surowiecki 2016)

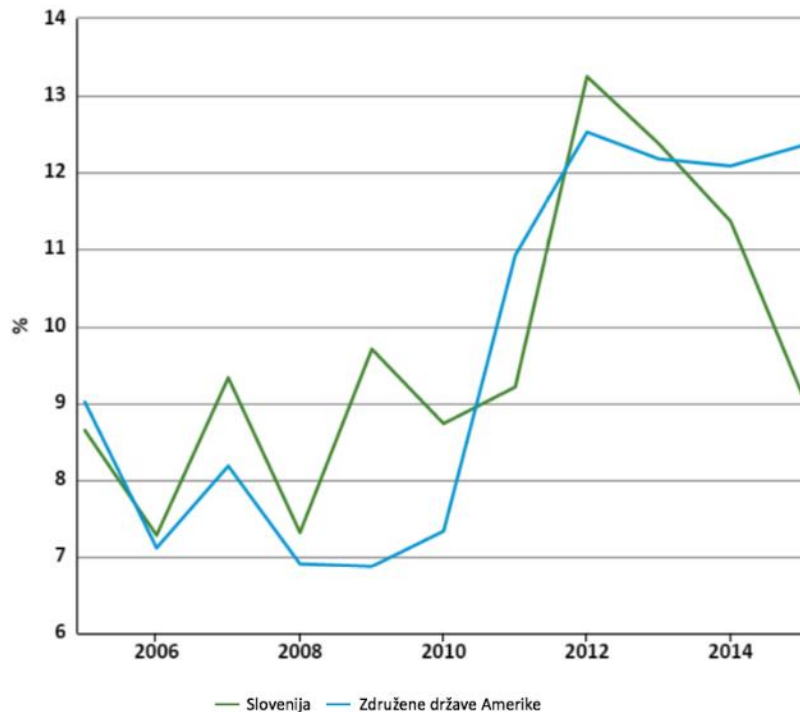
7.4 Odnos in dojetanje podjetništva

V Sloveniji je imelo leta 2015 pozitiven odnos do podjetništva 62,3% odraslega prebivalstva, kar pomeni dober odstotek več v primerjavi z letom 2014. Kljub temu pa še vedno tretjina odraslih slovenske populacije nima izoblikovanega pozitivnega odnosa do podjetništva. (GEM Slovenija 2015) V ZDA pa že več let manj kot tretjina celotne raziskane populacije meni, da ima strah pred neuspehom. (GEM Report USA 2015)

7.4.1 Podjetniške namere

Podjetniške namere se merijo v odstotku populacije med 18 in 64 letom (posamezniki vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki so potencialni podjetniki z namenom vzpostavitve podjetja v roku treh let. (GEM Slovenija 2015)

Slika 7.8 Podjetniške namere

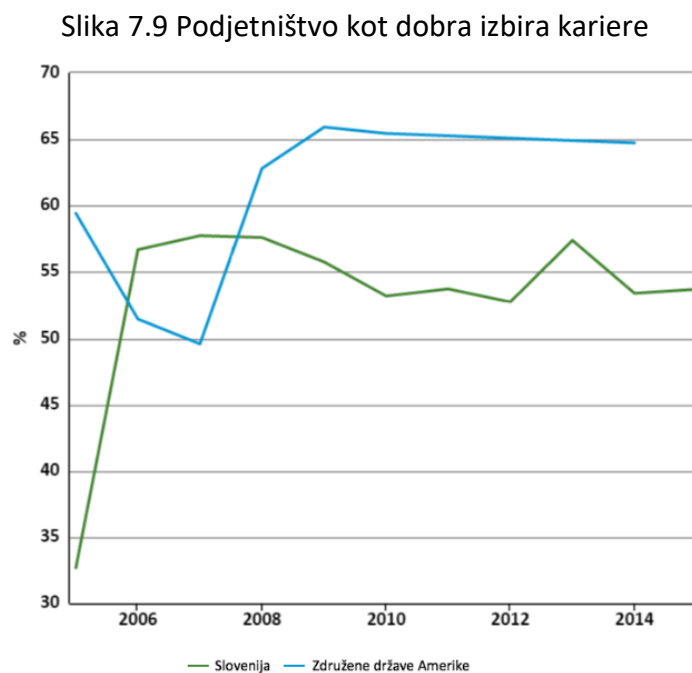


Iz slike 7.8 je razvidno, da je v Sloveniji namen posameznikov za ustanovitev podjetja v obdobju treh let do leta 2011 gibal pod desetimi odstotki (9,2%). Nato je leta 2012 narasel na 13,3% in naslednje leto padel na 11,4% do leta 2015, ko je prišel na podobno raven, kot leta 2011 in sicer na 9,1%. V ZDA se je ta odstotek leto poprej (2010) zvišal iz 7,3% na 10,9% leta 2011 in dosegel najvišjo točko leta 2012 z 12,5% ter nato ostal na podobni ravni do leta 2015 z 12,4%.

V Evropski Uniji (in s tem tudi Sloveniji) so po študiji AESI leta 2015, ki meri podjetniški duh v državah, kot dva najprivlačnejša dejavnika za odprtje podjetja navedli neodvisnost od delodajalca (48%) in samoizpolnitev oziroma uresničevanje lastnih idej. Pri mlajših od 35 let je bil pri več kot polovici vprašanih (55%) največji motiv neodvisnost. Motiv samoizpolnitve pa so izkazali predvsem v državah z večjim bruto družbenim proizvodom (AGER 2015). Uspešen ameriški podjetnik Richard Branson pa je mnenja, da večina podjetnikov ne ustanavlja podjetja zaradi finančnih motivov, ampak so to le posamezniki, ki radi ustvarjajo (Kurtz 2012).

7.4.2 Podjetništvo kot dobra izbira kariere

Podjetništvo kot dobra izbira kariere se meri v odstotku populacije med 18 in 64 letom, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi podjetništvo zaželena poklicna izbira. (GEM Slovenija 2015)



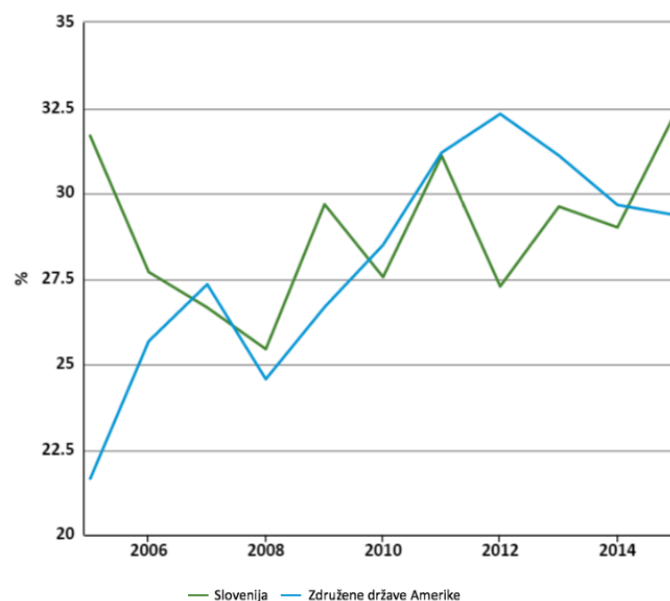
Leta 2005 je le manj, kot tretjina prebivalstva Slovenije bilo mnenja, da je podjetništvo dobra izbira kariere, kar prikazuje slika 7.9. Nato je ta odstotek močno poskočil v letu 2006, ko se je mnenje povišalo iz manj kot tretjine na 57,7% in približno ostalo na enaki ravni (okoli 55%) do leta 2015. Medtem pa je v ZDA leta 2005 obratnosorazmerno s Slovenijo padel na najnižjo raven v letu 2007, ko je nekaj manj kot polovica prebivalstva bila mnenja, da je podjetništvo dobra izbira kariere. Po tem letu pa narasla kar za 15% na najvišjo raven v letu 2009, ko je bilo tega mnenja že skoraj dve tretjini prebivalstva. To mnenje se je nato do leta 2014 gibalo okoli tega nivoja.

Poročilo organizacije Eurofund navaja, da kar 50% mladih slovencev med 15 in 34 leti prepozna podjetništvo kot zaželeno obliko kariere. Prav tako pozitivno zaznavajo podjetništvo in možnosti rasti in uspeha v Sloveniji. To jo tudi uvršča nad nivo evropskega povprečja, ki je na 41%. (Eurofund 2015) James Wiens iz fundacije Kauffman pa je na podlagi analiz mnenja, da se mladi čedalje manj odločajo za podjetništvo. Vzroke bi lahko našli vse od pomankanja izkušenj do finančne zadolženosti že v zgodnji odrasli dobi. (Wiens 2015)

7.4.3 Stopnja strahu pred neuspehom

Stopnja strahu pred neuspehom se meri v odstotku populacije med 18 in 64 letom (posamezniki vključeni v katerokoli podjetniško aktivnost so izključeni), ki navajajo, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja. (GEM Slovenija 2015)

Slika 7.10 Stopnja strahu pred neuspehom

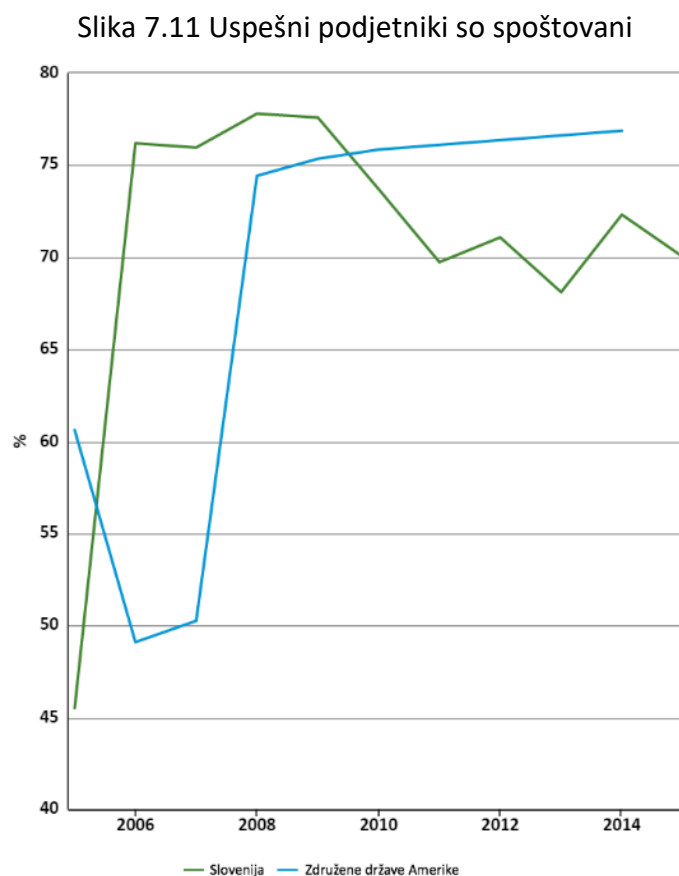


Na sliki 7.10 je razvidno, da je v Sloveniji strah pred neuspehom, kot vzrok za neustanovitev podjetja skozi leta 2006 – 2014, nihal. Najvišja raven odstotka tega dejavnika je nastala ravno v letu 2015 in sicer 32,3%. Najnižja pa je bila kriznem letu 2008, ko je približno četrtnina prebivalstva (25,4%), kot enega izmed razlogov za neustanovitev podjetja navedlo, neuspeh. V ZDA pa se je po letu 2008 strah pred neuspehom povečal izpod manj kot četrtnine celotnega odstotka (24,6%) na skorajšnjo tretjino v letu 2012. Po tem letu je dejavnik neuspeha v ZDA začel padati in je že pod 30%. Medtem ko je v letu 2014 v ZDA odstotek počasi začel padati, se je v Sloveniji povečal na tretjino prebivalstva.

