

UNIVERZA V MARIBORU
EKONOMSKO – POSLOVNA FAKULTETA

Magistrsko delo

**POMEN DRŽAVNIH SPODBUD IN PODPORNEGA
OKOLJA ZA RAST IN RAZVOJ MLADIH
INOVATIVNIH PODJETIJ V SLOVENIJI**

The Significance of Public Incentives and Supportive
Entrepreneurial Environment for the Growth and Development of
Young Innovative Enterprises in Slovenia

Kandidatka: Maja Ploj
Študijski program: Ekonomija in poslovne vede
Študijska usmeritev: Poslovne finance in bančništvo
Mentor: doc. dr. Barbara Bradač Hojnik
Študijsko leto: 2016

Maribor, april 2016

“Človek je rezultat svojih sposobnosti in svojega okolja”

Hischfeld

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici, doc. dr. Barbari Bradač Hojnik, ki me je vseskozi vodila, nudila strokovno pomoč in me s koristnimi napotki usmerjala pri nastajanju magistrskega dela. Iskrena hvala tudi družini za podporo in vzgojo, ki mi je nudila dovolj delavnosti in fantu Mateju, ki me je ves čas pisanja spodbujal in mi stal ob strani.

POVZETEK

Start up podjetja, rast in razvoj, podporno okolje za podjetništvo, državne spodbude in vsebinska podpora s strani subjektov inovativnega okolja, mentorjev in drugih podpornih institucij podjetniškega ekosistema mladim inovativnim podjetjem s potencialom hitre rasti in globalnega razvoja predstavljajo prepletanje vsebine magistrskega dela, ki je pred vami. Poleg teoretičnih izhodišč s področja zagonskega oz. start up podjetništva, je narejen celovit pregled finančnih spodbud s strani državne politike za financiranje razvoja mladih inovativnih podjetij v začetnih, najboljčutljivejših fazah razvoja. Empirična raziskava je razdeljena na dva dela. Prvi del ponuja celovito analizo strukture slovenskega start up ekosistema, medtem ko je v drugem delu opravljena raziskava med več kot 700 slovenskimi start up podjetji, ki so se v obdobju začetnega razvoja in rasti vključevala v podporno podjetniško okolje. Ugotavljali smo vpliv pridobitve državne spodbude na uspešnost poslovanja start up podjetja v obdobju treh let od ustanovitve, s primerjavo kazalnikov uspešnosti poslovanja podjetij, ki so pridobila finančno spodbudo, v primerjavi s podjetji, ki finančne spodbude niso prejela. Ugotovili smo, da obstajajo statistično pomembne razlike med povprečnimi vrednostmi vseh spremljanih kazalnikov obeh skupin podjetij. Podjetja, ki so pridobila subvencijo za financiranje zagona, so po treh letih bolj povečala čiste prihodke od prodaje, število zaposlenih in dodano vrednost podjetja. Dokazali smo, da se uspešnost poslovanja start up podjetja razlikuje glede na to, ali je podjetje pridobilo državno spodbudo za financiranje zagona, ali ne. Prav tako smo ugotavljali, ali obstaja povezanost med vključenostjo start up podjetja v subjekte inovativnega okolja (SIO), kot so univerzitetni inkubatorji, podjetniški inkubatorji in tehnološki parki, in uspešnostjo poslovanja podjetja. Rezultati raziskave potrjujejo, da je pogostejša uporaba osnovnih svetovalnih storitev s strani predstavnikov SIO pozitivno povezana z večjim povečanjem dodane vrednosti podjetja, ni pa statistično značilno povezana z ostalima dvema kazalnikoma uspešnosti poslovanja start up podjetja. Pogostejše informiranje preko spleta o storitvah, programih in dogodkih v sklopu SIO je pozitivno povezano z večjim povečanjem dodane vrednosti podjetja, ni pa statistično značilno povezano z ostalima dvema kazalnikoma uspešnosti poslovanja start up podjetja. Kar se tiče udeležbe na raznih dogodkih in delavnicah, ki jih za mlada podjetja organizirajo SIO, smo ugotovili pozitivno povezanost med pogostostjo udeležbe podjetnikov na seminarjih, okroglih mizah, podjetniških delavnicah in podobnih dogodkih in povečanjem dodane vrednosti start up podjetja in povečanjem vrednosti prihodkov, ne obstaja pa statistično značilna povezanost s kazalnikom število zaposlenih. Tudi pogostejša udeležba na dogodkih, namenjenih povezovanju oz. mreženju s predstavniki start up ekosistema, je pozitivno povezana s povečanjem dodane vrednosti start up podjetja, ni pa statistično značilno povezana z ostalima dvema kazalnikoma uspešnosti poslovanja start up podjetja. Uspeli smo tudi dokazati, da je pogostejše osebno svetovanje izbranega start up mentorja na individualnih srečanjih pozitivno povezano s povečanjem dodane vrednosti start up podjetja, ni pa statistično značilno povezano z ostalima dvema kazalnikoma uspešnosti poslovanja start up podjetja. Pogostejša celovita podpora organiziranega mentorsko/izobraževalnega programa je pozitivno povezana z vsemi tremi kazalniki uspešnosti poslovanja, in sicer s povečanjem vrednosti prihodkov, števila zaposlenih in dodane vrednosti start up podjetja. Torej smo uspeli delno potrditi trditve, da se uspešnost poslovanja start up podjetja razlikuje glede na njegovo vključenost v subjekte inovativnega okolja. V zadnjem delu raziskave smo pridobili splošno oceno slovenskega start up ekosistema z vidika 100 anketiranih start up podjetnikov in se seznanili z najpogostejšimi ovirami, s katerimi se le-ti srečujejo na

začetku poslovanja. Ugotovitve kažejo, da je najpogostejša ovira še vedno pomanjkanje finančnih virov za financiranje zagona podjetja, ki jo je navedlo 39 % anketiranih. Podporno okolje za start up podjetja smo ocenili s pomočjo štirih vsebinskih sklopov, in sicer infrastruktura/okolje, dostop do finančnih virov, podjetniško izobraževanje in podpora medijev. Rezultati kažejo, da je po mnenju anketiranih podjetnikov start up ekosistem najbolj razvit pri elementu podpora medijev, najmanj razvit pa pri elementu dostop do finančnih virov. Glede na povprečne vrednosti pridobljenih ocen smo ovrgli naše predvidevanje, da je po mnenju podjetnikov slovenski start up ekosistem dobro razvit. Na koncu smo ponudili vpogled v storitve SIO in pri tem ugotovili, da podjetniki, ki se intenzivno vključujejo v podporno okolje, vsem storitvam in ugodnostim SIO pripisujejo od srednje veliko do veliko zaznano vrednost oz. pomembnost, ki jo le-te predstavljajo za rast in razvoj start up podjetja. Največjo pomembnost pripisujejo izmenjavi informacij, izkušenj in znanj z ostalimi podjetniki v sklopu SIO, najnižje pa sicer ocenjujejo individualno svetovanje izbranega start up mentorja ali vključenost v organizirani mentorski program. Prav za to storitev smo tekom raziskave ugotovili najmočnejšo povezanost s povečanjem obravnavanih kazalnikov uspešnosti poslovanja podjetja, zato bi kljub nizki zaznani vrednosti z vidika podjetnikov morali temu sklopu storitev v prihodnje namenjati še več pozornosti in naporov za razvoj in večjo kvaliteto storitev.

Ključne besede: start up podjetje, globalna rast, podporno okolje za podjetništvo, slovenski start up ekosistem, državne spodbude, zagonske subvencije, subjekti inovativnega okolja, mentorski programi, inkubatorji, tehnološki parki, pospeševalniki.

ABSTRACT

Start up companies, growth and development, a supportive environment for entrepreneurship, public incentives and substantive support, provided by the innovative environment, mentors and other supporting institutions of entrepreneurial ecosystem, to young innovative enterprises with high growth potential and global development represent the set of content of the master thesis in front of you. In addition to theoretical starting points in the field of start up entrepreneurship, there has been made a comprehensive review of financial incentives by the government policy to fund the development of young innovative SME's in its initial, most vulnerable stages of development. Empirical research study is divided into two parts. The first part provides a comprehensive analysis of the structure of the Slovenian start up ecosystem, while in the second part a study is conducted among more than 700 Slovenian start up companies, which have, in the period of initial development and growth, involved in the supportive business environment. We determined the impact of the acquisition of the public incentive to performance of start up companies over three years since its establishment, by comparing the performance indicators of companies that have acquired a financial incentive, in comparison with companies that have not received a financial incentive. We have found that there are statistically significant differences between the average values of all monitored indicators of both groups of companies. Companies, that have acquired a subsidy for financing start up, have after three years increased more the net sales revenue, the number of employees and the value added of the company. We have shown that the performance of the start up company varies depending on whether the company has received a public incentive for the financing of a start up or not. We also investigated whether there is a correlation between the presence of a start up company in the entities of innovative environment, such as university incubators, business incubators and technology parks, and the performance of the company. The survey results confirm that a more frequent use of basic advisory services by representatives of the entities of innovative environment is positively correlated with a greater increase in the value added of the company, but is not statistically significantly correlated with the other two indicators of performance of a start up company. More frequent use of online information about the services, programs and events within the entities of innovative environment is positively correlated with a greater increase in the value added of the company, but is not statistically significantly correlated with the other two indicators of performance of a start up company. Regarding the participation at the various events and workshops, organized for the young companies by the entities of innovative environment, we found a positive correlation between the frequency of entrepreneur's participation at seminars, round table discussions, corporate workshops and similar events and increasing the value added of a start up company and also increasing the value of revenue, but there is not a statistically significant correlation with the indicator the number of employees. Even more frequent participation at events, dedicated to connecting or networking with the representatives of start up ecosystem is positively correlated with an increase in the value added of a start up company, but is not statistically significantly correlated with the other two indicators of performance of a start up company. We have also managed to show that the more frequent personal counseling by chosen start up mentor at individual meetings is positively correlated with increasing value added of a start up company, but it is not statistically significantly correlated with the other two indicators of performance of a start up company. More frequent full support by organized mentoring/training program is positively correlated with all three performance indicators, namely by increasing the

amount of revenue, number of employees and value added of a start up company. So we have managed to partially confirm the claim that performance of a start up company varies depending on its involvement in entities of innovative environment. In the last part of the research we obtained an overall assessment of Slovenian start up ecosystem from the perspective of 100 surveyed start up entrepreneurs and become familiar with the most common obstacles, which they were faced at the beginning of operations. The findings suggest that the most common obstacle is still the lack of financial resources for the financing of a start up, which indicated 39 % of respondents. A supportive environment for start up companies was evaluated using for sets, namely infrastructure/environment, access to finance, entrepreneurial training/education and the support of the media. The results show that, according to the surveyed entrepreneurs, the start up ecosystem is the most developed in the area of media support, while the least developed it is in the area of access to finance. Given the average value of obtained evaluations we refute our prediction that, in the opinion of start up entrepreneurs, the Slovenian start up ecosystem is well developed. Finally, we offered insights into services, provided by entities of innovative environment and we learned that entrepreneurs, who are intensively involved in a supportive environment, to all the services and benefits of entities of innovative environment, attribute from medium-sized to large perceived value or the importance, that they represent for the growth and development of a start up company. The highest importance is attributed to the exchange of information, knowledge and experience with other entrepreneurs within the entities of innovative environment, but the lowest they estimate the individual counseling by the chosen start up mentor or inclusion in organized mentoring program. It is for this service that we found the strongest correlation with the increase in the presented performance indicators of a start up company, therefore, despite the low perceived value from the entrepreneurs' perspective, we should devote to this part of service even more attention and effort to develop and gain the better quality of the service in the future.

Key Words: start up company, global growth, supportive environment for entrepreneurship, Slovenian start up ecosystem, public (state) incentives, start up subsidies, entities of innovative environment, mentoring programs, incubators, technology parks, accelerators.

KAZALO VSEBINE

1 UVOD	1
1.1 Opredelitev področja in opis problema, ki je predmet raziskave	1
1.2 Namen in cilji raziskave	3
1.2.1 Namen raziskave	3
1.2.2 Cilji raziskave	3
1.3 Metodologija raziskovanja	4
1.3.1 Hipoteze magistrskega dela	4
1.3.2 Uporabljene raziskovalne metode	5
1.3.3 Predpostavke in omejitve raziskave	6
1.4 Koncept magistrskega dela	6
I. TEORETIČNI DEL MAGISTRskega DELA	8
2 FINANČNI VIRI IN PODPORNO OKOLJE ZA ZAGON IN RAST INOVATIVNIH PODJETIJ. 8	8
2.1 Pomen mladih inovativnih (start up) podjetij za sodobno gospodarstvo	9
2.2 Razvoj start up podjetja in viri financiranja	11
2.2.1 Nepovratna sredstva	11
2.2.2 Dolžniški viri	12
2.2.3 Lastniški viri	12
2.2.4 Množično financiranje	13
2.3 Podporno okolje kot pomemben element spodbujanja zagona in rasti inovativnih podjetij	14
2.3.1 Faze start up podjetja in potreba po podpori	14
2.3.2 Mentorstvo in izobraževalno/mentorski programi	15
2.3.3 Podjetniška inkubacija	17
2.3.4 Podjetniški pospeševalniki	21
2.4 Zagonsko podjetništvo v tujini	22
3 DRŽAVNE SPODBUDE ZA RAST IN RAZVOJ MLADIH INOVATIVNIH PODJETIJ V SLOVENIJI	26
3.1 Stanje podjetništva v Sloveniji	26
3.1.1 Vloga mikro, malih in srednje velikih podjetij v slovenskem gospodarstvu	27
3.1.2 Poslovna dinamika MSP in vpliv na ustvarjanje novih delovnih mest	28
3.1.3 Inovacijska aktivnost v MSP-jih	30
3.2 Usmeritve državne politike za spodbujanje razvoja mladih inovativnih podjetij - strateški dokumenti	32
3.2.1 Strategija razvoja Slovenije 2014 - 2020	32
3.2.2 Slovenska industrijska politika 2014 - 2020	33
3.2.3 Slovenska strategija pametne specializacije - S4.....	34
3.2.4 Operativni program za izvajanje Evropske kohezijske politike 2014 - 2020.....	36
3.3 Splošna načela dodeljevanja državnih pomoči	38
3.4 Programi finančnih spodbud za mlada inovativna podjetja v Sloveniji	39
3.4.1 Program finančnih spodbud Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo 2015 - 2020... 39	
3.4.1.1 Razvojne naložbe v inovativne MSP-je, s poudarkom na start up podjetjih	40
3.4.1.2 Poporne storitve za start up podjetja	40
3.4.2 Slovenski podjetniški sklad	40
3.4.2.1 Spodbude za zagon podjetja.....	44

3.4.2.2 Semenski kapital	45
3.4.2.3 Tvegani kapital	46
3.4.2.4 Neposredni krediti	46
3.4.2.5 Garancije	46
3.4.3 SID banka	47
3.4.3.1 Krediti iz Posojilnega sklada za MSP	48
3.4.3.2 Krediti za tehnološko - razvojne projekte	49
3.4.3.3 Krediti za projekte razvoja, raziskav in inovacij	50
3.4.3.4 Krediti za povečanje konkurenčnosti in internacionalizacijo MSP-jev	50
3.4.3.5 Krediti za MSP-je iz vira EIB	50
3.4.4 Slovenski regionalno razvojni sklad	51
3.4.4.1. Regijske garancijske sheme	52
3.4.4.2 Ugodna posojila za podjetniške projekte	53
3.4.4.3 Ugodna posojila za pred-financiranje podjetniških projektov z odobrenimi evropskimi sredstvi	53
3.5 Programi vsebinske podpore za mlada inovativna podjetja v Sloveniji	53
3.5.1 SPS dvojčki	53
3.5.2 Nacionalni mentorski programi in podjetniški pospeševalniki	55
II. APLIKATIVNI DEL MAGISTRSKEGA DELA	57
4 ANALIZA START UP EKOSISTEMA V SLOVENIJI	57
4.1 Razvoj zagonskega oz. start up podjetništva v Sloveniji	57
4.2 Tržne vrzeli in izhajajoče potrebe zagonskih podjetij v Sloveniji	60
4.3 Struktura slovenskega start up ekosistema	63
4.3.1 Infrastruktura	64
4.3.1.1 Tehnološki parki	65
4.3.1.2 Podjetniški inkubatorji	66
4.3.1.3 Univerzitetni inkubatorji	71
4.3.1.4 Ostali subjekti inovativnega okolja	74
4.3.2 Financiranje	78
4.3.2.1 Silicijevi vrtički	78
4.3.2.2 ABC pospeševalnik	78
4.3.2.3 RSG Kapital	78
4.3.3 Podporne institucije	79
4.3.3.1 Inicijativa Start:up Slovenija	79
4.3.3.2 Javna agencija SPIRIT Slovenija	79
4.3.3.3 Vstopne točke VEM	81
4.3.3.4 Regionalne razvojne agencije in podjetniški centri	82
4.3.4 Izobraževalni programi	82
4.3.4.1 Hekovnik	82
4.3.4.2 CEED Slovenija	83
4.3.4.3 Ustvarjalnik	83
4.3.5 Dogodki in tekmovanja	84
4.3.5.1 POPRI - podjetje za prihodnost	84
4.3.5.2 Start:up Slovenija	84
4.3.5.3 Podim	84
4.3.5.4 Slovenski forum inovacij	85
4.3.5.5 Mednarodna investicijska konferenca Coinvest	85
4.3.5.6 Mladi podjetnik leta	85
4.3.5.7 Gazela	86
4.3.6 Mediji in družbena omrežja	86
4.3.6.1 Startup kapital	86
4.3.6.2 Startaj.si	86

5 EMPIRIČNA RAZISKAVA	87
5.1 Metodologija raziskave.....	87
5.2 Vpliv državnih spodbud na rast in razvoj mladih inovativnih podjetij	89
5.2.1 Vzorec raziskave	89
5.2.2 Analiza podatkov ter preverjanje zastavljene hipoteze H1	91
5.3 Razvitost slovenskega start up ekosistema in pomembnost storitev subjektov inovativnega okolja za rast in razvoj mladih inovativnih podjetij	95
5.3.1 Vzorec anketne raziskave in njegove demografske značilnosti.....	95
5.3.2 Analiza podatkov anketne raziskave in preverjanje zastavljenih hipotez H2, H3 in H4	98
5.4 Zaključne ugotovitve preverjanja hipotez.....	116
5.5 Predlogi za nadaljnje raziskave	119
6 SKLEP	120
7 LITERATURA IN VIRI.....	123
8 PRILOGE	1

KAZALO SLIK

Slika 1: Število delovnih mest, ki jih v desetih letih ustvarijo trije tipi različno ambicioznih podjetnikov	9
Slika 2: Start up podjetja ustvarijo neto prirast delovnih mest	10
Slika 3: Ugodnosti in storitve podjetniških inkubatorjev glede na fazo mladega podjetja.....	19
Slika 4: Novonastala in ugasla podjetja v obdobju 2008 - 2013, Slovenija.....	28
Slika 5: Delež aktivnih podjetij v letu 2013, med podjetji, nastalimi v letu 2008	29
Slika 6: Hitrorastoča podjetja v letu 2013, Slovenija	30
Slika 7: Inovacijska aktivnost podjetij v obdobju 2010 - 2012, Slovenija	30
Slika 8: Primerjalna uspešnost nacionalnih znanstvenih in inovacijskih sistemov, 2013	31
Slika 9: Tematski cilji evropske kohezijske politike 2014 - 2020	36
Slika 10: Deleži razpisanih sredstev Sklada po programih	42
Slika 11: Slikovni prikaz celostne finančne podpore Sklada za MSP-je	43
Slika 12: Prednostna območja dodelitev državnih spodbud SRRS-a	52
Slika 13: Prikaz kombinacije finančne in coaching podpore - SPS dvojček.....	54
Slika 14: Investicije v slovenske start upe v obdobju 2007 - 2013	58
Slika 15: Investicije v slovenske start upe v obdobju 2005 - 2015	59
Slika 16: Vrste vložkov v slovenske start upe v letu 2015.....	59
Slika 17: Slovenska start up podjetja po panogah, glede na število podjetij v panogi (v %)	60
Slika 18: Subjekti inovativnega okolja v Sloveniji.....	64
Slika 19: Struktura vzorca podjetij po pravno – organizacijski obliki	91
Slika 20: Struktura anketnega vzorca podjetij po velikosti	97
Slika 21: Struktura anketnega vzorca podjetij po pravno – organizacijski obliki	97
Slika 22: Struktura anketnega vzorca podjetij, glede na obliko sodelovanja s SIO	98
Slika 23: Frekvenčna porazdelitev pogostosti vključevanja podjetnikov v SIO	99
Slika 24: Povprečne vrednosti odgovorov za sklop 1: Infrastruktura/okolje	107
Slika 25: Povprečne vrednosti odgovorov za sklop 2: Dostop do finančnih virov	108
Slika 26: Povprečne vrednosti odgovorov za sklop 3: Podjetniško izobraževanje.....	108
Slika 27: Povprečne vrednosti odgovorov za sklop 4: Podpora medijev	109
Slika 28: Prikaz povprečnih vrednosti odgovorov za posamezne sklope start up ekosistema	110
Slika 29: Frekvenčna porazdelitev odgovorov za infrastrukturne ugodnosti in skupne storitve SIO .	112
Slika 30: Frekvenčna porazdelitev odgovorov za interakcijo in mreženje med podjetniki v sklopu SIO	113
Slika 31: Frekvenčna porazdelitev odgovorov za storitve in dogodke v sklopu SIO	114
Slika 32: Primerjava med zaznano vrednostjo storitev in ugodnosti SIO za rast in razvoj podjetja in oceno prejete storitve	115

KAZALO TABEL

Tabela 1: The Global Start up Ecosystem Index 2012	23
Tabela 2: The Global Start up Ecosystem Index 2015	25
Tabela 3: Struktura vzorca podjetij po dejavnosti.....	89
Tabela 4: Struktura vzorca podjetij po regiji	90
Tabela 5: Struktura vzorca podjetij po velikosti	90
Tabela 6: Mann-Whitneyev test in Wilcoxon rank-sum test za kazalnik čisti prihodki od prodaje	93
Tabela 7: Mann-Whitneyev test in Wilcoxon rank-sum test za kazalnik število zaposlenih.....	93
Tabela 8: Mann-Whitneyev test in Wilcoxon rank-sum test za kazalnik dodana vrednost podjetja	94
Tabela 10: Pregled preživetja start up podjetij	95
Tabela 11: Struktura anketnega vzorca podjetij po dejavnosti	96
Tabela 12: Struktura anketnega vzorca podjetij po regijah	97
Tabela 13: Struktura anketnega vzorca podjetij po starosti	98
Tabela 14: Mere opisne statistike za pogostost udeležbe na dogodkih in uporabe storitev SIO.....	99
Tabela 15 : Izračun Pearsonovega korelacijskega koeficienta za pogostost informiranja in uporabe osnovnega svetovanja SIO v povezavi z uspešnostjo poslovanja start up podjetja	101
Tabela 16: Izračun Pearsonovega korelacijskega koeficienta za pogostost udeležbe na dogodkih v sklopu SIO v povezavi z uspešnostjo poslovanja start up podjetja.....	102
Tabela 17: Izračun Pearsonovega korelacijskega koeficienta za pogostost podpore mentorjev in organiziranih mentorskih progamov in uspešnostjo poslovanja start up podjetja	104
Tabela 18: Frekvenčna porazdelitev spremenljivke za hipotezo H3	105
Tabela 19: Mere opisne statistike za trditve, ki opisujejo slovenski start up ekosistem	106
Tabela 20: Mere opisne statistike za infrastrukturne ugodnosti in skupne storitve SIO	111
Tabela 21: Mere opisne statistike za interakcijo in mreženje med podjetniki v sklopu SIO	113
Tabela 22: Mere opisne statistike za storitve in dogodke, organizirane v sklopu SIO	114
Tabela 23: Rezultati preverjanja zastavljenih hipotez	118
Tabela 24: Vrednost Cronbach alfe za infrastrukturo/okolje	5
Tabela 25: Vrednost Cronbach alfe za dostop do finančnih virov.....	5
Tabela 26: Vrednost Cronbach alfe za podjetniško izobraževanje.....	5
Tabela 27: Vrednost Cronbach alfe za podporo medijev	5
Tabela 28: Vrednost Cronbach alfe za infrastrukturne ugodnosti in skupne storitve SIO	5
Tabela 29: Vrednost Cronbach alfe za interakcijo in mreženje med podjetniki v sklopu SIO	5
Tabela 30: Vrednost Cronbach alfe za storitve in dogodke, organizirane v sklopu SIO	5

1 UVOD

1.1 Opredelitev področja in opis problema, ki je predmet raziskave

Slovenija se sooča z zahtevnimi gospodarskimi razmerami, stanje na trgu dela pa »sili« prebivalstvo k podjetniški aktivnosti oz. samostojni podjetniški poti. V zadnjem času samozaposlitveno preživetveno podjetništvo iz nuje prerašča v ambiciozno inovativno podjetništvo iz priložnosti. S tem intenzivno pridobiva na pomenu podporno okolje za zagon inovativnih, na znanju temelječih podjetij. Vse večji sektor zagonskih podjetij v Sloveniji veča ponudbo novih alternativnih oblik podpore s strani države, namenjenih intenzivnejši rasti in razvoju start-up podjetij.

Start up podjetje je novonastalo podjetje, namen katerega je razvoj novega, običajno inovativnega proizvoda ali storitve v negotovih okoliščinah. Običajno ima zato velik potencial za rast. Morris (2011, str. 2-3) na podlagi podatkov svetovne raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ugotavlja, da v svetu povprečni podjetnik z visokim potencialom ustvari kar 3-krat več delovnih mest kot podjetnik s srednjim potencialom in kar 15-krat več delovnih mest kot podjetnik z nizkim potencialom. Tretjina dinamike gospodarske rasti držav se pojasni z dinamiko start-up podjetništva. Vendar pa ta podjetja potrebujejo primerno razvit ekosistem (Jaklič & Rebernik, 2014, str. 2). Država lahko s ciljanimi ukrepi, ki so skladni z evropsko kohezijsko politiko in usmeritvami temeljnih nacionalnih strateških dokumentov za spodbujanje gospodarstva, veliko pripomore pri obujanju gospodarske rasti. Izrednega pomena pri tem ima prav podpora mikro in malih podjetij, ki prispevajo k hitrejšemu obujanju gospodarske rasti in ustvarjanju novih delovnih mest z višjo dodano vrednostjo.

Mikro, mala in srednje velika podjetja (v nadaljevanju MSP¹) so glavno gonilo rasti slovenskega gospodarstva, saj predstavljajo kar 99,8 % vseh podjetij na trgu. MSP-ji so po začasnih podatkih strukturne statistike podjetij (SURS, 2015c, str. 75) v letu 2014 zaposlovali 423.834 oseb in ustvarili 56,0 mrd. EUR prihodka od prodaje (68,3 % prihodka vseh podjetij) ter 12,2 mrd. EUR dodane vrednosti (64,4 % ustvarjene dodane vrednosti vseh podjetij). Vendar pa se slovenski MSP-ji še vedno soočajo z izzivi, kot so: povprečno ustvarjena 33 % nižja dodana vrednost od evropskega povprečja, premalo inovativnosti pri vseh poslovnih procesih, majhen delež visokotehnoloških podjetij, otežen dostop do virov financiranja na trgu zaradi prezadolženosti, finančne nediscipline in upada realizacije in podkapitaliziranost MSP-jev (SPS, 2015c, str. 31-33).

Za krepitev in uspešno poslovanje že ustaljenih MSP-jev na trgu, je potrebno le-te spodbujati in usmerjati že ob samem nastanku, v prvih razvojnih fazah. Po raziskavah sodeč je stopnja preživetja novonastalih oz. start up podjetij v svetu izjemno nizka, saj več kot 90 % teh podjetij izdelka ne uspe niti spraviti na trg, kaj šele, da bi ta postala dobičkonosna (Patel, 2015). Zato je potrebno primerno razvito podporno okolje za razvoj na znanju in inovacijah temelječih podjetij s potencialom hitre rasti - start-up podjetij, t.i. start up ekosistem.

¹ MSP so opredeljena glede na število oseb, ki delajo, kot podjetja z do 249 oseb; delimo jih na mikro podjetja (manj kot 10 oseb, ki delajo), mala podjetja (10–49 oseb, ki delajo) in srednje velika podjetja (50–249 oseb, ki delajo).

Mlada, inovativna podjetja potrebujejo za razvoj inovacijskega potenciala tudi sorazmerno velik začetni kapital za financiranje raziskav in lansiranje inovativnega proizvoda ali storitve na trg oziroma komercializacije idej. Financiranje takih projektov predstavlja za klasične ponudnike kapitala na trgu sorazmerno veliko tveganje, ki ga je težko oceniti, po drugi strani pa ta segment podjetij posega po alternativnih virih financiranja, katerih cene in drugi pogoji bolje odražajo sposobnosti in dinamiko njihovega razvoja (Cassar, 2004; Astebro & Bernhardt, 2003, str. 309). Za omenjeni segment podjetij je zato v porastu trend lastniškega financiranja - med start-up podjetji narašča potreba po semenskem kapitalu (ang. "seed capital"), finančnem viru za financiranje prvih razvojnih faz, na drugi strani pa se večja tudi ponudba semenskega kapitala v okviru trga lastniškega kapitala, tako med privatnimi, kakor tudi javnimi investitorji (Vinturella et al., 2013). Slovenskim podjetnikom so na voljo nove oblike financiranja začetnih faz razvoja podjetja s strani Slovenskega podjetniškega sklada (v nadaljevanju Sklad ali SPS) v obliki konvertibilnega posojila ali direktnega kapitalskega vložka, kakor tudi že obstoječe zagonske subvencije Sklada (SPS, 2015b). Na drugi strani so vse bolj dejavni zasebni investitorji z zasebnimi skladi semenskega kapitala, npr. Silicijevi vrtički ter poslovni angeli. Glede na ugotovitve aktualne raziskave o značilnostih slovenskega start up ekosistema (Močnik & Rus, 2016, str. 11) start upi v največjem deležu (62,2 %) kot vir financiranja uporabijo lastne vire soustanoviteljev, družine, prijateljev in drugih povezanih oseb, kot drugi najpogosteje angažirani vir navajajo zadržane dobičke (52,6 %), nadalje formalne in neformalne investitorje, kot so poslovni angeli in skladi tveganega kapitala (46,8 %) in strateške partnerje (45,5 %). Kar 40,4 % start upov je v preteklosti bilo deležnih zagonske spodbude P2, prav tako pa povratnih finančnih virov Sklada v obliki semenskega kapitala.

Na trgu zagonskega inovativnega podjetništva prav tako pridobiva na pomenu vse bolj intenzivno povezovanje začetnih in potencialnih podjetnikov s poslovnimi angeli in mednarodnimi zasebnimi vlagatelji ter institucijami podpornega okolja, kot so univerzitetni inkubatorji, tehnološki parki in podjetniški pospeševalniki. Le-ti na eni strani nudijo finančno injekcijo za financiranje zgodnje podjetniške faze, na drugi strani pa tudi bogate podjetniške izkušnje in znanja ter socialni kapital oz. mrežo svojih poslovnih kontaktov. Po podatkih vodilne svetovne organizacije za spodbujanje podjetniške inkubacije InBIA², po prvih petih letih poslovanja preživi 87 % start up podjetij, podprtih s strani inkubatorja ali pospeševalnika, v primerjavi s samo 20 % podjetij, ki začnejo poslovati samostojno (Trapunski, 2000, str. 15).

Pri mladih, inovativnih podjetnikih s potencialom hitre rasti in globalne usmerjenosti je ključnega pomena, da imajo za razvoj svoje poslovne ideje in lažji prodor na trg na voljo vso potrebno infrastrukturo oz. podporno okolje. Jaklič in Rebernik (2014, str. 2) opozarjata, da Slovenija sicer že ima razvito splošno podjetniško podporno okolje, ki pa še ne prinaša toliko rezultatov, kot bi jih lahko, saj je nediferencirano usmerjeno tako v podporo splošnega podjetništva, kot tudi start-up podjetij. Za razvoj zagonskega podjetništva je potreben veliko večji nabor podpornih aktivnosti, višja kakovost podpornih storitev ter boljše povezovanje s podpornimi institucijami v EU in v svetu.

Problematika razvitosti podpornega okolja za zagonsko ali start up podjetništvo prihaja v času splošne gospodarske krize in povečevanja vloge »podjetništva iz priložnosti« v ospredje in postaja vse bolj aktualno področje, ki bi mu nemara bilo potrebno namenjati

² The International Business Innovation Association

več pozornosti. V zadnjih nekaj letih so kot podporne ustanove na start-up sceni pridobili pomembno vlogo subjekti inovativnega okolja (SIO), kot so univerzitetni inkubatorji, podjetniški pospeševalniki in tehnološki parki. Programi podjetniških pospeševalnikov in inkubatorjev so narejeni tako, da mladim podjetnikom ponujajo mentorska svetovanja in praktična tematska izobraževanja s tehnološkega, poslovnega in investicijskega področja in tako pripomorejo k hitrejši rasti in razvoju inkubiranih in ostalih zainteresiranih podjetij.

Za potrebe izboljšanja ter nadaljnega razvoja podpornih storitev in alternativnih virov financiranja za mlada inovativna in hitrorastoča podjetja je v prvi fazi potrebno narediti poglobljeno analizo trenutnega stanja na tem področju in tako podati oceno storitev, programov in drugih aktivnosti, ki so podjetnikom trenutno na voljo za podporo pri razvoju njihovih podjetij ter tako omogočiti vpogled v realne potrebe, vrzeli in priložnosti za izboljšanje podpornega okolja za zagonska, inovativna podjetja.

1.2 Namen in cilji raziskave

1.2.1 Namen raziskave

Glavni namen raziskave je proučiti vlogo državnih spodbud pri financiranju najboljčutljivejših razvojnih faz inovativnih mladih podjetij s potencialom hitre rasti in globalne usmerjenosti. Prikazati želimo učinke dodeljevanja državnih spodbud - subvencij za zagon inovativnih podjetij v Sloveniji, stopnjo preživetja teh podjetij, kakor tudi celovito predstaviti vlogo države pri razvoju slovenske start-up scene. Ugotoviti želimo, kakšen je prispevek podpornih institucij pri spodbujanju ustanavljanja inovativnih, na znanju temelječih podjetij, katere finančne in druge državne spodbude so na voljo in kakšen je njihov vpliv na rast in razvoj slovenskih zagonskih podjetij.

Prav tako podajamo oceno podpornega okolja za inovativno zagonsko oz. start-up podjetništvo v Sloveniji. Zanima nas, kako je le-to razvito, pri tem pa se bomo osredotočili na subjekte inovativnega okolja (SIO) - univerzitetne inkubatorje, podjetniške pospeševalnike in tehnološke parke. Želimo ponuditi vpogled v storitve SIO in pri tem ugotoviti, kako podjetniki, ki se intenzivno vključujejo v podporno okolje, ocenjujejo slovenski start-up ekosistem in storitve, ki jih ponujajo podporne institucije, s poudarkom na SIO. Zanimalo nas bo, kako sami podjetniki zaznavajo prispevek podjetniške inkubacije oz. vključenosti v SIO in drugih storitev vsebinske podpore k rasti in razvoju inovativnih nastajajočih in novonastalih podjetij v Sloveniji ter kakšen je njihov vpliv na uspešnost poslovanja podjetja.

Na podlagi naših ugotovitev lahko ocenimo prispevek in dodano vrednost podpornih institucij startup ekosistema in državnih spodbud h gospodarskemu razvoju države nasploh.

1.2.2 Cilji raziskave

Cilji v teoretičnem delu raziskave so bili:

- Proučiti relevantno literaturo s področja zagonskega podjetništva in njegovega podpornega okolja.
- Analizirati faze razvoja start up podjetja, oblike financiranja.

- Proučiti vlogo države pri podpori zagonskih podjetij v začetnih razvojnih fazah.
- Izdelati celovit pregled programov državnih spodbud, namenjenih hitrejšemu razvoju mladih inovativnih podjetij v Sloveniji.
- Proučiti pomen semenskega kapitala kot novejše oblike državne spodbude, namenjene financiranju zagona inovativnih podjetij s potencialom hitre rasti.
- Proučiti pomen vsebinske podpore - »coaching« oz. mentorskih programov, subjektov inovativnega okolja (SIO) ter drugih podpornih storitev, namenjenih nastajajočim in mladim inovativnim podjetjem.