ZDA imajo nizko raven strahu za neuspehom ter višjo nagnjenost k tveganju in samoiniciativno nujno po dosežku. Vse te osebne karakteristike pozitivno vplivajo na podjetništvo v ZDA. (Shah in drugi 2015)

7.4.4 Uspešni podjetniki so spoštovani

Spoštovanje uspešnih podjetnikov se meri v odstotku populacije med 18 in 64 letom, ki se strinja s trditvijo, da so v njihovi državi uspešno podjetniki spoštovani. (GEM Slovenija 2015)



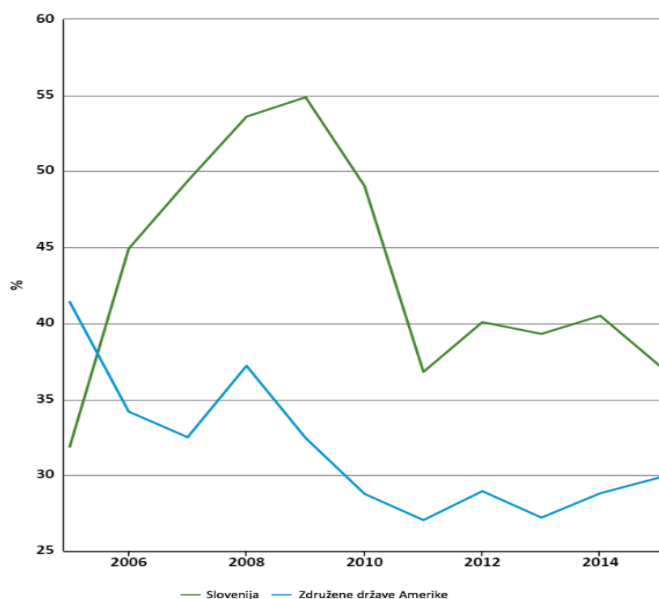
Slika 7.11 kaže, da je v Sloveniji bil odstotek tistih, ki se strinjajo s trditvijo, da uspešni podjetniki prejemajo visok status v njihovi družbi (državi) še leta 2005 pod polovico, in sicer 45,5%. Nato je v tem letu naglo narasel in se ustavil na 76% v letu 2006. Ta raven je rasla do kriznega leta 2008 in nato postopoma padla z manjšimi nihanji ter se leta 2015 ustavila na 70%. To pomeni, da se več kot dve tretjini prebivalstva strinja s tem, da so uspešni podjetniki spoštovani v njihovi državi s čimer se Slovenija uvršča na 7. mesto v evropskem merilu. V ZDA je ta raven sicer leta 2005 padla na izpod 50%, a se je trend leta 2007 naglo spremenil in je iz polovičnega odstotka (50%) narasel na skoraj 75%. Nato je počasi rasel in to mejo kmalu presegel ter se ustavil na 77% v letu 2014.

Ekonomist Blaž Kos je že leta 2007 opazil visok trend spoštovanja uspešnih podjetnikov. Sam je mnenja, da je vzrok taki rasti v vzpostavljanju univerzitetnih inkubatorjev in tehnoloških parkov. Tako se je po njegovem mnenju tudi zvišala podjetniška kultura in se le ta, čedalje bolj priznava kot vrednota. (Kos 2007) Podjetništvo je v ameriški kulturi globoko vtkano v njihovo zavest, navsezadnje se pogosto poudarjajo »ameriške sanje«. Torej ni nenavadno, da na podjetništvo gledajo precej pozitivno. (Price 2011)

7.4.5 Poznavanje nekoga, ki ima ustanovljeno podjetje

Poznavanje nekoga, ki ima ustanovljeno podjetje se meri v odstotku populacije med 18 in 64 letom, ki osebno poznajo nekoga, ki je vzpostavil podjetje v zadnjih dveh letih. (GEM Slovenija 2015)

Slika 7.12 Poznavanje nekoga, ki ima ustanovljeno podjetje



Na sliki 7.12 lahko opazimo, da je v Sloveniji bil ta kazalnik na vrhuncu leta 2009, ko je več kot polovica populacije poznala nekoga, ki je ustanovil svoje podjetje v zadnjih dveh letih. Od leta 2009 do leta 2011 je ta kazalnik strmo padel na 36,8% (2011) in zatem nihalo do leta 2014 ter na koncu padel na podobno raven 37% v letu 2015. V ZDA je ta odstotek padel leto poprej in sicer v kriznem letu 2008 iz 37% na 27% leta 2011. Do leta 2015 je prav tako nihalo, a končal z rastjo ter pristal na 30%. Razlog za manjšo poznavanje ljudi s podjetji lahko morda najdemo tudi v številu prebivalcev na kvadratni kilometer in številu korporacij, ki zaposluje večje število ljudi.

7.4.6 Medijska pozornost zagonskim podjetjem

Medijska pozornost se meri v odstotku populacije med 18 in 64 letom, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi mogoče v javnih medijih pogosto videti zgodbe o uspešnih novih podjetjih. (GEM Slovenija 2015)



V Sloveniji je bilo, glede na sliko 7.13, mnenje o poročanju uspešnih zgodb s strani medijev v času pred krizo (2007) relativno visok z 68,2 %. Medtem ko je bilo takrat to mnenje v ZDA na najnižji ravni z 50%. Nato lahko opazimo obratnosorazmeren trend, saj je po kriznem letu 2008 to mnenje v Sloveniji upadlo na 57,2% v letu 2009, medtem ko je v ZDA sicer že leto poprej (2008) skokovito naraslo na 72,9% in se v letu 2009 nekoliko znižalo, a se nato spet začelo

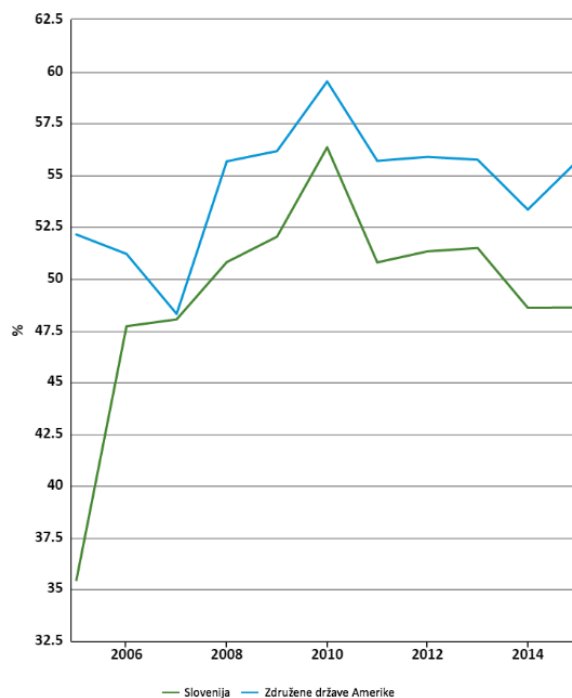
postopoma zviševati na najvišjo raven leta 2015 na 75,8%. Slovensko mnenje pa je po letu 2011 prav tako zraslo iz 45,1% na 60,3% v letu 2015.

V Slovenskem podjetniškem observatoriju so zapisali, da je vse od leta 2011 v medijih, ljudem predstavljenih vse več uspešnih novih podjetniških zgodb. (Močnik in Rus 2015) Uspešne zgodbe so predstavljene predvsem preko televizijskih oddaj in spletnih člankov. V podjetniški reviji Forbes so mnenja, da imajo mediji, ki pokrivajo uspešne zgodbe pomembno vlogo pri podjetništvu. V ZDA so v porastu tudi uspešne zgodbe ženski podjetnic, kar pozitivno spodbuja ženske k podjetništvu. (Stengel 2016)

7.4.7 Zaznavanje poslovnih zmogljivosti

Zaznavanje poslovnih zmogljivost se meri v odstotku populacije med 18 in 64 letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki verjamejo, da imajo potrebne veščine in znanje, da bi ustanovili podjetje. (GEM Slovenija 2015)

Slika 7.14 Zaznavanje poslovnih priložnosti



Slika 7.14 prikazuje, da je v Sloveniji odstotek populacije, ki je mnenja, da ima potrebne veščine in znanja za ustanovitev podjetja leta 2005 naglo narasel iz dotedanjih 35,5% na skoraj 48% leta 2006. Vse do leta 2010 je ta odstotek še naprej rasel in dosegel tega leta vrhunec z 56%. Nato je do leta 2015 postopoma padal in se ustavil tik pod polovično mejo na 48,6%. V ZDA je ta raven že desetletje bila (z eno izjema leta 2008 z 48%) nad polovično ravni. Prav tako, kot

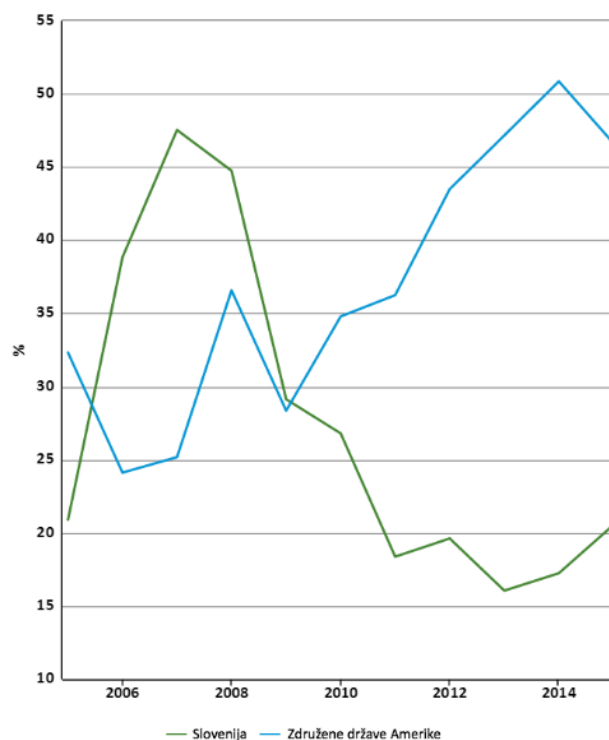
Slovenija je ta raven dosegla vrhunec v letu 2010 in sicer s 59,5%. Do leta 2015 je ta odstotek padel na 55,7%.

V Sloveniji je v zadnjih letih nastalo veliko organizacij, zavodov, sodelanj (co-workingov), inkubatorjev, pospeševalnikov in tehnoloških parkov, ki ustvarjajo med drugim tudi programe in delavnice o podjetništvu. Na teh delavnicah lahko obiskovalec pridobi nove veščine in znanja preko teorije in prakse za večjo samozavest pri ustvarjanju poslovne ideje in vzpostavljanju lastnega podjetja. (Švab 2014) V ZDA pa so ustvarili neprofitno organizacijo Mreža za učenje podjetništva (Network for teaching entrepreneurship), ki v sodelovanju z univerzami, mladim, še posebej tistim iz socialno ogroženega okolja, pomagajo pridobiti znanja in veščine, ki jih bodo potrebovali, ko bodo vstopili na trg dela. Organizacija sedaj, od ustanovitve leta 2004, deluje tudi drugod po svetu (Harrison 2014).

7.4.8 Zaznavanje poslovnih priložnosti

Zaznavanje poslovnih priložnosti se meri v odstotku populacije med 18 in 64 letom, ki zaznavajo dobre priložnosti za ustanovitev podjetja na območju kjer živijo. (GEM Slovenija 2015)

Slika 7.15 Zaznavanje poslovnih priložnosti



V Sloveniji so do leta 2008 podjetniki opazili veliko dobrih priložnosti za ustanovitev podjetja na slovenskem območju, kakor prikazuje slika 7.15. Vrhunec je dosegla leta 2007, ko je kar skoraj polovica 47,5% vseh podjetnikov bilo mnenja, da je poslovno okolje ugodno za ustanovitev podjetja. V primerjavi z ZDA je to presenetljivo visoko, saj je v istem letu takšnega mnenja v ZDA bila le četrtnina vseh podjetnikov. Tik pred finančno krizo se je v Sloveniji mnenje o dobrih poslovnih priložnosti v slovenskem okolju nekoliko znižalo, medtem ko se je v ZDA zvišalo. V kriznem letu pa je to mnenje padlo tako v ZDA in še bolj v Sloveniji.

V Sloveniji se je raven zaznavanja poslovnih priložnosti nižala (z manjšo izjemo leta 2011) do leta 2013, ko se je ta trend začel nekoliko zviševati in se je leta 2015 ustavil na 20,5%. Kljub manjšemu trendu naraščanja pa je to še vedno nezadovoljiva raven, saj Slovenija zaseda skromno 57. mesto med 60 sodelujočimi državami (Pavlin 2016). V ZDA pa je, leta 2009 začela krivulja zaznavanja poslovnih priložnosti, zviševati in se ustavila na vrhuncu leta 2014, ko je že polovica raziskane populacije bila mnenja, da zaznavajo poslovne priložnosti. Nato so ZDA leta 2014 zaznale manjši padec v zaznavanju priložnosti, ko je krivulja padla pod polovico raziskane populacije na 46,6%. To po mnenju Babson profesorice Donne Kelley kaže na manj optimizma v podjetništvu v letu 2014. Prav tako je mnenja, da padcu zaznavanja priložnosti v podjetništvu v ZDA med letom 2014 in 2015 lahko pripišemo temu, da so državljani pridobili dobre službe in niso toliko motivirani, da bi ustanovili lastno podjetje (Rogers 2016).