Cilji v empiričnem delu raziskave so bili:

- Prikazati učinke so-financiranja prvih razvojnih faz podjetja z zagonskimi subvencijami in ugotoviti smotrnost dodeljevanja te oblike državnih spodbud s primerjavo finančnih kazalnikov uspešnosti poslovanja podprtih podjetij, v primerjavi z nepodprtimi podjetji.
- Ugotoviti, kakšen je vpliv državnih spodbud - subvencij za zagon inovativnih podjetij v Sloveniji, na uspešnost poslovanja (rast in razvoj) podjetij v obdobju treh let po pridobljeni finančni spodbudi.
- Analizirati slovensko podporno okolje za inovativno zagonsko podjetništvo - t.i. »start-up ekosistem«, s poudarkom na subjektih inovativnega okolja.
- Pridobiti splošno oceno slovenskega start-up ekosistema s perspektive podjetnikov in potrebne ukrepe za njegovo izboljšanje.
- Definirati najpogostejše ovire, s katerimi se srečujejo slovenski podjetniki v začetnih fazah razvoja podjetja.
- Ugotoviti vpliv vključevanja v SIO in uporabe storitev vsebinske podpore, na uspešnost poslovanja start up podjetij.
- Oceniti zaznano vrednost koristi/ugodnosti, ki jih nudi vključenost start-up podjetja v subjekte inovativnega podpornega okolja (SIO) - podjetniške pospeševalnike, tehnološke parke, univerzitetne inkubatorje, za rast in razvoj podjetja, s perspektive podjetnikov.

1.3 Metodologija raziskovanja

1.3.1 Hipoteze magistrskega dela

Osnovne teze (hipoteze) raziskovanja, ki smo jih v magistrskem delu preverili, so:

- H1: Uspešnost poslovanja start up podjetja se razlikuje glede na to, ali je podjetje pridobilo državno spodbudo za financiranje zagona, ali ne.
- H2: Uspešnost poslovanja start up podjetja se razlikuje glede na njegovo vključenost v subjekte inovativnega okolja.

Hipotezo H2 smo preverili s pomočjo naslednjih podhipotez:

- H2a: Pogostost informiranja in uporabe osnovnega svetovanja, ki ga nudi SIO, je pozitivno povezana z uspešnostjo poslovanja start up podjetja.

- H2b: Udeležba na dogodkih, organiziranih v sklopu SIO (podjetniške delavnice, start up šole/vikendi, demo dnevi, »pitching«, tematska izobraževanja, »networking« dogodki idr.) je pozitivno povezana z uspešnostjo poslovanja start up podjetja.
- H2c: Podpora mentorjev in mentorskih programov pozitivno vpliva na poslovanje podjetja.
- H3: Najpogostejša ovira, s katero se srečujejo start up podjetja, je pomanjkanje finančnih virov za financiranje zagona podjetja.
- H4: Start up podjetniki ocenjujejo, da je slovensko podporno okolje za start up podjetništvo dobro razvito.

1.3.2 Uporabljene raziskovalne metode

V magistrskem delu smo uporabili različne znanstveno-raziskovalne pristope, s pomočjo katerih smo prišli do ustreznih znanstveno-strokovnih spoznanj. V ta namen smo se pri delu poslužili dveh vidikov proučevanja, ki sta opisana v nadaljevanju.

1. *Teoretični vidik raziskovanja* - za proučevanje teoretičnih konceptov in sekundarnih podatkov smo uporabili naslednje raziskovalne metode:
 - deduktivna metoda: iz splošnih teoretičnih stališč smo s pomočjo posamičnih in splošnih postavk prišli do konkretnih posamičnih sklepov;
 - metoda deskripcije: s pomočjo te metode smo opisovali dejstva in procese. Opisali smo splošna teoretična spoznanja, ki se nanašajo na predmet obravnave zagonskega podjetništva, hitrorastočih podjetij, vrzeli v financiranju podjetniškega sektorja, podpornega okolja za podjetništvo in državnih pomoči;
 - metoda kompilacije: s pomočjo izsledkov tujih znanstveno - raziskovalnih del smo v teoretičnem delu povzeli misli, stališča in spoznanja različnih avtorjev in empiričnih raziskav;
 - primerjalna metoda: primerjali smo različne izsledke, stališča in spoznanja in poskušali pojasniti bistvo tematike;
2. *Empirični vidik raziskovanja* - za izvedbo empiričnega dela smo izvedli postopke zbiranja, urejanja in točnega merjenja podatkov, kjer smo uporabili naslednje raziskovalne metode:
 - kvantitativna anketna raziskava: s pomočjo elektronskega anketnega vprašalnika smo zbrali potrebne podatke in informacije, ki so bili osnova za nadaljnjo empirično raziskavo. Strukturiran anketni vprašalnik smo poslali na e - naslove proučevanega vzorca podjetij, ki so bila v obdobju od 2006 do 2011 novoustanovljena in so se prijavila na javni razpis Sklada »P2« za pridobitev zagonske spodbude, namenjene inovativnim podjetjem (prijaviteljev 773 podjetij); po pregledu preživetja podjetij na podlagi evidence AJ PES se je število potencialno sodelujočih podjetij v anketni raziskavi nekoliko zmanjšalo). Zbrane podatke smo statistično obdelali in analizirali v programu SPSS, ob grafičnih in tabelarnih ponazoritvah pa smo podali tudi ustrezne razlage in ugotovitve;

- Mann-Whitneyev test in Wilcoxon rank-sum test za neodvisna vzorca: s pomočjo Mann-Whitneyevega testa in Wilcoxon rank-sum testa smo preverjali, ali obstajajo statistično pomembne razlike med povprečnimi vrednostmi za dve proučevani skupini in tako preverili zastavljene hipoteze;
- korelacijska analiza: s pomočjo izračuna Pearsonovega koeficienta korelacije smo ugotavljali jakost in smer linearne povezanosti med spremenljivkama (če ta obstaja) in tako preverili zastavljene hipoteze. Vrednost korelacijskega koeficienta je definirana na intervalu od -1 do 1, kjer vrednost -1 pomeni popolno negativno linearno povezanost, vrednost 0 pomeni, da linearne povezanosti med spremenljivkami ni, vrednost 1 pa pomeni popolno pozitivno linearno povezanost med spremenljivkami;
- test zanesljivosti: zanesljivost anketnega vprašalnika smo preverili z izračunom koeficienta Cronbach alfa. Za vprašanja s podanimi trditvami smo izračunali vrednost Cronbach alfe, ki naj bi bila enaka ali večja od 0,8. Testi stališč (ki smo jih uporabili v naši raziskavi), ponavadi ne dosegajo take stopnje zanesljivosti, zato smo pogojno upoštevali tudi nekoliko nižje vrednosti.

Glede na časovno obdobje lahko anketno raziskavo uvrstimo med retrospektivno, saj so anketirani podjetniki podajali mnenja in ocene glede na njihove pretekle izkušnje.

1.3.3 Predpostavke in omejitve raziskave

Raziskava magistrskega dela temelji na sledečih predpostavkah:

- Predpostavljamo, da so sekundarni viri, s katerimi smo pridobili potrebna teoretična izhodišča, točni.
- Predpostavljamo, da poleg pridobljene državne spodbude za zagon podjetja obstaja še več različnih dejavnikov in vzrokov, ki vplivajo na rast in razvoj mladega podjetja v času po pridobljeni spodbudi.
- Predpostavljamo, da je preživetje novoustanovljenega podjetja v veliki meri odvisno od podjetniških znanj in sposobnosti ter od višine zagonskega kapitala.
- Predpostavljamo, da so izbrana podjetja pripravljena sodelovati v raziskavi.

Raziskava magistrskega dela temelji na sledečih omejitvah:

- Dostopne informacije niso nikoli popolne.
- Izvedena raziskava in analiza sta geografsko omejeni na Slovenijo.
- Anketna raziskava temelji na vzorcu podjetij, ki so se v letih od 2006 do 2011 prijavila na javni razpis Slovenskega podjetniškega sklada »P2 - Spodbude za zagon inovativnih podjetij«, zato obstaja možnost, da izbrani del populacije ni reprezentativen.
- Omejili smo se na proučevanje dejavnika finančne in vsebinske državne spodbude in posledično ugotavljali njegov vpliv na uspešnost poslovanja slovenskih mladih inovativnih podjetij v obdobju neposredno po pridobljeni spodbudi.

1.4 Koncept magistrskega dela

Magistrsko delo je razdeljeno na dva glavna dela, teoretični in empirični del. Empirični del je nadalje razdeljen na dva sklopa.

V prvem sklopu smo naredili celovit pregled slovenskega podpornega okolja za zagonsko inovativno podjetništvo, kjer smo na kratko opisali delovanje vidnejših subjektov inovativnega okolja in povzeli nabor storitev, ki jih le-ti nudijo mladim inovativnim podjetnikom. Podatke smo črpali iz internetnih virov, člankov v raznih medijih s področja podjetništva, sporočil za javnost posameznih deležnikov podpornega okolja ter osebnih izkušenj in znanj s področja dela na Slovenskem podjetniškem skladu.

Drugi sklop smo namenili anketni raziskavi, kjer smo ocenili vpliv vključevanja mladih inovativnih podjetij v podporno okolje na njihovo uspešnost poslovanja. Izmerili smo zaznano vrednost in oceno storitev SIO s perspektive podjetnikov. V raziskavo so bila vključena podjetja, ki so bila novo ustanovljena oz. na začetku svojega razvoja v obdobju od 2006 do 2011 ter so povpraševala po zagonskih sredstvih iz državnega vira in se tako vključila v podporno okolje za zagonsko podjetništvo. Vzorec raziskave je zajemal podjetja, prijavitelje na javni razpis Sklada "P2 - Subvencije za zagon inovativnih podjetij" v obdobju od leta 2006 do 2011. Vzorec je neslučajnostni in je obsegal 773 podjetij. Seznam podjetij s kontakti in del finančnih podatkov smo črpali iz interne podatkovne baze Sklada, del podatkov pa smo pridobili iz javno dostopnih evidenc SURS in AJPES. Pridobiti smo želeli med 50 in 100 izpolnjenih vprašalnikov.

Priprave magistrskega dela smo se lotili po naslednjih korakih:

- iskanje in proučevanje obstoječe domače in tuje strokovne literature, znanstvenih člankov, izvedenih raziskav in drugih virov z orientacijo na vsebinski naslov magistrskega dela (področje zagonskega podjetništva, državnih pomoči, podpornega okolja za mlada inovativna podjetja)
- oblikovanje teoretičnega dela magistrskega dela
- izdelava dispozicije magistrskega dela
- izvedba empiričnega dela magistrskega dela
 - analiza slovenskega start up ekosistema
 - določitev vzorca anketne raziskave
 - izdelava anketnega vprašalnika
 - zbiranje podatkov - anketiranje
 - obdelava zbranih podatkov s pomočjo programskega orodja za statistične analize SPSS in prikaz podatkov Excel
 - analiza oz. interpretacija rezultatov empirične raziskave
 - potrditev ali zavrnitev postavljenih hipotez
- sinteza ugotovitev raziskave ter priprava predlogov za nadaljnje proučevanje
- sklepni del.

I. TEORETIČNI DEL MAGISTRSKEGA DELA

2 FINANČNI VIRI IN PODPORNO OKOLJE ZA ZAGON IN RAST INOVATIVNIH PODJETIJ

Obstajajo različne definicije podjetništva; Eurostatov in OECD-jev projekt o podjetništvu (EIP – Entrepreneurship Indicator Programme) na primer definira podjetništvo kot pojav, povezan s podjetniško aktivnostjo, podjetniška aktivnost pa je podjetniško delovanje posameznikov s prizadevanjem za ustvarjanje vrednosti (z ustanavljanjem ali širitvijo gospodarske aktivnosti) z identificiranjem novih proizvodov, procesov ali trgov (OECD, 2015). Po Amorosu in Bosmi (2014) je podjetništvo pojem, ki je v svojem bistvu neizbežno povezan z gospodarskim razvojem in blaginjo družbe kot celote. Schumpeter podjetnika, ki je glavni gonilec podjetniškega procesa, opredeljuje kot ambicioznega posameznika, ki spodbuja inovacije, hitre strukturne spremembe v gospodarstvu, uvajanje nove konkurence ter prispeva k produktivnosti, ustvarjanju novih delovnih mest in nacionalni konkurenčnosti.

Za gospodarski razvoj je potrebno nenehno iskanje in uveljavljanje poslovnih priložnosti, vlaganje v inovacije ter ustanavljanje novih podjetij. Inoviranje je proces, ki je pomemben na vseh ravneh in vrstah organizacij. Je motor gospodarskega razvoja. Za konkurenčno gospodarstvo je potrebno vzpodbuditi ustanavljanje inovativnih podjetij, katera v svoje poslovne procese in posledično produkte vnašajo veliko mero znanja in inovativnosti, kar prispeva k višji dodani vrednosti gospodarstva. Na organizacijski ravni postaja vedno pomembnejša sposobnosti uporabe znanja in inovativnosti kot temeljna poslovna strategija konkurenčne prednosti (Kešeljević, 2006, str. 115). Zaradi velikega tveganja pri uvajanju novih proizvodov, storitev ali procesov se inovacije komercializirajo prek izoliranih formalnih tvorb, kot so start up podjetja. Ta nastajajo predvsem v območjih, kjer se koncentriira znanje z visoko dodano vrednostjo, kjer se lahko oblikujejo interdisciplinarne skupine (predvsem v institucijah znanja, kreativnih središčih), torej tam, kjer je vzpostavljena ustrezna podjetniška in ustvarjalna dinamika (SVRK, 2015, str. 35).

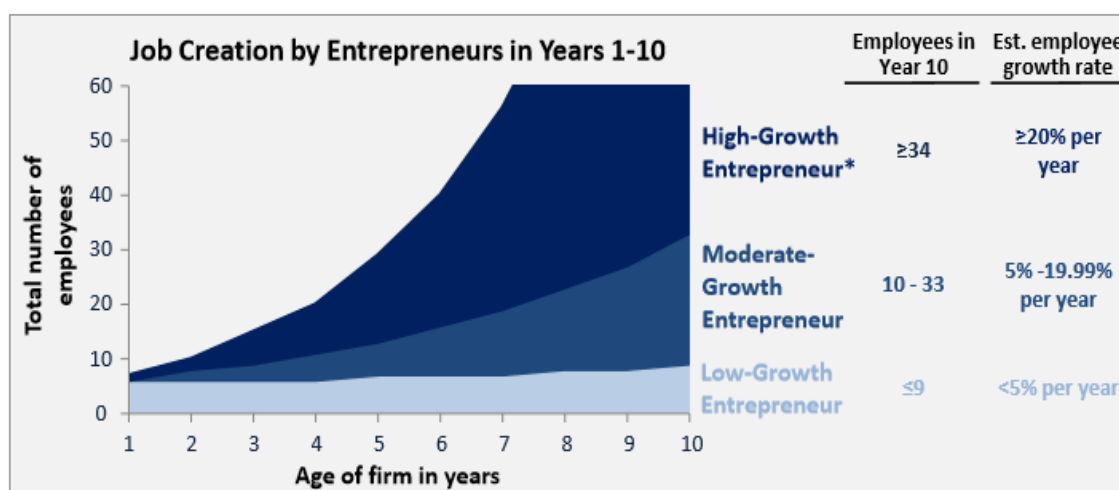
Jaklič in Rebernik (2014, str. 1) opredelita start up podjetje kot novonastalo podjetje, namen katerega je razvoj novega, običajno inovativnega proizvoda ali storitve v negotovih okoliščinah. (Klačmer Čalopa et al., 2014, str. 19-20) opisuje start up podjetje kot novonastalo podjetje, ki pa še je v fazi razvoja in tržnih raziskav in je ponavadi, ne pa nujno, povezano z visoko tehnološkimi projekti, ki imajo potencial hitre rasti. Start up podjetništvo je pomembno gonilo gospodarstva, ključno prav zaradi inovacij, novih delovnih mest, po navadi z višjo dodano vrednostjo od povprečja, posledično gospodarske rasti ter vnašanja konkurenčne dinamike v poslovno okolje. Mlada, inovativna ali start up podjetja potrebujejo za razvoj inovacijskega potenciala sorazmerno velik začetni kapital za financiranje raziskav in lansiranje inovativnega proizvoda ali storitve na trg oziroma komercializacije idej. Financiranje takih projektov pa predstavlja za klasične ponudnike kapitala na trgu sorazmerno veliko tveganje (Vinturella et al., 2013). Za to je potrebno primerno razvito podporno okolje in oblike financiranja, ki so specifične za to ciljno skupino podjetij, za katero navadno na bančnem trgu ni pripravljenosti za financiranje.

Po raziskavah sodeč je stopnja preživetja start up podjetij v svetu izjemno nizka, saj več kot 90% teh podjetij izdelka ne uspe niti spraviti na trg, kaj šele, da bi postala dobičkonosna (Patel, 2015). Značilnost teh podjetij je, da v začetni fazi testirajo različne poslovne modele, kar s seboj prinaša veliko tveganje. Prav zato potrebujejo dobro razvit sistem podpornih storitev, celovito podporo, tako finančno kot vsebinsko (svetovnalno).

2.1 Pomen mladih inovativnih (start up) podjetij za sodobno gospodarstvo

Start up podjetje si prizadeva na trg spraviti nov, običajno inovativen proizvod ali storitev, kar predstavlja veliko podjetniško tveganje. Običajno ima zato tudi velik potencial za rast. Raziskava Global Entrepreneurship Monitor Slovenija iz leta 2012 ugotavlja, da se tretjina dinamike gospodarske rasti držav pojasni z dinamiko start up podjetništva (Jaklič & Rebernik, 2014, str. 4). Dinamično, inovativno podjetništvo je izjemnega pomena za razvoj družbe, ker utvarja nova delovna mesta, navadno z visoko dodano vrednostjo. Podatki svetovne raziskave Global Entrepreneurship Monitor - GEM³ kažejo, da v svetu povprečni podjetnik z visokim potencialom ustvari kar 3-krat več delovnih mest, kot podjetnik s srednjim potencialom in kar 15-krat več delovnih mest, kot podjetnik z nizkim potencialom (razvidno iz slike 1). Tako je med podjetniki le 4 % takih, ki jih lahko štejemo v skupino dinamičnih podjetij (dosegajo vsaj 20 % povprečno letno rast prihodkov) in dajejo resničen prispevek h gospodarskemu razvoju družbe, saj ustvarijo vsaj 38 % vseh delovnih mest. Za primerjavo naj povemo, da je med svetovno populacijo podjetnikov le 6 % tistih s srednjim potencialom, ki dosega od 5 - 20 % povprečno letno rast prihodkov in ustvarijo 28 % vseh delovnih mest, večina, kar 90 % podjetnikov, pa je v populaciji tistih z nizkim potencialom, ti dosega le do 5 % povprečno letno rast prihodkov in ustvarijo skupno 34 % vseh delovnih mest (Morris, 2011, str. 2-3).

Slika 1: Število delovnih mest, ki jih v desetih letih ustvarijo trije tipi različno ambicioznih podjetnikov



Vir: (Center for High - Impact Entrepreneurship at Endeavor, 2011, str. 3).

Podjetniških talentov z visokim potencialom je zelo malo in so v vsakem narodu najdragocenejši človeški vir, zato jih je treba celovito podpreti. Ekonomska politika in

³ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) je neprofitno akademsko raziskovalno združenje, ki proučuje zgodnjo podjetniško aktivnost s ciljem podati te informacije čim širši javnosti. GEM je največja enotna raziskava o podjetniški aktivnosti v svetu.

politika pospeševanja podjetništva morata razumeti, da niso vse podjetniške aktivnosti enake, še manj pa motivi ljudi za ukvarjanje s podjetništvom. Omogočanje pogojev za ambiciozno inovativno podjetništvo je pomembno drugačno kot omogočanje pogojev za samozaposlitveno preživetveno podjetništvo. Start up podjetja so torej tista, ki imajo ambicijo in potencial, da postanejo gazele, ki lahko s hitro rastjo ustvarijo veliko število novih delovnih mest, pri čemer je izrednega pomena tudi, da so to navadno delovna mesta, ki ustvarijo nadpovprečno visoko dodano vrednost in prihodke. Pogosto, ne pa vedno, so to podjetja iz visokotehnoloških panog.

Vse najrazvitejše države v družbi znanja spodbujajo start up podjetništvo, tako z vidika investicije v prihodnost, kot z vidika aktivnega snovanja dolgoročne gospodarske politike. Navajamo pet pozitivnih učinkov start up podjetništva na gospodarstvo, ki so tudi ključni razlogi za spodbujanje le-tega na ravni države (Jaklič & Rebernik, 2014, str. 5-6):

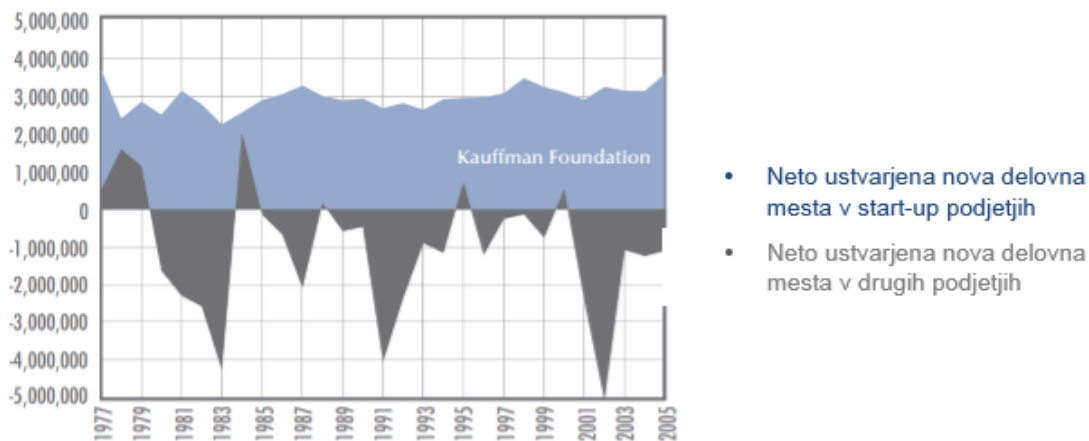
- Inovacije

So glavno gonilo razvoja gospodarstva in povečevanja produktivnosti. Start up podjetja so najprimernejša oblika unovčenja invencij ter s tem najboljši mehanizem za komercializacijo tehnoloških in drugih novosti. Prispevajo k hitremu razvoju novih tehnologij in lokacije, kjer delujejo. Velika podjetja pogosto kupujejo start up podjetja kot tehnologijo, ki jo integrirajo v svoje poslovanje in s tem ohranjajo konkurenčno prednost. Hkrati pa lahko sama v start up okolje izločajo znanje in spin-off ali spin-out podjetja, kar brez dobro delujočega start up ekosistema ni omogočeno.

- Nova delovna mesta in gospodarska rast

Start up podjetja dolgoročno ustvarjajo velik del novih delovnih mest in prispevajo h gospodarski rasti države. Start up podjetja temeljijo na inovacijah, zato potencial teh podjetij predstavlja zdravo jedro gospodarstva. Če želi država dolgoročno spodbujati nove zaposlitve, je nujno, da vlaga v segment podjetij, ki dolgoročno (v 10 letih in dlje) ustvarja največ delovnih mest; slika 2 nam prikazuje primerjavo med novo ustvarjenimi delovnimi mesti v start up podjetjih in ostalih podjetjih v večletnem obdobju. Start up podjetja so idealna oblika in priložnost za zaposlovanje in aktiviranje generacije Y.

Slika 2: Start up podjetja ustvarijo neto prirast delovnih mest



Opomba: Podatki za ZDA

Vir: (Kane, 2010, str. 2 v Jaklič & Rebernik, 2014).

- Vnašanje nove konkurenčne dinamike v gospodarski sistem

Start up podjetja so najbolj dinamične gospodarske organizacije na trgu, saj v gospodarski sistem vnašajo dodatno dinamiko in konkurenčnost. To pomeni, da gospodarstvo ostaja zdravo, čilo in prizadevno, posamezna podjetja pa težje zaspijo na lovorikah.

- Promocija raziskovalno - inovacijskega sistema

Tako visokotehnološka kot storitvena start up podjetja, ki temeljijo na znanju, so zelo povezana z institucijami znanja. Ustrezen podjetniški ekosistem tako promovira raziskovalno - razvojni in razvojno - inovacijski pristop institucij znanja, podjetij in povezovalnih institucij ter prispeva k aplikativni orientaciji raziskovalnega dela na univerzah in raziskovalnih institucijah. Deluje pa tudi kot zgled in spodbuda študentom in raziskovalcem, da svoje ideje realizirajo s start up podjetjem.

- Vnašanje vrednot proaktivnosti v družbo

Start-up podjetništvo spreminja vrednote družbe in prinaša nov miselni vzorec, skluden z družbo znanja in ustvarjalnosti. Prebivalstvo se začne vedno bolj zavedati lastne odgovornosti za svoje delo in karierni razvoj.

2.2 Razvoj start up podjetja in viri financiranja

Temeljna osnova za uspešen zagon vsakega podjetja je poleg dobre ideje in zavzetega tima ljudi dovolj kapitala za ustanovitev in rast podjetja. Bolj, kot se podjetje nahaja v kapitalsko intenzivni panogi ter hitrejša, kot je rast podjetja, več finančnih sredstev potrebuje. Potrebni finančni viri in pravilna oblika financiranja omogoča hiter vzpon in uresničenje potenciala podjetja. Mlada inovativna start up podjetja potrebujejo za svoj razvoj različne oblike financiranja, odvisno od več dejavnikov:

- razvojne faze, v kateri se nahajajo (ali je to začetek razvoja ideje, oblikovanje prototipa, ustvarjanje prvih prihodkov ali že rast na trgu)
- doseg posla (ali je to regionalni, nacionalni ali globalni trg),
- vrste panoge, v kateri delujejo (ali je to kapitalsko intenzivna panoga ali ne).

Start up podjetniki pri uresničevanju svoje inovativne ideje v praksi zaradi začetniškega navdušenja le malokrat natančno ocenijo, koliko finančnih sredstev za izvedbo projekta in nadaljnje poslovanje bodo resnično potrebovali. Vrste sredstev, ki so na voljo podjetnikom v začetnih fazah razvoja podjetja, so navadno tudi zelo omejene. V grobem jih lahko razdelimo na notranje vire financiranja, nepovratna sredstva, dolžniške vire financiranja in lastniški kapital.

2.2.1 Nepovratna sredstva

Za financiranje razvoja in drugih stroškov začetnega poslovanja so podjetnikom na voljo državna nepovratna sredstva ali subvencije, ki jih razpisujejo različne vladne agencije, skladi, občine in druge institucije preko javnih razpisov, na katere se mlada podjetja prijavijo. Na podlagi oddane prijave na javni razpis z oddano vlogo, ki vsebuje poslovni in finančni načrt, podjetja pridobijo subvencije na podlagi osvojenih točk projekta, za

katerega so oddali vlogo za sofinanciranje. Višina dodeljenih nepovratnih sredstev in odstotek sofinanciranja se razlikuje od razpisa do razpisa.

2.2.2 Dolžniški viri

Najpogosteje se dolžniško financiranje pojavlja v obliki kratkoročnih ali dolgoročnih kreditov, lizinga, faktoringa ali drugih oblikah posojil. Zaradi same narave tega finančnega inštrumenta so za start up podjetja manj primerni. Prav tako mlada inovativna podjetja nimajo enakih pogojev pri dolžniškem bančnem financiranju, kot že uveljavljena podjetja na trgu, saj so brez poslovnih izkazov, na podlagi katerih banke odobravajo posojila. Zato je pripravljenost bank za take oblike financiranja zelo majhna, saj predstavljajo projekti start up podjetij veliko tveganje nevrčila posojila.

Po navadi velja, da novoustanovljena podjetja to obliko financiranja težko dobijo, saj za to potrebujejo ustrezne bonitete, zgodovino poslovanja in zavarovanje oz. garancijo za posojilo v obliki sredstev podjetja ali osebnih sredstev. Mlada podjetja so tako prisiljena poiskati finančna sredstva drugje, po drugi strani pa ta segment podjetij posega po alternativnih virih financiranja prav tako zaradi cene in drugih pogojev, ki bolje odražajo sposobnosti in dinamiko njihovega razvoja (Astebro & Bernhardt, 2003, 309). Zato je bolj praktično in lažje poseči po lastniških virih financiranja.

2.2.3 Lastniški viri

Visoko na prvem mestu v sklopu financiranja start up podjetja je potrebno postaviti notranje vire financiranja podjetja. Finančna sredstva, ki omogočijo prve korake v podjetniški svet, zagotovi običajno podjetnik sam, s čimer hkrati dokazuje bodočim investitorjem verodostojnost ter kredibilnost svojega projekta. Pri tem podjetniku večkrat priskočijo na pomoč ostali neformalni investitorji, ki so po definiciji 4F Founders (ustanovitelji), Family (družina), Friends (prijatelji) in Fools (naivneži). Ti imajo tudi večje zaupanje v uspeh podjetja, zaradi poznavanja podjetnikovih osebnostnih lastnosti, te informacije pa zunanji ponudniki kapitala nimajo. A za uspešen razvoj ideje, marketing in prodor na trg začetni kapital ne zadostuje in za nadaljnje postopanje je potrebno pridobiti dodatne vire kapitala.

Koncept lastniškega financiranja je povsem drugačen od dolžniškega. Lastniški viri financiranja pomenijo pridobitev kapitalskih sredstev s hkratnim vstopom investitorja v lastniško strukturo podjetja. Gre za najcenejšo obliko financiranja, saj le-ta ne obremenjuje denarnega toka podjetja, nizki pa so tudi sami stroški izvedbe (Makovec, 2014). Investitorji so pripravljeni sprejeti veliko tveganje brez kakršnih koli zavarovanj. Vendar pa zaradi večjega tveganja in majhne likvidnosti naložb želijo tudi večji donos. Investitor z investicijo postane v največ primerih manjšinski solastnik podjetja in realizira donos na investicijo, ko svoj delež čez nekaj let proda (Kos, 2011).

Lastniško financiranje za mlada inovativna podjetja je podjetnikom na voljo v več oblikah:

- Poslovni angeli

Poslovni angeli so izkušeni posamezniki, ki s svojim znanjem, izkušnjami, mrežo povezav in kapitalom vstopajo v startup podjetja ter jim s t.i. "pametnim" kapitalom

pomagajo pri razvoju in hitri rasti. Poslovni angel v zameno za vložen kapital pridobi lastniški delež v podjetju. Nanadno vstopajo v podjetja z inovativnim produktom, izkušeno ekipo, globalnim trgom in potencialom hitre rasti. Poslovni angeli običajno investirajo nekje med 100.000 in 500.000 evrov v fazah, ko ima podjetje prototip in že prve stranke za svoj produkt (Kos, 2011).

- Skladi tveganega kapitala

Skladi tveganega kapitala za razliko od poslovnih angelov običajno v podjetja vstopajo predvsem v fazi hitre rasti in globalizacije, ko podjetje že širi svoje poslovanje na mednarodne trge. Skladi tveganega kapitala investirajo v podjetje tudi do nekaj milijonov evrov. Kapitalski vložki so zato neprimerno večji od angelskih investicij (Kos, 2011). Višini kapitalskega vložka je primeren tudi pridobljen lastniški delež v podjetju. Vstopajo v podjetja z inovativnim produktom, izkušeno ekipo, globalnim trgom in potencialom hitre rasti. Vlagajo zgolj v najperspektivnejše posle. Podjetje mora imeti jasno kompetenco in diferenciator, mednarodni potencial, izkušeno ekipo, prav tako pa mora biti vidna strategija izhoda.

- Podjetniški pospeševalniki

Omeniti velja tudi različne pospeševalnike, ki so dejansko kombinacija lastniškega financiranja ter prilagojenega izobraževanja, z namenom pospešiti razvoj podjetja. Pospeševalniki podjetjem ponujajo specializirane mentorske programe in ostale ugodnosti, kot tudi različne višine investicij v podjetje v zameno za lastniški delež. Nekateri pospeševalniki so specializirani za investicije v podjetja na določene ciljnih tržišču ali v določeni panogi.

Katerega vira lastniškega kapitala se podjetnik odloči posluževati, je odvisno od faze razvoja, v kateri se podjetje nahaja, ali namenov, zaradi katerih kapital potrebuje.

2.2.4 Množično financiranje

Množično financiranje (ang. »crowdfunding») je način zbiranja sredstev za financiranje projektov in podjetij. Je proces, v katerem kupci/investitorji s pomočjo finančnih prispevkov omogočajo novoustanovljenim podjetjem financirati inovativne projekte v zameno za razne ugodnosti. Podjetjem omogoča zbiranje sredstev s pomočjo večjega števila ljudi prek spletnih platform.

Slovenska crowdfunding skupnost množično financiranje opredeljuje kot kolektivno akcijo zbiranja finančnih sredstev v podporo projektov, posameznikov ali organizacij (Crowdfunding, 2015). Gre za inovativen način pridobivanja sredstev, ki se najpogosteje uporablja za zagonska in hitro rastoča podjetja. Je tudi način, kjer ponudba pritegne pozornost in pridobi naklonjenost skupnosti oz. javnosti, kar omogoča koristen vpogled na trg in dostopnost do novih strank (Evropska komisija, 2014).

Evropska komisija (prav tam) je množično financiranje razdelila v naslednje oblike:

- vzajemna posojila
- množično financiranje lastniškega kapitala
- množično financiranje v zameno za nagrado

- množično financiranje na podlagi donacij
- udeležba pri dobičku/prihodku podjetja
- množično financiranje dolžniških vrednostnih papirjev
- hibridni model.

Odločitve glede financiranja in pridobivanja finančnih virov so tako ene izmed najpomembnejših in predstavljajo ključne mejnike v razvoju startup podjetij. Poglavitno je, da se zato mlada inovativna podjetja pred izbiro načina financiranja pridobijo ustrezne informacije ter tako sprejmejo najboljše odločitve za optimalno rast podjetja.

2.3 Podporno okolje kot pomemben element spodbujanja zagona in rasti inovativnih podjetij

Globalni konkurenčni pritiski in nove tehnologije motivirajo inovativna in prodorna start up podjetja, da iščejo poslovne priložnosti, financiranje, ekipe, partnerje in trge na svetovni ravni. Spoprijemajo se z izzivi ustvarjanja uspešnega sodelovanja tako z nacionalnimi kot globalnimi deležniki, pri čemer jim je treba zagotavljati vso možno podporo. Zaradi vedno bolj turbulentnega poslovnega okolja se razvijajo nove prakse grajenja zagonskih podjetij (npr. »the lean start up«), s tem pa tudi ustrezni mehanizmi podpore tovrstnim podjetjem.

Po mnenju Goldmana, enega prvih zagovornikov koncepta podjetniških pospeševalnikov na svetu, svetovalci in strokovnjaki v okviru podpornih institucij, kot so pospeševalniki in inkubatorji, pomagajo zgodnjim podjetnikom izogniti se pastem, ki onemogočajo razvoj in rast podjetja in bi neposredno lahko pomenile propad obetavnega podjetja oz. posla, še preden bi se ta sploh pričel. Pravi, da so strokovno znanje in izkušnje ter povezave, ki jih taka institucija prispeva k podjetniški ideji, še bolj pomembne, kot sam denar. Stopnja napak oz. neuspehov malih podjetij je namreč visoka še posebej v obdobju formiranja podjetja (Trapunski, 2000, str. 15).

Start up podjetja so v začetnih fazah razvoja zelo ranljiva, saj se navadno ukvarjajo s tveganimi projekti. Zato je nujna kontinuirana in posamezni fazi prilagojena podpora z ustreznimi programi svetovanja in financiranja. Kakovostni programi, povezani na nacionalni ravni, ki vsebujejo tako finančne spodbude kot tudi vsebinsko podporo podjetjem, so nujni sestavni del start up ekosistema. Njihov namen je pomagati podjetnikom pri reševanju poslovnih in tehničnih izzivov, s katerimi se srečujejo v najboljčutljivejših razvojnih fazah podjetja.

2.3.1 Faze start up podjetja in potreba po podpori

Potreba nastajajočega ali mladega inovativnega podjetja oz. podjetnika po dodatni podpori iz okolja se razlikuje glede na razvojno fazo, v kateri se ta nahaja. Uspešen prehod iz ene v drugo fazo še ne zagotavlja uspeha v novi fazi.

Razvoj start up podjetja sta Jaklič in Rebernik (2014, str. 6-7) razdelila na štiri faze in za vsako posamezno fazo opredelila potrebno podporo za optimalni razvoj:

- Motivacija in aktivacija talenta:

Prva kritična točka je identifikacija in angažiranje talenta. V fazi talenta je poleg identifikacije sposobnih posameznikov ključno, da se sistematično pomaga talentu pri razvoju njegove podjetniške ideje in se ga vključi v ustrezne programe, ki mu omogočajo izvedbo poslovnih ambicij. Zato morajo ustrezni programi širiti vrednote, ki talent spodbudijo, kot so vrednote inovativnosti, podjetnosti, splošne ustvarjalnosti, kot tudi sodobno znanje in poti kariernega uspeha, z namenom, da posamezniki pridobijo vpogled v vse možnosti, ki jih imajo.