8 Kakovost pogojev podjetniškega ekosistema

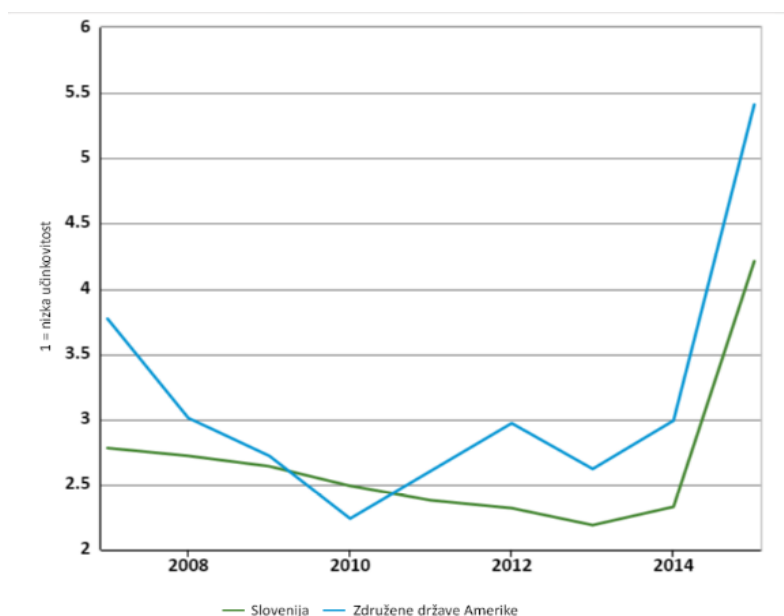
Kakovost pogojev podjetniškega ekosistema merijo na podlagi analiz nacionalnih strokovnih izvedencev vpetih v podjetniška okolja. Na podlagi ocen nato napravijo Likertovo lestvico, ki meri točke 1 – 9 pri čemer 1 predstavlja nizko učinkovitost in 9 visoko učinkovitost ekosistemskega pogoja. Ocene nad 5 pomenijo pozitivno rangiranje, ocene pod 5 pa negativno. (GEM Slovenija 2015)

8.1 Finančni viri

Finančni viri merijo razpoložljivost finančnih virov (lastniški in dolžniški viri financiranja) v majhnih in srednje velikih podjetjih (vključno z garancijami in subvencijami). (GEM Slovenija 2015)

Lestvica slike 8.1: 1 – 9: 1 = nizka učinkovitost, 9 = visoka učinkovitost

Slika 8.1 Finančni viri



Financiranje je bilo v Sloveniji in ZDA po letu 2008 po mnenju izvedencev pod zadovoljnim standardom, kot prikazuje slika 8.1. To se je spremenilo leta 2014, ko je tako v Sloveniji, kot ZDA ta raven leta 2015 skočila na, sicer še vedno, nezadovoljivih 4,2 točke v Sloveniji oziroma na 5,4 točke v ZDA, ki pa je že na zadovoljivi ravni.

V Sloveniji je bilo leto 2015 z vidika zagonskih podjetij financiranje zelo uspešno, saj so zbrali kar dvakrat več tveganega kapitala, kot leto poprej in presegli tudi mejo stotih milijonov dolarjev. Večina pridobljenih financ je prišla preko investicij tveganega kapitala. Naslednja pa je bila država, ki je namenila skoraj pol drugi milijon kapitala, a je kljub temu bil to le 2% delež glede na tvegani kapital. (Špetič 2016) Slovenska zagonska podjetja so med letoma 2006 in 2015 pridobila skoraj 234 milijonov evrov investicij, polovico od tega so prejeli v že omenjenem letu 2015. Množično financiranje pa je v istem letu prispevalo 1,6 milijona evrov kapitala. Investicije pospeševalnikov in poslovnih angelov pa so bile v višini 806 tisoč evrov preko pospeševalnikov oziroma 983 tisoč evrov preko poslovnih angelov. (Petrič 2016) Leto 2015 je bilo tako v Sloveniji za zagonska podjetja z vidika pridobivanja finančnih virov v resnici zelo plodno. Če pogledamo študijo podjetniškega observatorija slovenskih zagonskih podjetij, so še leta 2014 slovenska zagonska podjetja, večino pomoči in podpore pri razvoju pridobivala iz lastnih virov (oz. družine in prijateljev) in to v kar 96,8% primerih. Na drugem mestu so bile zagonske spodbude slovenskega podjetniškega sklada z 48,1%, zatem finančni viri mentorjev z 23,1% ter konvertibilnih posojil na četrtem mestu z 19,9%. Naslednja tri mesta so zasedli subjekti, ki so specifični za zagonsko okolje in sicer, nagrade na tekmovanjih za zagonska podjetja z 14,7%, konference in forumi (npr.: PODIM, Challenge, COINVEST) z 12,8% in Tehnološki park z 12,8%. Na osmem mestu najdemo tradicionalno pot do posojila in sicer banke z 9%, z njimi pa delijo mesto slovenski poslovni angeli. Ostali specifični vlagatelji za zagonska podjetja so še Univerzitetni inkubator z 7,7%, Podjetniški inkubator z 5,1%, Slovenski zasebni pospeševalniki (ABC pospeševalnik) z 3,8% in množično financiranje (crowdfunding) z 2,6%. Čisto na dnu lestvice pa lahko najdemo tisti subjekt, ki bi morda moral največ investirati v tako obliko poslovanja, to je Slovenski sklad tveganega kapitala z 1,9% vlaganja v slovenska zagonska podjetja. (Močnik in Rus 2015)

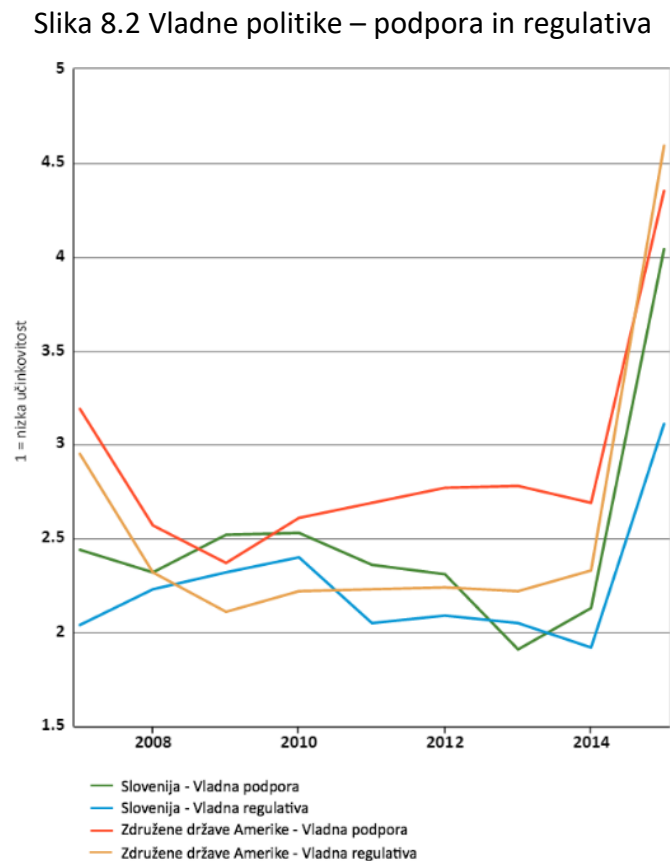
V ZDA pa so na valu prebujanja financiranja iz leta 2013 investitorji višino tveganega kapitala v podjetniški ekosistem za zagonska podjetja, v letu 2014, krepko povečali. Investicije so tako dosegle višino 59,1 milijard dolarjev ali še za 61% celotnega kapitala v letu 2014. To je tudi druga najvišja dosežena raven po letu 2000, ko so te dosegle visoko raven 105 milijard. Največ investicij so pridobila programska zagonska podjetja in sicer 41% celotnih investicij. To je tudi največji delež po letu 1995. (Newcomer 2015)

8.2 Vladne politike

Obseg, v katerem javne politike podpirajo podjetništvoima dve komponenti:

1. *Vladne politike – podpora*. Podjetništvo kot pomembno gospodarsko vprašanje (ocena vladne podpore malin in srednjim podjetjem)
2. *Vladne politike – regulativa*. Davki in predpisi so ali za vse velikostne skupine podjetij enaki ali spodbujajo nova podjetja in mala ter srednja podjetja (ocena vladne regulative, npr. davki in drugi predpisi za MSP) (GEM Slovenija 2015)

Lestvica slike 8.2: 1 – 9: 1 = nizka učinkovitost, 9 = visoka učinkovitost



Slika 8.2 prikazuje, da je bila v Sloveniji vladna podpora in njene politike v obdobju 2007 – 2014 na dokaj nizki ravni in se je gibala pod 2,5 točke, z izjemo obdobja 2009 – 2010, ko je bila ta raven malenkost višja. Nato je v letu 2014 iz skromnih 2,1 točke narasla že na 4 točke v letu 2015, ki je še pod zadovoljivo ravni. To pomeni, da se je vladna podpora in politika bolj zavzela za podjetništvo. Podobno je bilo pri regulativi trga, le da se je ta stopnja v letu 2014 le malo povišala. Kljub temu je Miroslav Rebernik iz Ekonomsko–poslovne fakultete mnenja, da

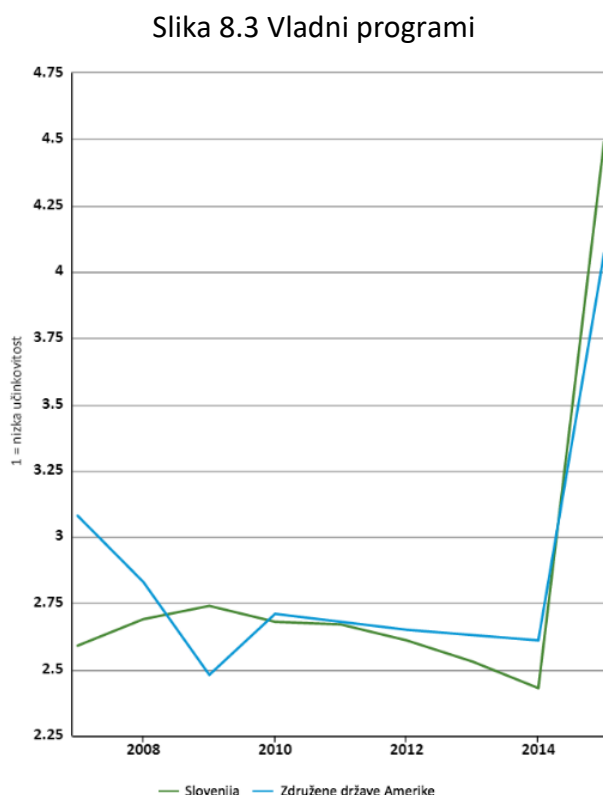
mora država še naprej izboljševati podjetniški ekosistem predvsem v smislu davčne politike in birokratskih ovir, saj mora spoznati, da je kakovostno podjetništvo ključno za okrevanje gospodarstva. (Pavlin 2016) V ZDA je bilo opaziti podoben trend naraščanja v zadnjih letih. Vseeno je vladna regulativa (4,6 točke) ZDA precej boljša od slovenske. Vladna podpora pa je le malenkost nad njo.