- Start up podjetje:

Druga kritična točka je ustanovitev podjetja in s tem pričetek validiranega učenja oziroma razvoja (iskanja) pravega poslovnega modela ter fleksibilne organizacije podjetja. V tej fazi je umrljivost podjetij izjemno velika, saj posamezniki ugotovijo, da pot do prvih strank ni tako lahka, vodenje mladega start up podjetja pa zelo zahtevna karierna naloga. Veliko je namreč tveganj, zaradi katerih podjetje ne uspe na trgu. Zato je nujno, da imajo start up podjetniki ustrezno okolje somišljenikov, znižano stopnjo birokracije, najsodobnejše podjetniško znanje, primerno regulativo na trgu dela, ustrezne sisteme zaščite intelektualne lastnine, pa tudi svetovalce in mentorje, ki jim pomagajo skozi najbolj kritične točke rasti mladega podjetja. Pri tem je ključna vloga v povezavah s trgom, z mentorji, z lokalnim in tujim podjetniškim okoljem, ki zagotavlja hitro prilagajanje in hitro učenje ter pomembne povratne informacije o njihovih novo razvitih produktih in storitvah in poslovnih modelih.

- Rast na svetovnih trgih:

Mnoga novonastala podjetja ne najdejo svoje poti na trg, veliko podjetij pa propade prav v fazi hitre rasti. Pri tem gre za izjemno izgubo človeškega potenciala in ostalih resursov, zato je preskok iz garažnega podjetja v profesionalno organizirano entiteto, ki želi konkurirati na svetovnih trgih, eden največjih izzivov podjetništva. Zaradi tega sta v tej fazi nujno potrebna mentorstvo (tudi v tujini) in enostaven dostop do svetovnih podjetniških vozlišč, kar podjetju olajša rast in širjenje na tuje trge.

- Umrljivost start up podjetij:

Zaradi zahtevnosti izvedbe poslovne operacije je umrljivost start up podjetij izjemno velika (80 % in več), zato je nujno, da se podjetje nahaja v ustreznem okolju, kjer ima na voljo najsodobnejše znanje o gradnji visokotehnoloških podjetij, fleksibilno infrastrukturo, dostop do najsodobnejših poslovnih storitev in podjetniških virov, skupnost posameznikov z enakimi vrednotami. Več znanstvenih študij je potrdilo, da ustrezen podjetniški ekosistem na eni strani vidno zmanjša umrljivost start up podjetij, na drugi strani pa zelo pospešuje njihovo nastajanje.

2.3.2 Mentorstvo in izobraževalno/mentorski programi

Mlada zagonska podjetja in podjetniki na začetku poslovanja velikokrat potrebujejo hiter praktičen nasvet koga izkušenejšega od njih, ki je podobno pot pred njimi že prehodil. Pri reševanju problemov, ki se pojavijo in onemogočajo nadaljevanje zagona podjetja, se leti lahko poslužijo strokovne pomoči mentorjev ali se vključijo v različne organizirane mentorske programe. Mentorski in izobraževalni programi ustanoviteljem start up

podjetij ponujajo kakovostne svetovalne storitve in orodja, ki olajšajo proces ustanavljanja podjetja ter povečajo možnosti za uspeh na trgu.

Mentorji so strokovnjaki na posameznih nišnih področjih. Od njih se pričakuje, da zagotavljajo kakovostno znanje in mentorstvo, specifično glede na fazo razvoja, v kateri se mlado podjetje nahaja (Borštnik, 2014). Mentor je oseba, ki nudi pomoč podjetju v obliki svetovanja, prenosa znanja in izkušenj, nadgradnje kompetenc in spodbujanja vseh aktivnosti, ki jih potrebuje in izvaja podjetje, zato, da uspe na trgu. Pozitivno pri sodelovanju med mentorjem in podjetnikom je tudi to, da gre za proces v obeh smereh, saj ima na ta način mentor dostop do osrednjih inovatorjev v svojih panogah, kjer tudi sami prejmejo dodatna znanja, ki jim služijo pri njihovem delu (Chahal, 2013).

Mentorji so navadno že izkušeni podjetniki, ki imajo naslednje značilnosti:

- so v preteklosti vodili ali še vodijo uspešno, rastoče podjetje,
- imajo primerno stopnjo in področje izobrazbe,
- imajo strokovna znanja in izkušnje, ki jih lahko prenašajo na mlada podjetja,
- izkazujejo izkušnje s poslovnim mentorstvom podjetij ter jasen in potrjen prispevek k rasti in razvoju v mentoriranih podjetjih,
- imajo reference o sodelovanju pri raznih podjetniških projektih,
- želijo prenašati svoje znanje in pozitivne izkušnje na druga podjetja,
- imajo sposobnosti za delo s podjetji ter željo, da le-ta uspejo,
- so pripravljeni vložiti čas in energijo za neprestano ohranjanje dobrega odnosa z mentoriranim podjetjem,
- sledijo novostim oz. razvoju na področju podjetništva ali razvoju tehnološkega znanja,
- znajo pomagati podjetjem pri reševanju problemov v delovanju in poslovanju, kar se kaže v boljšem poslovanju in rasti podjetja.
- niso samo svetovalci, ampak aktivno sodelujejo pri implementaciji sprejetih odločitev in dogovorjenih dejavnosti med podjetnikom in mentorjem.

Pred začetkom mentoriranja navadno mentorji prejmejo ustrezne dokumente o dotičnem podjetju, navodila za mentoriranje in pričakovanja, pa tudi problem, ki ga mlado podjetje želi rešiti. Tako se mentor lahko individualno posveti mlademu podjetju in mu skuša dati čim večjo dodano vrednost. Mentor je podjetniški ekipi na voljo za osebna srečanja, po elektronski pošti in telefonu oz. v skladu z dogovorom. Tak način sodelovanja se imenjuje individualno mentoriranje (ena na ena mentoriranje) (Borštnik, 2014). Pri izvajanju mentoriranja je pomembna aktivna vloga obeh, tako mentorja ali svetovalca kot podjetnika. Na ta način dosežeta zaupanje in konkretne rezultate. Mentoriranje se izvaja na tistih področjih poslovanja podjetja, ki jih podjetje opredeli skupaj z mentorjem.

Organizirani izobraževalno/mentorski programi poleg mentoriranja običajno ponujajo še mreženje z izkušenimi podjetniki in poslovnimi angeli, infrastrukturo institucije inovativnega okolja, ki program organizira in morebitne druge ugodnosti (lažje iskanje investitorjev ali programe priprave na investicijo ipd.). Cilj organiziranih izobraževalno/mentorskih programov je celovita podpora podjetju in pridobitev ustreznega mentorja za zagonsko podjetje, ki na podlagi individualnih srečanj nudi pomoč podjetju. V sklopu organiziranih mentorskih programov so za podjetnike, ki se želijo vanje vključiti, navadno predhodno organizirani "networking" dogodki oz. mreženje med podjetniki in mentorji, s ciljem, da se ti spoznajo in dogovorijo za poglobljeno mentorsko

sodelovanje. Podjetniki lahko med mentorji navadno izbirajo v sklopu objavljene liste mentorjev, ki sodelujejo v določenem mentorskem programu.

Mentorji in drugi svetovalci v sklopu izobraževalno/mentorskih programov, morajo biti kompetentni za ta položaj v smislu, da razpolagajo s podjetniškim in drugim specifičnim znanjem, ki ga lahko nudijo podjetnikom in potencialnim podjetnikom, še bolj pa v smislu poslovnih izkušenj, pa tudi mreže poslovnih kontaktov, kar ima za podjetnika "učenca" ponavadi veliko večjo vrednost, kot zgolj teoretično znanje. Prav tako morajo zelo dobro razumeti potrebe podjetnikov v začetnih razvojnih fazah. Navadno podpirajo mlada podjetja pri naslednjih aktivnostih (Tovarna podjetij, 2013):

- razvoj podjetniške ideje
- priprava poslovnega načrta in poslovnega modela,
- raziskava tržišča
- organizacija poslovnih procesov in določitev prioritetenih nalog
- organizacija financ, marketinga, človeških virov,
- strateško planiranje in vodenje podjetja,
- ključni indikatorji poslovanja podjetja (KPI),
- mreženje - povezovanje s ključnimi partnerji in viri financiranja (potencialnimi investitorji),
- pogajanja za investicijo
- vstop na nove trge idr.

2.3.3 Podjetniška inkubacija

Podjetniška inkubacija (ang. business incubation) je pomembna strategija spodbujanja podjetništva in inovativnosti, ki se je začela razvijati in pridobivati na popularnosti v ZDA v 80 - ih letih prejšnjega stoletja. Med obstoječimi koncepti in strategijami je koncept podjetniških inkubatorjev, pospeševalnikov ter njihovih programov splošno obveljal kot obetaven podporni mehanizem za razvoj podjetništva (Abduh, 2003; Lumpkin & Ireland, 1988, povzeto po Lilai, 2010, str. 90-91). Smisel poslovne inkubacije obstaja v dveh glavnih dejstvih; prvič - majhno podjetje je vitalni del gospodarstva in bistveno prispeva k njegovi rasti in razvoju družbe nasploh in drugič - stopnja neuspeha novonastalega in majhnega podjetja je visoka, še posebej na začetku razvoja (OECD, 1997; Scarborough and Zimmerman, 2002, povzeto po Lilai, 2010, str. 90). Zato so bili oblikovani številni koncepti in strategije za pomoč tem podjetjem. Takšne strategije se nanašajo na nastanek, razvoj in preživetje novih in malih podjetij.

Že nekaj let države po svetu, razvite in v razvoju, pod pritiskom krize krepijo svojo mrežo regionalno razpršenih inovacijskih inkubatorjev in pospeševalnikov kot osnovni instrument za pospeševanje inovativnega podjetništva ter prenašanje znanja v gospodarstvo in na trg (Jaksetič, 2012). The International Business Innovation Association - InNBIA je vodilna svetovna organizacije za spodbujanje podjetniške inkubacije in podjetništva, ki združuje inkubatorje po svetu ter organizira številna izobraževanja in konference, zagotavlja največjo bazo informacij in znanj s področja upravljanja in razvoja inkubatorjev ter nudi mrežo poslovnih kontaktov, vse za spodbujanje rasti in nudenje pomoči podjetjem v prvih razvojnih fazah. Prav tako komunicira z vladami in svetovnimi korporacijami glede razvoja inkubacijske dejavnosti. InBIA združuje več kot 2.100 članov iz več kot 60 držav. Njeni člani so managerji podjetniških inkubatorjev in pospeševalnikov, univerzitetnih podjetniških centrov in

drugi deležniki, ki si prizadevajo zgraditi podjetniški ekosistem v njihovih geografskih območjih (InBIA, 2015).

Evropska unija (na to je opozoril tudi zadnji pregled OECD inovacijske politike Slovenije), daje poseben pomen inovacijskim podjetniškim inkubatorjem, ki so na regionalni ravni neposredno vključeni v izvajanje inovacij. Ti pripravljajo in načrtujejo projekte, pripeljejo nove podjetnike na trg, pomagajo ideje spraviti v realnost. Zagotavljajo celovito storitev inkubiranja od prostorov in opreme naprej, po drugi strani pa imajo stalen stik z inovativnimi podjetji v zagonu ali zgodnji rasti. Bolje tudi poznajo lokalno specifikko kot druge bolj oddaljene ali centralizirane državne institucije (Jaksetič, 2012).

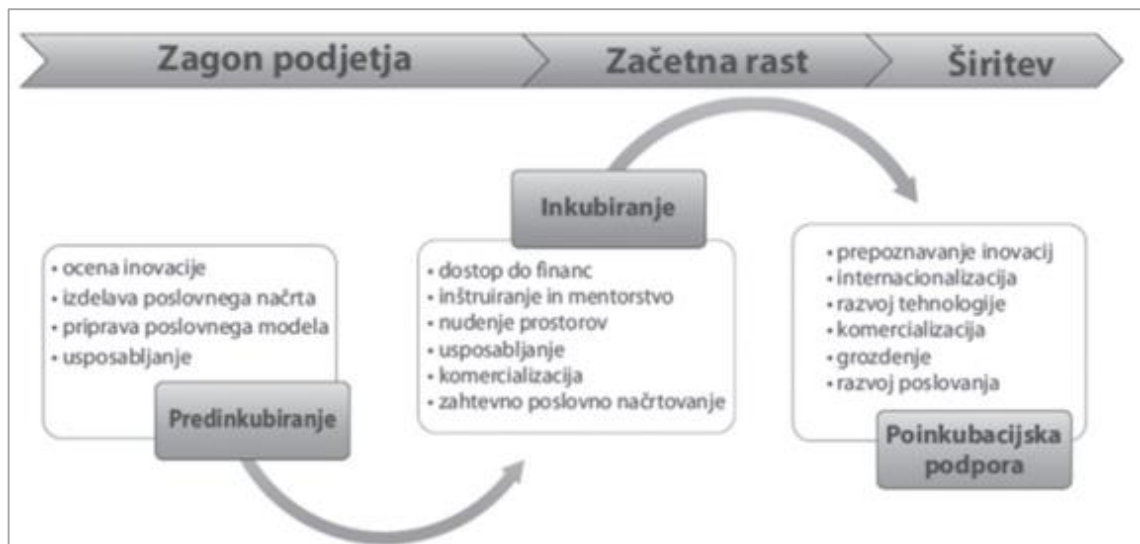
V literaturi s področja zagonskega podjetništva je zaslediti kar nekaj raziskav o pomenu in učinkovitosti podjetniških inkubatorjev. Večina teh izvira iz območja Združenih držav Amerike in Kitajske, kjer so se inkubatorji in podjetniški pospeševalniki razmahnili že od sredine 80 let. V svetovnem merilu inkubacijska industrija prednjači v ZDA, na drugem mestu je Kitajska (Lilai, 2010, str. 90-91). Po podatkih vodilne svetovne organizacije za spodbujanje podjetniške inkubacije in podjetništva iz ZDA InBIA, po prvih petih letih poslovanja preživi 87 % start up podjetij, podprtih s strani inkubatorja ali pospeševalnika, v primerjavi s samo 20 % start up podjetij, ki začnejo samostojno (Trapunski, 2000, str. 15). Po mnenju Goldmana, enega prvih zagovornikov koncepta pospeševalnikov na svetu, svetovalci in strokovnjaki v okviru pospeševalnikov pomagajo zgodnjim podjetnikom izogniti se pastem, ki onemogočajo razvoj in rast in bi neposredno lahko pomenile propad obetavnega podjetja oz. posla, še preden bi se ta sploh pričel. Stopnja napak oz. neuspehov malih podjetij je namreč visoka še posebej v obdobju formiranja podjetja.

Primarni cilj podjetniških inkubatorjev je bil komercializacija tehnoloških inovacij, vendar sta spodbujanje ustanavljanja in rasti novih mikro in malih inovativnih podjetij in zaposlenosti hitro pridobila pomembnost (Lilai, 2010, str. 91). Namen programov podjetniške inkubacije je spodbuditi inovativno podjetništvo z ustvarjanjem okolja, ugodnega za nastanek, razvoj in preživetje novih in nastajajočih podjetij (Rice & Matthews, 1995, povzeto po Lilai, 2010, str. 90). Inkubatorji in pospeševalniki podjetjem nudijo celovito pomoč in podporo pri prehodu iz faze financiranja na ravni prijateljev, družine in norcev (ang. "friends, family and fools financing") do faze financiranja s strani zahtevnejših privatnih investitorjev (Trapunski, 2000, str. 15). Univerzitetni in podjetniški inkubatorji in tehnološki parki s svojim širokim spektrom storitev, svetovalnih programov in nudenjem prostora za prvo pisarno prispevajo k lažjemu, hitrejšemu in cenejšemu razvoju inkubiranih podjetij. Njihove storitve lahko razdelimo na tri skupine, glede na fazo, v kateri se mlado podjetje nahaja, in sicer: predinkubiranje, inkubiranje in poinkubacijska doba (slika 3).

Predinkubacija je program oziroma proces, ki je namenjen aktivnostim svetovanja in ostalih podpornih storitev za nosilce podjetniških idej do ustanovitve podjetja. Ta faza je izjemnega pomena za vsakega bodočega podjetnika, saj je skozi to fazo potrebno z vsakim posameznikom opraviti individualna svetovanja ter skupaj z njim oblikovati, ne samo poslovni načrt kot enega izmed osnovnih strateških dokumentov, ampak predvsem celotno poslovanje podjetja v začetnih fazah razvoja podjetja. Inkubacija pa je proces, skozi katerega inkubator nudi inkubiranim podjetjem vse, kar potrebujejo za uspeh v prvih letih poslovanja. Inkubacija se izvaja za že ustanovljena podjetja, ki so praviloma bila ustanovljena do enega leta (vendar ne več kot 36 mesecev) pred vključitvijo v inkubator.

Namen inkubacije oziroma inkubacijske faze je razvoj podjetniške priložnosti z izpolnitvijo in realizacijo poslovnega načrta ali njegovo nadgradnjo, oblikovanje celotnega podjetniškega tima ter povezovanje s prvimi odjemalci ali strateškimi ter finančnimi partnerji. Cilj inkubacije je olajšanje prvih korakov novega gospodarskega subjekta, njegov uspešen prodor na trg ter zaključek inkubacijske faze in vključitev v druga okolja, običajno v tehnološke parke ali poslovno-industrijske cone, ki zagotavljajo pogoje za hitro rastoča podjetja. Posamezno podjetje naj bi bilo v inkubacijski fazi od enega do petih let oziroma do največ petega leta od ustanovitve podjetja.

Slika 3: Ugodnosti in storitve podjetniških inkubatorjev glede na fazo mladega podjetja



Vir: (Gorup, 2013, str. 11).

Sodobni inkubatorji najemnim podjetjem običajno zagotavljajo številne materialne in nematerialne prednosti ter jim na ta način pomagajo znižati stroške zagona podjetja. Nakup pisarn ali proizvodnih prostorov pomeni za zagonsko podjetje v začetni fazi velik finančni zalogaj in nesmiselno investicijo, saj mora podjetnik v začetni fazi dati mnogo večji poudarek človeškim virom, potrebni opremljeni in obratnim sredstvom, s katerimi si mora ustvariti konkurenčni položaj na trgu. Glede na vedno ostrejšo konkurenco poslovanja, ko se mora podjetnik soočiti z velikim tveganjem zagotovitve poslovanja na kratek in srednji rok, se mnogim postavlja vprašanje smiselnosti investiranja v lastne zidove, saj ima prednost vlaganje sredstev v razvoj. Poslovni model vedno več zagonskih podjetij je tako usmerjen v najem prostorov, ki podjetju omogočajo večjo fleksibilnost stroškov glede na nihanje novih poslov, koriščenje kreditnega potenciala za potrebe razvoja in s tem večjo konkurenčnost na trgu.

V ožjem pomenu inkubatorji podjetjem nudijo vso potrebno infrastrukturo. Uporaba skupnih prostorov in sodobne tehnične opreme (navadno za nizko najemnino) omogoča start upom zmanjšanje osnovnih stroškov ter prihranek časa, kar pa je najpomembnejše - omogoča takojšen zagon podjetja. Materialna oz. infrastrukturna podpora zajema:

- “co - working” ali skupni delovni prostor ali lastno pisarno,
- pisarniško opremo,
- uporabo konferenčnih in sejnih sob,
- dostop do telekomunikacijskih omrežij,

- opravljanje dnevnih (skupnih) administrativnih storitev,
- zagotavljanje nizkih fiksnih stroškov,
- različne programe investicij (v primeru pospeševalnikov).

Nematerialna oz. vsebinska podpora, ki jo nudi inkubacija:

- stimulatívno poslovno okolje za razvoj inovativnega tehnološkega podjetništva,
- vzpostavljanje povezav in sinergij z domačim in tujim razvojnim, raziskovalnim in tržnim okoljem,
- dostop do sodobne raziskovalno - razvojne infrastrukture,
- mreženje z ostalimi podobno mislečimi podjetniki,
- povezovanje s slovenskimi podpornimi institucijami
- svetovanje pri razvoju poslovne ideje, izdelavi poslovnih načrtov in izgradnji poslovnih modelov, pomoč pri zaščiti intelektualne lastnine idr.,
- krajšanje krivulje učenja,
- strokovna usposabljanja, tematske delavnice, start-up šole,
- mentorstvo in mentorski programi
- dostop do mreže poslovnih kontaktov - pomoč pri iskanju poslovnih in strateških partnerjev, poslovnih angelov in drugih investitorjev,
- dostop do tveganega kapitala,
- imidž, prestiž in kredibilnost v podjetniškem svetu,
- skupna promocija in prepoznavnost v okviru pospeševalnika/inkubatorja.

Inkubatorji in tehnološki parki tako poleg materialnih ugodnosti, ki so povezane predvsem s skupno uporabo prostorov objekta, nudijo širok nabor nematerialnih ugodnosti. Najemnim podjetjem pomagajo povečati prepoznavnost podjetja s promocijo v okviru inkubatorja oz. pospeševalnika in njegove mreže kontaktov, prav tako podjetje z udeležbo v inkubatorju pridobi imidž in kredibilnost. Z združitvijo in povezovanjem podjetij ter podjetnikov pod eno streho inkubatorji ustvarjajo okolje, ki prispeva k izmenjavi izkušenj in znanj in celo ustvarjanju poslovnih priložnosti skupnih poslov med najemnimi podjetji. Moules (2013, str. 19) glede na pogovore s podjetniki ugotavlja, da je že sama prisotnost podobno mislečih nadobudnih podjetnikov neke vrste podpora. Pravijo, da jim že samo deljenje skupnega prostora da večjo samozavest za izgradnjo lastnega podjetja, saj so obkroženi z mnogimi ustanovitelji, kar je povsem drugačno okolje, kot če bi bili od njih izolirani.

Z vključenostjo v inkubator se olajša dostop in spodbudi povezovanje s subjekti in institucijami zunaj inkubatorja. Ta srečanja in mreženja so lahko organizirana direktno s strani managementa inkubatorjev v okviru dogodkov ali posredno preko dostopa do mreže kontaktov inkubatorja. Tako vključijo podjetja v svojo mrežo poslovnih kontaktov, kar olajša iskanje strateških partnerjev in potencialnih investitorjev. V nedavni internetni raziskavi med 12.500 indijskimi start up podjetniki (Morpheus, 2013) je bilo ugotovljeno, da je za veliko start upov pomembnejša prednost socialni kapital (povezave in kontakti, mreženje z investitorji), kot začetni kapital, ki ga večina pospeševalnikov poleg pisarniškega prostora ponuja v zameno za lastniški delež podjetja. Prav tako podjetniki, ko razpravljajo ali izbirajo inkubatorje, najprej govorijo o izkušnjah tistih, ki vodijo programe v njih.

Inkubatorji nudijo storitve izobraževanj in usposabljanj kot način za krepitev zmogljivosti in sposobnosti najemnih podjetij ter za njihovo dolgoročno preživetje oz. obstoj. Te storitve so velikokrat na voljo tudi ostalim zainteresiranim zagonskim podjetjem in potencialnim najemnikom. Izvajajo se lahko v obliki svetovanj, delavnic, seminarjev, konferenc ali kratkih tečajev in tematskih šol. Vsebinska podpora je lahko organizirana v sklopu specializiranih mentorskih programov ali za vsa zainteresirana podjetja. V okviru te podpore lahko podjetniki pridobijo svetovanje in pomoč na naslednjih področjih:

- vzpostavitev podjetja
- razvoj poslovne ideje (izdelka/storitve)
- preverjanje poslovne ideje
- izbor poslovnega modela
- izdelava poslovnega načrta
- prodaja/trženje in raziskava trga
- vodenje podjetja
- iskanje ključnih kupcev
- finančni management
- kadrovski management
- zaščita intelektualne lastnine
- prodor na globalni trg.

2.3.4 Podjetniški pospeševalniki

V preteklih letih so se na svetovnem trgu pojavili t. i. podjetniški pospeševalniki, ki podjetniškim ekipam omogočajo dostop do globalnih trgov in dodatnega kapitala. Tako so podjetniški pospeševalniki postali pomembno orodje podjetij za širjenje na tuje trge. Sprejem v globalni pospeševalnik ni enostaven, saj navadno najboljši pospeševalniki sprejmejo le nekaj odstotkov prijavljenih, od več kot tisoč prijav izberejo nekaj deset podjetij.

Koncept pospeševalnikov in inkubatorjev se je v Torontu začel pojavljati na prehodu iz starega v novo tisočletje. LAUNCHworks, ustanovljen leta 1999, je najstarejši tehnološki park v Kanadi. Pospeševalniki so se tam v prvih fazah združevali s podjetniki s pomočjo spleta. Ustanovljena interaktivna spletna platforma VentureDrive.com je ena izmed začetnih platform te vrste, ki je uspešno povezala zgodnje podjetnike z investitorji oz. ponudniki tveganega kapitala (Trapunski, 2000, str. 15).

Za razliko od klasičnih skladov tveganega kapitala ali zasebnih vlagateljev tveganega kapitala, ki večinoma podprejo mlada podjetja z trdnim poslovnim načrtom in pilotnimi kupci, pa start up pospeševalniki, kot je npr. Y Combinator v Silicijevi dolini, znani po tem, da podpirajo start upe v zelo zgodnjih fazah razvoja (Morpheus, 2012). Pospeševalniki navadno ponujajo od tri do šest mesečne mentorsko/izobraževalne programe, ki vključujejo preverjanje in potrditev poslovne ideje, kakor tudi investicijo kapitala in povezavo z investitorji na organiziranih t.i. "demo dnevih", kjer mladi podjetniki idejo predstavijo povabljenim zasebnim kapitalistom. ZDA veljajo za rojstni kraj start up programov (Telegraph, 2014, str. 3). Trenutno najbolj znani pospeševalniški program je že omenjeni Y Combinator, ki je investiral že v več kot 700 podjetij. Za prvi inkubacijski program na tamkajšnjih tleh velja Batavia Industrial Center (BIC), ustanovljen leta 1959 v Batavii v New Yorku (Meru & Struwig, 2011, str. 113).

V Veliki Britaniji je bilo v zadnjih sedmih letih ustvarjenih 143 programov vsebinske podpore za mlada inovativna podjetja, ki so podprli 2.113 podjetij. Ta so zbrala skupno 1,5 mrd USD financiranja in ustvarila več kot 5.000 novih delovnih mest. Nekateri najodmevnejši podjetniški pospeševalniki, kot je londonski Seedcamp, delujejo pod lastno blagovno znamko in investirajo v podjetja v zameno za njihov poslovni delež. Seedcamp, ki je nastal leta 2007, je trenutno največji pospeševalniški program podpore v Evropi. Od ostalih pospeševalnikov se razlikuje v tem, da je baziran v Londonu, izvaja pa manjše celodnevne podjetniške dogodke v mestih po vsej Evropi in zunaj nje (New York, Singapur, Cape Town, Mumbai itd). Do danes se je teh dogodkov udeležilo več tisoč podjetnikov. Tako je dostopen tudi podjetnikom iz revnih držav, ki s povprečnimi dohodki na prebivalca ne zadostujejo niti za pot do Silicijeve doline. Večina tamkajšnjih inkubatorjev, vključno s TechCube, se od pospeševalnikov loči v tem, da nudijo skupne pisarniške prostore, brez finančne podpore (Moules, 2013, str. 19). Po izsledkih tamkajšnje raziskave pod okriljem Telefonice (Curtis, 2014, str. 2) obstaja večja verjetnost, da start up podjetje preživi, če je vključeno v pospeševalniški ali inkubatorski program podpore. Konkretno številke kažejo, da 92 % start up podjetij dve leti po zaključenem programu podpore še vedno posluje, v primerjavi s 75 % podjetij, ki niso šla skozi program. V raziskavo je bilo vključenih 58 takih programov.

Nekatere mednarodne raziskave (Salvador, 2010, str. 203-204) ugotavljajo, da tehnološki parki, inkubatorji in pospeševalniki predstavljajo za podjetja blagovno znamko, večjo prepoznavnost in celo prestiž. Potrebno pa je seveda poudariti, da podpora pospeševalnikov ni nobeno zagotovilo za uspeh start up podjetja. Prav tako se pojavljajo pomisleki o tveganosti investiranja v start upe s strani pospeševalnikov. Strokovnjaki tudi opozarjajo, da niso vsi pospeševalniki podkrepjeni z kvalitetnimi programi in dovolj strokovnim managementom (Morpheus, 2012).

2.4 Zagonsko podjetništvo v tujini

V zadnjem desetletju se podjetniški ekosistemi za inovativna zagonska ali start up podjetja po svetu hitro povečujejo, medsebojno povezujejo in pridobivajo na kvaliteti in prepoznavnosti. Dober podjetniški ekosistem za državo pomeni, da se vanjo stekajo podjetni talenti, visokotehnološko znanje in denar (Caselli, 2009, str. 22). Medtem, ko so skoraj vsi tehnološki start upi nastali v ne več kot treh do štirih start up ekosistemih po svetu, npr. Silicijevi dolini ali Bostonu, se zdi, da je ta trend dosegel svoj konec. Hkrati z globalno eksplozijo podjetništva se je zgodila eksplozija v vzponu novih zagonskih ekosistemov po vsem svetu.

V tabeli 1 je prikazana lestvica start up ekosistemov po svetu v letu 2012, rangiranih glede na izračunan globalni start up ekosistem indeks. Iz slike je razvidno, da je po zbranih podatkih iz leta 2012 na lestvici takrat prednjačila Silicijeva dolina (ZDA), sledila sta ji Tel Aviv (Izrael) in Los Angeles (ZDA). Od evropskih je bil najvišje uvrščen ekosistem v Londonu na sedmem mestu, sledil mu Paris z enajstim mestom.

Tabela 1: The Global Start up Ecosystem Index 2012

Ekosistem	Rang	Indeks start-up izhodov	Indeks financiranje	Indeks uspešnost	Indeks talenti	Indeks podpora	Indeks miselnost	Indeks narekovanje trendov	Razlika z indeksom SD
Silicijeva d.	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Tel Aviv	2	2	1	12	5	5	9	17	18
Los Angeles	3	4	6	2	3	13	11	4	11
Seattle	4	19	7	6	2	4	6	11	14
New York	5	3	4	8	12	9	8	7	8
Boston	6	10	1	7	7	8	7	5	20
London	7	7	5	10	9	2	3	14	17
Toronto	8	6	9	3	10	3	15	12	5
Vancouver	9	13	12	9	4	14	2	9	19
Chicago	10	8	15	5	14	7	13	18	9
Paris	11	14	13	4	17	6	12	15	6
Sydney	12	5	14	16	6	12	16	1	3
Sao Paulo	13	9	10	15	19	11	5	16	4
Moscow	14	16	19	18	11	10	14	8	2
Berlin	15	15	11	13	13	20	18	5	16
Waterloo	16	11	16	14	16	17	17	10	13
Singapore	17	18	8	19	8	16	20	19	12
Melbourne	18	12	17	20	15	18	19	3	15
Bangalore	19	17	18	17	18	15	10	20	10
Santiago	20	20	20	11	20	19	4	13	7

Vir: (Herrmann et al., 2012, str. 2).

Trenutno je Silicijeva dolina še zmeraj daleč najmočnejši start up ekosistem na svetu, vendar je zelo zgovorno tudi dejstvo, da ekosistemi, ki ji na lestvici "Start up Ecosystem index"⁴ sledijo, še samo 5 ali 10 let nazaj sploh niso obstajali. Silicijeva dolina tako ostaja med podjetniškimi ekosistemi po svetu še vedno vodilna v vseh pogledih, kar prikazuje naslednja primerjava s svetovnim povprečjem vseh start up podjetij (Herrmann et al., 2012, str. 2-3):

- 32 % več kapitala v vseh razvojnih fazah start up podjetij
- 20 % več mentorjev
- 35 % več serijskih podjetnikov
- 19 % več verjetnosti, da se podjetniki samomotivirajo z vizijo po spreminjanju sveta in ne le z izdelovanjem odličnih izdelkov
- 30 % manjša verjetnost za delovanje na nišnih trgih
- podjetniki so veliko bolj globalno ambiciozni in delajo več ur na dan.

Glavni vir financiranja v ekosistemu predstavljajo poslovni angeli (kar 25 %), sledijo prijatelji in družina (22 %), skladi tveganega kapitala (16 %) in lastna sredstva (13 %), inkubatorji (6 %) in podjetniški pospeševalniki (5 %) in banke (1 %) finančnih sredstev. Najpomembnejše področje delovanja tamkajšnjih start up podjetij je splet - v tej panogi deluje kar 73 % podjetij, sledi mobilna telefonija s 17 %, splet/mobilna telefonija - svetovanje 7 % in programska oprema (ne spletna) 3 %.

Drugi najbolj razvit start up ekosistem v svetovnem merilu je glede na lestvico start up ekosistem indeksa iz leta 2012 ekosistem Tel Aviv v Izraelu. Kljub temu, da Izrael kot

⁴ »Start up Ecosystem Index« je globalni indeks zagonskega ekosistema, izračunan na podlagi podatkov, pridobljenih z kvalitativnimi in kvantitativnimi analizami, kot je spletna anketa »Start up Compass«, intervjuji, študije primerov in drugi viri podatkov, pridobljenih s pomočjo 50.000 podjetij po svetu (Herrmann et al., 2012, str. 2-3).

država obstaja šele slabih 70 let in ima le osem milijonov prebivalcev, velja za eno najrazvitejših azijskih držav v ekonomskem smislu. Je takoj za ZDA po številu podjetij, ki kotirajo na ameriški borzi, prav tako pa po številu mladih inovativnih podjetij, ima pa največjo gostoto visokotehnoloških start up podjetij na svetu. Skoraj vsako v svetovnem merilu pomembno visokotehnološko podjetje iz ZDA ima svojo hčerinsko družbo v Izraelu. Tel Aviv ima zelo dobro razvito financiranje in živahno podporo ekosistema z veliko ponudbo talentov. Za start up ekosistem Tel Aviv so značilne naslednje posebnosti (Herrmann et al., 2012, str. 5):

- ekosistem je v veliki meri odvisen od majhnih tehnoloških izhodov in ne od velikih tržnih zmagovalcev, kot v primeru Silicijeve doline
- dobro razvito financiranje skozi celoten življenjski cikel podjetij, vendar je poudarek na poslovnih angelih in manj na družini in prijateljih start up podjetniki so manj globalno ambiciozni, saj jih 46 % deluje na manjših trgih
- imajo v povprečju 2 mentorja na start up podjetje, v primerjavi s štirimi v Silicijevi dolini
- ima 17 % manj serijskih podjetnikov, kot Silicijeva dolina
- podjetniška miselnost, predvsem pa toleranca do tveganja sta nižji, kot v drugih ekosistemih na lestvici.

Najvišje uvrščen evropski ekosistem na lestvici iz leta 2012 je bil start up ekosistem v Londonu, ki je sedmi po vrsti. London, ki je bil v zadnjih petdeset letih v senci ostalih svetovnih ekosistemov, ima ugodno pozicijo za nadaljnjo rast in je prva izbira ameriškim start upom za ustanovitev podružnice v Evropi. Za ekosistem je značilno naslednje (Herrmann et al., 2012, str. 6):

- ima največji donos start up podjetij v EU, vendar še vedno 63 % nižji, kot v Silicijevi dolini
- obstaja vrzel v financiranju, saj podjetja zberejo 81 % manj kapitala v fazi pred vstopom izdelka na trg, kot v Silicijevi dolini
- 31 % večja verjetnost kot v Silicijevi dolini, da bodo podjetniki delovali na manjših trgih
- počasnejše sprejemanje tehnologije, kot v Silicijevi dolini
- 42 % manj serijskih podjetnikov, kot v Silicijevi dolini.

Da se svet visoko-tehnoloških panog hitro in močno spreminja, kaže naslednje poročilo o svetovnem start up ekosistemu iz leta 2015 – Startup Ecosystem Report 2015 (Compass, 2015). Poročilo o start up ekosistemu iz leta 2012 - Startup Ecosystem Report 2012 (Herrmann et al., 2012) je bilo prva mapa globalne ekspanzije visoko-tehnoloških podjetij na svetu, ki v letu 2015 prikazuje naslednje spremembe v svetovnem start up ekosistemu (Compass, 2015, str. 26):

- Start up ekosistemi, ki so v svetovnem merilu najbolj zrasli, so: New York, Austin, Bangalore, Singapore, Berlin in Chicago. New York je glede na leto 2012 na lestvici start up ekosistem indeksa poskočil iz petega na drugo mesto, Austin, ki ga pred tremi leti ni bilo na lestvici prvih dvajsetih ekosistemov na svetu, je poskočil na štirinajsto mesto, Bangalore iz devetnajstega na petnajsto mesto, Singapur iz sedemnajstega na deseto mesto, Berlin iz petnajstega na deveto mesto in Chicago iz desetega na sedmo mesto;

- Start up ekosistemi, ki so doživeli največji padec na svetovni lestvici, so: Vancouver, Toronto, Sydney in Seattle. Vancouver je nazadoval iz devetega na sedemnajsto mesto, Toronto iz osmega na sedemajsto mesto, Sydney iz dvanajstega na šestnajsto mesto in Seattle iz četrtega na osmo mesto. Vsi omenjeni ekosistemi so sicer v preteklih letih zrastle, vendar ne s tako hitrostjo, kot drugi ekosistemi na lestvici.
- Trije start up ekosistemi, ki so v treh letih izpadli iz letvice top 20 ekosistemov na svetu, so Santiago, Melbourne in Waterloo.
- Med evropskimi ekosistemi je največji napredek doživel ekosistem v Berlinu, ki je iz petnajstega mesta v letu 2012 napredoval na deveto mesto, kar ga uvršča takoj za Londonom. Ta izreden skok pomeni, da je Berlin iz lokalnega napredoval v enega od najpomembnejših globalnih akterjev.

Tabela 2: The Global Start up Ecosystem Index 2015

	Ranking		Performance	Funding	Market Reach	Talent	Startup Exp.	Growth Index
Silicon Valley	1	←	1	1	4	1	1	2.1
New York City	2	↗ 3	2	2	1	9	4	1.8
Los Angeles	3	←	4	4	2	10	5	1.8
Boston	4	↗ 2	3	3	7	12	7	2.7
Tel Aviv	5	↘ 3	6	5	13	3	6	2.9
London	6	↗ 1	5	10	3	7	13	3.3
Chicago	7	↗ 3	8	12	5	11	14	2.8
Seattle	8	↘ 4	12	11	12	4	3	2.1
Berlin	9	↗ 6	7	8	19	8	8	10
Singapore	10	↗ 7	11	9	9	20	9	1.9
Paris	11	←	13	13	6	16	15	1.3
Sao Paulo	12	↗ 1	9	7	11	19	19	3.5
Moscow	13	↗ 1	17	15	8	2	20	1.0
Austin	14	NEW	16	14	18	5	2	1.9
Bangalore	15	↗ 4	10	6	20	17	12	4.9
Sydney	16	↘ 4	20	16	17	6	10	1.1
Toronto	17	↘ 9	14	18	14	15	18	1.3
Vancouver	18	↘ 9	18	19	15	14	11	1.2
Amsterdam	19	NEW	15	20	10	18	16	3.0
Montreal	20	NEW	19	17	16	13	17	1.5

Vir: (Compass, 2015, str. 24).

3 DRŽAVNE SPODBUDE ZA RAST IN RAZVOJ MLADIH INOVATIVNIH PODJETIJ V SLOVENIJI

3.1 Stanje podjetništva v Sloveniji

Slovensko gospodarstvo se je v zadnjih letih spopadalo s številnimi, tudi zelo zahtevnimi izzivi. Slovenija se uvršča med države EU z največjim poslabšanjem relativne gospodarske razvitosti v času krize, razvojno dohitevanje pa je mogoče le s trajnejšim izboljšanjem konkurenčnosti gospodarstva. O tem, kako so se ti izzivi odrazili v posamezni poslovni dejavnosti, kakšne posledice so pustili na podjetjih in tudi kakšni so obeti za prihodnost, lahko veliko povedo prav statistični podatki.

Kratkoročni kazalniki gospodarske aktivnosti v Sloveniji nakazujejo skromno rast BDP v obdobju 2013/2015. Izvoz je še zmeraj glavni dejavnik okrevanja gospodarstva, registrirana brezposelnost ostaja na visoki ravni (12%) (UMAR, 2015a, str. 8-9). Med podjetji, ki so delovala v letu 2013, je bilo 87 % tržnih, tj. takih, ki so opravljala pretežno tržno dejavnost. V Sloveniji je bilo v letu 2013 evidentiranih več kot 182.000 aktivnih podjetij, kar je 86 % vseh registriranih poslovnih subjektov. V teh podjetjih je delalo 817.458 oseb, ustvarila pa so 90,6 mrd. EUR prihodkov od prodaje. Z vidika regionalne razpršenosti je bilo v letu 2013 58 % vseh podjetij evidentiranih v treh statističnih regijah: osrednjeslovenski, podravske in savinjski. V osrednjeslovenski statistični regiji je delalo 39 % oseb (SURSTAT, 2015d, str. 7-8).

Po podatkih Slovenskega podjetniškega observatorija (Rebernik, Močnik & Bradač, H., 2015, str.7) je v letu 2013 v Sloveniji v nefinančnih poslovnih dejavnostih⁵ - podatki strukturne statistike podjetij - delovalo 130.938 podjetij. Od tega je bilo 61.312 (47 %) gospodarskih družb in 69.626 (53 %) samostojnih podjetnikov, skupno so zaposlovali skoraj 522.000 ljudi. Mikro podjetja so zaposlovala 161.892 ljudi (31 %), majhna podjetja 97.898 ljudi (19 %), srednje velika podjetja 109.612 ljudi (21 %) in velika podjetja 152.539 ljudi (29 %). Največ podjetij je bilo registriranih v dejavnosti G - trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil, in sicer več kot petina. Skupno so podjetja v nefinančnih poslovnih dejavnostih v letu 2013 ustvarila 80,5 mrd. EUR prihodkov od prodaje, od tega so mikro podjetja ustvarila 17,1 mrd. EUR (21,2 %) prihodka od prodaje, majhna podjetja 16,6 mrd. EUR (20,6 %) prihodka od prodaje, srednje velika podjetja 20,9 mrd. EUR (26,0 %) prihodka od prodaje in velika podjetja 25,9 mrd. EUR (32,2 %) prihodka od prodaje.

Dodana vrednost je bistvo podjetniške dejavnosti. V letu 2013 je bilo v slovenskem gospodarstvu po tekočih cenah ustvarjene skupno 19,25 mrd. EUR dodane vrednosti. Največji delež dodane vrednosti (36,3 %) so ustvarila velika podjetja (6,98 mrd. EUR), medtem ko so MSP-ji ustvarili skupno 63,7 % delež (12,27 mrd. EUR). Povprečna dodana vrednost/podjetje je v letu 2013 znašala 147.016 EUR. Produktivnost dela, merjena s povprečno dodano vrednostjo/zaposlenega, se je v preteklem štiriletnem obdobju v slovenskih podjetjih povečevala. V letu 2010 je znašala 34.181 EUR/zaposlenega, leta 2013 pa 36.881 EUR/zaposlenega, kar je 1,9 povprečna letna rast. Ta porast je dejansko posledica prav tolikšnega zmanjšanja števila zaposlenih in samozaposlenih v tem obdobju

⁵ Nefinančne poslovne dejavnosti ali nefinančni sektor gospodarstva zajema področja dejavnosti B–J, L–N in oddelek 95 po SKD 2008 - to so dejavnosti industrije, trgovine in storitev.

(-2%). Najbolj produktivna so tako v EU-28 kot tudi v Sloveniji velika podjetja. V letu 2013 so bila nadpovprečno produktivna s povprečno produktivnostjo 45.757 EUR/zaposlenega. MSP-ji pa so bili s 33.217 EUR/zaposlenega podpovprečno produktivni (prav tam, str. 23-28).

Primerjava z EU: Povprečna dodana vrednost/zaposlenega v EU-28⁶ je znašala 40.473 EUR, medtem ko je v Sloveniji znašala 31.872 EUR, kar je več kot petino manj. Najmanj produktivna so bila v letu 2011 nefinančna mikro podjetja, kjer je v povprečju vsaka zaposlena oseba ustvarila 33.388 EUR v EU-28 oziroma 19.493 EUR v Sloveniji. Povprečna slovenska produktivnost zaposlene osebe v mikro podjetju nefinančnega sektorja je tako zaostajala za evropsko za kar 42 % (prav tam, str. 11).

Iz primerjave Slovenije in EU-28 izhaja, da slovenska podjetniška struktura števila podjetij ni ustrezna. Majhnost podjetij na majhnem trgu kot je slovenski, je zagotovo eden pomembnih vzrokov za zaostajanje slovenskih podjetij v primerjavi z evropskimi tako po produktivnosti, merjeni s prihodki/zaposlenega oz. prihodki/podjetje, kot tudi po ustvarjeni dodani vrednosti in povprečni velikosti podjetja. Zaradi svoje relativne majhnosti mnoga od podjetij pogosto tudi niso usposobljena za prodor na tuje trge, s čimer bi lahko povečala svoj obseg poslovanja. Večji obseg poslovanja bi imel za posledico postopno večanje in trajnost podjetja.

3.1.1 Vloga mikro, malih in srednje velikih podjetij v slovenskem gospodarstvu

MSP-ji imajo v Sloveniji pglavitno vlogo v gospodarstvu, saj so med podjetji daleč najštevilnejši. Pomen MSP-jev v Sloveniji prikazujemo z vidika vloge MSP-jev v gospodarstvu in njihove poslovne dinamike.

V uvodu smo navedli nekaj pomembnejših podatkov o slovenskih MSP-jih za leto 2014. Ker so za to leto na voljo zgolj začasni podatki SURS-a, v nadaljevanju navajamo natančnejše in končne podatke za leto 2013. Konec leta 2013 so po podatkih Slovenskega podjetniškega observatorija (Rebernik, Močnik & Bradač, H., 2015, str. 13-15) predstavljala kar 99,8 % podjetniškega sektorja v Sloveniji - to je 130.725 podjetij (v nefinančnih poslovnih dejavnostih), zaposlovala so 369.402 ljudi (71 % oseb, ki delajo). Med MSP-ji so mikro podjetja zaposlovala največ, 161.892 ljudi (31 % oseb, ki delajo).

MSP so ustvarila 54,6 mrd. EUR prihodka od prodaje (67,9 % prihodka vseh podjetij). Pri ustvarjanju prihodka so med MSP-ji najuspešnejša srednje velika podjetja, ki so ustvarila 20,9 mrd. EUR prihodkov (26,0 % prihodka vseh podjetij), najmanj pa majhna podjetja, ki so ustvarila 16,6 mrd. EUR (20,6 % prihodka vseh podjetij) (prav tam, str. 15).

MSP so ustvarila 12,27 mrd. dodane vrednosti (63,7 % ustvarjene dodane vrednosti vseh podjetij). Prispevek MSP-jev k ustvarjeni dodani vrednosti je torej nižji, kot je njihov prispevek k zaposlenosti. Razlog temu je nižja produktivnost dela v MSP-jih, merjena s povprečno dodano vrednostjo/zaposlenega. Ta je namreč v letu 2013 v MSP-jih znašala 33.217 EUR/zaposlenega, kar je 10 % zaostajanje za slovenskim povprečjem - 36.881 EUR/zaposlenega in 27 % zaostajanje za najbolj produktivnimi velikimi podjetji - 39.895

⁶ Raziskava "Slovenski podjetniški observatorij 2014" (Rebernik, Močnik & Bradač, H., 2015) je podala sliko slovenskega podjetništva za leto 2013 in ga primerjala z Evropsko unijo (EU-28) s pomočjo harmoniziranih podatkov Eurostata za leto 2011 za podjetja v nefinančnem sektorju gospodarstva.

EUR/zaposlenega. Najbolj produktivna med MSP-ji so bila srednje velika podjetja z nadpovprečnimi 39.986 EUR/zaposlenega, najmanj produktivna pa so bila mikro podjetja s 23.895 EUR/zaposlenega (vključno s samozaposlenimi) (prav tam, str. 15).

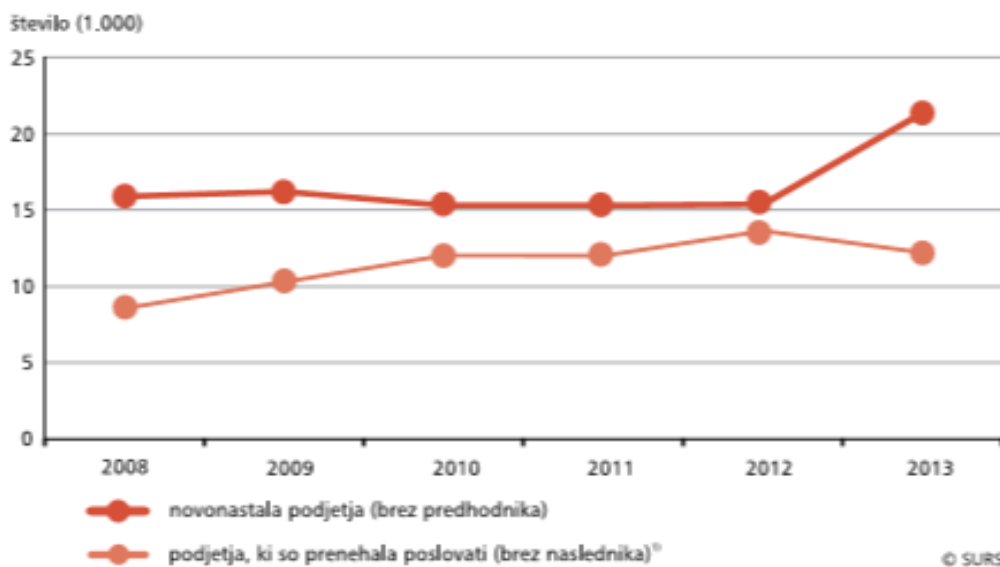
Lahko povzamemo, da imajo pri zaposlovanju najpomembnejšo vlogo mikro podjetja, pri ustvarjanju prihodkov od prodaje in dodane vrednosti pa srednje velika podjetja.

Še kratka primerjava z EU glede vloge MSP-jev v gospodarstvu: Na območju držav članic Evropske unije v povprečju prav tako prevladujejo MSP (99,8 %). MSP v EU nimajo tako pomembne vloge kot v Sloveniji, saj zaposlujejo manj oseb, ki delajo (67,2 %), ustvarijo manjši delež dodane vrednosti (57,9 %) in prihodkov od prodaje (55,8 %) - po podatkih iz leta 2011 (Šivic, 2014).

3.1.2 Poslovna dinamika MSP in vpliv na ustvarjanje novih delovnih mest

Po podatkih SURS-a (2015, str. 75), je v letu 2013 v Sloveniji na novo nastalo 21.405 podjetij (brez predhodnika). V njih je delalo 23.507 oseb. Med temi podjetji so po pravnoorganizacijski obliki prevladovale fizične osebe (77 %). V istem letu je prenehalo poslovati 12.232 podjetij (brez naslednika), kar je 11 % manj, kot v letu 2012. V njih je pred tem delalo 13.837 oseb. Pravnoorganizacijsko so bila tudi ta podjetja večinoma fizične osebe (81 %).

Slika 4: Novonastala in ugasla podjetja v obdobju 2008 - 2013, Slovenija



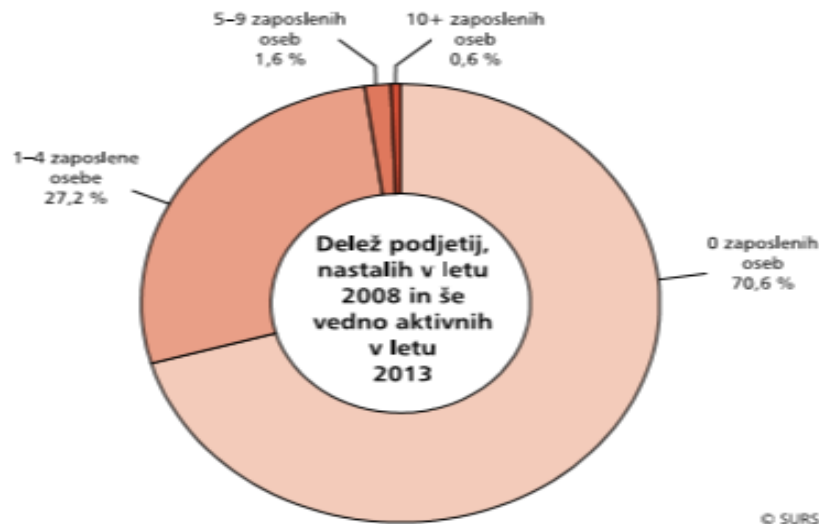
Vir: (SURS, 2015, str. 75)

Največji generator novonastalih podjetij so druge storitve; v tej dejavnosti je nastalo več kot pol (52 %) novonastalih podjetij, med temi pa jih je nastalo največ v strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih (22,4 % vseh novonastalih podjetij). Najmanj novih podjetij je nastalo v industriji (13,2 %) (Šivic, 2014).

Od podjetij, ki so na novo nastala v letu 2008 (brez predhodnika), jih je bilo v 2013 aktivnih še polovica. Delež podjetij, ki so preživela 5 let od nastanka oz. ustanovitve, je bil v letu 2013 za 3 % nižji, kot v letu 2012. V letu 2013 je bilo med aktivnimi podjetji, nastalimi leta 2008, največ takih, ki niso imela zaposlenih oseb (70,6 %), najmanj pa

takih, ki so imela 10 in več zaposlenih oseb (0,6 %), kar prikazuje slika 5 (SURS, 2015, str. 76). Med podjetja, ki nimajo zaposlenih oseb, uvrščamo večinoma samostojne podjetnike.

Slika 5: Delež aktivnih podjetij v letu 2013, med podjetji, nastalimi v letu 2008



Vir: (SURS, 2015. str. 76)

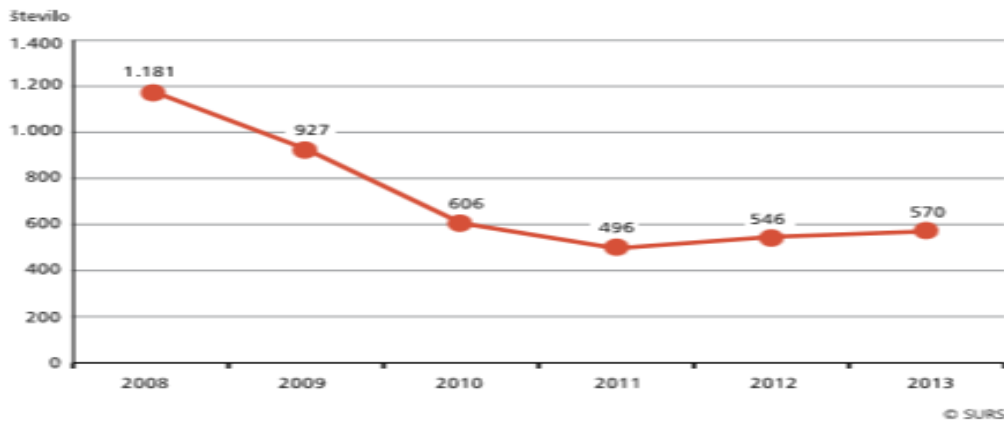
Primejano z EU, od podjetij, ki so nastala v letu 2008, jih je v Sloveniji v letu 2011 poslovalo 65,6 %, kar je več, kot v povprečju 23-ih držav EU, kjer je ta delež znašal 55,2 % podjetij. Delež novonastalih podjetij je v Sloveniji v letu 2011 v poslovnih dejavnostih znašal 10,2 % vseh podjetij, kar je 0,7 % več kot na ravni EU (27 držav) (Šivic, 2014).

Med podjetji, ki so bila evidentirana v poslovnih dejavnostih, je bilo v letu 2012 29.530 mladih podjetij, starih 1 - 3 leta (to je 23,1 % vseh podjetij). Omenjena mlada podjetja so zaposlovala 7,5 % oseb, ki delajo. Delež mladih podjetij je bil največji med podjetji, ki so opravljala dejavnost druge storitve (25,6 % podjetij v tej dejavnosti) (Šivic, 2014).

V celotnem obdobju 2008 - 2012, ki sovpada z obdobjem največjega padca gospodarske aktivnosti oz. recesije v Sloveniji, se je po podatkih SURS-a povečalo število podjetij, ki so prenehala poslovati za 41,3 %, hkrati pa se je nekoliko zmanjšalo tudi število novonastalih podjetij, za 2,7 %. Upad števila novonastalih podjetij je posledično pomenil zmanjšanje števila oseb, ki delajo, v novonastalih podjetjih za 5,5 % v obdobju 2008 - 2012. Gospodarska kriza je prav tako vplivala na zmanjšanje števila hitrorastočih⁷ in srednjerastočih podjetij, saj se je njihovo število v obdobju 2008 - 2012 zmanjšalo kar za 51,7 %. Vendar se je trend padanja števila teh podjetij od leta 2008 v letu 2012 ustavil in njihovo število se je v primerjavi z letom 2011 povečalo za 5 %. V obdobju 2008 - 2012 so med hitrorastočimi in srednjerastočimi podjetji prevladovala taka, ki so imela od 5 do 9 zaposlenih oseb (v letu 2012 54,8 %) (Šivic, 2014).

⁷ Hitrorastoče podjetje je podjetje z več kot 10 % povprečno letno rastjo v triletnem obdobju in ima v prvem letu spremljanja triletno rasti vsaj 10 zaposlenih. Rast se meri s številom zaposlenih.

Slika 6: Hitrorastoča podjetja v letu 2013, Slovenija



Vir: (SURS, 2015, str. 76)

V letu 2013 je bilo v Sloveniji 570 hitrorastočih podjetij, v njih je bilo zaposlenih 33.000 oseb, kar pa je 62 % manj, kot v letu 2008 (SURS, 2015, str. 76). V industriji, gradbeništvu in poslovnih storitvah je delovalo 532 hitrorastočih podjetij ali 6,7 % manj, kot v prejšnjem letu; število teh podjetij se je najbolj zmanjšalo v dejavnosti trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil.

3.1.3 Inovacijska aktivnost v MSP-jih

Rast in razvoj podjetij je mogoče dosegati le z inovativnimi aktivnostmi podjetij in seveda z dovolj razpoložljivega kapitala. Podatki o inovacijski aktivnosti slovenskih podjetij (Šivic, 2014) (tj. uvedba tehnološke inovacije proizvoda in/ali postopka in/ali netehnološke inovacije - inovacije na področju organizacije in/ali inovacije na področju trženja ali obe hkrati) za obdobje 2010 - 2012 kažejo, da je bilo med MSP-ji manj inovacijsko aktivnih podjetij, kot med velikimi podjetji. V omenjenem obdobju je bilo med opazovanimi podjetji inovacijsko aktivnih 86,9 % velikih podjetij in le 44,8 % malih in srednje velikih podjetij (med temi srednje velikih 62 %, malih 40,5 %). Med velikimi podjetji je tehnološko inovacijo uvedlo 92 % inovacijsko aktivnih podjetij, med malimi in srednje velikimi pa 68,5 % inovacijsko aktivnih podjetij. Podatki prav tako kažejo, da se je odstotek inovacijsko aktivnih podjetij v opazovanem triletnem obdobju (2010 - 2012) glede na prejšnje obdobje (2008 - 2010) zmanjšal za 3,5 %

Slika 7: Inovacijska aktivnost podjetij v obdobju 2010 - 2012, Slovenija

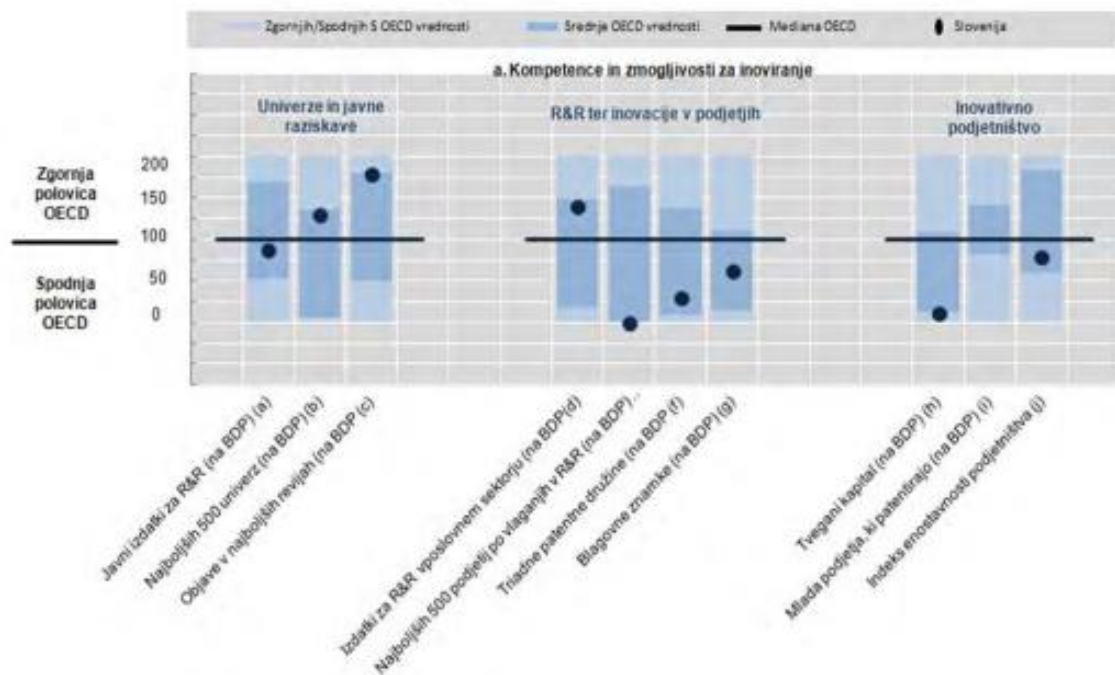


Vir: (SURS v Šivic, 2014)

Pri porabi sredstev za izvajanje raziskav in razvoja (v nadaljevanju R&R) MSP-ji ne zaostajajo dosti za velikimi podjetji. V letu 2012 je bilo v velikih podjetjih zanje porabljenih 373,1 mio EUR sredstev, v MSP pa 330 mio EUR. Med MSP-ji je bilo največ sredstev porabljenih v malih podjetjih (24 % glede na vsa podjetja), najmanj pa v mikropodjetjih (5,2 % glede na vsa podjetja). V letu 2012 so se v primerjavi z letom 2011 izdatki za R&R v poslovnem sektorju povečali za 6,5 %. Podrobnejša struktura po MSP kaže, da so se izdatki za RRD povečali v malih podjetjih (za 60 %), v mikro- in srednje velikih podjetjih so se pa zmanjšali (Šivic, 2014).

Iz poročila OECD (2014, str. 15-16) izhaja, da je Slovenija sicer primerjano s Srednjo in Vzhodno Evropo vodilna po različnih kazalnikih, povezanih z inovacijami. Izdatki za R&R so se v začetku gospodarske krize 2008 - 2009 in tudi kasneje celo povečali, vendar so se zaradi pritiska na javne finance proračunska sredstva za R&R zmanjšala v letu 2012 in v letu 2013 ostala nespremenjena. Še vedno pa so izdatki za R&R v letu 2012 in 2013 predstavljali 2,6 % BDP, kar je nad povprečjem OECD (2,4 %) (razvidno iz slike 8). Nekaj več kot 75 % sredstev za R&R je bilo porabljeno v podjetjih. V poročilu je prav tako zapisano, da potencial Slovenije za koristi od prenosov tehnologij preko neposrednih tujih investicij ni v celoti izkoriščen zaradi manjšega obsega le - teh v primerjavi z drugimi državami Srednje in Vzhodne Evrope. Glede na nizko raven patentov in blagovnih znamk na prebivalca in nizek delež izvoza visokotehnoloških proizvodov in storitev se zdi, da ima slovenski inovacijski sistem težave pri izkoriščanju prednosti obstoječih tehnologij za nove, inovativne namene.

Slika 8: Primerjalna uspešnost nacionalnih znanstvenih in inovacijskih sistemov, 2013



Opomba: Norminarni indeks uspešnosti glede na vrednost mediane v območju OECD (indeks mediane = 100); Slovenski podatki o mladih podjetjih, ki patentirajo (i), niso na voljo.

Vir: (OECD 2014, str. 16)

V celoti sicer slovenska visokotehnološka podjetja skupaj predstavljajo približno 2-3 % slovenskega gospodarstva in zaposlujejo približno 3.500 ljudi. Panoga raste hitreje od

povprečja v gospodarstvu ter ustvarja nova delovna mesta z visoko dodano vrednostjo, žal pa je po navedbah Rebernika in Jakliča (2014, str. 2) še relativno omejena. Skupaj Slovenija izvozi za 1,5 mrd USD visokotehnoloških izdelkov, kar predstavlja približno 5 % celotnega izvoza. Žal pa je to še vedno pod povprečjem EU in daleč od najbolj uspešnih držav. V EU visokotehnološki izdelki namreč predstavljajo 15 % celotnega izvoza, v Izraelu, v eni inovacijsko aktivnejših držav, pa kar 44 % celotnega izvoza (27 mrd USD). Tam v celotni visokotehnološki panogi zaposlujejo 200.000 ljudi, letno pa vanjo vložijo 1-2 mrd USD - to je za primerjavo 100 do 200-krat več, kot v Sloveniji (prav tam, str. 27).

Slovenija se mora glede na poročilo OECD (2014, str. 15) za omogočanje rasti produktivnosti kot majhno odprto gospodarstvo še bolj povezati s svetovnimi trgi. Da bi se bolje pozicionirala v globalnih verigah vrednosti, mora še bolj okrepiti inovacijske sisteme, spodbujati povečanje produktivnosti, privabljati neposredne tuje investicije in preiti na gospodarske dejavnosti z višjo dodano vrednostjo. Eno prednostnih področij ukrepanja države za dvig gospodarske klime je dvig dodane vrednosti v podjetniški aktivnosti in ustvarjanje kakovostnih delovnih mest z izboljšanjem inovacijske sposobnosti podjetij in v tej smeri prilagoditvijo človeškega kapitala potrebam konkurenčnejšega gospodarstva (UMAR, 2015b, str. 9).

Zgornji podatki potrjujejo dejstvo, da je potrebno v Sloveniji na dolgi rok spodbuditi inovacijsko aktivnost predvsem v malih in srednje velikih podjetjih, ki so manj inovacijsko aktivnam predvsem pa zagotoviti vire financiranja za namene vlaganja v procesne in produktne inovacije tudi za mikro podjetja, kjer se za te namene porabi najmanj sredstev v primerjavi z ostalimi.

3.2 Usmeritve državne politike za spodbujanje razvoja mladih inovativnih podjetij - strateški dokumenti

Na konkurenčnost gospodarstva vpliva vrsta nacionalnih politik ter njihovih usmeritev, kar zahteva visoko stopnjo harmonizacije razvojnih ciljev in izvedbenih ukrepov. V naslednjih podpoglavjih povzemamo dele strateških dokumentov državne politike, ki se osedotočajo na razvoj podpormega okolja za podjetništvo in spodbujanje rasti in razvoja mladih inovativnih podjetij.

3.2.1 Strategija razvoja Slovenije 2014 - 2020

Osnutek krovnega strateškega dokumenta Strategija razvoja Slovenije 2014 - 2020 (v nadaljevanju SRS) opredeljuje vizijo in cilje razvoja Slovenije do leta 2020. V dokumentu so opredeljena štiri prioriteta področja:

1. Konkurenčno gospodarstvo
2. Znanje in zaposlovanje
3. Zeleno življenjsko okolje
4. Vključujoča družba

V okviru opredeljenih prioritet so identificirane tri horizontalne razvojne vsebine, za katere bo namenjeno 50 % razvojnih sredstev, ki bodo razpoložljiva do leta 2020, in sicer:

- raziskave in razvoj ter inovacije,

- zagon, rast in razvoj malih in srednjih podjetij,
- zaposlovanje, izobraževanje, usposabljanje, znanje in kompetence (mladi in starejši).

Aktivnosti SRS, ki se neposredno navezujejo na izboljšanje podpornega okolja in državnih spodbud za slovenska mlada inovativna podjetja, povzemamo tako (MGRT, 2013, str. 11-12):

1. Zagotoviti ugodne finančne vire za podporo rasti in razvoju podjetij;
2. Oblikovati instrumente za:

- krepitev podjetništva
- spodbujanje inovacijsko razvojnih dejavnosti podjetij (tehnološke inovacije, vključno z eko - inovacijami ter netehnološke inovacije)
- spodbujanje investicij na strateških, prednostnih področjih, gospodarstva, ki odgovarjajo na družbene izzive in za razvoj izdelkov z visoko dodano vrednostjo ter družbene inovacije
- zaščito intelektualne lastnine;

3. Podpreti inovativno start up podjetništvo

(tudi internetno start up podjetništvo, povezovanje in mreženje med podjetji in z institucijami znanja ter preko krepitev razvojnih oddelkov v podjetjih);

4. Spodbuditi internacionalizacijo podjetij in podpreti podjetja pri mednarodnem poslovanju, s posebnim poudarkom na MSP-jih;

5. Spodbujanje NTI ter zagotavljanje ustrezne podpore tujim investitorjem;

6. Povečati vlaganja v RRI na opredeljenih tehnoloških področjih

(izboljšati učinkovitost teh vlaganj, predvsem za razvoj izdelkov in storitev za trg);

7. Spodbujati povezovanje znanosti, podjetniškega sektorja in kulture

(razvoj izdelkov in storitev, ki zagotavljajo višjo dodano vrednost nove tržne niše);

8. Promovirati podjetništvo kot pozitivno vrednoto na vseh stopnjah izobraževanja.

3.2.2 Slovenska industrijska politika 2014 - 2020

Slovenska industrijska politika 2014 - 2020 (v nadaljevanju SIP) (Vlada RS, 2013, str. 3) je strateški dokument države, ki postavlja prioritete in usmeritve razvoja industrije in ostalega gospodarstva za obdobje 2014 - 2020. Elementi SIP so pomembni pri pripravi Operativnih programov za obdobje finančne perspektive 2014 - 2020 ter pri oblikovanju dvoletnih programov ukrepov s področja podjetništva, konkurenčnosti in tehnologije. Osrednji cilj SIP je povečanje produktivnosti oz. dodane vrednosti/zaposlenega s 60 % na 80 % povprečja EU - 27 do leta 2020 in povečanje števila delovnih mest za visoko izobražene in poklicno usposobljene kadre. Temeljna področja usmeritev SIP so:

1. Izboljšanje poslovnega okolja
2. Krepitev podjetništva in inovacij - usmeritev podpore v nova, inovativna in rastoča podjetja
3. Odgovor na družbene izzive - usmeritev podpore v perspektivna tehnološka in industrijska področja
4. Aktivnosti za dolgoročni razvoj industrije

Usmeritve SIP, ki se neposredno navezujejo na izboljšanje podpornega okolja in državnih spodbud za slovenska mlada inovativna podjetja, so naslednje (Vlada RS, 2013, str. 22-33):

1. Izboljšanje poslovnega okolja:

- celovito podjetniško inovacijsko podporno okolje
- prijamejše administrativno okolje
- izboljšanje dostopa do ugodnejših virov financiranja
- vzpostavitev okolja, naklonjenega ustvarjalnosti, podjetništvu in inovativnosti

Potrebno je vzpostaviti celovito, povezano, učinkovito in transparentno podporno okolje za tehnološki in poslovni razvoj, za podjetništvo in inovativnost ter nadgraditi celovito podporo za ustanavljanje podjetij, njihov razvoj in rast. Učinkovito podporno okolje mora delovati kot partner državi, s povezovanjem, usposabljanjem, mreženjem, promocijo doma in v tujini. Slovenija ima razvito široko podjetniško - inovacijsko infrastrukturo z velikim številom razdrobljenih izvajalskih in podpornih institucij. Izboljšanje usklajenosti delovanja institucij, kontinuiteta programov in ukrepov, prepoznavnost in dolgoročno delovanje mreže podpornih institucij bo povečalo učinkovitost delovanja sistema in dostopnost za podjetja. Kakovost podpornega okolja je bistvenega pomena za prelivanje znanja, ki generira rast. Zato je potrebno graditi na podjetniško - inovacijski infrastrukturi, ki bo spodbujala sistem odprtih inovacij, kjer sodelujejo podjetja in raziskovalna sfera, izmenjujejo znanje, izkušnje ter izume, licencirajo tuje rešitve ter spodbujajo ustanavljanje novih podjetij. Prijaznejše administrativno okolje bo omogočilo enostavnejše ustanavljanje, hitrejšo rast in razvoj podjetij. Za ustvarjanje pozitivne inovacijske mikroklimе mora Slovenija nadaljevati s krepitvijo kulture ustvarjalnosti, podjetništva in inovativnosti, ki jo je potrebno vpeljati v vse dele izobraževalnega sistema, od vrtcev do fakultet ter tudi v podjetja.

2. Krepitev podjetništva in inovacij - usmeritev podpore v nova, inovativna in rastoča podjetja

Krepitev podjetništva, inovacij in s tem tehnološkega razvoja je ključni vzvod za rast produktivnosti, posledično rast gospodarstva in njegove konkurenčnosti. Za nadaljnji dvig produktivnosti oz. dodane vrednosti na zaposlenega je potrebno spodbujanje inovacij in inovativnih podjetij. Vloga države pri tem je, da preko horizontalnih ukrepov izboljšuje okvirne pogoje za podjetništvo in inovacije, kar pomeni predvsem spodbujanje povezovanja med javnim raziskovalnim in izobraževalnim sektorjem ter gospodarstvom, spodbujanje razvojnih dejavnosti in tehnoloških investicij v podjetjih, spodbujanje netehnoloških inovacij, spodbujanje zaposlovanja razvojnikov v podjetjih, spodbujanje mobilnosti visoko kvalificiranih kadrov ter spodbujanje inovativnosti zaposlenih v podjetjih (nagrajevanje, boljši pogoji dela...). Pomembno je spodbujanje hitro rastočih podjetij (HRP), saj nenelmo zaposlujejo nove ljudi, pozitivno vplivajo na gospodarsko rast in spodbujajo konkurenco na trgu.