Po študiji 156 slovenskih inovativnih zagonskih podjetij leta 2014, ki jo je napravil slovenski podjetniški observatorij, je 80% zagonskih podjetij odgovorilo, da bi si v prihodnje želeli več podpore pri dodatnih davčnih olajšavah in oprostitvah v ekosistemu za zagonska podjetja. Prav tako je 78,2% analiziranih zagonskih podjetij odgovorilo, da bi si želeli poenostavitve in zmanjšanje zakonodajne regulative in birokracije. (Močnik in Rus 2015) Obstaja tudi veliko prostora pri izboljšanju birokracije, saj mednarodne organizacije opozarjajo, da je le ta zelo neučinkovita. (UMAR 2015) V ZDA pa se po študiji Pew Research Centra večina prebivalcev načeloma strinja s trditvijo, da je porazdelitev davčnih bremen med delojemalci in delodajalci pravična. Po neki drugi študiji pa eden od šestih američanov misli, da nekateri bogati ljudje in nekatere korporacije še vedno plačajo premajhen del davkov. (Desilver 2016)

8.3 Vladni programi

Vladni programi označujejo obstoj in kvaliteto programov direktno usmerjeno malim in srednjim podjetjem na vseh nivojih javne politike (nacionalne, regijske, občinske). (GEM Slovenija 2015)

Lestvica slike 8.3: 1 – 9: 1 = nizka učinkovitost, 9 = visoka učinkovitost



Na sliki 8.3 je opaziti, da se je obstoj kvalitetnih vladnih programov za mala in srednja podjetja tako v Sloveniji, kot v ZDA v obdobju med letoma 2009 in 2014 gibali pod mejo 2,7 točke, kar je precej skromna raven. Nato je krivulja leta 2014 poskočila iz 2,4 v Sloveniji in 2,6 v ZDA na 4,5 točke v Sloveniji oziroma na 4,1 točke v ZDA. Za obe državi to pomeni, da sta se obstoj in kakovost vladnih programov izboljšali. Vseeno pa sta obe ravni pod zadovoljivo vrednostjo.

Zagonska podjetja v Sloveniji imajo čedalje boljše mnenje tudi o delovanju in ukrepih vlade, saj je država v zadnjih letih močno okrepila program za podporo zagonskim podjetjem. (Močnik in Rus 2015) V Sloveniji se je ekosistem z zagonska podjetja precej razvil tudi zaradi sodelovanja in spodbujanja Republike Slovenije. Vladni programi tako ponujajo tvegani kapital preko Slovenskega podjetniškega sklada, znanje in večine s Tehnološkim parkom na Brdu,

projekt Slovensko Inovacijsko Stičišče, ki združuje skupaj državne institucije, univerze, podjetja, tehnološke parke, inkubatorje in pospeševalnike. Torej, obstaja celoten ekosistem z javno agencijo Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internationalizacije, tujih investicij in tehnologije, Ministrstvo za Gospodarski Razvoj in Tehnologijo, ki preko razpisov ponujajo subvencije ter nepovratna sredstva za zagonska in socialna podjetja. Glavna naloga Republike Slovenije pa je sedaj, da ustvari aglomeracijo vseh dejavnikov uspešnega ekosistem na enem mestu. Tako je prišel na dan predlog o že omenjenem projektu »Slovensko Inovacijsko Stičišče«, ki bi postal skupek dveh ekosistemov v Ljubljani in sicer na Brdu in Viču v bližini Instituta "Jožef Stefan". Vsak od teh dveh lokacij ima svoje prednosti in slabosti. Prednost Brda je v tem, da je tam že postavljen tehnološki park in je okoli njega na voljo veliko prostora, na drugi strani pa je prednost okolice Instituta "Jožef Stefan" v tem, da je tam večina naravoslonih in tehničnih fakultet ter bližina centra Ljubljane. (Salamon 2014) Ta projekt je v letu 2015 deloval še kot virtualna skupnost raziskovalnih, razvojnih in finančnih ustanov ter podjetij. V prihodnje pa si želijo, da bi to spremenili tudi v realen delujoč ekosistem. (Univerza v Ljubljani 2015)

V ZDA je glavni program za pomoč podjetjem v začetni fazi nastal v strategiji »Start-Up America«. Predsednik Obama je v svojem nagovoru kongresu leta 2012 dejal, da so ZDA sinonim za inovacije in dodal, da je večina novih zaposlitev ustvarjena preko zagonskih in malih podjetij. Glavne točke programa so dostop do kapitala za nova podjetja s hitro rastjo po vsej državi, širjenje podjetniškega znanja in mentorskih programov, da državljane spodbudijo ne le iskanju zaposlitve, ampak tudi ustvarjanju, krepiti delovanje trga, identificirati in odstraniti nepotrebne ovire za visoko rastoča zagonska podjetja in razširiti sodelovanje med velikimi in zagonskimi podjetji. (SBA 2012)

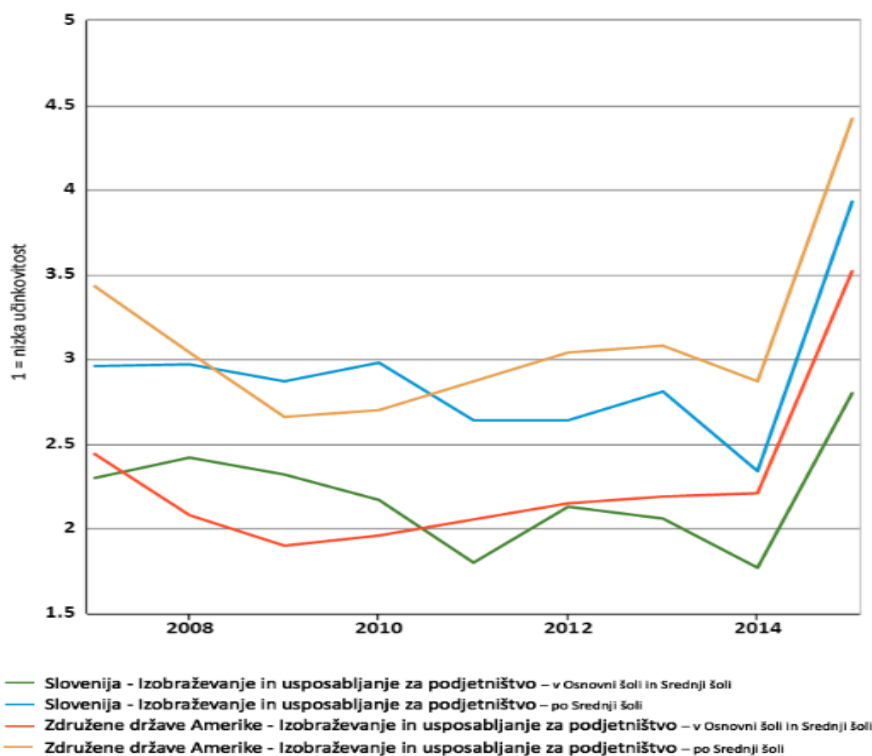
8.4 Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo

Obseg v katerem je *usposabljanje* pri ustanavljanju ali vodenju malih in srednjih podjetij vključeno v *izobraževanje* ter usposabljanje na vseh ravneh. Ta okvirni pogoj ima dve komponenti:

1. **Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v osnovni šoli in srednji šoli.** Razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v osnovni in srednji šoli.
2. **Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo po srednji šoli.** Razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo po srednji šoli (poklicno izobraževanje, fakultete, poslovne šole itd.). (GEM Slovenija 2015)

Lestvica slike 8.4: 1 – 9: 1 = nizka učinkovitost, 9 = visoka učinkovitost

Slika 8.4 Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v osnovni in srednji šoli ter po srednji šoli



Glede na sliko 8.4, v Sloveniji in ZDA do leta 2014 ni bilo zadovoljive ravni izobraževanja in delavnic, tako za tisto populacijo, ki se je še šolala, kot tisto, ki je šolanje že končalo. Ta raven je bila v Sloveniji višja pri dejavniku izobraževanja po šolanju, kakor pa med šolanjem. Podoben vzorec lahko vidimo tudi v ZDA. Nato se je pa leta 2014 v obeh državah ta raven glede na leto poprej kar precej zvišala. V Sloveniji se je za dejavnik, ki obravnava izobraževanje med šolanjem iz 1,8 leta 2014 zvišal na 2,8 točke v letu 2015. Podobno rast je imel tudi drugi dejavnik, ki meri izobraževanje podjetništva po šolanju, in sicer iz 2,3 leta 2014 je ta narasel na skoraj 4 točke. V ZDA je opaziti podoben trend gibanja krivulje. Izobraževanje podjetništva

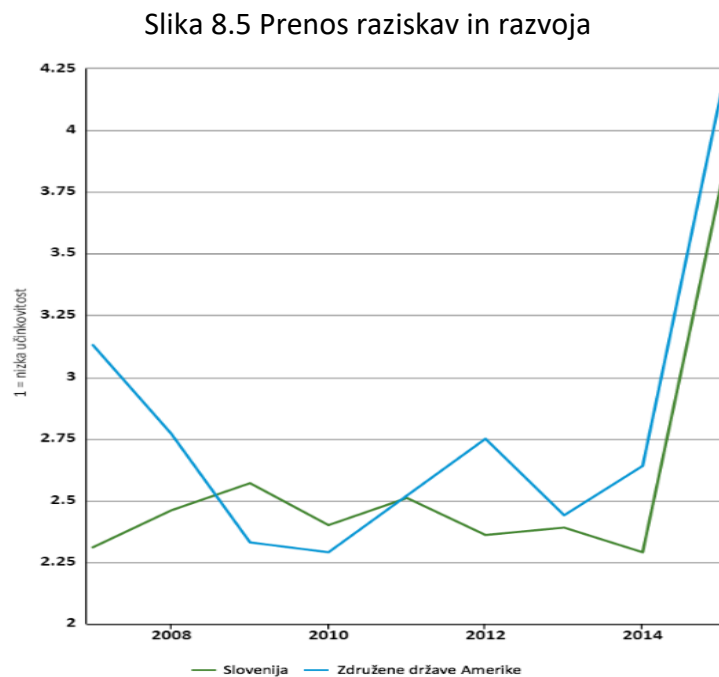
med šolanjem je leta 2014 iz 2,2 točke narasel na 3,5 točke. Po končanem šolanju pa je ta trend zrasel iz 2,9 leta 2014 na 4,4 točke leta 2015. Obe državi pa sta pri obeh pogojih precej pod zadovoljivo vrednostjo.

Tudi na splošno so izvedenci v GEM poročilu izpostavili, da je izobraževanje in usposabljanje o podjetništvu skupen problem v svetovnem merilu. (GEM Slovenija 2015)

8.5 Prenos raziskav in razvoja

Obseg v katerem nacionalne *raziskave in razvoj* vodijo do novih poslovnih priložnosti in so na razpolago majhnim in srednje velikim podjetjem (obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso). (GEM Slovenija 2015)

Lestvica slike 8.5 1 – 9: 1 = nizka učinkovitost, 9 = visoka učinkovitost



V Sloveniji in v ZDA so raziskave in razvoj, glede na sliko 8.5, le malo ponujale nove možnosti za priložnosti ter so bile v slabi meri na razpolago podjetjem. Ta trend je bil vse od leta 2008 pod 2,8 točke, kar je zelo nizka raven. Kljub vsemu se je ta stopnja hitro spremenila leta 2014 v obeh državah. V tem času je Slovenija bila na le 2,3 točke, medtem ko je bila ZDA na 2,6 točke. A je ta stopnja nato z letom 2015 narasla in sicer v Sloveniji na 3,8 točke in v ZDA na 4,2

točke. To je tako v primeru Slovenije, kot ZDA še vedno nezadovoljiva raven. Vzpodbuden pa je nagli trend, ki je doprinesel k višji ravni v obeh državah.