3.2.3 Slovenska strategija pametne specializacije - S4

Strategija pametne specializacije je strateški dokument, ki predstavlja platformo za osredotočanje razvojnih vlaganj na področja, kjer ima Slovenija kritično maso znanja,

kapacitet in kompetenc in na katerih ima inovacijski potencial za pozicioniranje na globalnih trgih ter s tem krepitev svoje prepoznavnosti. Prednostna področja Slovenske strategije pametne specializacije - S4 so:

1. Zdravo bivalno in delovno okolje
2. Naravni in tradicionalni viri za prihodnost
3. (S)Industrija.

Dokument S4 vsebuje sveženj ukrepov, skladen s prednostnimi področji S4. Ukrepi, ki se nanašajo na področje podjetništva in inovacij, so (SVRK, 2015, str. 35-37):

1. Infrastruktura:

- podjetniška stičišča;
- podporno okolje (na univerzah oz. JRO, vključno s pisarnami za prenos tehnologij, tehnološki parki, inkubatorji, co-working prostori);
- platforme za zgodnje testiranje (pred vstopom na trg) in financiranje projektov;
- centri kreativnosti;
- centri med-sektorskega povezovanja.

2. Finančni mehanizmi:

- zagotavljanje nepovratnih sredstev za predsemensko in začetno fazo razvoja podjetja;
- nadaljnji razvoj instrumenta semenskega in tveganega kapitala, vključno z instrumenti, ki spodbujajo tako vlaganja v start up podjetja v Sloveniji kot v sklade tveganega kapitala ter prenos znanja med deležniki ("smart money");
- spodbujanje angelskih investicij ter množičnega financiranja;
- nadaljnji razvoj instrumentov semenskega in start up financiranja in semenskih investicij;
- ostale finančne spodbude za zagon in začetno delovanje podjetij (subvencije za novonastala podjetja, mikrokrediti, krediti in garancijske sheme);
- razvoj in izvedba novih in nadgrajenih oblik najprimernejšega financiranja (tudi kombinacije finančnih instrumentov z nepovratnimi sredstvi).

3. Vsebinska podpora:

- mentorstvo ter mednarodno mreženje;
- podpora pri uveljavljanju podjetij v tuje ekosisteme;
- podpora pri zaščiti in trženju intelektualne lastnine;
- programi za globalno rast start up podjetij in podporo uveljavljanju start up podjetij v tujih podpornih ekosistemih;
- privabljanje tujih ustanoviteljev start up podjetij in mentorjev v Slovenijo.

4. Poenoteno izvajanje in promocija:

- organizacija izobraževalno - motivacijskih dogodkov po vsej Sloveniji z namenom promocije in predvsem priprave podjetnikov na zagon podjetja;
- organizacija tekmovanj za podjetniške ideje.

3.2.4 Operativni program za izvajanje Evropske kohezijske politike 2014 - 2020

Glede na to, da so nacionalna razvojna sredstva čedalje bolj omejena, je učinkovito črpanje evropskih sredstev ključni pogoj za doseganje razvojnih sredstev za pospeševanje podjetništva in s tem gospodarske rasti.

Enoten Operativni program za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014 - 2020 (v programskem obdobju 2007 - 2013 so bili trije) je izvedbeni dokument, ki je podlaga za črpanje 3,2 milijarde evrov razpoložljivih sredstev iz Evropskega sklada za regionalni razvoj (ESRR), Evropskega socialnega sklada (ESS) in Kohezijskega sklada (KS). V dokumentu so opredeljene prednostne naložbe, v katere bo Slovenija vlagala sredstva v naslednjih sedmih letih. Je skladen s Partnerskim sporazumom med Slovenijo in Evropsko komisijo za obdobje 2014 - 2020 ter sledi strategiji EU 2020.

Dokument vsebuje 11 tematskih ciljev, opredeljenih s strani Evropske komisije, znotraj katerih lahko države članice financirajo ukrepe evropske kohezijske politike (v nadaljevanju EKP) in prispevajo k doseganju ciljev Strategije EU 2020, kar prikazuje slika 9.

Slika 9: Tematski cilji evropske kohezijske politike 2014 - 2020



Vir: (SVRK, 2014b)

Sredstva bodo tako prednostno usmerjena v štiri ključna področja za gospodarsko rast ter ustvarjanje novih delovnih mest, in sicer (SVRK, 2014b):

- raziskave in inovacije
- informacijske in komunikacijske tehnologije
- povečanje konkurenčnosti malih in srednje velikih podjetij
- podpora za prehod na gospodarstvo z nizkimi emisijami ogljika.

Področja operativnega programa EKP, ki se neposredno navezujejo na spodbujanje nastajanja in razvoja mladih inovativnih podjetij, povzemamo v nadaljevanju (SVRK, 2014a, str. 78-87):

1. Spodbujanje podjetništva z omogočanjem lažje, gospodarske izrabe novih idej in ustanavljanjem novih podjetij, vključno s podjetniškimi inkubatorji;

Specifični cilj 1: spodbujanje nastajanja in delovanja podjetij, predvsem zagonskih - start up podjetij:

- okrepitev finančnih mehanizmov za zagon novih, rastočih in inovativnih podjetij (semenski kapital, subvencije za zagon ...);
- širitev zavedanja o novih poslovnih priložnostih;
- izboljšanje klime za podjetništvo s promocijo podjetništva in uspešnimi zgodbami;
- sprememba dojemanja podjetnosti, inovativnosti in podjetništva, ki ne le spodbuja uspehe podjetij, ampak omogoča nove (in tudi ponovne) začetke;
- krepitev storitev podjetniškega podpornega okolja (npr. mentorstvo za mlada podjetja);

Pričakovani rezultat cilja 1 je povečanje indeksa podjetniške dejavnosti (indeks TEA) iz izhodiščne vrednosti 6,45 v letu 2013 na ciljno vrednost 7 v letu 2023.

Specifični cilj 2: povečanje dodane vrednosti MSP

- spodbujanje rasti MSP, predvsem hitrorastočih podjetij
- spodbujanje sodobnih elementov doseganja dodane vrednosti, zasnovanih na:
 - ustvarjalnosti in inovativnosti (npr. povezovanje z ustvarjalnimi industrijami, povezovanje MSP z javnimi institucijami za razvoj novih, inovativnih produktov)
 - tehnološkem in netehnološkem razvoju ter
 - investicijskih in razvojnih vlaganjih podjetij.

Pričakovani rezultati cilja 2 so: več hitrorastočih podjetij, večji delež čistih prihodkov v MSP ter višja produktivnost (dodana vrednost/zaposlenega) v MSP.

2. Razvoj in izvajanje novih poslovnih modelov za MSP, zlasti v zvezi z internacionalizacijo;

Specifični cilj: povečevanje mednarodne konkurenčnosti MSP

- izboljšanje možnosti za povezovanje podjetij, da bodo uspešno vstopala na zahtevne tuje trge in se vključevala v globalne verige vrednosti
- spodbujanje mednarodnega poslovanja
- uporaba naprednih poslovnih modelov, procesov, pristopov pri vstopu na tuje trge
- sprememba strukture izvoza v smeri ustvarjanja višje dodane vrednosti.

Pričakovani rezultati pri specifičnem cilju so: večja sposobnost podjetij za vključevanje v globalne verige vrednosti, večja izvozna intenzivnost podjetij, večji izvoz storitev.

3.3 Splošna načela dodeljevanja državnih pomoči

Državne pomoči so instrument, ki pomagajo odpraviti nesorazmerja v ponudbi in povpraševanju po finančnih virih MSP v posamezni državi, katera z dodeljevanjem sredstev preko različnih instrumentov omogoči MSP-jem lažji dostop virov financiranja (Bračič, 2010, str. 275). Zajemajo finančna sredstva državnega proračuna in drugih virov (EU), ki se dodeljujejo upravičencem za odpravljanje ugotovljenih strukturnih neskladij in predstavljajo nujno pomoč države pri realizaciji zastavljenih dolgoročnih ciljev gospodarskega razvoja.

V nadaljevanju za lažje razumevanje navajamo najpomembnejše pojme, ki se nanašajo na dodeljevanje državnih pomoči:

- Državne pomoči: so izdatki in zmanjšani prejemki države oziroma občine, ki pomenijo korist za prejemnika pomoči in mu tako zagotavljajo prednost pred konkurenti in so namenjeni za financiranje in sofinanciranje programov v institucionalnih enotah, ki se ukvarjajo s tržno proizvodnjo blaga in storitev z namenom zagotavljanja določene konkurenčne prednosti, kot to opredeljuje 87. člen Pogodbe o ustanovitvi Evropske skupnosti (ZSDrP, 2004).
- Skupinske izjeme: so državne pomoči, ki jih pred izvajanjem ni potrebno prijaviti Evropski komisiji po tretjem odstavku 88. člena Pogodbe o ustanovitvi Evropske skupnosti. Evropsko komisijo je o dodelitvi teh državnih pomoči potrebno obvestiti, le-ta pa jih objavi v Uradnem listu Evropske unije (ZSDrP, 2004).
- Pomoči po pravilu »de minimis«⁸: so pomoči, ki zaradi svoje višine ne izkrivljajo ali ogrožajo konkurence in ne predstavljajo državnih pomoči, kot to opredeljuje Uredba Komisije (ES) št. 69/2001 o uporabi 87. in 88. člena Pogodbe o ustanovitvi Evropske skupnosti za državno pomoč »de minimis« (ZSDrP, 2004).
- Upravljavec državne pomoči: je resorno pristojen organ, ki pripravi njeno vsebino in jo prihlasi. Kot upravljavec skrbi za njeno pravilno izvajanje in poročanje o njenem izvajanju (ZSDrP, 2004).
- Oblike pomoči:
 - dotacija, subvencija

⁸ Skupni znesek pomoči, dodeljen podjetju na podlagi pravila "de minimis" ne sme presežati 200.000 EUR oz. 100.000 EUR v cestno tovornem prometu in 15.000 EUR v sektorju primarne kmetijske proizvodnje, opredeljene v prilogi I Pogodbe o Evropski uniji, v obdobju zadnjih treh proračunskih let, ne glede na obliko ali namen pomoči (MGRT, 2015, str. 21).

- posojilo z nižjo obrestno mero (vključno s podatki o zavarovanju posojila)
- subvencionirane obresti
- davčna olajšava
- garancija (vključno s podatki o zavarovanju garancije in stroški garancije)
- drugo (MF, 2015).

Pri spremljanju dodeljevanja in nadzora nad dodeljenimi državnimi pomočmi imajo pomembno vlogo pristojne državne institucije. V Sloveniji dodeljevanje državnih pomoči sistematično spremlja in nadzoruje Sektor za spremljanje državnih pomoči pri Ministrstvu za finance, ki skladno z Zakonom o spremljanju državnih pomoči izvaja naslednje naloge (Ferk & Ferk, 2008, str. 69-70):

- obravnava, ocenjuje in posreduje priglasitev državnih pomoči Evropski komisiji,
- obravnava, ocenjuje in daje mnenje za državne pomoči, ki pomenijo skupinsko izjemo in za pomoči po pravilu »de minimis«,
- zbira, obdeluje in spremlja podatke o državnih pomočeh in o pomočeh, dodeljenih po pravilu »de minimis« ter vodi evidence o teh podatkih,
- pripravi letno poročilo,
- svetuje upravljavcem državnih pomoči.

Posamezni ukrepi države se izvedejo preko upravljavca oz. izvajalca državne pomoči (npr. državne pomoči, namenjene spodbujanju podjetništva, izvaja Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo in njegove izvajalske institucije - javne agencije, javni skladi, razvojna banka ipd.) v okviru priglašeni shem državnih pomoči ali "de minimis" pomoči. Ukrepe lahko izvajajo tudi drugi izvajalci, tako na nacionalni, kot na lokalni ravni. Ti ukrepi se izvajajo pregledno v obliki javnih razpisov, javnih pozivov, neposrednih potrditev operacij ali na druge načine, skladno s pravnimi podlagami. Po izvedbi se tekoče spremljajo doseganja zelenih učinkov in rezultatov prejemnikov pomoči oz. državnih spodbud.

3.4 Programi finančnih spodbud za mlada inovativna podjetja v Sloveniji

3.4.1 Program finančnih spodbud Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo 2015 - 2020

Program izvajanja finančnih spodbud Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo za obdobje 2015 - 2020 (v nadaljevanju Program MGRT) predstavlja dokument za izvedbo ukrepov in podlago za državne pomoči, ki jih dodeljuje Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo (v nadaljevanju MGRT) in njegove izvajalske institucije, ki delujejo na področju podjetništva in inovativnosti, in je skladen s programskimi dokumenti EKP 2014 - 2020. V programu MGRT (MGRT, 2015, str. 4-5) so navedeni ukrepi na naslednjih področjih:

- spodbujanje nastajanja in delovanja podjetij - predvsem start up podjetij
- inovacijske aktivnosti podjetij
- rasti in razvoja MSP - jev in
- mednarodne konkurenčnosti podjetij.

Ukrepe Programa MGRT izvaja MGRT in njegove izvajalske institucije (javne agencije, javni skladi, razvojna banka, ipd) in jih predstavljamo v naslednjih podpoglavjih. Ukrepe lahko izvajajo tudi drugi izvajalci tako na nacionalni kot lokalni ravni.

3.4.1.1 Razvojne naložbe v inovativne MSP-je, s poudarkom na start up podjetjih

Namen ukrepa je spodbujanje mladih podjetij in novih podjetniških podjetij, kjer bo poseben poudarek na:

- inovativnih start up podjetij s potencialom globalne rasti
- podjetij s področja družbenih inovacij in podjetij, ki uvajajo nove načine ustvarjanja dodane vrednosti
- podjetij z geografskih območij, ki se soočajo s posebnimi razvojnimi izzivi, vendar imajo potencial rasti in razvoja vsaj na regionalnem nivoju.

Oblika pomoči: subvencija, kredit, garancija, lastniško financiranje (tvegan, semenski kapital) oz. kombinacija navedenih instrumentov.

Ciljna skupina: inovativna MSP, posebej start up podjetja, ostala podjetja v začetnih fazah razvoja na nacionalni in regionalni ravni ne glede na področje delovanja.

Izvajalci ukrepa: MGRT in/ali izvajalske institucije (Slovenski podjetniški sklad, SPIRIT, RRA itd).

3.4.1.2 Poporne storitve za start up podjetja

Namen ukrepa je preko izvajanja sodobnih oblik podpornih storitev v okviru podjetniškega ekosistema spodbujati podjetja k procesnim in poslovnim izboljšavam za njihovo rast in nadaljnji razvoj. Oblike podpornih storitev so:

- mentorstvo, usposabljanje, delavnice, start up šole, demo dnevi, promocija, spodbujanje povezovanja podjetij in kreativnih industrij, svetovanje, vključno za internacionalizacijo podjetij in za izboljšanje učinkovite rabe virov in energije ter razvoja zelenih izdelkov in storitev, spodbujanje socialnega podjetništva in podjetij.

Oblika pomoči: subvencija.

Ciljna skupina: potencialni podjetniki in podjetja v začetnih fazah razvoja na nacionalni in regionalni ravni ne glede na področje delovanja, delodajalci.

Izvajalci ukrepa: ministrstva ali izvajalske institucije (SPIRIT, Slovenski podjetniški sklad), izvajalci na regionalnem in lokalnem nivoju, subjekti podpornega okolja, zbornice.

3.4.2 Slovenski podjetniški sklad

Slovenski podjetniški sklad je osrednja nacionalna finančna institucija Republike Slovenije, ustanovljena z namenom dodeljevanja finančne podpore in spodbud podjetniškemu sektorju v Sloveniji. Sklad vsako leto razpisuje državne pomoči za razvojno - širitvene investicije mikro, malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji (SPS,

2015b). Kot izvajalska institucija MGRT-ja se pri svojem poslovanju nenehno prilagaja potrebam MSP-jev in splošnim gospodarskim razmeram v slovenskem gospodarskem prostoru. Sklad je kot finančna institucija na trgu primer uspešne pomoči države za MSP-je. S svojimi finančnimi instrumenti namreč spodbuja tudi banke k investicijskim vlaganjem v obstoječe MSP-je in tiste, ki šele začenjajo poslovati, pri tem pa s svojimi instrumenti ne konkurira bankam, saj deluje na tržnih segmentih, ki so zaradi prevelikega tveganja za banke nezanimivi (Žakelj, 2006, str. 28).

V finančni perspektivi 2014 - 2020 (SPS, 2015c) je cilj Slovenskega podjetniškega sklada usmerjati finančna sredstva EKP (sredstva iz evropskih strukturnih skladov in evropskih specializiranih programov za MSP-je) ter sredstva iz državnega proračuna predvsem v:

- inovativne projekte in znanje,
- garancijske sheme, ki bodo pospešile bančno financiranje novih investicij MSP-jev,
- v segmente trga, kjer je dostop MSP-jev do finančnih sredstev najbolj otežen (zagonska in mlada inovativna podjetja s potencialom hitre rasti, podjetja v problemstkih območjih)
- v hitrejši razvoj in prodor inovativnih MSP-jev na globalne trge, kar bo pritegnilo dodatno lastniško financiranje zasebnega sektorja.

Spekter državnih spodbud Sklada (vsi imajo elemente državnih pomoči) je v osnovi razdeljen na *dva vsebinska programa* (SPS, 2015c):

1. »*Program MLADI*«, program državnih spodbud za zagon in rast mladih podjetij ki vključuje podjetja, mlajša od 5 let.

Vključuje finančno podporo podjetjem, mlajšim od 5 let, ki zaradi specifik razvoja in brez zgodovine poslovanja zelo težko oziroma skoraj ne uspejo pridobiti potrebnih virov financiranja na trgu. Ustrezna in razvojnemu ciklu primerna finančna podpora je zato nujno potrebna za hitrejši in intenzivnejši razvoj poslovnih idej oz. projektov.

2. »*Program MSP 5+*«, program državnih spodbud za podporo zrelih MSP-jev, ki vključuje podjetja, starejša od 5 let.

Program vključuje finančno podporo že ustaljenim podjetjem, starejšim od 5 let, ki rastejo po ustaljeni in povprečni dinamiki ter donosno poslujejo znotraj izbrane tržne niše, nimajo pa potenciala hitre rasti. Z ustrezno finančno in vsebinsko podporo bo podjetjem olajšan dostop do ugodnih virov financiranja, namenjenih spodbujanju rasti in razvoja podjetja, realizaciji razvojno investicijskih projektov in financiranju tekočega poslovanja.

Na tem mestu se osredotočamo le na program MLADI, ki vključuje državno podporo podjetjem, mlajšim od 5 let, katera zaradi specifik razvoja in brez zgodovine poslovanja zelo težko oziroma skoraj ne uspejo pridobiti potrebnih virov financiranja na trgu. Ustrezna in razvojnemu ciklu primerna finančna podpora je zato nujno potrebna za hitrejši in intenzivnejši razvoj poslovnih idej oz. projektov z visokim potencialom.

Namen programa je začetna finančna podpora že ustanovljenim mladim podjetjem, ki imajo zagotovljen trg in izkazujejo potencial povečanja dodane vrednosti na zaposlenega.

Še posebej so ugodne finančne spodbude namenjene podjetjem z visokim deležem lastnega znanja, inovativnosti in potencialom ustvarjanja produktov ali storitev z visoko dodano vrednostjo. Mlada podjetja predstavljajo zato izredno pomembno skupino podjetij za dolgoročno doseganje pozitivnih makroekonomskih učinkov.⁹

Del programa MLADI vsebuje državno podporo novoustanovljenim podjetjem s potencialom hitre rasti - start up podjetjem, ki še nimajo zagotavljenega trga ali svoj produkt na trgu šele preizkušajo. Ta podjetja predstavljajo zelo ranljivo skupino, saj je zanje prepotrebne finančne vire na bančnem trgu praktično nemogoče zagotoviti, zato je prav zanje državna podpora skoraj nujna, še posebej, če nimajo na voljo dovolj lastnih sredstev za zagon podjetja. Sklad letno razpiše okrog 100 mio EUR državnih spodbud in s tem podpre približno 700 projektov. Od tega je 25 % spodbud namenjenih mladim podjetjem (podjetjem, mlajšim od 5 let) oz. 10 % teh spodbud start up podjetjem (podjetjem, ki so mlajša od 12 mesecev).

Slika 10: Deleži razpisanih sredstev Sklada po programih



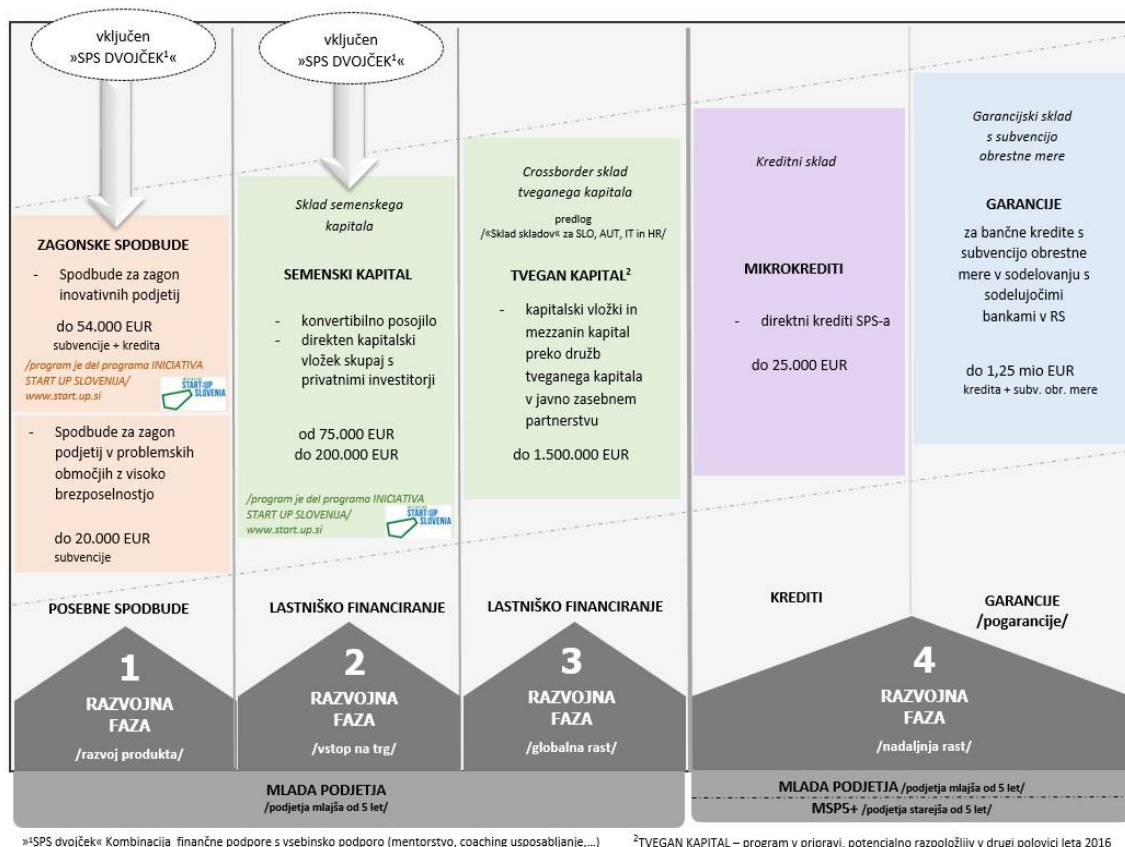
Vir: (SPS, 2015b).

Različne oblike finančnih spodbud se namenjajo mladim MSP-jem, prilagojeno glede na razvojno fazo, v kateri se podjetje nahaja - od čistega zagona, pa vse do preverjanja tržnega potenciala in širitve na nove trge. Iz slike 11, na kateri vidimo razdelitev finančnih spodbud po razvojnih fazah podjetja, je razvidno, da SPS začne pri finančni podpori zagona podjetja izključno z javnimi sredstvi, ko pa postajajo razvojne aktivnosti pri podjetjih zahtevnejše in finančno obsežnejše, pa se približujemo kombiniranju javno-zasebnih virov.

Osnovni namen fazne podpore je, da nova inovativna podjetja izkoristijo finančne spodbude za vsako življenjsko fazo posebej, seveda pa se v praksi pojavijo tudi nepredvidene situacije. Zato lahko prijavitelji na javne razpise Sklada katero od faz preskočijo in kandidirajo za sredstva naslednje faze.

⁹ Kljub temu, da program zajema celotno skupino mladih podjetij, pa imamo na eni strani podjetja oz. podjetniške time s potencialom hitre rasti in potrebo po prodoru na tuje trge, na drugi strani pa podjetja oz. podjetniške time, ki razvijajo lastno podjetniško idejo in izkazujejo povprečno dinamiko rasti.

Slika 11: Slikovni prikaz celostne finančne podpore Sklada za MSP-je



Opomba: Slika prikazuje 3 koordinate: produkte Sklada, razvojne faze podprtih podjetij ter ciljne skupine.

Vir: (SPS, 2015b).

Vsak produkt svoje specifike prav zaradi upoštevanja principa sledenja finančnih spodbud fazam celotnega življenjskega oziroma razvojnega cikla podjetij, ki jih delimo na:

- 1. faza – razvoj produkta

Državne spodbude, namenjene prvi razvojni fazi, omogočijo start upom razvoj MVP-ja¹⁰ ali minimalno sprejemljivega proizvoda, s katerim podjetje rešuje problem, ki ga je zaznalo na trgu. Gre za t.i. fazo »problem - solution fit« ali fazo »problem - rešitev«, v kateri mora podjetje dokazati, da je na trgu zaznalo problem, ki ga je vredno reševati. V tej fazi podjetje pripravlja MVP na podlagi lastnega razvoja, oblikuje podjetniški tim ipd. V prvi razvojni fazi so podjetju na voljo: spodbude za zagon inovativnih podjetij do višine 54.000 EUR/podjetje ter spodbude za zagon inovativnih podjetij v problemskih območjih do višine 20.000 EUR/podjetje.

- 2. faza – vstop na trg

Državne spodbude v tej fazi razvoja omogočijo start upom, da nadaljujejo razvojne aktivnosti podjetja in zaključijo razvoj prototipa skladno z zahtevami trga ter ga že

¹⁰ «Minimum value product» (MVP) = minimalno sprejemljiv produkt, pomeni produkt, za katerega je podjetje zaznalo potrebo na trgu.

pripravijo za globalni trg. Pri tem produkt semenski kapital SK 75 v obliki konvertibilnega posojila v višini 75.000 EUR omogoči podjetju testiranje hipotez na pilotnih trgih, prve tržne raziskave in navezovanje stikov s potencialnimi kupci. Produkt semenski kapital SK 200 v obliki direktnega kapitalskega vložka v višini 200.000 EUR pa v isti fazi že začne pripravljati podjetje na globalno rast, saj je podjetje že razvito do te mere, da s prodajo svojega produkta že ustvarja prve prihodke, pri tem pa potrebuje še dodaten kapital za hitrejšo rast in širitev na globalnem trgu. V tej fazi je že zaželeno (semenski kapital - konvertibilno posojilo) oziroma obvezno (semenski kapital - lastniški vstop), da se o razvojnem projektu opredelijo tudi potencialni privatni investitorji (verodostojnost projekta, ki uspe prepričati večjo skupino potencialnih privatnih investitorjev, je namreč tako v Sloveniji kot v tujini, večja).

- 3. faza - globalna rast

je namenjena začetku prodora na globalne trge, širitvi poslovanja in hitri rasti podjetja. V tej razvojni fazi je mladim podjetjem na voljo tvegani kapital v obliki kapitalskih vložkov in mezzanin kreditov v hitrorastoča inovativna podjetja skupaj s privatnimi investitorji preko družb tveganega kapitala DTK (javno - zasebno partnerstvo) do višine 1.500.000 EUR/podjetje.

- 4. faza - nadaljnja rast

je namenjena tekočemu poslovanju in nadaljnji rasti ter razvoju podjetja. V tej fazi lahko podjetja pridobijo mikrokredit do višine 25.000 EUR/podjetje in garancijo Sklada za zavarovanje bančnih kreditov s subvencijo obrestne mere za financiranje klasičnih in tehnološko inovativnih projektov do višine 1.250.000 EUR/podjetje.

Iz slike 11 je prav tako razvidno, da je program finančnih spodbud Sklada v osnovi razdeljen na 5 oblik finančnih spodbud za mlade MSP:

- zagonske spodbude
- lastniško financiranje - semenski kapital
- lastniško financiranje - tvegani kapital
- neposredni krediti
- garancije.

3.4.2.1 Spodbude za zagon podjetja

Sklad omogoča finančno podporo novoustanovljenim mladim inovativnim podjetjem s potencialom hitre rasti, ki so na začetku svoje poti in za širši trg razvijajo inovativne produkte, procese ali storitve z visoko dodano vrednostjo. Gre za segment novoustanovljenih mladih inovativnih podjetij, ki izkazujejo potencial hitre rasti in na začetku svoje poti potrebujejo najugodnejša finančna sredstva. S to nepovratno obliko sredstev se zagotavlja finančna podpora mladim podjetjem v prvi razvojni fazi, ki zajema ustanovitev, pripravo MVP-ja na podlagi lastnega razvoja, oblikovanje podjetniškega tima in spodbuja direkten prenos znanja in institucij znanja v podjetniško okolje. Produkt P2 je namenjen razvoju minimalno sprejemljivega produkta, s katerim podjetje rešuje problem, ki ga je zaznalo na trgu. Gre za tako imenovano fazo »problem-solution fit«. V tej razvojni fazi lahko podjetja pridobijo posebne spodbude za zagon inovativnih podjetij v višini do 54 tisoč EUR/podjetje.

3.4.2.2 Semenski kapital

Semenski kapital ¹¹ lahko opredelimo kot finančni vir, namenjen financiranju najobčutljivejše, začetne faze razvoja podjetja, to je t.i. semenska faza. Financiranje s semenskim kapitalom je v ZDA in razvitih evropskih državah že precej razvit in uveljavljen način financiranja (Caselli, 2009, str. 10). V Sloveniji pa ta način šele pridobiva na pomenu, Slovenija se pri tem oprva na dobre prakse financiranja prav na nekatere evropske države in ZDA.

V letu 2014 je na trg semenskega financiranja posegla tudi država. Sklad je zaradi velikega pomanjkanja kapitala v začetni razvojni fazi in posledično odhajanja inovativnih start up podjetij v tujino, nadgradil obstoječe produkte in avgusta 2014 razpisal prva javna sredstva za financiranje čiste semenske faze. Razpisana sredstva pomenijo prvi državni vir take oblike financiranja.

Produkt semenski kapital (SK) je namenjen finančnim spodbudam start up podjetij in ga Sklad izvaja v dveh oblikah, in sicer:

- konvertibilno posojilo SK 75 (posojilo Sklada v znesku 75.000 EUR s klavzulo možnosti preoblikovanja posojila v kapitalski vložek)
- lastniški vložek SK 200 (direktni kapitalski vložek Sklada v znesku 200.000 EUR, v sodelovanju z zasebnimi investitorji, poslovnimi angeli).

Produkt je namenjen start up podjetjem s potencialom hitre rasti ter posledično s potencialom kreiranja novih delovnih mest (fokus so mlada tehnološka podjetja), ki so v tej razvojni fazi še posebej ranljiva ter za uspešen začetek poslovanja nujno potrebujejo ustrezna finančna sredstva in strokovno pomoč pri izvajanju svojih poslovnih procesov. Druga razvojna faza vključuje zaključevanje prototipa, prve tržne analize in navezovanje stikov s potencialnimi kupci. Pri semenskem kapitalu v obliki konvertibilnega posojila ali kapitalskega vložka pa je že zaželeno oziroma obvezno, da se v razvojni projekt vključijo tudi potencialni privatni investitorji (verodostojnost projekta, ki uspe prepričati večjo skupino potencialnih privatnih investitorjev, je tako v Sloveniji kot v tujini, večja).

SPS produkt semenski kapital izvaja v okviru vzpostavljenega lastnega sklada semenskega kapitala. Sklad semenskega kapitala je rezultat skupnega usklajevanja MGRT-ja, deležniki start-up ekosistema v Sloveniji in SPS-a ter je v celoti primerljiv z najboljšimi dobrimi praksami na področju semenskega financiranja iz Evrope. V skladu semenskega kapitala je v obdobju 2014/2015 bilo na voljo 5 mio EUR finančnih sredstev (SPS, 2015b). Po besedah direktorice SPS-a osnovni namen investiranja ni ustvarjanje donosa, ampak so v ospredju makroekonomski učinki, torej ustvarjanje delovnih mest in povečevanje produktivnosti podjetij. S produkti semenskega financiranja postaja slovenski start-up ekosistem vse bolj mednarodno privlačen in primerljiv z najbolj uspešnimi ekosistemi na svetu (Kupec, 2015a).

¹¹ Semenski kapital (SK) je razmeroma nov produkt Sklada, zato mu na tem mestu namenimo nekoliko podrobnejšo razlago, kot ostalim produktom.

Produkt se izvaja po principu »SPS dvojček«¹², kar pomeni, da so prejemniki sredstev poleg finančne spodbude upravičeni tudi do ustreznih vsebinskih spodbud (»coaching programov«). Start-upi na ta način niso deležni le finančne podpore, ampak pridobijo tudi t.i. »pametni denar« (ang. »smart money«) - vsebinsko podporo v obliki učinkovitih start-up »coaching programov« z domačimi in tujimi start-up mentorji, pri tem pa sodelujejo tudi strokovnjaki iz slovenskih inkubatorjev in tehnoloških parkov. S tem se slovensko podporno okolje za podjetništvo približuje najboljšim praksam na področju podjetniških pospeševalnikov v Evropi in po svetu (SPS, 2014). SPS želi z oblikovanim skladom semenskega kapitala ob že obstoječem produktu zagonske subvencije (produkt P2), še dodatno spodbuditi zagon mladih inovativnih podjetij, s to obliko finančne podpore pa bi jih uspešno pripravili tudi za novo investiranje družb tveganega kapitala, ki mladim podjetjem pomagajo predvsem pri financiranju hitre rasti in pri vstopu na globalni trg v najbolj občutljivi fazi razvoja.

3.4.2.3 Tveгани kapital

Podpora v obliki tveganega kapitala zajema vstop Sklada v lastniško strukturo in upravljanje podjetja skupaj z zasebnimi investitorji s kapitalskimi vložki - tvegan kapital in mezzanin kapital - preko družb tveganega kapitala (DTK). Gre za tretjo razvojno fazo podpore, kar MSP-jem omogoča začetek prodora na globalne trge in širitev poslovanja. Posredniki med Skladom in končnimi prejemniki MSP-ji v obdobju 2009 - 2015 so izbrane privatne DTK, ki so vstopile v javno zasebno partnerstvo z RS in jih upravljajo druge družbe ter vlagajo naložbe v visokotehnološka podjetja. Namen je razvoj obstoječega trga tveganega kapitala v Sloveniji in s tem povečanje števila zasebnih družb tveganega kapitala, pospeševanje lastniških naložb v MSP v obliki naložb tveganega kapitala in mezzanin kapitala ter podpora MSP s potencialom hitre rasti, ki se jim na tak način omogoči dostop do svežih finančnih sredstev ter posledično lažji, hitrejši in boljši prodor na tuje trge. Po zaključku obstoječega programa (torej po letu 2015) oz. v obdobju 2016 - 2023 se načrtuje nova linija podpore s tveganim kapitalom, ki bo sledila usmeritvam EK in RS in bo odvisna od smernic financiranja MSP-jev.

3.4.2.4 Neposredni krediti

Z izvajanjem neposrednih kreditov Sklada je posameznim specifičnim ciljnim skupinam, mlajšim od 5 let (npr. mlada podjetja, ki imajo sedež podjetja ali obrata oz. opravljajo dejavnost na določenem problemskem območju; mlada podjetja, opredeljena po sektorjih oz. dejavnostih ipd.) lažji dostop do potrebnih finančnih sredstev za financiranje zagona, rasti in razvoja podjetja, investicij in tekočega poslovanja. V okviru tega produkta so na voljo krediti za določene ciljne skupine po ugodnih pogojih financiranja (ugodna pogodbeni obrestne mera) ter z omejitvijo izvajanja prekomernih postopkov odobritve kredita (enostavnejši in hitrejši postopek pridobitev kredita). Neposredni kredit je za prejemnika tako ugodnejši zaradi nižje obrestne mere, nižjih zavarovalnih zahtev, ročnosti kredita in možnosti koriščenja moratorija pri vračilu kredita. Višina kredita znaša do 25.000 EUR (mikrokredit), odplačila doba je do 5 let. Upravičeni stroške so: stroški materialnih in nematerialnih investicij ter stroške financiranja obratnih sredstev.