Razvoj zagonskega podjetja je odvisen tudi od uspešnega razvoja med zasebnimi in javnimi deležniki ekosistema za zagonska podjetja. (GEM Slovenija 2015) V Sloveniji so še leta 2011, ko so napravili raziskavo o podjetništvu na Univerzi v Ljubljani, ugotavljali, da obstoječi institucionalni sistem ne spodbuja podjetništva. Po rezultatih je bila tudi razvidna visoka mera kritičnosti do obstoječega sistema za prenos znanja v gospodarstvo. (Borštnik 2011) Nato je leta 2013 na Univerzi v Ljubljani prišlo do ustanovitve »Ljubljanskega stičišča inovativnosti«, ki so ga podprli Univerza v Ljubljani, Institut "Jožef Stefan", Tehnološki park Ljubljana, Ljubljanska mestna občina, Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport, Krka in Fotona. Namen tega velikopoteznega projekta je povezovanje akademskih ustanov z gospodarstvom Republike Slovenije. (Eurydice Slovenija 2013) Direktor in profesor Instituta "Jožef Stefan" dr. Jadran Lenarčič je bil med prvimi pobudniki za ustanovitev tako imenovane slovenske silicijeve doline. Lenarčič je mnenja, da bi morala država sama in s pomočjo evropskih sredstev vzpostaviti ustrezno infrastrukturo in urbanistično urediti okolje, kot pravi sam: »nekakšno sožitje znanstveno-tehnološkega in mestnega življenja«. Poudarja pa tudi da je za Insitut "Jožef Stefan" pomembna podobna gradnja tudi na območju Viča, ki je bližje centru in v neposredni bližine večine tehniških in naravoslovnih fakultet. (Salamon 2014) Na Univerzi v Ljubljani poudarjajo tudi, da se inovativnost tega projekta ne bo kazala zgolj na tehnološkem, ampak tudi na organizacijskem področju. Namen je ustvariti boljše systemske rešitve in oblikovati stimulatívno razvojno in poslovno okolje. Univerza v Ljubljani je izpostavila tudi pomen sofinanciranja projektov od zamisli do trga. (Univerza v Ljubljani 2013)

V ZDA ni dvoma, da je Silicijeva dolina glavni nosilec raziskav in razvoja tudi v svetovnem merilu. Po podatkih COMPASS študije, ki raziskuje 20 največjih regijskih ekosistemov na svetu, se je kar sedem takšnih ekosistem uvrstilo v to študijo. Med njimi prva štiri mesta zasedajo le ameriški ekosistemi. (COMPASS 2015) Zanimiva pa je tudi študija OECD, ki je raziskala, koliko države porabijo za raziskave in razvoj glede na bruto domači proizvod. V ta dejavnik je uvrstila tri aktivnosti: osnovni razvoj, impliciran razvoj in testen razvoj. Raziskava je ugotovila, da je Slovenija v letu 2013 porabila 2,59% izdatkov na raziskave in razvoj glede na BDP, medtem ko so se ZDA, sicer s podatkom iz leta 2012, znašle le eno mesto nad njo z 2,81%. Slovenija se je tako uvrstila na zavidljivo visoko mesto in pokazala, da ceni raziskave in razvoj v državi. Obe

državi pa sta se uvrstili nad povprečji OECD članic in članic Evropske Unije. (Muggeridge 2015) Pri zasebnem investiranju v raziskave in razvoj pa se je Slovenija, po GII poročilu, prav tako uvrstila na visoko 5. mesto, medtem ko so se ZDA uvrstile za štiri mesta nižje na 9. mesto. (Global Innovation Index 2016)

Organizacija Startaj.si pa vseeno izpostavlja, da industrija v Sloveniji premalo kupuje zagonska podjetja z inovacijami. (Petrič 2016) Z resolucijo o Raziskovalni in inovacijski strategiji Slovenije 2011 – 2020 pa Slovenija želi okrepiti spodbude za povečanje zasebnega vlaganja v raziskave in razvoj iz javnih sredstev, spodbujati zaposlovanje oziroma usposabljanje raziskovalcev in razvojnikov v gospodarstvo in okrepiti sistem davčnih spodbud za vlaganje v raziskave in razvoj. (Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo 2011) Po študiji slovenskih visokotehnoloških podjetij iz leta 2013 so slovenska visokotehnološka podjetja predstavljala le 2-3% slovenskega gospodarstva. Panoga pa sicer raste hitreje od povprečja v gospodarstvu ter tudi ustvarja nova delovna mesta z visoko dodano vrednostjo, a je ta po mnenju Rebernika in Jakliča, žal relativno omejena. Slovenija je izvozila za 1,5 milijard dolarjev visokotehnoloških izdelkov, kar je le približnost 5% delež celotnega izvoza in je močno pod povprečjem Evropske Unije, kjer tam predstavlja v povprečju 15% visokotehnološkega izvoza. (Rebernik in Jaklič 2014)

Slovenija pa je tudi del programa Evropske unije - Obzorje 2020 (Horizon 2020). To je finančni inštrument, ki bo namenjen raziskavam in razvoju za dvig konkurenčnosti Evropske unije. Program se je začel izvajati leta 2014 in bo trajal vse do leta 2020. Aktivnosti programa pa so krepiti odličnosti znanosti in raziskav v EU, krepiti vodilno vlogo industrije na področju raziskav in inovacij, omogočiti boljši dostop do kapitala in spodbud za mala in srednje velika podjetja ter nameniti kapital za reševanje družbenih vprašanj, ki so povezana s socialno in ekonomsko krizo v Evropi, podnebnimi spremembami, trajnostnim razvojem in drugimi družbenimi iniciativami. Eden glavnih ciljev programa je povezati razvoj in raziskave s trgov preko javno-zasebnih partnerstev. (Ministrstvo za izobraževanje, Znanost in Šport 2014)

V ZDA pa so ustvarili podobno iniciativo z imenom »Strategy for American Innovation« ali »Strategija za ameriško inovativnost«. Glavni cilji iniciative bodo: dostop 98% podjetjem do hitrega brezžičnega interneta, reforma patentov, ki bo pripomogla k hitrejši obravnavi prijav, izobraževanje z namenom, da vsak učenec konča srednjo šolo in se vpiše na fakulteto, vlaganje

v čisto energijo, zagnati že omenjen projekt »Startup America« (ZDA za zagon podjetij), priskrbeti prihodnji generaciji potrebne veščine in znanja učencem in delovni sili, razviti napreden ekosistem informacijske tehnologije, podpreti inovativne podjetnike in na splošno podpreti vse na področju raziskav in razvoja. (White House 2015)

V poročilu GII – Globalni Inovacijski Index (Global Innovation Index), ki zajema mnoge dejavnike inovativnosti v določeni državi, se je v letu 2015 Slovenija v kategoriji raziskav in razvoja uvrstila na 26. mesto, medtem ko so ZDA zasedle visoko 5. mesto med 128 preučevanimi državami. Pri tem Slovenija izstopa pri dejavniku državnih izdatkov za raziskave in razvoj glede na BDP in nas to uvršča na 12. mesto, medtem ko ZDA nekoliko višje in sicer na 10. mesto. ZDA pa izstopajo v dejavniku, ki meri izdatke v razvoj treh največjih globalnih podjetij te države. Tu so ZDA zasedle 2. mesto. Najvišje 1. mesto pa so zasedle v dejavniku, ki meri kvaliteto treh najboljših univerz v ZDA. (Global Innovation Index 2016)

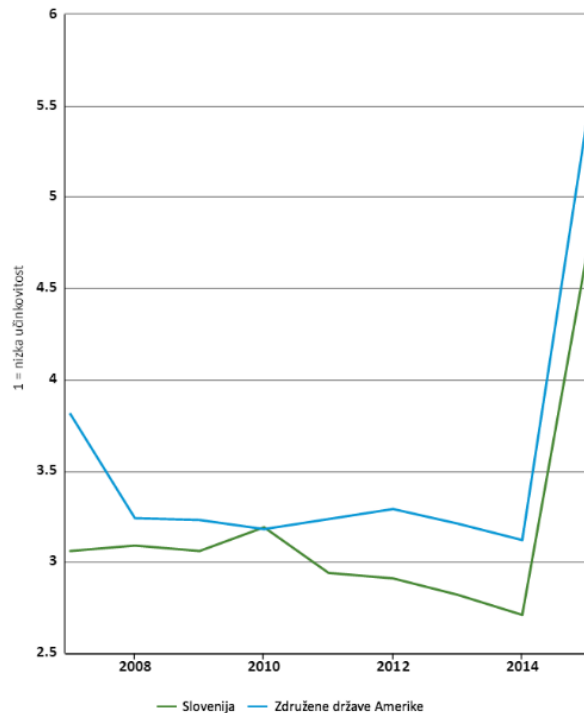
Slovenija je celotno gledano v znanju in tehnološkem proizvodu dosegla 34. mesto, medtem ko so ZDA dosegle 4. mesto. Najvišje se je Slovenija uvrstila v dejavniku znanstvenih in tehničnih publikacij, kjer je zasedla visoko 3. mesto, medtem ko ZDA krepko zaostajajo na 38. mestu. Tudi v celotni kategoriji vpliva znanja je Slovenija zavzela 7. mesto, ki pa je malce nižji od ameriškega 5. mesta. Prav tako se je visoko uvrstila pri dejavniku visokega in srednjega tehnološkega donosa z 9. mestom ter kvalitetnega sistema za upravljanje z 13. mestom. Najslabše se je uvrstila pri neposrednih investicijah, kjer je zasedla zelo skromno 104. mesto ter pri prijavah uporabnih inovacij na 44. mestu. (Global Innovation Index 2016)

8.6 Poslovna in strokovna infrastruktura

Kakovost in dostopnost *poslovne, pravne in strokovne infrastrukture*, ki jo potrebujejo MSP (lastninske pravice, poslovna infrastruktura, računovodske, pravne in druge storitve, ki podpirajo ali spodbujajo mala in srednja podjetja). (GEM Slovenija 2015)

Lestvica slike 8.6: 1 – 9: 1 = nizka učinkovitost, 9 = visoka učinkovitost

Slika 8.6 Poslovna in strokovna infrastruktura



V Sloveniji je, na podlagi slike 8.6, podpora lastninskih pravic, komercialnih in računovodskih storitev ter zakonodaje narasla predvsem v letu 2014, ko je iz nezadovoljivih 2,7 točk, v letu 2015 prešla blizu zadovoljive ravni 5 točk in sicer na 4,7 točk. Podoben trend gibanja krivulje je bilo mogoče opaziti tudi v ZDA, saj je sicer iz boljše izhodiščne točke 3,1 v letu 2014 narasel na zadovoljivih 5,4 točke. Pred tem sta obe državi v obdobju med 2007 in 2014 imeli ta dejavnik pod 3,5 točkami. Sklepamo lahko, da sta v obeh državah ravni poslovne in strokovne infrastrukture na zadovoljivi ravni, kljub temu imata še nekaj prostora za izboljšave, predvsem Slovenija.

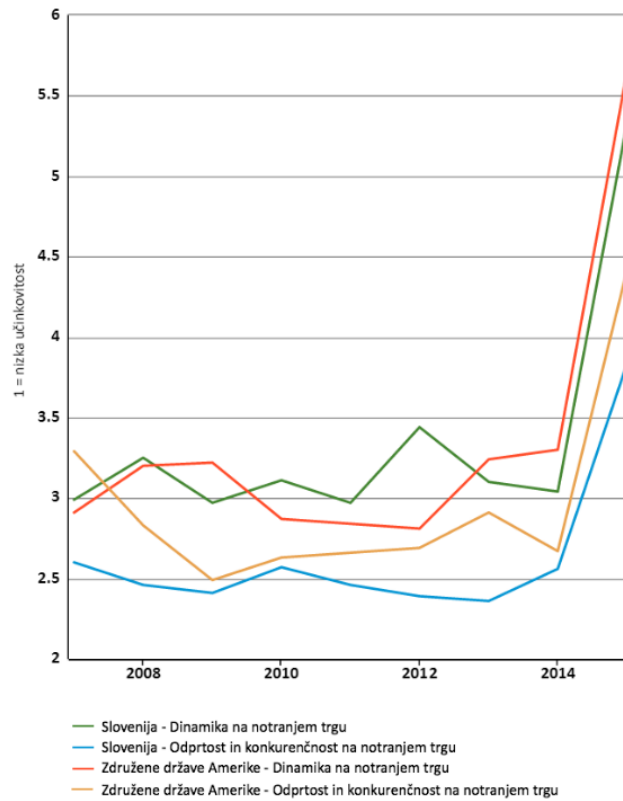
8.7 Dinamičnost in odprtost notranjega trga

Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu. Ta okvirni pogoj ima dve komponenti:

1. *Dinamika na notranjem trgu – dinamičnost.* Stopnja spremembe trga iz leta v leto.
2. *Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – odprtost, bremena.* V kolikšni meri lahko nova podjetja prosto vstopijo na obstoječa tržišča. (GEM Slovenija 2015)

Lestvica slike 8.7: 1 – 9: 1 = nizka učinkovitost, 9 = visoka učinkovitost

Slika 8.7 Dinamičnost in odprtost notranjega trga



V Sloveniji je dinamika notranjega trga bila v obdobju 2007 – 2014 vselej pod 3,5 točke, kot je razvidno iz slike 8.7. V letu 2014 pa je ta raven poskočila na točko zadovoljive vrednosti in sicer na kar 5,3 točke. To pomeni, da se je v enem letu dinamika notranjega trga v Sloveniji precej izboljšala. Odprtost slovenskega notranjega trga pa je prav tako narasla, saj je bila prej v obdobju 2007 - 2014 pod vrednostjo 3 točk. V letu 2014 pa je odprtost notranjega trga v Sloveniji narasla na 3,8 točke, kar je sicer vzpodbudno, a je še vedno pod nivojem, ko bi lahko dejali, da je slovenski notranji trg prijazen do podjetij, ki hočejo vstopiti v obstoječe trge.

V ZDA je bilo moč zaznati podoben trend, saj je prav tako nivo obeh dejavnikov poskočil ravno v letu 2014. Odprtost ameriškega notranjega trga za nova podjetja je bila leta 2014 še na 2,7 točke, ko se je dvakratno povišala v tem letu in se ustavila na nivoju 4,4 točke v letu 2015. Dinamika notranjega trga pa je prav tako poskočila leta 2014, ko se je ta nivo iz 3,3 točke povzpел na zadovoljivih 5,6 točke. Iz analize grafa je razvidno, da je bila v obeh državah

dinamika in odprtost trga uspešna v letu 2014, kljub temu pa so še možnosti za izboljšanje, predvsem pri odprtosti notranjega trga.

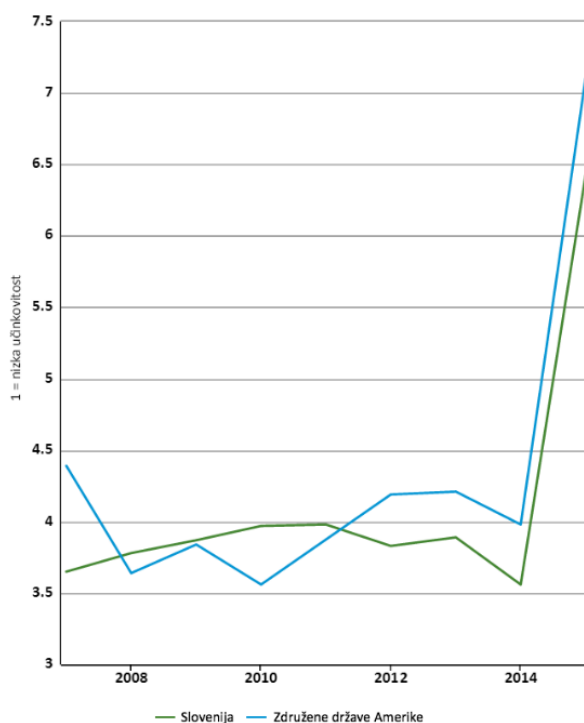
Po podatkih Globalnega inovacijskega indeksa Slovenija v tržni dinamiki zaseda zelo skromno 84. mesto, medtem ko ZDA tu zasedajo najvišje prvo mesto. Slovenija se je izkazala najbolje pri zaščiti malih vlagateljev, kjer je dosegla 7. mesto, prav tako je dosegla visoko 8. mesto pri tarifnih stopnjah. Slabo ali slabše pa se je izkazala pri pridobivanju kredita (101. mesto), tržni vrednosti (72. mesto), poslih z investitorji tveganega kapitala (52. mesto) in pri obsegu notranjega trga (89. mesto). ZDA so v tej kategoriji v vseh dejavnikih, z izjemo zaščite malih vlagateljev in tarifne stopnje, pozicionirane višje kot Slovenija. Prva mesta dosega v celoti pri dejavnikih kreditiranja, investiranja ter trgovanja, konkurenčnosti in obsega notranjega trga. (Global Innovation Index 2016)

8.8 Fizična infrastruktura

Enostaven dostop do razpoložljive *fizične infrastrukture*, potrebne za poslovanje podjetij (npr. komunikacije, komunalne storitve, ceste, zemljišče ali prostor) po ceni, ki ne diskriminira mala in srednja podjetja. (GEM Slovenija 2015)

Lestvica slike 8.8: 1 – 9: 1 = nizka učinkovitost, 9 = visoka učinkovitost

Slika 8.8 Fizična infrastruktura



V Sloveniji je bila, glede na sliko 8.8, fizična in storitvena infrastruktura do leta 2014 (3,6 točke) pod ravniyo štirih točk. Nato je leta 2015 narasla za kar skoraj 3 točke in se ustavila na 6,4. To je zelo vzpodbudna ocena slovenske fizične in storitvene infrastrukture, saj kaže, da se je leta 2015 bistveno izboljšala in prišla na zadovoljivo raven. Hkrati pa je potrebno priznati, da je ta dejavnik prejemal najvišje ocene v svetovnem merilu. (GEM Slovenija 2015) Podoben trend lahko opazimo v ZDA, ki je do leta 2014 bila vselej pod 4,5 točke. Z letom 2014 pa je ta stopnja narasla na zadovoljivih 7,1 točke in je tudi najvišje ocenjeni dejavnik, tako kot v Sloveniji. Kljub temu pa je to dejavnik, ki se je globalno gledano v povprečju najbolj zvišal.

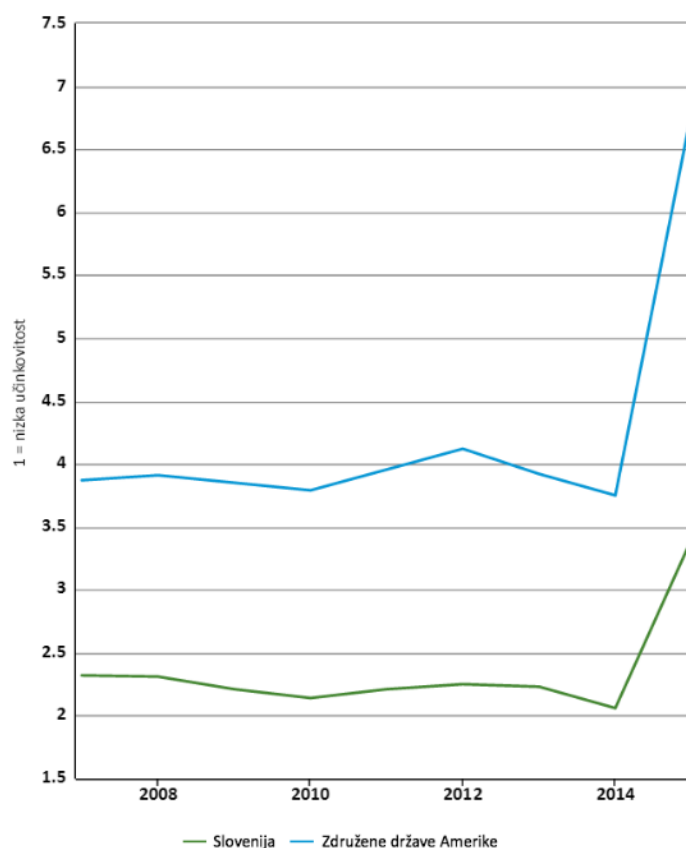
Po podatkih Globalnega Indeksa Konkurenčnosti (GCI) se je v fizični infrastrukturi Slovenija v letu 2015 precej bolje izkazala pri električni in telefonski infrastrukturi kot pa v transportni. V ZDA pa sta leta 2015 bili obe vrsti fizičnih infrastruktur na podobni ravni. (World Economic Forum 2015)

8.9 Kulturne in družbene norme

Obseg v katerem *kulturne in družbene norme* spodbujajo ali zavirajo dejavnosti, ki vodijo do novih poslov, metod ali dejavnosti, ki lahko potencialno povečajo osebno premoženje in dohodek. (GEM Slovenija 2015)

Lestvica slike 8.9: 1 – 9: 1 = nizka učinkovitost, 9 = visoka učinkovitost

Slika 8.9 Kulturne in družbene norme



Slika 8.9 ponazarja, da je v Sloveniji raven kulturnih in družbenih norm bil vselej nizek (pod 2,5 točke). Leta 2014 pa je prišlo do rahlega vzpona krivulje, ki se je ustavila na 3,4 točke. To je vseeno še vedno precej nizka raven kulturne in družbenih norm v Sloveniji. V ZDA so te norme vseskozi občutno višje. Do leta 2014 so bile te, sicer z eno izjemo leta 2012, okoli 4 točk. Z letom 2014 pa je trend naglo narasel in dosegel zadovoljivih 6,8 točke.

Slovenija po mnenju izvedencev še vedno najbolj zaostaja za povprečjem EU pri kulturnih in družbenih normah, ki podpirajo ali zavirajo podjetniške aktivnosti. (GEM Slovenija 2015) Po študiji 156 slovenskih zagonskih podjetij, ki jo je opravil slovenski podjetniški observatorij leta 2014 pa si jih kar 72,4% želi krepitve pozitivnega odnosa do podjetništva. (Močnik in Rus 2015)

V raziskavi AESI iz leta 2015, ki meri naklonjenost podjetniškemu duhu, pa se je Slovenija uvrstila na skupno visoko 8. mesto med 44 državami in bila višje uvrščena od globalnega in evropskega povprečja ter ZDA, ki je zasedla 14. mesto. Ta študija torej postavlja pod vprašaj zgornji dejavnik GEM poročila, ki je kljub omenjeni rasti leta 2014 prišel na nezavidljivih 3,4 točke od 9 točk. V študiji AESI ima namreč kar 83% anketirancev pozitiven odnos do podjetništva v Sloveniji, medtem pa ima ZDA še vedno višjega z 86%. V dejavniku, »kako podjetniško prijazna se vam zdi vaša država«, kjer so pomembne tudi vrednote posamezne kulture, pa je približno le četrtnina (24%) anketirancev v Sloveniji mnenja, da je prijazna, medtem ko je v ZDA ta delež precej višji in sicer 67%. (AGER 2015)

9 Povzetek in sklepi

V magistrskem delu sem primerjal ekosistemske dejavnike in pogoje med Slovenijo in ZDA za zagonska podjetja. Podrobneje sem analiziral več dejavnikov, ki jih lahko razdelimo v tri večje sklope in sicer aktivnost podjetništva, aspiracije podjetništva in odnos do podjetništva. V raziskavo teh dejavnikov sem zajel obdobje 2005 - 2015. Poleg tega sem analiziral dejavnike, ki merijo kakovost pogojev podjetniškega ekosistema za ustanovitev podjetij in zagonskih startupov v obdobju 2007 - 2015.

Slovenijo in ZDA je leta 2008 močno prizadela svetovna finančna kriza. Ekosistem poslovanja se je po gospodarski krizi občutno spremenil in prisilil trg k prilagajanju novim razmeram. Tudi zaradi nezaupanja v tržno ekonomijo in padca zaposlovanja so nova zagonska podjetja začela inovirati ter trgu ponujati nove in boljše rešitve.

ZDA so že v času nastanka krize začele sanirati banke in vanj vložile več kot 700 milijard ameriških dolarjev ter tako preprečile bankrot štirih investicijskih bank. Slovenija pa je v korenite spremembe za stabilizacijo bank posegla šele leta 2013. (Banka Slovenije 2015) Tako je tudi hitrost reševanja finančnega sektorja verjetno pripomogla k nekoliko hitrejšemu okrevanju ameriškega gospodarstva, kot slovenskega.

Obdobje po krizi je vse do leta 2014 sicer še precej nihalo v vseh podjetniških dejavnikih obeh držav. Med letoma 2014 in 2015 pa je prišlo do občutnih sprememb, saj se je gospodarstvo začelo prebujati in prinašati nove poslovne priložnosti, tako v ZDA, kot Sloveniji.

ZDA so kot tradicionalno tržno usmerjeno gospodarstvo z dolgo zgodovino poslovanja in pionirstva v izpostavljanju podjetniškega ekosistema v skoraj vseh kazalcih podjetniških pogojev nad Slovenijo, ki je sicer še vedno v tranzitni ekonomski fazi. Izjema so le vladni programi, kjer je Slovenija prejela višjo oceno. Pri tem kazalcu je narasel trend v zadnjih dveh letih, kar kaže na to, da je javna politika veliko truda vložila tudi v programe, ki nudijo podporno okolje podjetništvu in zagonskim podjetjem. Izboljšati pa mora predvsem še regulacijo oziroma birokracijo, odprtost notranjega trga ter prenos raziskav in razvoja. ZDA imajo tudi višjo stopnjo nastajajočih podjetnikov ter celotno zgodnje fazno podjetniško aktivnost. V ZDA tudi več populacije meni, da ustanavlja podjetje zaradi priložnosti ter na drugi strani manj populacije, ki meni, da ustanavlja podjetje zaradi nuje. Tako lahko pritrdimo hipotezi, da ima

ZDA bolj kvaliteten podjetniški sistem, kot Slovenija. Vseeno pa lahko dodamo, da glede na kazalce pogojev podjetniškega ekosistema, ta razlika med ZDA in Slovenijo ni tako občutna.