3.4.2.5 Garancije

¹² Termin »SPS dvojček« se uporablja za razmeroma nov produkt Sklada, ki je podrobneje opisan v poglavju 3.5.1. SPS dvojčki. Pri tem produktu gre za princip dodeljevanje finančne spodbude v kombinaciji z vsebinsko podporo (»coaching« programi) za prejemnike sredstev.

V četrti razvojni fazi, »nadaljnji rasti podjetja«, so MSP-jem na razpolago ugodna finančna sredstva v obliki garancije Sklada za zavarovanje bančnih kreditov s subvencijo obrestne mere, ki financirajo tako tehnološko inovativne projekte, kot tehnološko manj zahtevne projekte in tako omogočajo nadaljnjo rast MSP-jev v zreli fazi razvoja. Zavarovanje bančnih kreditov z garancijami Sklada tako omogoča mladim podjetjem hitrejše, lažje, predvsem pa cenejše pridobivanje bančnih kreditov za izvedbo (tehnološko zahtevnejših) projektov, ki omogočajo konkurenčno uveljavljanje na trgu, izboljššan tržni položaj ter širitev dejavnosti in izboljšanje financiranja obratnih sredstev v težjih gospodarskih razmerah. Ugodna finančna sredstva omogočajo hitro rast mladega podjetja, ustvarjajo višjo dodano vrednost na zaposlenega, oblikujejo nova delovna mesta z visoko dodano vrednostjo in zagotavljajo uspešen prenos razvojnih idej v tržno usmerjene podjeme.

3.4.3 SID banka

SID banka je spodbujevalno razvojna banka v lasti Republike Slovenije. Z bančnimi in zavarovalnimi storitvami spodbuja trajnostni razvoj in konkurenčnost slovenskega gospodarstva. Na področju financiranja z dolgoročnimi viri in drugimi finančnimi instrumenti dopolnjuje ponudbo poslovnih bank. Večino virov pridobiva z zadolževanjem na mednarodnih finančnih trgih in jih v povratnih oblikah posreduje gospodarstvu (SID banka, 2011).

SID - Slovenska izvozna in razvojna banka je bila kot Slovenska izvozna družba, d.d., Ljubljana ustanovljena leta 1992 z namenom zavarovanja in financiranja izvoza slovenskih podjetij. Konec leta 2006 je pridobila licenco Banke Slovenije in se preoblikovala v specializirano banko za spodbujane izvoza in razvoja. V skladu z razvojem slovenskega gospodarstva se je razvila v finančno institucijo, ki ciljnim skupinam ponuja širok spekter storitev za spodbujanje konkurenčnosti v mednarodnem gospodarskem sodelovanju z instrumenti dolgoročnega financiranja in zavarovanja. Zavaruje tiste rizike, ki jih zaradi njihove narave in stopnje rizičnosti finančne institucije ter zasebni pozavarovalni sektor niso pripravljene prevzeti ali pa imajo za to omejene zmogljivosti.

Njena osnovna usmeritev je biti dopolnitev finančnemu trgu - na področjih, ki jih finančni trg ne pokriva in imajo razvojno komponento. Na področju obstoječih dejavnosti (predvsem zavarovanje in financiranje nemarketabilnih rizikov) se odziva na potrebe trga, nekatere segmente (panoge in trge), kjer ima slovensko gospodarstvo konkurenčne prednosti (v skladu s SRS), pa aktivno spodbuja (SID banka, 2016).

SID banka nudi finančne programe za razvoj naslednjih področij (SID banka, 2011):

- razvoj konkurenčnega gospodarstva in internacionalizacije
- razvoj družbe znanja in inovativno podjetništvo
- razvoj okolju prijazne družbe in proizvodnje
- regionalni in družbeni razvoj.

Svoje programe financiranja izvajajo neposredno ali posredno prek poslovnih bank. Programi financiranja inovativnega podjetništva so usmerjeni predvsem v financiranje raziskav, razvoja, inovacij in novih tehnologij, ki vodijo k novim ali temeljito izboljšanim

proizvodom, storitvam ali procesom, z namenom večje konkurenčnosti ter višje dodane vrednosti, s posebnim poudarkom na inovativnem podjetništvu (SID banka, 2011).

3.4.3.1 Krediti iz Posojilnega sklada za MSP

Program financiranja iz Posojilnega sklada za MSP-je izvaja SID banka samostojno in neposredno. Gre za ukrepe finančnega inženiringa za spodbujanje razvoja MSP-jev, ki jih SID banka izvaja kot izvajalska institucija MGRT-ja, skladno s shemo državne pomoči »Posebni pogoji financiranja poslovanja malih in srednje velikih podjetij«. Del sredstev programa zagotavlja MGRT, del sredstev pa SID banka, ki je sredstva pridobila z zadolžitvijo pri EIB. Kredit ima status javnih sredstev ter status pomoči de minimis.

Gre za razvojno - spodbujevalne programe za različne namene MSP (SID banka, 2016):

- razvojno - spodbujevalni program za mikrofinanciranje poslovanja MSP

Namen programa je financiranje tekočega poslovanja MSP-jev. Oblika finančne spodbude je kredit v vrednosti od 30.000 EUR/kreditojemalca do 100.000 EUR/kreditojemalca, ročnost kredita je najmanj dve leti in največ tri leta. Obrestna mera je spremenljiva in je enaka seštevku 6-mesečnega EURIBOR-a in nespremenljivega pribitka¹³, ki ga določi SID banka glede na oceno kreditne kvalitete kreditojemalca po metodologiji SID banke in ostale parametre.

- razvojno - spodbujevalni program SID banke za financiranje poslovanja MSP

Namen programa je financiranje poslovanja MSP-jev. Oblika finančne spodbude je kredit v vrednosti od 100.000 EUR/kreditojemalca do 1000.000 EUR/kreditojemalca, ročnost kredita je najmanj dve leti in največ tri leta. Obrestna mera je spremenljiva in je enaka seštevku 6-mesečnega EURIBOR-a in nespremenljivega pribitka, ki ga določi SID banka glede na oceno kreditne kvalitete kreditojemalca po metodologiji SID banke in ostale parametre.

- razvojno - spodbujevalni program SID banke za financiranje naložb in zaposlovanja v MSP

Namen programa je spodbujanje MSP-jev k uvajanju tehnoloških inovacij in povečevanju proizvodnih zmogljivosti za obstoječe proizvode in storitve. Oblika finančne spodbude je kredit v vrednosti od 30.000 EUR/projekt do 10.000.000 EUR/projekt, ročnost kredita, vključno z moratorijem na odplačilo kredita, je najmanj dve leti in največ devet let. Obrestna mera je spremenljiva in je enaka seštevku 6-mesečnega EURIBOR-a in nespremenljivega pribitka, ki ga določi SID banka glede na oceno kreditne kvalitete kreditojemalca po metodologiji SID banke in ostale parametre.

- razvojno - spodbujevalni program SID banke za financiranje raziskav, razvoja in inovacij v MSP

¹³ Obrestne mere so določene v razponu, ki je navzdol omejen s pravili EU glede državnih pomoči, navzgor pa s tržnimi obrestnimi merami (SID banka, 2011).

Namen programa je spodbujanje razvoja MSP-jev na področju raziskav in razvoja ter inovacij. Oblika finančne spodbude je kredit v vrednosti od 30.000 EUR/projekt do 5000.000 EUR/projekt, ročnost kredita, vključno z moratorijem na odplačilo kredita, je najmanj dve leti in največ devet let. Obrestna mera je spremenljiva in je enaka seštevku 6-mesečnega EURIBOR-a in nespremenljivega pribitka, ki ga določi SID banka glede na oceno kreditne kvalitete kreditojemalca po metodologiji SID banke in ostale parametre.

- razvojno - spodbujevalni program SID banke za financiranje naložb in kapitalskega utrjevanja MSP

Namen programa je spodbujanje naložb v MSP-jih in kapitalsko utrjevanje MSP-jev. Oblika finančne spodbude je kredit s prednostnim poplačilom v vrednosti od 100.000 EUR/projekt do 5.000.000 EUR/projekt, ročnost kredita, vključno z moratorijem na odplačilo kredita, je najmanj osem let in največ dvanajst let. Obrestna mera je spremenljiva in je enaka seštevku 6-mesečnega EURIBOR-a in nespremenljivega pribitka, ki ga določi SID banka glede na oceno kreditne kvalitete kreditojemalca po metodologiji SID banke in ostale parametre.

- razvojno - spodbujevalni program SID banke za financiranje poslovanja in kapitalskega utrjevanja MSP.

Namen programa je spodbujanje poslovanja in kapitalskega utrjevanja MSP-jev. Oblika finančne spodbude je kredit s prednostnim poplačilom v vrednosti od 100.000 EUR/projekt do 5.000.000 EUR/projekt, ročnost kredita, vključno z moratorijem na odplačilo kredita, je najmanj osem let in največ dvanajst let. Obrestna mera je spremenljiva in je enaka seštevku 6-mesečnega EURIBOR-a in nespremenljivega pribitka, ki ga določi SID banka glede na oceno kreditne kvalitete kreditojemalca po metodologiji SID banke in ostale parametre.

3.4.3.2 Krediti za tehnološko - razvojne projekte

Program financiranja izvaja SID banka samostojno in neposredno. Gre za ukrep finančnega inženiringa za spodbujanje tehnološko - razvojnih projektov, ki jih SID banka izvaja kot izvajalska institucija MGRT-ja, skladno s shemo državne pomoči »Posebni pogoji financiranja tehnološko - razvojnih projektov«. Del sredstev programa zagotavlja MGRT, del sredstev pa SID banka, ki je sredstva pridobila z zadolžitvijo pri EIB. Namen programa je spodbujanje podjetij k razvijanju in uvajanju tehnoloških inovacij.

Kredit lahko pridobijo podjetja s ciljem uvajanja novih produktov na trg ali uvajanja novih rešitev v podjetju ali vstopa na nove trge in izvajajo (SID banka, 2016):

- raziskovalno - razvojno dejavnost, npr. industrijske raziskave oz. eksperimentalni razvoj,
- naložbe v opredmetena ali neopredmetena sredstva za udejanjenje rezultatov lastne raziskovalno - razvojne dejavnosti, za povečanje raznovrstnosti proizvodnje in/ali bistvene spremembe v celotnem proizvodnem procesu.

Znesek kredita znaša od 200.000 EUR/projekt do 18.750.000 EUR/projekt. Ročnost kredita, vključno z moratorijem na odplačilo kredita, je najmanj štiri leta in največ sedem let. Obrestna mera je spremenljiva in je enaka seštevku 6-mesečnega EURIBOR-a in

nespremenljivega pribitka, ki ga določi SID banka glede na oceno kreditne kvalitete kreditorejmalca po metodologiji SID banke in ostale parameter.

3.4.3.3 Krediti za projekte razvoja, raziskav in inovacij

SID banka zagotavlja ugodna dolgoročna sredstva za projekte s področja razvoja, raziskav in inovacij, kot tudi izobraževanja in zaposlovanja. Ta sredstva so namenjena podjetjem vseh velikosti. Namen produkta so raziskave, razvoj, inovacije ter nove tehnologije, ki vodijo k novim ali temeljito izboljšanim proizvodom, storitvam ali procesom, z namenom večje konkurenčnosti in višje dodane vrednosti, s posebnim poudarkom na inovativnem podjetništvu. Prednosti produkta so: ugodnejša obrestna mera v primerjavi z bančnim sistemom, različne ročnosti (2 do 8 let), možnost moratorija in neomejena višina kredita. S sredstvi se lahko financira do 85 % vrednosti posamezne investicije ali obratnega kapitala. Financiranje se izvaja preko sodelujočih poslovnih bank.

3.4.3.4 Krediti za povečanje konkurenčnosti in internacionalizacijo MSP-jev

SID banka MSP-jem zagotavlja finančna sredstva za razvoj, povečevanje konkurenčnosti na trgu in spodbujanje internacionalizacije. Namen produkta je financiranje projektov za rast in razvoj MSP-jev in internacionalizacijo poslovanja. Prednosti produkta so: ugodnejša obrestna mera v primerjavi z bančnim sistemom, različne ročnosti (do 8 let), možnost moratorija in neomejena višina kredita. S sredstvi se lahko financira do 85 % vrednosti posamezne investicije ali obratnega kapitala. Financiranje se izvaja preko sodelujočih poslovnih bank.

3.4.3.5 Krediti za MSP-je iz vira EIB

SID banka je konec leta 2015 z Evropsko investicijsko banko (EIB) sklenila memorandum o sodelovanju, v okviru katerega bosta banki sodelovali v okviru Evropskega svetovalnega vozlišča za naložbe (EIAH). SID banka je s tem uradno postala vstopna točka za slovenska podjetja, ki želijo sodelovati v projektih Naložbenega načrta za Evropo oz. Evropskega sklada za strateške naložbe (EFSI)¹⁴. Zaradi svoje komplementarne ponudbe programov financiranja in geografske lokacije imajo nacionalne razvojne banke pomembno vlogo pri izvajanju naložbenega načrta za Evropo. SID banka zato kot nacionalna razvojna banka to funkcijo vozlišča izvaja za Slovenijo (SID banka, 2016). SID banka na podlagi dolgoročnih virov Evropske investicijske banke (EIB) zagotavlja sredstva za financiranje projektov MSP-jev. Sredstva programa so namenjena financiranju razvoja MSP-jev, internacionalizacije, raziskav, razvoja in inovacij, izobraževanja, zaposlovanja, obnovljivih virov energije itd.

Namen produkta je financiranje projektov, ki po svojih pričakovanih učinkih sodijo v eno izmed naslednjih skupin namenov:

- razvoj družbe znanja in inovativno podjetništvo (RRI, izobraževanje)

¹⁴ Evropska pobuda Naložbeni načrt za Evropo predvideva 315 mrd EUR novih naložb v evropsko gospodarstvo. Za ta namen je bil ustanovljen EFSI, ponudbo sredstev tega sklada pa bodo pospeševali z Evropskim svetovalnim vozliščem za naložbe (EIAH). Izhodišče in temelj Naložbenega načrta za Evropo je smotnejša poraba javnih sredstev s ciljem uporabe privatnih investicijskih sredstev, ki sicer ne bi bila uporabljena oz. do teh investicij ne bi prišlo (SID banka, 2016).

- razvoj okolju prijazne družbe in proizvodnje (okoljevarstvo, učinkovita raba energije, obnovljivi viri energije, okolju prijazna proizvodnja ali proizvod)
- razvoj konkurenčnega gospodarstva in internacionalizacije (MSP, internacionalizacija)
- regionalni in družbeni razvoj (telekomunikacijska, transportna prometna, športna, kulturna, zdravstvena, turistična ter druga infrastruktura).

Prednosti produkta so: širok nabor namenov, ugodnejša obrestna mera v primerjavi z bančnim sistemom, ročnosti do 11 let, financiranje strojev in opreme (ter ostalih stroškov v okviru pogojev programa), v kolikor projekt ustreza enemu izmed namenov v okviru pogojev programa in financiranje obratnega kapitala. S sredstvi se lahko financira do 100 % vrednosti projekta v primeru projektov do 12,5 mio EUR, nad tem zneskom se % znižuje do 50 % pri 25 mio EUR. Med upravičene stroške spadajo naložbe v opredmetena sredstva (če ne gre za zemljišča) in naložbe v neopredmetena sredstva, kot so: stroški raziskav in razvoja, nakup patentov, licenc in drugih pravic, obratni kapital. Financiranje se izvaja preko sodelujočih poslovnih bank. Produkt ne vsebuje elementov državne pomoči.

3.4.4 Slovenski regionalno razvojni sklad

Slovenski regionalno razvojni sklad (v nadaljevanju SRRS) je javna finančna institucija, ki deluje pod okriljem MGRT-ja in eden od nosilcev regionalne razvojne politike v Sloveniji. Ima status javnega sklada, ki je namenjen trajnejšemu doseganju javnih ciljev na področju regionalnega razvoja in razvoja podeželja.

Sklad opravlja svoje poslanstvo preko finančnih spodbud, ki so namenjene (SRRS, 2015a):

- podjetnikom in gospodarskim družbam,
- kmetijskim gospodarstvom,
- zadrugam in živilsko predelovalni industriji,
- projektom na narodnostno mešanih območjih ter
- občinam.

Dodeljevanje državnih spodbud SRRS se odvija na sledečih investicijskih področjih (SRRS, 2015a):

- sofinanciranje začetnih naložb podjetniškega značaja,
- sofinanciranje projektov, ki imajo podlago v izvajanju nujnih ukrepov v regionalnem razvoju,
- sofinanciranje investicijskih projektov za povečanje gospodarske osnove avtohtonih narodnih skupnosti,
- sofinanciranje lokalne in regionalne infrastrukture ter družbene in gospodarske infrastrukture,
- sofinanciranje projektov na področja razvoja podeželja oz. podpora projektom v primarno kmetijsko proizvodnjo ter projektov predelave, trženja in dopolnilnih dejavnosti.

Vsa sredstva se dodeljujejo preko javnih razpisov. Kot prvenstveno obliko spodbud SRRS dodeljuje posojila z ugodno obrestno mero in z dolgo ročnostjo vračila oz. z dobo vračanja do največ 20 let. Posojila so zaradi elementov državnih pomoči ugodnejša v primerjavi z bančnimi investicijskimi posojili, ki jih podjetja lahko pridobijo na trgu. SRRS izjemoma le pri projektih, ki se nahajajo na območjih madžarske in italijanske narodne skupnosti, poleg ugodnih posojil dodeljuje tudi nepovratna sredstva (SRRS, 2015a).

SRRS svoje spodbude prednostno usmerja v projekte, ki jih investitorji izvajajo v regijah z visokim indeksom razvoje ogroženosti. Območja oz. slovenske regije z nižnjim koeficientom razvitosti občin so prikazana na sliki 12. Slovenske statistične regije so po metodologiji razvitosti SRRS-a od najslabše do najboljše razvite rangirane tako:

1. pomurska (161,8)
2. zasavska (125,1)
3. primorsko-notranjska (124,8)
4. podravska (123,9)
5. goriška (100,4)
6. savinjska (92,6)
7. obalno-kraška (81,4)
8. gorenjska (66,6)
9. jugovzhodna Slovenija (64,7)
10. osrednjeslovenska (35,5).

Slika 12: Prednostna območja dodelitev državnih spodbud SRRS-a



Vir: (SRRS, 2015a).

3.4.4.1. Regijske garancijske sheme

SRRS je na podlagi Zakona o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja (ZSRR-2) v letu 2015 pričel z izvajanjem regijskih garancijskih shem, katerih cilji so pospeševanje razvoja malega in srednjega gospodarstva in pridobitne dejavnosti podjetnikov, povečevanje investicijske aktivnosti v regijah, zmanjševanje stopnje brezposelnosti, olajšanje dostopa do kreditov MSP-jem z zmanjšanjem bančnih zahtev za zavarovanje

kreditov. Regijske garancijske sheme izvajajo subjekti spodbujanja razvoja na regionalni ravni, ki izpolnjujejo zahtevane pogoje ali jih do izpolnitve teh pogojev izvaja SRRS sam (SRRS, 2015b).

Regijske garancijske sheme omogočajo izdajanje garancij na osnovi ugodnih bančnih kreditov za začetne investicije in obratna sredstva, povezane z vzpostavitvijo nove poslovne enote, diverzifikacijo proizvodnje na nove proizvode in storitve, za bistveno spremembo proizvodnega procesa. MSP-ji lahko pridobijo garancije v višini do 50 % odobrenega posojila s strani sodelujočih poslovnih bank. Minimalni znesek kredita je 8.000 EUR, maksimalni pa 150.000 EUR. Posamezna ročnost garancije je največ 8 let, z vključenim do 1-letnim moratorijem (SRRS, 2015b).

3.4.4.2 Ugodna posojila za podjetniške projekte

Namen ugodnih posojil za podjetniške projekte je spodbujanje podjetniških investicij, povezanih z vzpostavitvijo nove poslovne enote, razširitvijo obstoječe poslovne enote, diverzifikacijo proizvodnje na nove proizvode in storitve ali bistveno spremembo proizvodnega procesa. Cilj finančne spodbude je spodbujanje:

- podjetniške aktivnosti,
- konkurenčnosti,
- tržne naravnosti in tehnološkega razvoja podjetij,
- skladnega regionalnega razvoja.

Oblika spodbude za sofinanciranje projektov v sklopu 1 so ugodna posojila, ki vsebujejo elemente državnih pomoči, njihovo dodeljevanje pa se izvaja v skladu z upoštevanjem pravil državnih pomoči oz. regionalnimi shemami državnih pomoči. Višina posojila znaša do 500.000 EUR, z dobo vračanja posojila od 6 do največ 15 let z vključenim moratorijem na odplačila glavnice do 2 leti.

3.4.4.3 Ugodna posojila za pred-financiranje podjetniških projektov z odobrenimi evropskimi sredstvi

Namen ugodnih posojil za pred-financiranje podjetniških projektov z odobrenimi evropskimi sredstvi je spodbujanje projektov, sofinanciranih z evropskimi sredstvi iz programskih obdobj 2007-2013 in 2014-2020, za upravičence, ki so bili uspešni na razpisih za evropska sredstva, so prejeli pozitivno odločitev in že imajo podpisano pogodbo o sofinanciranju. Oblika spodbude je posojilo v skupni višini do 80 % pogodbene vrednosti odobrenih evropskih sredstev upravičencu, najmanj 5.000 EUR in največ 100.000 EUR.

3.5 Programi vsebinske podpore za mlada inovativna podjetja v Sloveniji

3.5.1 SPS dvojčki

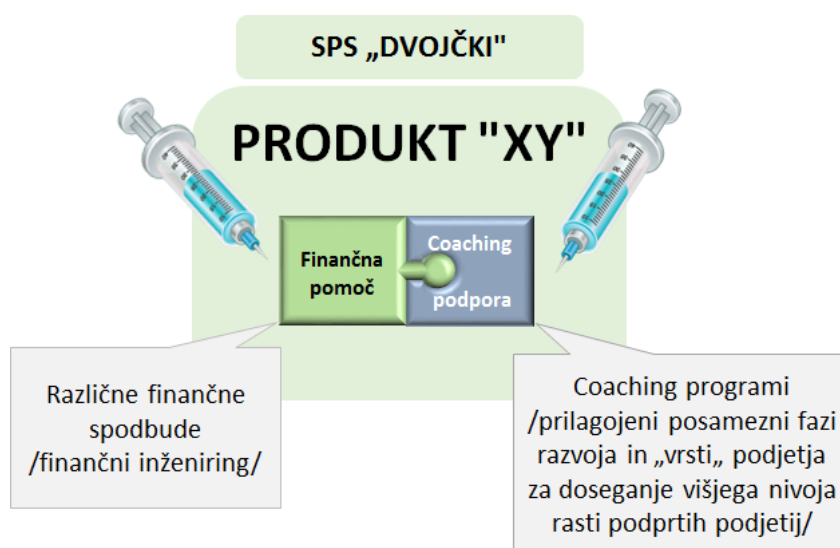
Razmeroma nov produkt Slovenskega podjetniškega sklada, ki je nastal predvsem zaradi zaznavanja potreb po specifičnih podjetniških znanjih na trgu nastajajočih in novonastalih podjetij, je kombinacija finančne in vsebinske podpore podjetjem. Gre za t. i. "pametni

denar". To pomeni aktivno pomoč pri rasti in razvoju podjetja. Koncept "pametnega denarja" je lahko izjemna dodana vrednost za podjetnika.

Pri vsebinski podpori gre pravzaprav za »coaching« podporo in programe, ki jih Sklad že izvaja in jih bo prav tako v prihodnje izvajal tudi ob sodelovanju z drugimi ministrstvi oz. s sredstvi iz evropskih strukturnih skladov in programov. Vsebinska podpora podprtim podjetjem (prejemnikom državnih pomoči) pomeni, da bodo ta podjetja deležna dodatnih mentorskih programov, start-up šol, izobraževanj, tematskih delavnic, vse to pa iz različnih področij poslovanja podjetij (npr.: marketing, organizacija, design itd.). Takšna podpora je trenutno na voljo podjetjem, prejemnikom zagonskih subvencij in semenskega kapitala.

Udeleženci programov vsebinske podpore raznih tujih pospeševalnikov, kjer je ta oblika podpore že nekaj časa v veljavi, se strinjajo, da ima nefinančna podpora zelo visoko vrednost, še zlasti za ustanovitelje, ki prvič ustanovljajo podjetje, saj pomeni neke vrste povratno informacijo pri sprejemanju pravih odločitev, ko se mora podjetnik v največji meri osredotočati na razvoj in lansiranje produkta. Dodana vrednost se kaže predvsem v znanju, spretnostih in izkušnjah svetovalcev in mentorjev, in tudi navdihu, ki ga ti dajejo novopečenim podjetnikom (Chahal, 2013).

Slika 13: Prikaz kombinacije finančne in coaching podpore - SPS dvojček



Vir: (SPS, 2015c).

Cilj vsebinskih programov je posledično povečevati uspešnost izvedenih investicij. Pri mladih inovativnih podjetjih s potencialom hitre rasti je namreč tveganje propada podjetja največje, zato je izmenjava izkušenj, pridobivanje najsodobnejših podjetniških znanj, potreba po svetovalcih in mentorjih in ostalih oblikah vsebinske podpore nujna za prehod podjetij skozi najbolj kritične točke poslovanja.

Produkti Sklada, kot so P2 - spodbude za zagon inovativnih podjetij, SK 75 - semenski kapital - konvertibilno posojilo za zagon inovativnih podjetij in SK 200 - semenski kapital - lastniški vstop za rast inovativnih podjetij, imajo ob finančnih spodbudah vključen tudi "dvojček" (vsebinsko podporo finančnim produktom), ki bo v novi finančni perspektivi 2016 - 2020 še bolj izpopolnjen, kot v pretekli.

3.5.2 Nacionalni mentorski programi in podjetniški pospeševalniki

V Sloveniji obstaja že vrsta mentorskih programov in lista mentorjev, ki delujejo v okviru posameznih subjektov inovativnega okolja (univerzitetni inkubatorji, podjetniški pospeševalniki in tehnološki parki). Svojim ciljnim skupinam, podjetnikom in potencialnim podjetnikom, nudijo specifična podjetniška in druga praktična znanja, poslovne izkušnje, pa tudi mrežo poslovnih kontaktov, s katerimi razpolaga posamezni mentor oz. subjekt inovativnega okolja, ki izvaja mentorski program.

Pod okriljem MGRT-ja, SPS-a in Javne agencije Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in turizma (v nadaljevanju SPIRIT), delujejo v okviru Inicijative Start:up Slovenija osrednji nacionalni mentorski programi in pospeševalniki, formirani glede na različne faze razvoja oz. rasti podjetja. Rdeča nit vseh izobraževalnih programov so sodobne podjetniške prakse, združene pod metodologijo »vitkega in agilnega podjetništva«. Ti so:

- Start:up šola

Za pridobitev zagonske subvencije P2 v okviru razpisa Slovenskega podjetniškega sklada, je eden izmed pogojev prijava na tekmovanje Start:up Slovenija. V sklopu projekta so organizirane Start:up šole in Start:up šole plus, na katerih udeleženci pridobijo temeljno podjetniško znanje, prav tako pa postanejo del nacionalne podjetniške skupnosti.

- Start:up Geek House¹⁵

Start:up Geek House je celovit program za podporo start up podjetij v prvi razvojni fazi. Del programa je podjetniški pospeševalnik (SGH pospeševalnik), ki zagonskim podjetjem z inovativno idejo, ki še iščejo svoj »product-market fit«¹⁶, omogoča:

- pridobitev konvertibilnega posojila v okviru produkta SPS-a SK75,
- udeležbo v SGH Bootcamp oz. intenzivnem 3 - mesečnem izobraževalnem programu za pridobitev najsodobnejših podjetniških znanj za izgradnjo vitkega, agilnega podjetja,
- sodelovanje z vrhunskimi start up mentorji,
- »coworking« deljene prostore,
- administrativno - strokovno podporo,
- medijsko prepoznavnost in promocijo doma in v tujini ter
- pomoč pri iskanju potencialnih partnerjev in strank v mednarodnem prostoru.

Poleg podjetniškega pospeševalnika je Start:up Geek House tudi »co-working« prostor na lokacijah po celotni Sloveniji. Je delovni prostor (»co-working space«), namenjen ambicioznim, inovativnim in podjetnim talentom z znanjem z visoko dodano vrednostjo, ki snujejo nov podjetniški podvig. Je ugoden in dostopen prostor za mlada start up podjetja in podjetniške ekipe, ki še ne potrebujejo svoje lastne pisarne, obenem pa želijo pridobiti znanje, kako podjetje oziroma produkt uspešno lansirati na trg po najsodobnejših

¹⁵ Povzeto po: (Geek house, 2016).

¹⁶ Izraz »product-market fit« se uporablja za razvojno fazo mladega podjetja, ko le-to že najde ujemanje svojega produkta oz. storitve s potrebami trga. V tej fazi podjetje že zadovoljuje potrebe prvih kupcev, od katerih pridobiva prve povratne informacije o izdelku.

metodologijah. Delovno mesto lahko najamejo vsi, ki razvijajo svoj prototip, strateški načrt, iščejo prvega kupca ali so že začeli poslovati, pa še ne rabijo svoje povsem lastne pisarne. Prav tako je idealni prostor za »freelancerje«.

- Go:Global Slovenia¹⁷

Go:Global Slovenia je celovit program za podporo start up podjetij pri njihovem prodoru na svetovni trg. Namen programa je celovit nabor storitev podpore pri rasti zagonskih podjetij na svetovnem trgu.

Del programa je Go:Global Slovenia podjetniški pospeševalnik (GG pospeševalnik), ki start up podjetjem, ko so že našla »product-market fit«, nudi vse potrebne elemente za uspešen začetek hitre globalne rasti, v obliki:

- kapitala (javna lastniška investicija SPS-a v okviru produkta semenski kapital SK 200)
- znanja (program priprave na investicijo, Go:Global for Growth - sistematičen vsebinski spremljevalno-izobraževalni program z izkušenimi domačimi in tujimi mednarodnimi podjetniki, osebni start up mentor, administrativna pomoč),
- infrastrukture (v okviru inkubatorjev in tehnoloških parkov, ki je delno subvencionirana) in
- mednarodnih povezav (mreža investitorjev v obliki domačih in tujih skladov tveganega kapitala ter pospeševalnikov, z namenom pridobitve nove investicije, aktivna promocija doma in v tujini).

Del programa Go:Global Slovenia je tudi intenziven program mreženja med podjetniki in mentorji, s ciljem, da se ti spoznajo in dogovorijo za poglobljeno mentorsko sodelovanje. V mentorski program Go:Global Slovenia je vključenih 150 izbranih domačih in tujih mentorjev. V okviru t. i. mentoriranja "ena na ena" mentorji pomagajo udeležencem programa pri reševanju specifičnih težav. Na posameznem srečanju si podjetniki lahko izberejo dva mentorja s seznama najboljših podjetniških strokovnjakov, eden pa je ekipi dodeljen naključno po izboru organizacijske ekipe.

Programi usposabljanja podjetnikov temeljijo na sodobnih metodologijah podjetništva (vitko in agilno podjetništvo). V preteklih nekaj letih so se razvile t. i. novodobne metodologije gradnje zagonskih podjetij, ki jih učijo najboljše svetovne poslovne šole, kot so Stanford, MIT, Berkely in druge. Gre za sklop »Business model generation« in metodologij »The Lean Startup«, ki so namenjene najboljšim podjetjem z ambicijami hitre globalne rasti na dinamičnih trgih.

V okviru programa monitoringa je razvit napreden, praktičen in celovit sistem monitoringa vseh zagonskih podjetij, ki so prejela subvencijo P2 ali katero drugo subvencijo iz javnih sredstev. Program monitoringa dosega največjo dodano vrednost z vključitvijo podjetnikov v mentorski program in druge programe Go:Global ter z rednimi polletnimi sestanki s skrbnikom podjetja, ki pripravi polletno mnenje o napredku podjetja skladno s poslovnim načrtom. Tovrstno mnenje lahko vpliva na odločitev o nadaljnjem financiranju podjetja ali celo morebitnem vračilu subvencije. Z monitoring programom nastaja baza vseh zagonskih podjetij s podatki o njihovem napredku na enem mestu.

¹⁷ Povzeto po: (Go:Global Slovenia, 2015).

II. APLIKATIVNI DEL MAGISTRSKEGA DELA

4 ANALIZA START UP EKOSISTEMA V SLOVENIJI

Kakovost podpornega okolja za inovativno zagonsko podjetništvo je bistvenega pomena za preliv znanja, ki generira rast. Podjetja v prvih fazah svojega razvoja potrebujejo največ podpore, tako v obliki finančnih virov, kot tudi vsebinskih programov in svetovalnih storitev. Vse to jim mora zagotavljati primerna infrastruktura, zasnovana tako, da čim bolj spodbuja inovacijsko aktivnost, omogoča medsebojno sodelovanje podjetij z raziskovalno sfero, prav tako pa spodbuja povezovanje ter izmenjavo znanj in izkušenj tako med samimi podjetniki, kot tudi med investitorji, mentorji, podpornimi institucijami in ostalimi deležniki start up ekosistema.

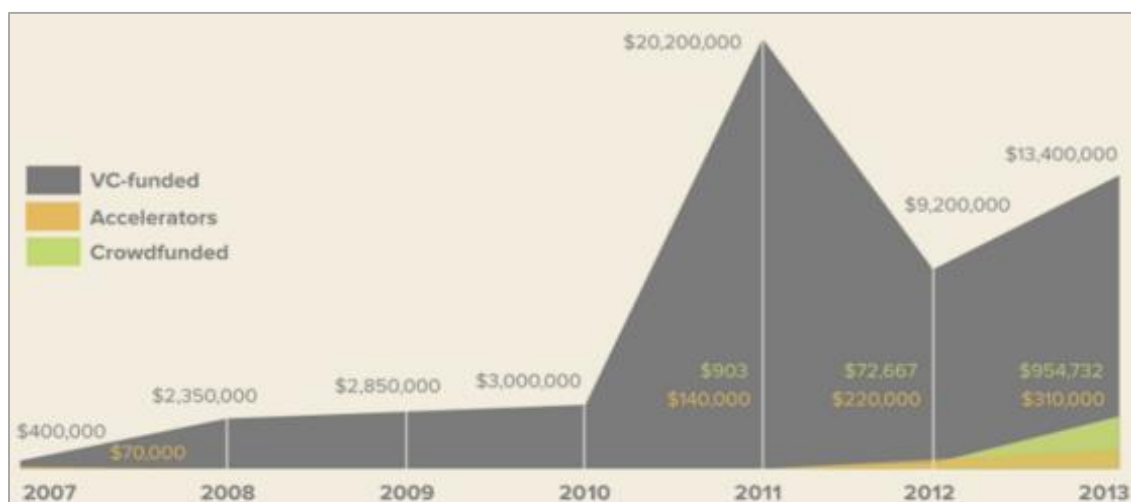
V začetku empiričnega dela smo naredili celovito analizo slovenskega podpornega okolja za inovativno zagonsko oz. start up podjetništvo. V nadaljevanju smo ocenili vpliv državnih spodbud na poslovanje mladih inovativnih podjetij, s pomočjo anketne raziskave pa ovrednotili zaznano vrednost inkubacijskih/pospeševalniških programov in storitev za rast in razvoj mladih podjetij s perspektive podjetnikov, ki so se vključevali v programe podpornega okolja in bili deležni njegovih storitev in ugodnosti. Od njih smo pridobili tudi splošno oceno slovenskega start up ekosistema.

4.1 Razvoj zagonskega oz. start up podjetništva v Sloveniji

Slovensko podporno okolje za start up podjetništvo postaja zadnjih nekaj let vse bolj razvito in kakovostno, z vedno večjim naborom storitev in podpornih institucij. Lahko rečemo, da postaja slovenski start up ekosistem primerljiv z najboljšimi startup ekosistemi po svetu. Vendar v našem ekosistemu še vedno obstajajo določene tržne vrzeli in neizpolnjene potrebe zagonskih podjetij.

Stanje start up podjetništva v Sloveniji je po nastopu krize precej napredovalo. Petković (Yougo.vc, 2013) v svoji analizi slovenskega start up ekosistema iz leta 2013 ugotavlja, da število start up podjetij hitro narašča, prav tako pa število zaposlenih v njih. Po njegovih podatkih je bilo takrat v primerjavi z letom 2012 stanje veliko spodbudnejše. Leta 2012 so start up podjetja v Sloveniji zaposlovala 800 oseb, v letu 2013 pa že 1.400 oseb. Prav tako je v letu 2013 zelo naraslo število start upov, ki so bili sprejeti v mednarodne pospeševalnike. Tja je odšlo več podjetij, kot v prejšnjih petih letih skupaj, le-ta pa so prejela skupno več kot 670.000 USD investicij. Skupni znesek investicij v slovenske start upe v obdobju od 2007 do 2013 je znašal 53 mio USD, »exit« številk pa je 30 mio USD za 10 tehnoloških start upov, prodanih v obdobju 2007 do 2013, kar prikazuje slika 14. V zadnjih mesecih leta 2013 je več kot 10 slovenskih projektov na priljubljeni platformi za množično financiranje "Kickstarter" podprlo več kot 10.000 podpornikov, zbranih pa je bilo skupno 1 mio USD.