Pri raziskavah in razvoju sta obe državi pod zadovoljivim nivojem. Opaziti pa je pozitiven trend od leta 2014. Slovenija je z javno politiko spodbujanja inovativnega podjetništva in zagonskih podjetij zgradila tehnološki park ter vzpostavila boljše pogoje za inkubatorje in pospeševalnike. Te bi rada povezala v skupno mrežo »Slovenskega inovacijskega stičišča« za vzpostavitev prvega pravega podjetniškega ekosistema, ki bo imel vse potrebne elemente za učinkovito delovanje. ZDA take sisteme že ima v večjih mestih, primankuje pa več udejstvovanja v manjši skupnostih in regijah. Slovenija je sicer bolj mednarodno usmerjena, saj je zaradi majhnega trga to tudi nuja, napram velikemu ameriškemu trgu. ZDA pa ima višjo zgodnjo podjetniško aktivnost s pričakovano visoko rastjo. To visoko rast ponavadi dosežejo inovativna podjetja, kar pomeni da ima ZDA več inovativnih podjetnikov. V prepričanju, da imajo njihova podjetja v zgodnji aktivnosti nekaj novega ponuditi trgu pa sta si državi na podobni ravni. Obe državi pa približno enako vlagata v raziskave in razvoj glede na prebivalca in sta nad povprečjem članic OECD in evropske unije. To pomeni, da se zavedata pomen inoviranja v sodobnem gospodarstvu. V tej točki lahko pritrdimo hipotezi, da Slovenija približno enako uspešno vlaga v razvoj in inovacije, kot ZDA.

Slovenija in ZDA pa sta bili v letu 2014 in predvsem v letu 2015 uspešni pri zbiranju kapitala za zagonska podjetja. Tvegani kapital za zagonska podjetja se je v Sloveniji leta 2015 glede na prejšnje leto, kar podvojil. V ZDA pa je prišel isto leto na najvišjo raven po letu 2000. Kljub nekoliko višji neformalni stopnji investiranja v ZDA lahko pritrdimo hipotezi, da se tako v Sloveniji, kot v ZDA v zadnjem času uspešno pridobiva kapital za zagonska podjetja.

Kultura podjetništva in družbene norme pa so v ZDA na precej višji ravni, kot v Sloveniji. V vseh preučevanih kazalcih odnosa in percepcije je ZDA na boljšem položaju. Kljub vsemu je v obeh državah odstotek tistih, ki imajo strah pred neuspehom na podobni nizki ravni. V Sloveniji se je sicer tudi povečala medijska pozornost, kar pomeni, da je čedalje več poročanja o uspešnih podjetniških zgodbah. Podjetniki tudi prejemajo precej visoko raven spoštovanosti v Sloveniji. Kar več kot polovica raziskane populacije pa je mnenja, da je podjetništvo dobra izbira kariere. Skoraj polovica populacije pa je mnenja, da ima potrebne zmogljivosti za podjetništvo, čeprav je namera postati podjetnik tudi nižja od ZDA. Očitna razlika pa se kaže pri zaznavanju

podjetniških priložnosti. Skoraj polovica prebivalstva ZDA meni, da zazna priložnosti, medtem ko v Sloveniji le četrtnina. Po raziskavi AGER pa ima Slovenija zelo pozitiven odnos do podjetništva, a je ta še vedno malenkost manjši od tistega v ZDA. Izobraževanje o podjetništvu med in po šolskim obdobjem pa je v obeh državah po mnenju izvedencev na nizki ravni. Tako lahko tudi tu pritrdimo hipotezi, da je slovenski družbeni odnos do podjetništva manj pozitiven, kot v ZDA. Trend odnosa do podjetništva pa se vseeno v Sloveniji obrača na bolje.

Podjetniška ekosistema v Sloveniji in ZDA sta se, kljub precejšnemu številu nezadovoljivih dejavnikov in pogojev v zadnjih dveh letih precej izboljšala in v primeru, da se bo trend nadaljeval lahko pričakujemo inovativno zagonsko gospodarstvo, stimulatívno podjetniško okolje in pozitiven odnos do podjetništva, ki bodo skupaj prispevali k višji blaginji obeh držav.

10 Literatura

- Abernathy, William J. In Kim B. Clark. 1984. *Innovation: Mapping the winds of creative destruction*. Cambridge: Harvard University Dostopno prek: http://sjbae.pbworks.com/w/file/fetch/45794241/Abernathy%20%26%20Clark_1984.pdf. (25. avgust. 2016).
- AGER. 2015. *Global Entrepreneurship report 2015 – Defining the entrepreneurial spirit*. Munich: Amway.
- Arteaga, Remy in Joanne Hyland. 2014. *Pivot: How Top Entrepreneurs Adapt and Change Course to Find Ultimate Success*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Atkinson D., Robert. 2014. *Understanding the U.S. National Innovation System*. Washington: ITIF.
- Audretsch, David B., Roy Thurik, Ingrid Verheul in Sander Wennekers. 2002. *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European – U.S. Comparison*. Norwell: Kluwer Academic Publishers.
- Autio, Erkkko, Martin Kenney, Philippe Mustar, Don Siegel in Mike Wright. 2014. *Entrepreneurial innovation: The importance of context*. London: Elsevier.
- Banka Slovenije. 2015. *Poročilo Banke Slovenije*. Ljubljana: Banka Slovenija
- Belussi, Fiornza in Luigi Orsi. 2016. *Innovation, Alliances, and Networks in High-Tech Environments*. New York: Routledge.
- Boutillier, Sophie, Denis Carre in Nadine Levratto. 2016. *Entrepreneurial Ecosystems*. London: ISTE Ltd..
- Borštnik, Maja. 2011. Univerza v Ljubljani in Podjetništvo. *Mladi podjetnik*, 21. Julij. Dostopno prek: <http://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/univerza-v-ljubljani-in-podjetnistvo> (8.september.2016).
- Borštnik, Maja. 2012. Samozaposlitev kot rešitev za brezposelnost. *Mladi podjetnik*, 19. September. Dostopno prek: <http://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/subvencija-za-samozaposlitev-kot-resitev-za-brezposelnost> (15.september.2016).
- Borštnik, Maja. 2013. Kaj je "bootstrapping"?, *Mladi podjetnik*. 9. Julij Dostopno na:

<http://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/kaj-je-bootstrapping>
(15.september.2016).

- Bozeman in Albert N. Link. 1983. *Investments in Technology: Corporate Strategies and Public Policy Alternatives*. NewYork: Praeger.
- Brown, George. 2010. When Small is Big: Microcredit and Economic Development. *Technology Innovation Management Review*, 3. november. Dostopno prek: <http://timreview.ca/article/392> (18.september.2016).
- Capello, Roberta, Agnieszka Olechnicka in Grzegorz Gorzelak. 2013. *Universities, Cities and Regions: Loci for Knowledge and Innovation Creation*. London: Routledge.
- Carayannis, Elias G., McDonald R. Stewart, Carloine Sipp, Thanos Venieris. 2014. *Entrepreneurial Profiles of Creative Destruction: Courage, Imagination and Creativity in Action*. New York: Palgrave Macmillian.
- Cohen, Susan. 2013. *What Do Accelerators Do? Insights from Incubators and Angels: Innovations: Technology, Governance, Globalization*. Cambridge: MIT Press.
- Colvin, Geoff. 2016. The Surprising Slowdown in Startups. *Fortune*, 18. marec. Dostopno prek: <http://fortune.com/2016/03/18/startup-growth-stagnation/> (20.september.2016).
- COMPASS 2015. *The Global Startup Ecosystem Ranking 2015*. San Francisco Compass.
- Congregado, Emilio.2008. *Measuring Entrepreneurship: Building a Statistical System*. New York: Springer.
- Corbett, Andrew C., Donald S. Siegel, Jerome A. Katz. 2014. *Academic Entrepreneurship: Creating An Entrepreneurial Ecosystem*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Damodaran, Aswath. 2009. *Valuing Young, Start-up and Growth Companies: Estimation Issues and Valuation Challenges*. New York University: Stern School of Business.
- Davila, Tony in Marc J. Epstein. 2014. *The Innovation Paradox*. San Francisco: Berrett – Koehler Publishers, Inc. .
- Desilver, Drew. 2016. High-income Americans pay most income taxes, but enough to be 'fair'?. *Pew Research Center*. 23.9.2016. Dostopno prek:

<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/04/13/high-income-americans-pay-most-income-taxes-but-enough-to-be-fair/> (23. September 2016)

- Enderle, Georges in Patrick E. Murphy. 2015. *Ethical Innovation in Business and the Economy*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Eurofund. 2015. *Youth entrepreneurship in Europe: Values, attitudes, policies*. Luxembourg: Eurofund.
- European Commission. 2014. *Policy Brief on Access to Business Start-up Finance for Inclusive Entrepreneurship*. Luxembourg: Publication Office of the European Union.
- Eurydice Slovenija. 2013. Ljubljansko stičišče inovativnosti, 19. December. Dostopno prek: <http://www.eurydice.si/index.php/prispevki-eurydice/8204-ljubljansko-sticisce-inovativnosti> (20.september.2016).
- Feld, Brad. 2012. *Startup Communities: Building an Entrepreneurial Ecosystem in Your City*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Florida, R. 2002. *The Rise of the Creative Class: And How it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Perseus Book Group.
- Foster, Richard N. in Sarah Kaplan. 2001. *Creative Destruction: Why Companies That Are Built to Last Underperform the Market – and How to Successfully Transform Them*. New York: McKinsey & Company.
- GEM Report USA 2015. 2015. *Global Entrepreneurship Monitor*. Wellesley: Babson College.
- GEM Slovenija 2010 - Global Entrepreneurship Monitor. 2010. *Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva*. Maribor: GEM Slovenija.
- GEM Slovenija 2015 - Global Entrepreneurship Monitor. 2015. *Podjetništvo med priložnostjo in nujo*. Maribor: GEM Slovenija.
- Global Innovation Index. 2016. *Winning with Global Innovation*. Geneva: GII.
- Goldstein, Steve. 2015. Here's the map of the world, if size were determined by market cap. *Marketwatch*, 15. Avgust. Dostopno prek: <http://www.marketwatch.com/story/heres-the-map-of-the-world-if-size-was-determined-by-market-cap-2015-08-12> (7.september.2016).
- Harrison, J.D. 2014. Can you really teach entrepreneurship? *The Washington Post*, 23. Marec. Dostopno prek: <https://www.washingtonpost.com/business/on-small->

business/can-you-really-teach-entrepreneurship/2014/03/21/51426de8-a545-11e3-84d4-e59b1709222c_story.html (20.september.2016)

- Hebert, R.F. in Albert N. Link 1988. *The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques, 2nd edn.* New York: Praeger
- Hew, Denis in Loi Wee Nee. 2004. *Entrepreneurship and SMEs in Southeast Asia.* Singapore: Seng Lee Press Pte Ltd
- Hoselitz F., Bert. 1960. The Early History of Entrepreneurial Theory. *Essays in Economic Thought: Aristotle to Marshall.*, ur. J.J. Spengler and W.R. Allen, 14 – 15. Chicago: Rand McNally.
- Inicijativa Start Up Slovenija. 2012. *Predlog rešitev za razvoj start-up podjetništva.* Dostopno prek: <http://old.startup.si/sl-si/inicijativa-startup-slovenija/programi-inicijative> (28.avgust.2016)
- Isenberg, Daniel. 2011. *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economy policy: Principles for cultivating entrepreneurship.* Dostopno prek: <http://entrepreneurial-revolution.com/2011/05/11/the-entrepreneurship-ecosystem-strategy-as-a-new-paradigm-for-economic-policy-principles-for-cultivating-entrepreneurship/> (31.avgust.2016).
- Kauffman Index. 2015. *More Angels, Fewer Angel Investments in 2014*, 18. Maj. Dostopno prek: <http://www.kauffman.org/blogs/policy-dialogue/2015/may/more-angels-fewer-angel-investments-in-2014> (2.september.2016).
- Kauffman Index. 2016. *Startup Activity on the Rebound, Annual Kauffman Index Reports*, 4. Avgust. Dostopno prek: <http://www.kauffman.org/newsroom/2016/08/startup-activity-on-the-rebound> (4.avgust.2016).
- Kegel, Paul. 2016. *A Comparison of Startup Entrepreneurial Activity Between the United States and Japan.* Orlando: Rollins College.
- Klapper, Leora, in Inessa Love. 2011. *The impact of the financial crisis on new firm registration.* The World Bank: Development and research group.
- Kos, Blaž. 2007. *Cambridge, raj za sposobne in talentirane.* Dostopno prek: <http://www.blazkos.com/ali-je-lahko-slovenija-raj-na-zemlji-za-sposobne-in-talentirane-kot-je-to-cambridge-prirocnik-kako-zaceti-graditi-tehnolosko-podjetje.php> (15.september.2016).