Slika 14: Investicije v slovenske start upe v obdobju 2007 - 2013



Vir: (Yougo.vc, 2013).

Predsednik Kluba poslovnih angelov Slovenije Drobnak (Startaj.si, 2016) opaža, da so bila slovenska start up podjetja v preteklosti bistveno manj pripravljena ter manj kakovostna, danes pa na evropski ravni tako po kakovosti kot tudi po idejah nič ne zaostajajo. Večinoma prihajajo iz univerzitetnih okolij in z inštitutov, zato imajo visoko raven znanja in s tem velike možnosti na regionalni, evropski ali svetovni ravni. Tudi v poročilu Evropske komisije o državi Slovenija (EK, 2015, str. 69) so opazni pozitivni premiki v podjetniški dejavnosti v zagonski in zgodnji fazi, ki se je v letih 2013 in 2014 še naprej krepila. Zagonska podjetja, ki so jih ustanovili slovenski lastniki, so po vrednosti od leta 2006 preseгла 130 mio USD, od tega polovico v letu 2014. Sektor zagonskih podjetij raste hitreje kot gospodarstvo v povprečju in ustvarja nova delovna mesta z visoko dodano vrednostjo.

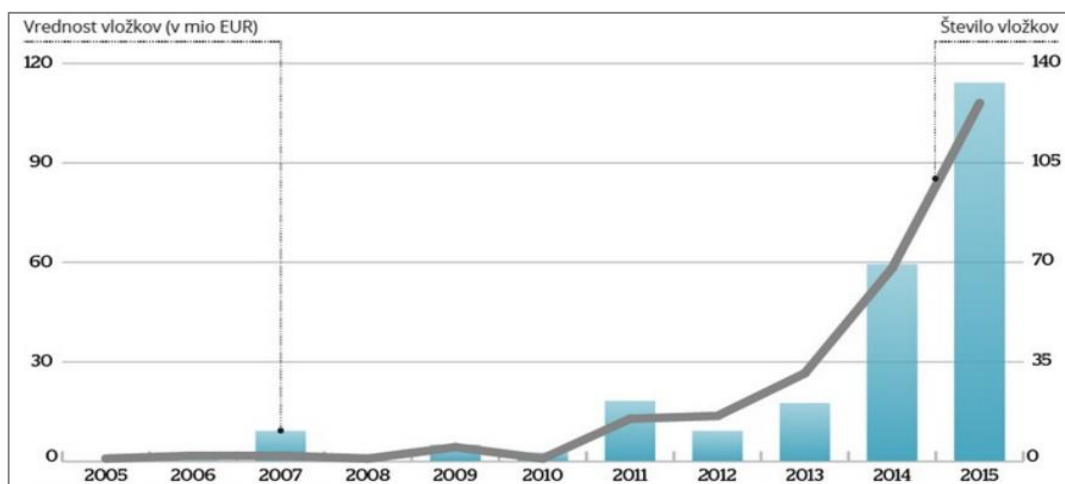
Podatki za leto 2015 so še veliko bolj spodbudni. V tem letu so od vlagateljev mlada inovativna podjetja, ki so jih doma in po svetu ustanovili Slovenci, prejela kar 114 mio EUR. To je po podatkih analize portala "Startaj.si" in podjetnika Špetiča (Kupec & Špetič, 2016) dvakrat več kot leta 2014 in enako kot v prejšnjih sedmih letih skupaj. Če k temu prištejemo še znesek državnih spodbud, ki so jih prejeli prejemniki na javnem razpisu SPS-a, P2 - zagonske spodbude za mlada inovativna podjetja - 2,1 mio EUR in naložbe tveganega kapitala, ki so ga družbe tveganega kapitala, ki preko javnega razpisa za lastniško financiranje sodelujejo z Republiko Slovenijo, naložile v mlada inovativna podjetja - 4,1 mio EUR, znaša skupni znesek, ki so ga start up podjetja Slovencev pridobila v letu 2015, že 120 mio EUR, kar prikazuje slika 15.

V letu 2015 je zabeleženih 126 investicij, skoraj enkrat več, kot leta 2014, ko jih je bilo 68.¹⁸ Glede na sestavo kapitala med investicijami prevladujejo skladi tveganega kapitala in pospeševalniki, v teh podjetja poleg dostopa do znanja in mreže kontaktov pridobijo tudi semenski kapital, po navadi nekaj deset tisoč EUR. Špetič je kot eno izmed pomembnih pozitivnih novosti leta 2015 omenil tudi ponovno oživitev poslovnih angelov, ki so v 12 start upov vložili 1 mio EUR, kar prikazuje slika 16. Glede na poreklo sredstev so start up podjetja Slovencev največ sredstev prejela v EU (cca. 75 mio EUR), sledijo

¹⁸ Najvišjo investicijo, kar 36 mio EUR, je lani aprila dobilo britansko - slovensko start up podjetje Lyst. V podjetje, ki je razvilo spletno tržnico visoke mode, je sredstva vložilo več evropskih investorjev.

ZDA (cca. 17,3 mio EUR), Slovenija (cca. 10,4 mio EUR) ter Kitajska (cca. 9,4 mio EUR).¹⁹ Drobnak (Startaj.si, 2016) meni, da bi bila dobrodošla sprememba za slovensko start up okolje davčna olajšava za vlaganje v start up podjetja, s čimer bi se sprostil pritisk na sredstva javnih institucij in drugih virov. Ob tem bi se število naložb še povečevalo, te bi bile bolj učinkovite in premišljene.

Slika 15: Investicije v slovenske start upe v obdobju 2005 - 2015



Vir: (Kupec & Špetič, 2016)

Slika 16: Vrste vložkov v slovenske start upe v letu 2015



Opomba: Špetič v svojo raziskavo ni vključil subvencij javnega razpisa P2 Slovenskega podjetniškega sklada in sredstev, investiranih s strani RS v družbe tveganega kapitala, ki so z RS sodelovale pri javnem razpisu lastniško financiranje iz leta 2010 (naložbeno obdobje se je končalo s 5.8.2015).

Vir: (Kupec & Špetič, 2016)

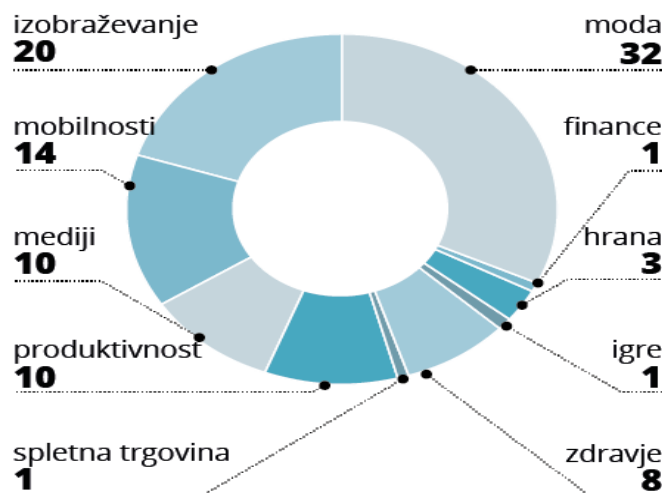
Pomembna novost v letu 2015 je bila tudi ustanovitev prvega večjega zasebnega pospeševalnika. Pod pokroviteljstvom BTC, Microsofta in IBM je v Ljubljani vrata odprl

¹⁹ Enotne evropske ali svetovne metodologije pri zbiranju podatkov o naložbah v zagonska podjetja ni. Primerjave s tujimi ekosistemi je tako potrebno jemati z nekaj rezerve, a ostaja dejstvo, da se slovenski start up ekosistem uspešno razvija in je glede na svojo velikost med najrazvitejšimi na svetu.

ABC pospeševalnik. Ta je namenjen zagonskim podjetjem, ki imajo že delujoč izdelek in potrebujejo pomoč pri vstopu na trg. Doslej so izpeljali dva investicijsko - izobraževalna programa.

Če primerjamo podatke iz leta 2013, se je v letu 2015 nekoliko spremenila tudi struktura panog, v katerih delujejo slovenska start up podjetja, kar prikazujemo na sliki 17. Prevladuje modna industrija z 32 % deležem podjetij, sledi izobraževanje z 20 % podjetij, mobilnost s 14 % podjetij ter mediji in produktivnost, oba z 10 % deležem podjetij v panogi.

Slika 17: Slovenska start up podjetja po panogah, glede na število podjetij v panogi (v %)



Vir: (Kupec & Špetič, 2016)

Slovenski start up podjetniki pa poudarjajo tudi prispevek usmeritev EU k razvoju slovenskega ekosistema, ki spodbujajo odpiranje inkubatorjev, pospeševalnikov in skladov tveganega kapitala. Še vedno pa po mnenju nekaj vidnejših akterjev na start up sceni (Hočevnar, 2013) manjka povezovanja med podjetniki, ki so prve korake že naredili, prav tako pa primanjkuje aktivnih angelskih vlagateljev, lažji dostop do ključnih oseb v tujini in še več motivacije za nove start upe.

4.2 Tržne vrzeli in izhajajoče potrebe zagonskih podjetij v Sloveniji

Tudi najučinkovitejši ekonomski sistemi držav se soočajo z vrsto pomanjkljivosti oz. neučinkovitosti trga (ang. "market failure"). Podjetnike namreč vodi načelo maksimizacije dobička, posledica tega pa je osredotočanje predvsem na kratkoročne ter zasebne koristi pred dolgoročnimi družbenimi koristmi. Zaradi tega prihaja do raznih tržnih vrzeli (ang. "market gap"), ko določenih segmentov gospodarstva bančni sektor ne financira v zadostni meri (Jaklič et al., 2007, povzeto po Zorič, 2010, str. 25). Tudi v slovenskem zagonskem ekosistemu še vedno obstajajo določene tržne vrzeli in neizpolnjene potrebe zagonskih podjetij. Nekatere tržne vrzeli slovenskih MSP-jev lahko razberemo iz statističnih publikacij na ravni Slovenije in raziskav podjetniškega sektorja v zadnjih nekaj letih:

- Med ključnimi ovirami za rast in razvoj MSP-jev v Sloveniji so dostop podjetij do finančnih virov, prezadolženost podjetij, nizka stopnja podjetniške dejavnosti ter nizka stopnja internacionalizacije podjetij (SVRK, 2014a, str. 78).
- Eno največjih ovir za podjetništvo predstavlja dostop do financiranja. MSP-ji so se v preteklosti opirali na posojila bank, zato trenutne bančne kreditne omejitve, ki so posledica krize, še posebej nesorazmerno vplivajo na MSP-je. Poleg tega imajo podjetniki težave zlasti pri pridobivanju finančnih sredstev v začetnih fazah poslovanja (EK, 2013, str. 8).
- Slovenski bančni sistem, v katerem poteka intenziven proces sanacije, podjetjem še ne zagotavlja potrebnih finančnih virov za hitrejšo rast (UMAR, 2015b, str. 9).
- Omejeno bančno kreditiranje in visoke obrestne mere omejujejo zmogljivosti MSP-jev za financiranje. Medtem, ko se je delež zavrnjenih prošenj za posojilo v zadnjih šestih letih zmanjšal, se je število MSP-jev, ki poročajo o poslabšanju pripravljenosti bank za kreditiranje, znatno povečalo in je med najvišjimi v EU (EK, 2015, str. 68).
- MSP-ji, ki na trgu poslujejo že nekaj časa, pridobivajo finančna sredstva na podlagi poslovnih izkazov, preteklega poslovanja ter razpoznavnosti. Na drugi strani pa so start upi mlada, nova in še ne uveljavljena podjetja, kar med investitorji vzbuja negotovost in previdnost. Pridobitev klasičnega posojila pri bankah je zaradi tveganja praktično nemogoča, zato lahko start up podjetje pridobi potrebne finančne vire za zagon in uspešno rast večinoma iz drugih virov (Startaj.si, 2014).
- Podjetniški sektor se od leta 2010, ko je bil najbolj zadolžen, razdoljuje, vendar je še vedno premalo kapitaliziran, kar vpliva na njegove naložbenem zmogljivosti. Nizke naložbe vplivajo na produktivnost in konkurenčnost podjetij ter njihovo zmogljivosti za inovacije (EK, 2015, str. 1).
- Konkurenčnost MSP-jev se je v letih 2013 in 2014 nekoliko izboljšala, vendar so pozitivna gibanja še premalo temeljila na povečanju dodane vrednosti podjetij. Izboljšanje konkurenčnosti z večjo uporabo znanja za dvig dodane vrednosti gospodarstva je ključno za ustvarjanje kakovostnih delovnih mest z visoko dodano vrednostjo (UMAR, 2015b, str. 9).
- 33 % nižja povprečna dodana vrednost/zaposlenega v slovenskih MSP-jih v primerjavi z evropskimi, kar potrjujejo podatki: EU-28 39.700 EUR, SLO 26.600 EUR (Rebernik et al., 2015, str. 47)
- Visok delež stroškov dela v ustvarjeni dodani vrednosti podjetij (57 %) (Rebernik et al., 2015, str. 35)
- Slovenski MSP-ji se tradicionalno usmerjajo na domači trg, kar potrjujejo tudi podatki, da se med vsemi podjetji iz poslovne dejavnosti²⁰ le 12 % MSP-jev mednarodno udejestvuje kot izvozniki, pri čemer ustvarijo povprečno manj kot polovico vrednosti blagovnega izvoza (Šivic, 2014); 70 % izvoza predstavljajo vmesni in ne končni proizvodi (SPS, 2015c, str. 23).
- Nastajanje novih inovativnih podjetij prinaša dinamiko v podjetniško okolje, pri čemer pa prenos znanja iz javno raziskovalnih organizacij (v nadaljevanju JRO) v gospodarstvo predstavlja premalo izkoriščen potencial za ustvarjanje nove vrednosti (SVRK, 2015, str. 35).
- Relativno majhen delež visokotehnoloških produktov in storitev (visokotehnološka podjetja predstavljajo le 2-3 % slovenskega gospodarstva in 5 % celotnega izvoza (Jaklič & Rebernik, 2014, str. 8)

²⁰ Področja dejavnosti B–N po SKD 2008; po podatkih iz leta 2012

- Po ugotovitvah raziskave GEM iz leta 2013 v Sloveniji primanjkuje finančnih mehanizmov za zagon novih, rastočih in inovativnih podjetij (SVRK, 2014b, str. 78).
- Delež hitrorastočih podjetij se je od nastanka krize več kot prepolovil, kar kaže, da je gospodarstvo predvsem v tem segmentu MSP še najbolj dolgoročno izpostavljeno negativnim učinkom krize (v letu 2008 je bil ta delež 5,99 %, v letu 2011 pa 2,49 % (SVRK, 2014b, str. 79)).
- Raziskava GEM Slovenija 2013 (Rebernik et al., 2014, str. 68) ugotavlja, da indeks zgodnje podjetniške dejavnosti TEA, ki vključuje nastajajoče in nove podjetnike, kaže v preteklih letih trend rasti (v letu 2008 je indeks TEA znašal 3,65 %, v letu 2013 pa 6,45 %, kar pomeni 55. mesto od 63 držav). Žal pa se v Sloveniji še naprej nadaljuje trend upadanja zaznavanja poslovnih priložnosti v okolju.
- Med slabosti za razvoj podjetništva v Sloveniji se šteje pomanjkanje podjetniške kulture, predvsem negativna klima za podjetništvo, podcenjevanje, odnos do uspeha podjetnih posameznikov, manjša nagnjenost k tveganju, pa tudi pomanjkanje notranje podjetniške kulture obstoječih podjetij (SVRK, 2014b, str. 78).
- Po mednarodnih raziskavah sodeč po prvih petih letih poslovanja preživi 87 % start up podjetij, ki so del inkubatorja/pospeševalnika, v primerjavi s samo 20 % podjetij, ki začnejo poslovati samostojno (Trapunski, 2000, str. 15).
- Potrebe zagonskih inovativnih MSP-jev se razlikujejo od potreb celotnega segmenta MSP-jev. V tujih raziskavah o start up podjetništvu podjetniki navajajo naslednje najpogostejše ovire, s katerimi se srečujejo v začetnih fazah podjetniške poti (Czy et al., 2011, str. 1; Salvador, 2010, str. 226): pomanjkanje kapitala, administrativne ovire/postopki, psihološke ovire, nepoznavanje ponudbe virov financiranja za start up podjetja, nepoznavanje podpornega okolja za start up podjetništvo, pomanjkanje managerskih sposobnosti, pomanjkanje praktičnega podjetniškega znanja ipd.

Izhajajoč iz tega v nadaljevanju predstavljamo pregled najpomembnejših *tržnih vrzeli in potreb zagonskih podjetij* v Sloveniji:

1. Dostop podjetij do finančnih virov (ovire naraščajo z majhnostjo podjetja);
 - visoke zahteve bank po zavarovanju posojil in dolgotrajni postopki odobritve
 - težave podjetij zlasti pri pridobivanju finančnih sredstev v začetnih fazah poslovanja
 - prezadolženost podjetij
2. Nizka stopnja internacionalizacije MSP-jev;
 - nizka usmerjenost MSP na tuje trge
 - majhen delež izvoza
3. Konkurenčnost podjetij;
 - majhen delež hitrorastočih podjetij
 - za tretjino nižja dodana vrednost na zaposlenega v MSP-jih v SLO v primerjavi z EU
 - davčna bremena za podjetja

- visok delež stroškov dela v ustvarjeni dodani vrednosti
4. Majhen delež visokotehnoloških proizvodov in storitev;
 - prenos znanja iz JRO v gospodarstvo kot premalo izkoriščen potencial
 - premalo inovativnosti v vseh poslovnih procesih
 - premajhna vlaganja v raziskave in razvoj
 5. Pomanjkanje podjetniške kulture;
 - nizka stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti (indeks TEA)
 - trend upadanja zaznavanja poslovnih priložnosti v okolju
 - majhna nagnjenost k tveganju
 - odnos do uspeha podjetnih posameznikov
 6. Vrzel v financiranju tveganih projektov mladih podjetij, ki so potencialno zelo donosni;
 - nerazvitost in majhnost trga tveganega kapitala
 - nepripravljenost bank za financiranje tveganih projektov mladih podjetij brez zgodovine poslovanja (poslovnih izkazov, uveljavljenosti na trgu)
 - premalo finančnih mehanizmov za financiranje mladih, inovativnih podjetij s potencialom rasti.

Aktualne potrebe zagonskih oz. start up podjetij lahko na kratko povzamemo tako:

- ugodni finančni viri za razvojne investicije (zagonske subvencije, semenski kapital, tvegani kapital, poslovni angeli, podjetniški pospeševalniki...)
- primerno podporno okolje (primerna infastruktura v inovacijskih središčih, podporne storitve, socialni kapital, »pametni denar«, mentorstvo, izobraževalni programi, povezave s tujimi ekosistemi, zmanjšanje administrativnih ovir, podpora pri vstopu na tuje trge)
- dvig podjetniške kulture (promocija podjetništva kot pozitivne vrednote, izobraževanje za podjetništvo, prevzemanje tveganja, pozitiven odnos do uspeha podjetnika, dojemanje podjetništva kot prve poklicne izbire)
- spodbujanje inovativnosti (boljše povezovanje med izobraževalno, znanstveno in gospodarsko sfero, podpora pri zaščiti in trženju intelektualne lastnine, vlaganja v raziskave, razvoj in inovacije).

Finančne in druge institucije za podporo gospodarstvu bi se morale v nestabilnih gospodarskih razmerah nenehno prilagajati potrebam podjetniškega sektorja v Sloveniji in budno spremljati, na katerih mestih se pojavljajo tržne vrzeli, predvsem pri segmentih gospodarstva, ki prinašajo večjo dodano vrednost kot ostali, saj bi tako pripomogle h kar najhitrejši oživitvi gospodarstva.

4.3 Struktura slovenskega start up ekosistema

Strukturo podpornega okolja za start up podjetja v Sloveniji lahko razdelimo v kategorije:

- Infrastruktura
- Financiranje
- Podporne institucije

- Izobraževalni programi
- Dogodki in tekmovanja
- Mediji in družbena omrežja.

V naslednjih podpoglavjih na kratko opisujemo posamezne elemente oz. kategorije podpornega okolja, podatke smo pridobili z lastno analizo internetnih virov in tiskanih medijev.

4.3.1 Infrastruktura

V Sloveniji osnovno podporo start up podjetjem predstavljajo subjekti inovativnega okolja. SIO so po evidenci Javne agencije Spirit Slovenija²¹ institucije, ki izvajajo podpirne storitve in zagotavljajo ustrezno infrastrukturo za podporo podjetništvu (slika 18). Potencialni in novi podjetniki lahko najprimernejši SIO poiščejo glede na fazo razvoja podjetja, glede na nabor storitev, ki jih ta ponuja, panogo in regijo.

Slika 18: Subjekti inovativnega okolja v Sloveniji



Vir: (SVRL, 2011, str. 6).

²¹ Agencija SPIRIT Slovenija od leta 2008 vodi evidenco subjektov inovativnega okolja v skladu s Pravilnikom o vodenju evidence subjektov inovativnega okolja (v nadaljevanju Pravilnik) (Ur.l. RS, 2008), ki je podrejen predpis Zakonu o podpornem okolju za podjetništvo (ZPOP-1, 2007). V Pravilniku so podrobneje opredeljeni splošni, infrastrukturni in kadrovski pogoji za vpis v evidenco in razlogi za izbris iz evidence. Vlogo za podaljšanje vpisa v evidenco A ali B morajo SIO predložiti enkrat na dve leti.

- V Evidenco A so vpisani subjekti inovativnega okolja, ki v skladu s 14. členom ZPOP-a in Pravilnikom izvajajo naloge posameznih subjektov in imajo zagotovljeno tudi ustrezno infrastrukturo ter izpolnjujejo vse pogoje v skladu s tem Pravilnikom;
- V Evidenco B so vpisani vsi subjekti inovativnega okolja, ki so ustanovljeni v skladu z ZPOP-om in izpolnjujejo minimalne pogoje iz 6. člena Pravilnika.

V nadaljevanju predstavljamo posamezne SIO s kratkim opisom institucije in naborom storitev, ki jih ponuja svojim ciljnim skupinam. Ciljne skupine SIO lahko razdelimo na štiri glavne skupine:

- potencialni člani: podjetniške skupine z inovativno podjetniško idejo oz. projektom,
- redni člani: inkubirana inovativna start up podjetja,
- pridruženi člani: inovativna uveljavljena - alumni podjetja in druga hitrorastoča podjetja,
- interesni člani: storitvena podjetja, R&D inštitucije, interesna združenja, VC ponudniki kapitala itd.

4.3.1.1 Tehnološki parki

Tehnološki park je institucija, ki na prostorsko koncentrirani večji lokaciji združuje razvojno raziskovalne in poslovne dejavnosti novih inovativnih tehnoloških podjetij in razvojno raziskovalnih (R&R) oddelkov podjetij. R&R oddelki niso nujno prisotni v tehnološkem parku. Tehnološki park omogoča nastajanje novih inovativnih tehnoloških podjetij in s tem nudi urejeno poslovno okolje s širšim naborom podpornih, upravnih in intelektualnih storitev za ta podjetja (Pravilnik, 2008). SIO, ki skladno z ZPOP-om in Pravilnikom izpolnjujejo pogoje za tehnološki park:

1. Tehnološki park Ljubljana d.o.o.

Tehnološki park Ljubljana je bil ustanovljen leta 1996 in je institucija, ki predstavlja podporno in stimulatívno poslovno okolje najvišje kakovosti za razvoj vrhunskega tehnološkega podjetništva. Svojim članom nudi celovito podjetniško podporo, s tem pa dviguje ugled, prestiž in kredibilnost podjetij na domačem in tujem trgu. Pomaga pri nastanku novih podjetij oz. tehnoloških družb, njihovem delovanju, rasti in razvoju ter nudi pomoč na finančnem, tržnem in tehnološkem področju. Na mednarodni in nacionalni ravni povezuje več kot 290 podjetij z več kot 1.400 zaposlenimi. S svojo mednarodno vpetostjo prispeva k internacionalizaciji poslovanja njegovih članov (Tehnološki park Ljubljana, 2015). Je strateški partner iniciative Start up Slovenija. Nabor storitev, ki jih ponuja:

- zagotavljanje ustrezne infrastrukture, storitev in promocije,
- motivacija tehnološkega podjetniškega potenciala v regiji,
- preverjanje podjetniških pobud ter pomoč pri realizaciji podjetniških pobud z visoko vsebnostjo znanja in tržnim potencialom,
- pomoč pri pripravi poslovnih načrtov, projektne dokumentacije,
- poslovno in tehnološko svetovanje,
- mentorstvo izkušenih posameznikov,
- vzpostavljanje povezav in sinergij z domačim in tujim razvojnim, raziskovalnim ter tržnim okoljem,
- iskanje poslovnih in strateških partnerjev,
- mednarodno povezovanje s finančnimi in naložbenimi institucijami, raziskovalnimi inštituti ter industrijo,
- izobraževanje in usposabljanje,
- skupna promocija podjetij,

- promocija samozaposlovanja kot sodobnega trenda v družbi in pozitivne podobe podjetnika.

2. Primorski tehnološki park, d.o.o.

Primorski tehnološki park je institucija, ustanovljena leta 2000, ki skrbi za nastanek, delovanje in rast tehnološko najzahtevnejših podjetij z visokim tržnim potencialom. Podjetjem pomaga pri premagovanju podjetniških in tržnih izzivov, s ciljem, da podjetja čim hitreje razvijejo svoje ideje v produkte in storitve ter vstopijo na trg. Prizadeva si ustvariti mednarodno prepoznavno poslovno okolje, ki bo privlačno za vrhunska, inovativna, visoko-tehnološka podjetja in znanstveno-raziskovalni svet ter s tem prispevati h gospodarskemu razvoju regije. Išče, vrednoti in spodbuja nove zamisli za vključitev v institucijo. Je strateški partner iniciative Start up Slovenija (Primorski tehnološki park, 2015). Glavne storitve, ki jih ponuja, so:

- nudenje poslovnih prostorov (pisarne, delavnice, sejna soba, predavalnice, kotiček za druženje...),
- pridobivanje finančnih sredstev prek nacionalnih in evropskih razpisov,
- mednarodno povezovanje/mreženje podjetij, partnerjev, potencialnih članov itd.,
- marketinška pomoč,
- obveščanje,
- izdelava poslovnega načrta,
- pridobivanje investitorjev,
- organizacija svetovanj, izobraževanj, usposabljanj, strokovnih posvetov,
- skrb za promocijo (novinarske konference, obiski delegacij, predstavitve na sejnih, seminarjih, konferencah),
- vodenje natečaja POPRI z namenom spodbujanja ustvarjalnosti in podjetništva mladih.

4.3.1.2 Podjetniški inkubatorji

Podjetniški inkubator je institucija, ki v prostorih na določeni lokaciji omogoča učinkovito nastajanje in razvoj novih podjetij in zagotavlja urejeno poslovno okolje za infrastrukturo in s širšim naborom upravnih in intelektualnih storitev za inovativna podjetja (Pravilnik, 2008). SIO, ki skladno z zakonom izpolnjujejo pogoje za podjetniški inkubator, predstavljamo v nadaljevanju.

1. Regionalni center za razvoj d.o.o. – Mrežni podjetniški inkubator Zasavske regije

Regionalni center za razvoj (RCR) je nepridobitna institucija, katere cilj je spodbujanje podjetniškega in gospodarskega razvoja Zasavja, usklajevanje interesov na področjih regionalnega razvoja, gospodarstva, človeških virov in varstva okolja. Vzpostavlja sodobno razvojno okolje, ki ga plemeniti s številnimi vezmi znotraj regije in navzven. Celovite razvojne programe posamičnih spodbud in orodij nudijo tudi drugim okoljem (SPIRIT Slovenija, 2016b). Za spodbujanje podjetništva je RCR uveljavil številne mehanizem, kot so različne oblike podjetniškega svetovanja, ugoden najem poslovnih prostorov v mrežnem inkubatorju ter povezovanje gospodarstva in znanosti, kar izvaja Regionalni tehnološki center Zasavja. Je nosilec ukrepov razvojne podpore za problemsko območje z visoko brezposelnostjo v obdobju 2013 - 2018 (RCR, 2015). Glavne storitve, ki jih ponuja:

- nudenje poslovnega prostora za razvoj novosti,
- svetovanje pri ustanavljanju podjetij, iskanju finančnih virov, izdelavi poslovnih načrtov,
- priprava projektne dokumentacije,
- managerska pomoč,
- vodenje projektov,
- pridobivanje finančnih sredstev prek nacionalnih in evropskih razpisov,
- organizacija izobraževanj, razprav in delavnic,
- registracija s.p. / podjetja,
- izdelava promocijskih gradiv, izdelava celostnih grafičnih podob, oblikovanje, različnih tiskovin.

2. Pomurski tehnološki park, d.o.o.

Primorski tehnološki park je institucija, ustanovljena leta 2003, ki nudi gospodarsko infrastrukturo in napredne storitve s ciljem ustanavljanja novih podjetij in pomoči pri rasti in delovanju obstoječih podjetij, katera bodo prispevala k večji konkurenčnosti, kvalitetnejšim delovnim mestom ter posodobitvi gospodarske strukture v regiji. S tem si prizadeva dvigniti nivo regionalnega inovacijskega okolja, ki bo v regiji omogočal razvoj sidrnih podjetij, baziranih na višji dodani vrednosti in okolje, ki bo predstavljalo stičišče generatorjev razvoja ter boljši dostop do znanja, rezultatov raziskav, novih tehnologij in drugih naprednih storitev. V zadnjih nekaj letih je pridobil in izvedel več kot 25 večjih mednarodnih EU projektov, v okviru katerih je pridobil vire financiranja za svoje delovanje in podporo podjetjem. Od začetka delovanja do danes je pomagal pri ustanovitvi več kot 120 podjetij, ki zaposlujejo več kot 500 ljudi (Pomurski tehnološki park, 2016). Je strateški partner iniciative Start up Slovenija. Nabor storitev, ki jih ponuja:

- zagotavljanje sodobne tehnične in infrastrukturne podpore inovativnim podjetjem in raziskovalnim skupinam (poslovni prostori),
- pomoč pri oblikovanju strategije razvoja ideje,
- izdelava poslovnega načrta,
- mednarodno povezovanje,
- pridobivanje finančnih sredstev prek nacionalnih in evropskih razpisov,
- priprava projektne dokumentacije,
- vodenje projektov,
- tehnološke storitve na ravni kompetenčnih centrov, specializiranih za MSP-je,
- spodbujanje visoko tehnološkega potenciala in raziskovalno razvojnih aktivnosti v pomurski regiji,
- spodbujanje povezovanja pomurskih podjetij in izobraževalno-raziskovalnih ustanov v okviru skupnih raziskovalno-razvojnih aktivnosti,
- prenos znanja iz izobraževalne sfere v gospodarstvo ter njegova komercializacija.

3. Štajerski tehnološki park, d.o.o.

Štajerski tehnološki park (ŠTP), ustanovljen leta 1994, je ena izmed prvih institucij podpornega okolja za mlada dinamična podjetja, zasnovana na tehnologijah in produktih z visoko vsebnostjo znanja, ki začenjajo gospodarsko izrabljati rezultate razvojno-raziskovalnega dela. Podjetjem v regiji nudi ustrezno infrastrukturo ter podporne storitve

(SPIRIT Slovenija, 2016b). Njegova ciljna skupina so podjetja, ki potrebujejo pomoč na področju vzpostavljanja svoje dejavnosti, kakor tudi poslovno podporo v vseh fazah rasti in razvoja, internacionalizacije, preoblikovanja dejavnosti ipd. Mladim podjetnikom nudi kreativne prostore za skupinsko in individualno delo "StartTogether", namenjene individualnemu razvoju poslovnih idej, skupinskim razvojnim aktivnostim, medsebojnemu sodelovanju podjetniških skupin ter sodelovanju z mentorji in svetovalci (ŠTP, 2016). Vsi paketi "StartTogether" vključujejo: članstvo v »StartTogether« skupnosti Štajerskega tehnološkega parka, dostop do lokalne mreže mentorjev in partnerjev, možnost udeležbe na dogodkih (izobraževanja, seminarji...), možnost vključevanja v skupne projekte, priklop na hitri (brezžični) internet, uporabo prostorov za sestanke, uporabo opreme ŠTP-ja, souporabo skupnih prostorov (kuhinja, jedilnica, predavalnica). Glavne storitve, ki jih izvajajo:

- nudenje poslovnega prostora in opreme,
- izdelava poslovnega načrta,
- pomoč pri oblikovanju poslovne ideje,
- registracija s.p. / podjetja,
- organizacijska pomoč,
- pomoč pri skupnih promocijskih materialih,
- pridobivanje finančnih sredstev prek nacionalnih in evropskih razpisov,
- mednarodno povezovanje,
- vzpostavljanje stikov med podjetji in centri znanja,
- organizacija podjetniških srečanja,
- dostop do lokalne mreže mentorjev in partnerjev,
- obveščanje članov in javnosti o storitvah, dogodkih v regiji.

4. SAŠA inkubator, d.o.o.

SAŠA inkubator s sedežem v Velenju je bil ustanovljen leta 2007. S svojim delovanjem pomaga pri nastanku novih inovativnih podjetij v regiji in spodbuja hitrejši razvoj že obstoječih. Nudi stimulatívno podjetniško okolje za razvoj podjetniških idej in mladih podjetij, kjer si lahko le-ti poleg prostora pridobijo tudi koristna znanja in dostop do virov financiranja ter drugih resursov (SPIRIT Slovenija, 2016b). SAŠA inkubator je v letu 2015 izvedel projekt pridobitve in opremljanja novih prostorov inkubatorja za inkubirana podjetja. Upravlja tudi prenovljene, sodobno opremljene coworking prostore za podjetniške ekipe "Start:up Winner" (prostor za najmanj 35 posameznikov), kjer je potencialnim in novim podjetnikom na voljo 12 pisarn oz. delovnih kotičkov, kjer se izvajajo tudi redna srečanja in delavnice start up skupnosti Start:up Velenje. Prostori so opremljeni z najsodobnejšo IKT opremo ter opremo za hiter razvoj prototipov, svojim skladiščnim prostorom in servisnimi ter sejnimi prostori. Razvoju inovativnega podjetništva v SAŠA regiji je tako skupaj na voljo kar 1.846 m² sodobno opremljenih prostorov (Start up Velenje, 2016). SAŠA inkubator nudi nacionalne programe v okviru iniciative Start up Slovenija. Glavne storitve institucije so:

- nudenje poslovnega prostora za razvoj novosti,
- registracija s.p. / podjetja,
- izdelava poslovnega načrta,
- raziskava tržišča,
- obveščanje,

- pridobivanje finančnih sredstev prek nacionalnih in evropskih razpisov,
- izobraževanje,
- pomoč pri oblikovanju strategije, razvoja ideje, novosti,
- organizacija podjetniških delavnic, forumov, seminarjev, konferenc,
- svetovanje in mentoriranje,
- mreženje in povezovanje,
- ocena vrednosti start up podjetja,
- pomoč pri pogajanju za investicijo.

5. Inkubator d.o.o., Sežana

Inkubator Sežana je edini preživeli izmed osemnajstih podjetniških inkubatorjev, razvitih v Sloveniji v začetku devetdesetih let. Je tudi edini SIO v Sloveniji, ki se mu je konec leta 2011 uspelo vključiti med polnopravne člane evropskega združenja poslovno - inovacijskih centrov EBN in ima pravico nositi znamko Evropske unije. Vidno vlogo odigrava v povezovanju s sorodnimi čezmejnimi institucijami in inovativnimi podjetniki. Podjetja, ki so izšla iz inkubatorja, so zgradila več kot 18.000 m² lastnih proizvodnih in poslovnih prostorov. V teh delujejo nekatera podjetja, ki so v svojih nišah vodilna v svetovnem merilu. Ustvarjenih je bilo več kot 350 novih delovnih mest. Trenutno je v inkubatorju okrog 40 inkubirancev na 8.500 m² prostorov, pri njih je zaposlenih približno 150 ljudi (Jaksetič, 2012). Pri naboru storitev, ki ji nudi, je poseben poudarek na finančnem svetovanju, poslovnem planiranju in povezovanju ter trženju. S prehodom v novo fazo razvoja z izgradnjo poslovno inovacijskega centra so paket storitev nadgradili in procese inkubiranja razširili na postopke inoviranja (Inkubator Sežana, 2016). Nabor ostalih storitev:

- novi proizvodni, laboratorjski in pisarniški prostori,
- pridobivanje finančnih sredstev prek nacionalnih in evropskih razpisov,
- analiza in ovrednotenje projekta (tehnološki, tržni in finančni vidik),
- izdelava poslovnega načrta,
- trženje,
- vzpostavljanje povezav med podjetji in cetri znanja,
- čezmejno sodelovanje na področju internacionalizacije,
- mednarodno povezovanje,
- registracija s.p./podjetja,
- obveščanje.