- Kupec, Blažej. 2016. *Besedo inovativnost se prevečkrat zlorablja*. *Startaj.si*, 12. September. Dostopno prek: <http://startaj.finance.si/8848876> (15.september.2016)
- Kurtz, Rod. 2012. Richard Branson on Being Richard Branson. *Entrepreneur*, 17. December Dostopno prek: <https://www.entrepreneur.com/article/225295> (8.september.2016).
- Link, Albert N. in Donald S. Siegel. 2007. *Innovation, Entrepreneurship, and Technological Change*. Oxford: Oxford University Press.
- Manimala, Mathew J. In Kishinchand Poornima Easdani. 2015. *Entrepreneurial Ecosystem: Perspectives from Emerging Economies*. London: Springer.
- McCraw, Thomas K. 2007. *Prophet of Innovation: Joseph Schumpeter and Creative Destruction*. Cambridge: Harvard University Press.
- McKinsey & Company. 2011. *The Power of Many: Realizing the socioeconomic potential of entrepreneurs in the 21st century*. New York: McKinsey & Company.
- Metcalfe, Stanley J. 1998. *Evolutionary economics and creative destruction*. New York: Routledge
- Ministrstvo za Visoko šolstvo, Znanost in Tehnologijo. 2011. *Resolucija o Raziskovalni in inovacijski strategiji Slovenije 2011–2020*. Dostopno prek: <http://www.drznaslovenija.mvzt.gov.si/index.html> (7.september.2016)
- Ministrstvo za Izobraževanje, Znanost in Šport. 2014. *O obzorju*. 1. januar. Dostopno prek: http://www.mizs.gov.si/si/obzorje2020/o_obzorju_2020/
- Močnik, Dijana in Matej Rus. 2015. *Slovenska podjetja in značilnosti start-up ekosistema*. Maribor: Univerza v Mariboru – Ekonomsko – poslovna fakulteta
- Morrison, Alison, Mike Rimmington in Claire Williams. 1999. *Entrepreneurship in the Hospitality, Tourism and Leisure Industries*. Oxford: Elsevier Ltd.
- Moore, James F. 1993. *Predators and Prey: A New Ecology of Competition*. Dostopno prek: <https://hbr.org/1993/05/predators-and-prey-a-new-ecology-of-competition> (15. september 2016)
- Muggeridge, Paul. 2015. Which countries spend the most on research and development?. *World Economic Forum*, 9. Julij. Dostopno prek: <https://www.weforum.org/agenda/2015/07/which-countries-spend-the-most-on-research-and-development/> (13. september. 2016)

- National Research Council. 2009. *Understanding Research, Science and Technology Parks: Global Best Practices*. Washington: The National Academies Press
- Nelson, Richard R. 1993. *National Innovation Systems: A Comparative Analysis*. New York: Oxford University Press
- Newcomer, Eric. 2015. Startups Last Year Was Most Since 2000. *Bloomberg Technology*, 16. Januar. Dostopno prek: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2015-01-16/it-s-official-startup-funding-last-year-was-biggest-since-2000>. (2. September. 2016)
- NVCA - National Venture Capital Association. 2016. *National Venture Capital Association Yearbook*. New York: Thomson Reuters
- NBIA - The International Business Innovation Association. 2015. *What is Business Incubation?*. Dostopno prek: http://www2.nbia.org/resource_library/what_is/What_is_Business_Incubation.pdf (14.september.2016)
- Nolan, Richard L. in David C. Croson. 1995. *Creative Destruction: A Six-stage Process for Transforming the Organization*. Boston: Harvard Business School Press.
- Oakey, Ray, Aard Groen, Gary Cook, Peter van der Sijde. 2013. *New Technology-based Firms in the New Millennium*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- OECD. 2007. *Innovation and Growth: Rationale for an Innovation Strategy*. OECD Publishing
- OECD. 2011. *Financing High-Growth Firms The Role of Angel Investors: The Role of Angel Investors*. OECD Publishing
- Pavlin, Barbara. 2015a. Z dobro idejo in močno željo do uspešnega podjetja. *Delo*, 26. junij. Dostopno prek: <http://www.delo.si/gospodarstvo/trg-dela/z-dobro-idejo-in-mocno-zeljo-do-uspesnega-podjetja.html> (3.september.2016).
- ---. 2015b. Prestižna nagrada za slovenski startup. *Delo*, 28. Oktober. Dostopno prek: <http://www.delo.si/gospodarstvo/podjetja/prestizna-nagrada-za-slovenski-startup.html> (11.september.2016).
- ---. 2016. Slabo zaznavamo podjetniške priložnosti. *Delo*, 9. Maj Dostopno prek: <http://www.delo.si/gospodarstvo/podjetja/ve.html> (2.september.2016).

- Peris – Ortiz, Marta, Jaime Alonso Gomez, Francisco Velez – Torres, Carlos Rueda – Armengot. 2016. *Education Tools for Entrepreneurship: Creating an Action-Learning Environment through Educational Learning Tools*. London: Springer.
- Petrič, Nina. 2016. Slovenska start up podjetja z investicijami rušijo rekorde. *Data*, 20. Februar. Dostopno na: <http://data.si/blog/2016/02/20/slovenska-start-up-podjetja-z-investicijami-rusijo-rekorde/> (8.september.2016).
- Phan, Phillip H., Sarfraz A. Mian in Wadid Lamine.2016. *Technology Entrepreneurship and Business Incubation*. London: Imperial College Press.
- Pofeldt, Elaine. 2014. Opportunity, Not Necessity, Drives More U.S.. *Startups. Forbes*, 13. April Dostopno prek: <http://www.forbes.com/sites/elainepofeldt/2014/04/13/opportunity-not-necessity-drives-more-u-s-startups/#16371d2e1512> (4.september.2016).
- Price, Robert W. 2011. What's the evolution of Entrepreneurship in America?. *Global Entrepreneurship Institute*, 21. April Dostopno prek: <https://news.gcase.org/2011/04/21/whats-the-evolution-of-entrepreneurship-in-america/> (15.september.2016).
- Rebernik, Miroslav in Marko Jaklič. 2014. *START:UP MANIFEST Slovenija, pripravljena na prihodnost 2014 –2020 +*, 7. Avgust. Dostopno prek: http://www.startup.si/doc/Start-up-Manifest_SI.pdf (15.september.2016).
- Ries, Eric. 2011. *The Lean Start Up: How constant innovation creates radically successful businesses*. New York: Crown Business.
- Rihtarič, Mira. 2008. *Renesansa Schumpetrove Razvojne Teorije*. Maribor: Ekonomsko – poslovna fakulteta.
- Rogers, Kate. 2016. US entrepreneurship declines in 2015, reversing 4 years of upward growth. *CNBC*, 19. Julij Dostopno prek: <http://www.cnbc.com/2016/07/19/us-entrepreneurship-declines-in-2015-reversing-4-years-of-upward-growth.html> (5.september.2016).
- Roos, Goran in Narelle Kennedy. 2014. *Global Perspectives on Achieving Success in High and Low Cost Operating Environments*. Hershey: IGI Global book.
- Salamon, Jasna Kontler. 2014. Za globalni preboj je treba združiti sile. *Delo*, 16. November. Dostopno prek: <http://www.delo.si/gospodarstvo/podjetja/za-globalni-preboj-je-treba-zdruziti-sile.html> (13.september.2016).

- Saxenian, A. 1994. *Regional Competitive Advantage: Culture and competition in Silicon Valley and Route 128*. Harvard University Press: Cambridge, MA.
- SBA. 2012. *About Startup America*, 21. Oktober. Dostopno prek: <https://www.sba.gov/about-sba/sba-initiatives/startup-america/about-startup-america> (2.september.2016).
- SBA. 2014. *Innovation Accelerators: Defining Characteristics Among Startup Assistance Organizations*. Washington: SBA.
- Schumpeter, Joseph Alois. 1934. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA.: Harvard University Press.
- Schwarzkopf, Christian. 2015. *Fostering Innovation and Entrepreneurship: Entrepreneurial Ecosystem and Entrepreneurial Fundamentals in the USA and Germany*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Shah, Rajiv, Zhije Gao in Harini Mittal. 2015. *Innovation, Entrepreneurship, and the Economy in the US, China, and India: Historical Perspectives and Future Trends*. London: Elsevier.
- Southern, Lloyd J.F. 2010. *Planning and funding entrepreneurial start-ups and expansions in the current weak economy*. Atlanta: Georgia State University.
- Start Up Slovenija. 2016. *Slovenija dežela Start – upov!*, 13. september. Dostopno prek: <https://issuu.com/startupslovenia/docs/startupslo-infographic-full-slo> (17.september.2016).
- Stengel, Geri. 2016. Why The Force Will Be With Women Entrepreneurs In 2016. *Forbes*, 6. Januar. Dostopno prek: <http://www.forbes.com/sites/geristengel/2016/01/06/why-the-force-will-be-with-women-entrepreneurs-in-2016/#7fe9548e4ce2> (15.september.2016).
- Surowiecki, James. 2016. Why Startups Are Struggling. *MIT Technology*, 15. Junij. Dostopno prek: <https://www.technologyreview.com/s/601497/why-startups-are-struggling/> (2.9.2016).
- Špetič, Boštjan. 2016. *Up, up, up: Investments in start-ups from 2005 to 2015*. Dostopno prek: www.silicongardens.si/ecosystem2015/ (26.avgust.2016).

- Švab, Natalija. 2014. Slovenci - milijonarji: Tako do (320.000) evrov za kreativno idejo. A od 150 uspeta le 1 ali 2.. *24.ur*, 12. November. Dostopno prek: <http://www.24ur.com/novice/gospodarstvo/slovenci-milijonarji-tako-do-320-000-evrov-za-kreativno-idejo-a-od-150-uspeta-le-1-ali-2.html?bl=0> (4.9.2016).
- UMAR. 2011. *Poročilo o razvoju: Podjetniška aktivnost*. Ljubljana: UMAR
- Univerza v Ljubljani. 2013. *Ljubljansko stičišče inovativnosti*. Dostopno prek: <https://www.uni-lj.si/aktualno/novice/20131217111463198/> (12.9.2016).
- Univerza v Ljubljani. 2015. *Ustanovljeno Slovensko Inovacijsko Stičišče*, 21. Maj. Dostopno prek: <https://www.uni-lj.si/aktualno/novice/2015052116364049/>.
- Venuvinod, Patri K. 2011. *Technology, Innovation and Entrepreneurship*. Berlin: Springer.
- Vogel, Peter. 2013. *Building and assessing entrepreneurial ecosystems. Presentation to OECD LEED Programme Workshop on Entrepreneurial ecosystems and Growth-oriented entrepreneurship*, The Hague, 7. November.
- White House. 2015. *A strategy for American innovation*. Dostopno prek: https://www.whitehouse.gov/sites/default/files/strategy_for_american_innovation_october_2015.pdf (2. september.2016)
- Wiens, Jason. 2015. *Are Young American Entrepreneurs Becoming Extinct?*, 26. Januar. Dostopno prek: <http://www.kauffman.org/blogs/policy-dialogue/2015/january/are-young-american-entrepreneurs-becoming-extinct> (12. september.2016).
- World Economic Forum. 2015. *Global Competitiveness Report 2015 – 2016*. Cologne: World Economic Forum.