6. Razvojni center za informacijske in komunikacijske tehnologije, d.o.o.

Razvojni center za informacijske in komunikacijske tehnologije, d.o.o. (v nadaljevanju RC IKT), ustanovljen aprila 2011, za realizacijo razvojnega projekta v okviru operacije "Razvojni centri slovenskega gospodarstva", pod okriljem MGRT. Nudi storitve tehnološkega parka ter podjetniškega inkubatorja in je specializiran za podjetniški razvoj informacijskih in komunikacijskih tehnologij v regiji. Nudi stimulatívno okolje z dostopom do IKT kompetenc, tehnologij in infrastrukture, mrežo povezav za dostop do trgov in hitro rast. Njegov namen je pospeševanje razvoja celotne slovenske IKT panoge skozi povečana vlaganja zasebnega in javnega razvojnega kapitala in okrepljeno sodelovanje industrije z raziskovalno - razvojnim sektorjem. Je član iniciative Start up

Slovenija (RC IKT, 2016). RC IKT sestavljajo 3 programski stebri, ki se med seboj komplementarno in potencialno dopolnjujejo:

- IKT park - tehnološki park s podjetniškim inkubatorjem; razvija optimalne pogoje za zagon in pospešeno rast visoko tehnoloških podjetij iz IKT panoge. Nudi celovito tehnološko in poslovno infrastrukturo,
- IKC - informacijsko komunikacijski center; razvija informacijsko in komunikacijsko infrastrukturo in storitve za poslovne uporabnike znotraj in izven RC IKT. Partnerjem svetuje pri nujenju rešitev in storitev na ključ, sodeluje pri tehnoloških projektih ter na mednarodnih razpisih, organizira specialistična izobraževanja, ter razvija storitve.
- ITC - inovacijsko tehnološki center; razvija produkte, aplikacije in celovite rešitve in storitve po naročilu, predvsem na področjih telekomunikacij in informacijskih tehnologij. Obenem razvija laboratorijsko infrastrukturo, opremo in storitve za razvoj in testiranje elektronskih produktov, visoko-zanesljivih vgradnih komunikacijskih sistemov ter komunikacijske opreme za končnega uporabnika.

Glavne storitve, ki jih ponuja (SPIRIT Slovenija, 2016b):

- nudenje poslovnega prostora za razvoj novosti,
- izdelava poslovnega načrta,
- mednarodno povezovanje,
- pomoč pri pridobivanju nepovratnih sredstev,
- iskanje partnerjev pri razvoju novosti pri proizvodnji in poslovanju,
- pomoč pri razvoju prototipa,
- tehnično svetovanje,
- brezplačne delavnice in predavanja,
- pravna zaščita intelektualne lastnine,
- program Go:global,
- mentoriranje,
- brezplačno preizkušanje kadrov,
- IT svetovanje in podpora,
- videokonferenčne storitve,
- gostovanje in razvoj spletnih strani.

7. MPIK, mrežni podjetniški inkubator Koroška - RRA Koroška d.o.o.

Mrežni podjetniški inkubator Koroška (v nadaljevanju MPIK) deluje znotraj Regionalne razvojne agencije za Koroško - RRA Koroška d.o.o. Predstavlja podporno okolje za spodbujanje in razvoj podjetništva na Koroškem. Z ugodnimi najemninami in ostalimi podpornimi aktivnostmi mladim podjetjem poveča možnost preživetja na trgu in omogoča kasnejšo uspešno rast. Namenjen je mladim podjetjem, katerih starost ob vstopu praviloma ne presega 2 leti. MPIK razpolaga z več kot 5.000 m² uporabnih površin za namene inkubiranja. Trenutno ima inkubiranih 58 podjetij. Na voljo so tako pisarniški kot proizvodni prostori na 4 lokacijah, in sicer: Slovenj Gradec, Ravne na Koroškem, Dravograd in Radlje ob Dravi (MPIK, 2016). Glavne storitve, ki jih ponuja (SPIRIT Slovenija, 2016b):

- pridobivanje finančnih sredstev prek nacionalnih in evropskih razpisov,

- priprava projektne dokumentacije,
- obveščanje,
- davčno in računovodsko svetovanje,
- finančno svetovanje in analize,
- splošno pravno svetovanje,
- pridobivanje investorjev,
- specializirane delavnice oz. izobraževanja,
- mentoriranje,
- dogodki: MPIK zajtrk - dogodek, namenjen medsebojnemu spoznavanju inkubirancev, izmenjavi izkušenj, informiranju o aktualnih podjetniških vsebinah in vzpostavljanju sodelovanja; MPIK natečaj - natečaj za izbor najboljših poslovnih idej; MPIK mladi asi - podjetniške delavnice na OŠ in SŠ za spodbujanje podjetniške miselnosti in ustvarjalnosti med mladimi.

8. Razvojni center Novo mesto, d.o.o. - Podjetniški inkubator Podbreznik

Razvojni center Novo mesto d.o.o. je s svojo dejavnostjo usmerjen k razvoju MSP-jev in podjetnikov na območju Dolenjske in Bele krajine ter opravlja naloge regionalne razvojne agencije za regijo JV Slovenija. Je upravljelec Podjetniškega inkubatorja Podbreznik in v okviru tega izvaja informiranje in osnovno svetovanje pri zagonu, vodenju in upravljanju MSP-jev, organizira seminarje in delavnice za potencialne podjetnike in opravlja ostale naloge za spodbujanje in razvoj podjetništva. Nudi nove skupne delovne prostore Coworking Podbreznik. Storitve vključuje vso potrebno infrastrukturo, kot je miza, stol, omarica za shranjevanje dokumentov, brezžični internetni dostop, skupna uporaba tiskalnika itd. Pri spodbujanju podjetništva tesno sodeluje z organizacijo "StartUp Novo mesto" (RC Novo mesto, 2016). Poleg tega izvajajo posojila in garancije iz finančnih shem (garancijska shema za Dolenjsko, mikrokrediti, regijska garancijska shema za regijo JV Slovenija) ter svetuje pri prijavih na javne razpise. (SPIRIT Slovenija, 2016b). Glavne storitve institucije:

- nudenje poslovnega prostora za razvoj novosti,
- pridobivanje finančnih sredstev prek nacionalnih in evropskih razpisov,
- registracija s.p. / podjetja,
- izobraževanja, delavnice,
- mreženjska srečanja,
- obveščanje,
- družabni prostor StartUp Novo mesto,
- program Start up vikend Novo mesto,
- Pisarna v naravi Podbreznik (openoffice) z električno in wifi infrastrukturo.

4.3.1.3 Univerzitetni inkubatorji

Univerzitetni inkubator je institucija, povezana z univerzo ali visokošolskim zavodom, ki omogoča realizacijo podjetniških pobud predvsem dijakov, študentov in profesorjev. Poleg tega samostojno ali v povezavi z univerzo ali drugimi visokošolskimi organizacijami prevzema podjetniške pobude iz pred-inkubacijske dejavnosti in jim omogoča razvoj v ugodnem oz. spodbudnem okolju z zagotavljanjem intelektualnih storitev. Univerzitetni inkubator nudi podporo inovativnim tehnološkim podjetjem in poslovnim zamislim, skupaj s pisarnami za prenos tehnologij pa pospešuje prenos znanja

in invencij na trg tudi preko nastajanja novih podjetij (Pravilnik, 2008). SIO, ki skladno z zakonom izpolnjujejo pogoje za *univerzitetni inkubator*, predstavljamo v nadaljevanju.

1. UIP Univerzitetni razvojni center in inkubator Primorske, d.o.o.

Univerzitetni razvojni center in inkubator Primorske (v nadaljevanju UIP) je bil ustanovljen leta 2006 s strani Univerza na Primorskem in Gea College - Visoke šole za podjetništvo. Njegovo poslanstva je povezovanje akademske sfere in gospodarstva s ciljem spodbujanja podjetniške kulture med mladimi, študenti, pedagoškimi delavci, raziskovalci in ostalimi prebivalci Primorske. Nudi infrastrukturo in svetovalno podporo posameznikom in skupinam z inovativnimi podjetniškimi idejami. Inkubirancem so na razpolago opremljeni poslovni prostori v skupni izmeri 630 m² v Kopru in Izoli, splošne svetovalne storitve z različnih področij in specialistične svetovalne storitve za razvoj poslovnega modela, pripravo poslovnega načrta in ustanovitev podjetja. Posebej je UIP uspešen pri mreženju in iskanju investitorjev ter nepovratnih sredstev v okviru javnih razpisov. Razdeljen je na tri vsebinske sklope, in sicer inkubator za podjetnike, inkubator za študente in inkubator za akademike (IUP, 2016). Glavne storitve institucije so (SPIRIT Slovenija, 2016b):

- nudenje poslovnega prostora za razvoj novosti,
- izdelava poslovnega načrta,
- iskanje partnerjev pri razvoju novosti pri proizvodnji, pri poslovanju,
- pomoč pri oblikovanju strategije razvoja ideje,
- marketinška pomoč,
- organizacijska pomoč,
- pomoč pri razvoju prototipa,
- mreženje z investitorji in drugimi podjetniki,
- izmenjava dobrih praks pri razvoju podjetniških zamisli,
- skupna promocija inkubirancev,
- izobraževanje,
- natečaj za najboljši poslovni načrt Podjetja primorska (podpora pri izdelavi poslovnega načrta, svetovanje, podjetniške delavnice, mentoriranje),
- poseben sklop storitev za akademike za komercializacijo raziskovalnega znanja v sodelovanju z evropskim združenjem ASTP (Association of European Science & Technology Transfer Professionals).

2. IRP, Tovarna podjetmov - podjetniški inkubator Univerze v Mariboru

Tovarna podjetmov - podjetniški inkubator Univerze v Mariboru (v nadaljevanju Tovarna podjetmov) predstavlja pomemben element inovacijskega ekosistema Univerze v Mariboru, usmerjen v promocijo in podporo podjetniškemu angažiranju študentov, raziskovalcev in profesorjev Univerze v Mariboru, kakor tudi drugim inovativnim posameznikom. Ustanoviteljem z inovativnimi in obetavnimi poslovnimi idejami, ki želijo prenesti izkušnje in rezultate svojih raziskovalnih del oz. uporabiti dosedanje delovne izkušnje v lastnem podjetju, nudi širok spekter podpornih storitev. Tovarna podjetmov deluje v okviru stebra »Podjetništvo in inoviranje« konzorcija RAZ:UM, ki ga je oblikovala Univerza v Mariboru. V okviru stebra ponuja programe in storitve za promocijo podjetništva, svetovanje (potencialnim) podjetnikom, spodbujanje zaščite intelektualne lastnine in iskanje rešitev za njeno uspešno komercializacijo v okviru

sodelovanja z že obstoječimi podjetji (licenciranje, prodaja pravic intelektualne lastnine, pogodbeno raziskovanje in raziskovanje v sodelovanju z industrijo) ter z ustanavljanjem in razvojem ter inkubacijo novih start-up podjetij (še posebej spin-out in spin-off podjetij). Razpolaga s 500 m² prostorov, v okviru tega je na voljo »coworking« prostor z imenom GeekHouse in lastne pisarne za ugodno najemnino, skupna multimedijska učilnica in sejna soba. Za inkubirana podjetja je trenutno na razpolago 8 pisarn v velikosti med 15 in 34 m² ter 10 delovnih mest v »coworking« prostoru. S ciljem razvoja storitev za podjetnike ter mednarodno sodelovanje se Tovarna podjetij aktivno vključuje v različne nacionalne in EU projekte, kot so Interino, innovation 2020, E-Podjetnik in drugi (Tovarna podjetij, 2016). Je tudi glavni organizator slovenskega tekmovanja Start:up Slovenija in glavni organizator mednarodne podjetniške konference PODIM. Glavne storitve institucije (SPIRIT Slovenija, 2016b):

- nudenje poslovnega prostora za razvoj novosti,
- pomoč pri oblikovanju strategije razvoja ideje,
- izdelava poslovnega načrta,
- marketinška pomoč,
- organizacijska pomoč,
- finančno svetovanje in analize,
- davčno in računovodsko svetovanje,
- pridobivanje investitorjev,
- pomoč pri prodoru na tuje trge,
- mentorske storitve,
- zaščita intelektualne lastnine,
- dogodki, delavnice, okrogle mize, konference, izobraževanja,
- Start:up Maribor - program za (potencialna) start up podjetja ,
- Start:up Maribor Hackathon 2016 - tekmovanje v kodiranju in dizajniranju inovativnih rešitev,
- ITIME pospeševalnik - projekt, ki inovativnim podjetjem iz panog TIME (telekomunikacije, internet, mediji, entertainment) nudi svetovanja, mreženja ter pridobitev investicijskega kapitala,
- Go:Global Slovenija - program, namenjen mladim mednarodno usmerjenim visokotehnoškimi start up podjetjem, ki temeljijo na znanju z visoko dodano vrednostjo (nosilec TPLJ).

3. Ljubljanski univerzitetni inkubator, d.o.o.

Poslanstvo Ljubljanskega univerzitetnega inkubatorja (v nadaljevanju LUI) je, biti »osebni trener podjetništva«, ki podjetnikom in vsem, ki želijo to postati, pomaga, da preizkusijo in uresničijo svoje ideje v gospodarstvu. Pri svojem delovanju si prizadeva dvigniti podjetniško zavest in širiti podjetniško znanje tako v univerzitetnem okolju, kot tudi širšem okolju. Svojim članom nudi prostor za prvo pisarno, vključno z uporabo opreme, sejne sobe, knjižnice in skupnih storitev inkubatorja. Poleg širjenja znanja in vzpostavljanja novih poslovnih povezav podjetnikom nudi tudi individualno pomoč v obliki individualnega svetovanja, coachinga in neformalno mentorstvo izkušenih gospodarstvenikov. Poleg tega temeljito spreminja pogoje za razvoj in ustanavljanje inovativnih podjetij (LUI, 2016). Je član iniciative Start up Slovenija. Glavne storitve, ki jih ponujajo (SPIRIT Slovenija, 2016b):

- poslovne prostore,
- podjetniška izobraževanja,
- spletno izobraževanje preko spletne učilnice,
- podjetniško svetovanje,
- osebno mentorstvo podjetjem in podjetniškim skupinam,
- pomoč pri pridobivanju finančnih sredstev in investicij,
- pomoč pri prijavi na nacionalne in evropske razpise,
- pomoč pri iskanju strokovnega kadra,
- pomoč pri oblikovanju strategije razvoja ideje, novosti,
- izdelava poslovnega načrta,
- iskanje partnerjev pri razvoju novosti pri proizvodnji, pri poslovanju,
- podjetniški zajtrki z znanimi slovenskimi podjetniki,
- Startup vikendi za študente Univerze v Ljubljani,
- natečaj »Rektorjeva nagrada za naj inovacijo Univerze v Ljubljani,
- Startup Camp,
- Startup center.

4.3.1.4 Ostali subjekti inovativnega okolja

Ostali subjekti inovativnega okolja spadajo v evidenco B in izpolnjujejo minimalne pogoje iz 6. člena Pravilnika (Pravilnik, 2008). Izvajajo podobne naloge, kot subjekti iz evidence A, vendar v ožjem obsegu. V evidenco B sodijo:

1. Podjetniški inkubator Kočevje

Podjetniški inkubator Kočevje je javni zavod, ki nudi ugodne pogoje za začetek poslovanja novim inovativnim podjetjem v regiji. Osnovna dejavnost inkubatorja je predvsem pomoč novo nastalim podjetjem, ki niso registrirana več kot tri leta, da se razvijejo v samostojna visoko dobičkonosna podjetja. Tako je cilj inkubatorja predvsem podpora novim podjetjem, da njihovi dosežki, ki jih ustvarijo preko raziskav in razvoja, dosežejo ciljni trg. Nudijo poslovne informacije ter svetovalne in administrativne storitve ter organizirajo poslovna in izobraževalna srečanja. V sklopu inkubatorja so na voljo pisarniški, proizvodno - skladiščni ter spremljevalni prostori (sejna soba, predavalnica) po ugodnih, subvencioniranih pogojih. Glavne storitve institucije (SPIRIT Slovenija, 2016b):

- nudenje poslovnega prostora za razvoj novosti,
- pridobivanje finančnih sredstev prek nacionalnih in evropskih razpisov,
- izdelava poslovnega načrta,
- finančno svetovanje in analize,
- pravno svetovanje,
- kadrovsko svetovanje,
- marketniško svetovanje,
- izobraževanje,
- davčno in računovodsko svetovanje,
- pomoč pri postavitvi tehnologije za proizvodnjo,
- organizacija poslovnih srečanj, delavnic, seminarjev.

2. Tehnološki center Posavja, raziskovanje in informiranje d.o.o.

Tehnološki center Posavja (v nadaljevanju TCP) je bil ustanovljen leta 2002 in je lociran v Krškem. V okviru TCP-ja deluje samostojna Raziskovalna enota in Regionalni podjetniški inkubator, ki ima prostore v Krškem, Sevnici in v Šentrupertu. Preko svojih kvalificiranih svetovalcev pomaga podjetnikom na naslednjih področjih (TCP, 2016):

- uporaba in prenos tehnologij,
- nakupi znanja,
- zaščita intelektualne lastnine,
- usposabljanja,
- organiziranje razvoja, inovacijski menedžment,
- kakovost in statistične metode,
- ustanavljanje in vodenje tehnološko orientiranih podjetij,
- projektiranje,
- informacijske tehnologije,
- poslovanje podjetja.

3. Mrežni podjetniški inkubator Vrelec, d.o.o.

Mrežni podjetniški inkubator Vrelec d.o.o. (v nadaljevanju MPI Vrelec) je institucija inovativnega okolja, katere namen je postati osrednja točka podjetniškega in inovacijskega okolja Obsotelja in Kozjanskega za nova inovativna, tehnološka in na znanju temelječa podjetja. S ponudbo nove infrastrukture in naprednih, k uporabniku usmerjenih storitev želi dvigniti raven inovacij, tehnološkega razvoja in raziskav na območju Obsotelja in Kozjanskega ter posledično višati dodano vrednost gospodarskih subjektov in blaginjo prebivalstva na tem območju (MPI Vrelec, 2016). MPI Vrelec posluje na dveh enotah, in sicer enoti v Rogaški Slatini, ki razpolaga s 1.000 m² proizvodnih in pisarniških prostorov ter enoti v Šentjurju, ki razpolaga z 280 m² pisarniških prostorov ter konkrerenčnih dvoran. Glavne storitve institucije (SPIRIT Slovenija, 2016b):

- nudenje poslovnega prostora za razvoj novosti,
- pomoč pri pridobivanju finančnih sredstev prek nacionalnih in evropskih razpisov,
- pomoč pri izdelavi poslovnega načrta,
- iskanje partnerjev pri razvoju novosti pri proizvodnji, pri poslovanju,
- marketinška pomoč,
- priprava projektne dokumentacije,
- finančno svetovanje in analize,
- usposabljanje in izobraževanje,
- mentorstvo,
- podpora mladinskemu podjetništvu in razvijanju podjetniških veščin ter znanj med mladimi,
- podpora ženskemu podjetništvu in razvijanju podjetniških veščin ter znanj med ženskami.

4. Mrežni podjetniški inkubator Ormož, d.o.o.

Mrežni podjetniški inkubator Ormož, d.o.o. (v nadaljevanju MPI Ormož), ustanovljen leta 2011, s ciljem zagotavljanja ustreznega podpornega okolja za razvoj podjetništva, za potencialne podjetnike z zanimivimi poslovnimi idejami, novo nastala podjetja, ki

potrebujejo strokovno podporo, ugodnejše poslovne prostore, s svojo svetovalno, informacijsko, izobraževalno in prostorsko funkcijo, pa tudi za mlade, ki želijo pridobivati podjetniška znanja, razvijati podjetniške veščine in pridobivati izkušnje. Deluje na 501 m² poslovnih in skladiščnih prostorov. Novim inkubirancem je na razpolago še cca. 280 m². Za inkubirance je na voljo velik parkirni prostor in raznovrstne podporne storitve (MPI Ormož, 2016). Te so (SPIRIT Slovenija, 2016b):

- iskanje partnerjev pri razvoju novosti pri proizvodnji, pri poslovanju,
- finančno svetovanje in analize,
- registracija s.p. / podjetja,
- pomoč pri pridobivanju finančnih sredstev prek nacionalnih in evropskih razpisov,
- pomoč pri oblikovanju strategije razvoja ideje, novosti,
- pomoč pri izdelavi poslovnega načrta,
- marketinška pomoč.

5. Inkubator Savinjske regije d.o.o.

Inkubator Savinjske regije d.o.o je bil ustanovljen leta 2013 s strani Mestne občine Celje in je začel delovati leta 2015. Prostori podjetniškega inkubatorja obsegajo 200m² in se nahajajo v središču mesta. Članom inkubatorja so na voljo (Inkubator Savinjske regije, 2016):

- skupni delovni "co-working" prostor,
- samostojne pisarne,
- sejna soba in 2 ločena prostora, opremljena s tablamami za "brainstorming" idej,
- 24 urni dostop do prostorov inkubatorja,
- podjetniški dogodki, delavnice, izobraževanja,
- neformalna druženja z ostalimi inkubiranci in izkušenimi podjetniki ter mentorji.

6. Podjetniški inkubator Kostel

Podjetniški inkubator Kostel je bil ustanovljen leta 2015 s strani Občine Kostel. Njegov namen je vzpostavitev učinkovitega podpornega okolja na lokalni, pokrajinski in nacionalni ravni, spodbujanje podjetništva in dviga podjetniške kulture, izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, odpravljanje administrativnih ovir pri nastajanju in delovanju podjetij, izboljševanje dostopa podjetij do podjetniških informacij in storitev. Postati želi osrednja točka podjetniškega in inovacijskega okolja na področju »čistih« dejavnosti, ki omogočajo trajnostni razvoj ob ohranjanju naravne in kulturne dediščine, v lokalnem okolju (Podjetniški inkubator Kostel, 2016). Glavne storitve institucije so:

- nudenje poslovnih, proizvodnih in skladiščnih prostorov,
- pomoč pri zagotavljanju potrebnih finančnih sredstev,
- izobraževanje,
- pomoč pri pripravi poslovnih načrtov,
- marketinška pomoč,
- računovodske storitve,
- pravno svetovanje in zakonodaja,
- organizacija seminarjev,
- administrativne storitve.

7. Univerzitetni inkubator Savinjske regije

Univerzitetni inkubator Savinjske regije je bil ustanovljen leta 2004 s strani Regionalne razvojne agencije Celje in je predhodno deloval pod imenom Mrežni podjetniški inkubator Savinjske regije. Je institucija inovativnega okolja, ki nudi ugodne prostorske pogoje in svetovalne storitve za začetek delovanja novih podjetij. Predstavlja kanal za ustanavljanje novih visokotehnoloških podjetij (SPIRIT Slovenija, 2016b). Glavne storitve institucije:

- nudenje poslovnega prostora za razvoj novosti,
- pomoč pri pridobivanju finančnih sredstev prek nacionalnih in evropskih razpisov,
- priprava projektne dokumentacije,
- pomoč pri izdelavi poslovnega načrta,
- vodenje projekta,
- splošno pravno svetovanje,
- obveščanje.

8. Zavod Znanje Postojna - Podjetniški inkubator Perspektiva

Zavod Znanje Postojna, javni zavod za muzejsko dejavnost, kulturo, izobraževanje in ostale dejavnosti, je bil ustanovljen leta 2009. Pod njegovim okriljem deluje Podjetniški inkubator Perspektiva (v nadaljevanju PIP). PIP je podporna institucija, ki omogoča v svojih prostorih učinkovito nastajanje in razvoj novih podjetij pod ugodnimi pogoji najema prostorov in s širšim naborom upravnih in intelektualnih storitev za inkubirana podjetja v določenem časovnem obdobju. Namenjen je podjetnikom za premagovanje začetnih težav pri ustanavljanju, organiziranju in razvoju poslovanja do faze, ko poslovanje obvladajo sami. Na razpolago jim je več različnih poslovnih prostorov, namenjenih tako storitveni kot tudi obrtniški in industrijski dejavnosti. Vzpostavljen je tudi družabni kotichek s priročno čajno kuhinjo, ki je lahko stičišče idej ali pa center idej (PIP, 2016). Glavne storitve inkubatorja:

- najem poslovnih prostorov,
- možnost koriščenja skupnih konferenčnih prostorov,
- podjetniško in poslovno svetovanje,
- finančno in davčno svetovanje,
- kadrovsko svetovanje,
- pomoč pri pripravi vlog za sofinanciranje dejavnosti inkubiranih podjetij,
- pomoč pri iskanju virov financiranja.

Podjetniški inkubator je edinstvena in zelo prožna kombinacija podjetniškega razvoja, infrastrukture in ljudi, zasnovana za negovanje novih in malih podjetij, tako da jim pomaga pri preživetju ter rasti skozi težko in ranljivo prvo obdobje razvoja. V Slovenskem start up ekosistemu inkubatorji in tehnološki parki predstavljajo ključni vmesnik med makro inovacijskim sistemom in mikro podjetniškimi pobudami. Na izvajalski ravni bi se po mnenju nekaterih poznavalcev morali povezovati v široka teritorialna partnerstva, obenem pa ohraniti čvrsto povezavo z javnim sektorjem na vseh ravneh, lokalni, regionalni in državni. Javni sektor mora namreč zagotoviti vsaj del virov za trajno izvajanje ključnih aktivnosti inkubatorjev, ki pomagajo uresničevati njihove

srednjeročne strategije na področju konkurenčnosti in gospodarske rasti države (Jaksetič, 2012).

4.3.2 Financiranje

4.3.2.1 Silicijevi vrtički

Silicon Gardens LLC (Silicijevi vrtički) je zasebni sklad tveganega kapitala, ustanovljen maja 2014, glavni ustanovitelj je Peter Ribarič, investicijski odbor šteje 4 člane. V vsa podjetja vstopa lastniško, investicije znašajo od 20.000 do 40.000 EUR, kar znaša od 5 do 15 % deleža podjetja (Silicon Gardens, 2015). Deleži so tipični za zgodnje semensko fazo. Sklad investira v podjetja na začetku svoje poti, kot tudi tista, ki so že uveljavljena. Iščejo sposobna, ambiciozna podjetja s produktom za globalni trg v industriji, ki raste. Med vlagatelji v sklad so uveljavljeni slovenski podjetniki, kot tudi zelo uspešni tuji poslovneži (Kupec, 2014).

Sklad se osredotoča na dodajanje vrednosti podjetij v portfelju, z zagotavljanjem izkušenj, coachingom in poslovnimi povezavami njegovih glavnih investitorjev, ki so prav tako podjetniki in aktivno sodelujejo pri zagonu in rasti podjetij (Silicon Gardens, 2015).

4.3.2.2 ABC pospeševalnik

ABC je zasebni podjetniški pospeševalnik ustanoviteljev BTC, Xlab, ameriške gospodarske zbornice AmCham Slovenija in ABC TIM, ki temelji na sistemu mentorstva, povezovanja in globalne ekspanzije. Mladim podjetjem omogoča zagonski kapital, mentorstvo, poslovni prostor, povezave ter globalno ekspanzijo. Podjetja povezuje s partnerji, investitorji in mentorji iz specifičnih industrij. Namenjen je ekipam, ki imajo že delujoč izdelek in iščejo pomoč za vstop na trg, odprt pa je za slovenske, kakor tudi za tuje ekipe. Lociran je v samem središču razvijajočega slovenskega start up ekosistema in predstavlja pomembno središče start up ekosistema Jugovzhodne Evrope (ABC Accelerator, 2016).

Pospeševalnik ponuja trimesečne programe z mednarodno mentorsko podporo, razvojnim kapitalom, dostopom do globalne mreže investitorjev in tehnološke infrastrukture. Podjetja ob vstopu v zameno za 8 % delež podjetja prejmejo 15.000 EUR kapitala, dostop do celotne infrastrukture, ki jo omogoča BTC City za testiranje konkretnih rešitev in 250.000 EUR v storitvah IBM ter ostalih partnerjev, katere lahko koristijo v obdobju treh let. Trenutno sta razpisana dva programa, prvi na temo pametnih mest, ki zajema vse od logistike, upravljanja s smetmi, do interneta stvari in vsesplošne avtomatizacije v življenju posameznikov. Drugi program pa je najbolj primeren za start upe, ki delujejo na področju zdravja (Kupec, 2015b).

4.3.2.3 RSG Kapital

RSG Kapital je družba za upravljanje tveganega kapitala, katere poslanstvo je zapolnitev kapitalske vrzeli oziroma pomanjkanja virov financiranja za podjetja v zgodnjih razvojnih fazah. Je kompetenten in kredibilen partner inovativnim podjetjem v zgodnjih razvojnih fazah ter pomemben akter v procesu spodbujanja podjetništva in razvoju trga tveganega kapitala v regiji (RSG Capital, 2016).

Z investicijami v perspektivna mlada podjetja v zgodnjih fazah spodbuja podjetniško iniciativo in s tem prispeva k dinamičnemu gospodarskemu okolju in gospodarski rasti. Podjetjem, v katera investira svoj kapital, nudi mnogo več kot le denarno pomoč. S svojimi izkušnjami z vodenjem podjetij ter z mrežo partnerjev v Sloveniji in v tujini jim omogoča učinkovitejše poslovanje, pomoč pri optimizaciji poslovnega modela in finančnih konstrukcij, hitrejše odpiranje prodajnih poti ter povezavo z raziskovalnimi institucijami (prav tam).

4.3.3 Podporne institucije

4.3.3.1 Iniciativa Start:up Slovenija

Leta 2012 so se vodilni deležniki podjetniškega ekosistema iz inovativnega podpornega okolja združili v Inicativo Start:up Slovenija, z namenom oblikovanja in okrepitve nacionalnih programov spodbujanja podjetništva. Nosilca iniciative sta Tovarna podjetij in Tehnološki park Ljubljana, člani Iniciative so še Primorski tehnološki park, RCR Zasavje, Pomurski tehnološki park in Inkubator Savinjske regije ter pridruženi člani.

Po temeljni nacionalni strategiji razvoja ekosistema, zapisani v dokumentni "Start:up manifest" iniciativa izvaja nacionalne programe spodbujanja podjetništva in podjetnega udejstvovanja, namenjene trem ciljnim skupinam: podjetniškim ekipam v fazi snovanja podjetniške ideje, start up podjetjem in podjetjem v hitri globalni rasti. Celostna in sistematična podpora start up podjetjem se razvija in izvaja v partnerstvu z različnimi organizacijami podpornega in poslovnega okolja ter zajema naslednje sklope:

- finančna sredstva
- vsebinsko-mentorsko podporo
- enotno promocijo programov in podjetij
- ustrezno infrastrukturo.

Pomemben del osrednjega nacionalnega programa za razvoj podjetništva so "Start:up mesta", katerih namen je aktivacija talenta v posameznih predelih Slovenije ter povezovanje ključnih lokalnih akterjev. Po vseh Start:up mestih potekajo tudi Start:up Roadshowi z namenom predstavitve produktov pospeševanja podjetništva ter splošne motivacije in širjenja podjetniške miselnosti.

Iniciativa Start:up Slovenija poleg regijskega povezovanja aktivno deluje tudi na globalnem povezovanju z aktualnimi podjetniškimi vozlišči na vseh kontinentih. Tovrstno povezovanje omogoča lažji in hitrejši vstop slovenskih podjetij na tuje trge, prav tako pa pritegnitev tujega talenta na domača tla. Aktivno mednarodno povezovanje je ključni in osrednji cilj nadaljnjega delovanja in nadgradnje slovenskega start-up ekosistema.

4.3.3.2 Javna agencija SPIRIT Slovenija

Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije (v nadaljevanju SPIRIT) je že vrsto let zadolžena za oblikovanje in razvoj inovativnega okolja. Brezplačne podporne storitve za inovativna podjetja SPIRIT zagotavlja v okviru:

- subjektov inovativnega okolja - podjetniških in univerzitetnih inkubatorjev ter tehnoloških parkov;

SPIRIT koordinira, usmerja, vrednoti in sofinancira delovanje številnih podjetniških in univerzitetnih inkubatorjev in tehnoloških parkov. V koncentriranih infrastrukturnih in strokovnih središčih se tako ustvarjajo znanja ter nove inovativne in tehnološko naravnane podjetniške zamisli, izvaja pa se tudi njihova komercializacija (SPIRIT Slovenija, 2016b).

- nacionalnega sistema inovacij, ki ga tvorijo konzorciji organizacij, združenih za posebne namene ali ciljne skupine;

SPIRIT sofinancira aktivnosti organizacij podpornega okolja, ki imajo ključno nalogo spodbujati in krepiti inovacije za trg. S tem prispeva k učinkovitosti celotnega podpornega okolja za inovativnost, tako, da nudi pomoč pri uvajanju novih izdelkov, postopkov in storitev oz. tehnoloških in netehnoloških inovacij v zasebnem sektorju. Podporno okolje INO nudi svetovanja in strokovno pomoč pri (SPIRIT Slovenija, 2016c):

- ustanavljanju novih inovativnih startup podjetij
- razvoju novih izdelkov, storitev ali postopkov
- zaščiti intelektualne lastnine, zamisli, idej, novosti
- uvedbi inovacij na področju oblikovanja, trženja, marketinga, prodaje, organizacije in vodenja procesov, t.i. netehnoloških inovacij
- vključevanju v evropske iniciative
- organizaciji usposabljanj in izobraževanj, neposredno povezanih s trženjem inovacij in preboji na globalne trge;
- pisarn za prenos tehnologij, ki nudijo podporo pri prenosu tehnologij, tehnološkega razvoja in inovativnosti iz javno raziskovalnih organizacij (v nadaljevanju JRO) v gospodarstvo. Aktivnosti pisarn za prenos tehnologij²² so (SPIRIT Slovenija, 2016d):
 - postopki pred prevzemom intelektualne lastnine na matični JRO; npr. prijava izuma/priprava osnutka patentne prijave
 - postopki ščitenja intelektualne lastnine; npr. izpeljava postopkov zaščite s pomočjo patentnih zastopnikov, priprava pogodb z določbami glede lastništva ter trženja, ocenjevanje tržnega potenciala, začetno financiranje patentnih prijav
 - postopki trženja intelektualne lastnine; npr. ocenjevanje tržnega know - howa, priprava tehnoloških ponudb, pasivno trženje - oglaševanje v primernih bazah, aktivno trženje tehnoloških ponudb - sejmi, konference, obiski podjetij,
 - spremljevalne aktivnosti; npr. spremljanje in evidentiranje dejavnosti prenosa tehnologij, nudenje informacij o virih financiranja, nudenje informacij v zvezi z razpisi in pomoč pri sodelovanju raziskovalne skupine z gospodarskim subjektom, izobraževanja s področja prenosa tehnologij na JRO

²² Status pisarn za prenos tehnologij imajo naslednje institucije: Institut Jožef Stefan, Univerza v Ljubljani, Kemijski inštitut Ljubljana, Nacionalni inštitut za biologijo, Univerza v Mariboru, Univerza na Primorskem.

- ustanavljanje odcepljenih podjetij (“spin off” in “spin out” podjetij); npr. priprava dokumentacije za odobritev odcepljenega podjetja na matičnem JRO, oblikovanje ekipe, izdelava poslovnega načrta, pridobivanje tveganega kapitala.

4.3.3.3 Vstopne točke VEM

Ministrstvo za javno upravo je v začetku leta 2008 za zmanjšanje nekaterih administrativnih ovir za podjetnike uvedlo delujoč sistem VEM (“vse na enem mestu”), ki je namenjen podjetnikom, pa tudi drugim deležnikom podjetniškega okolja.

Vstopne točke VEM so podporne ustanove, ki potencialnim in obstoječim podjetnikom nudijo osnovno svetovanje pri ustanavljanju podjetja, informiranje o možnih oblikah podpore in financiranja in pri drugih vprašanih ter jih povezujejo z ostalimi institucijami podpornega podjetniškega okolja. Prav tako lahko podjetniki tam hitro opravijo upravne postopke, kot so registracija podjetja, spremembe statusne organiziranosti in ostale spremembe ter izbris. Nekateri postopki se lahko opravijo tudi od doma prek oddaljenega dostopa do portala e-VEM. Portal e-VEM je državni portal za podjetja in podjetnike, ki nudi informacije o pogojih poslovanja v Sloveniji in elektronsko podprte postopke, ki so povezani z ustanovitvijo podjetja in začetkom poslovanja. Namen portala je poslovnim subjektom omogočiti čim lažje, hitro in brezplačno poslovanje z javno upravo in na enem mestu ponuditi vse informacije za začetek poslovanja (MJU, 2014).

Vstopne točke VEM izvajajo naslednje storitve²³ (Rus, 2011, str. 41):

- Informiranje vseh ciljnih skupin:
 - pridobivanje ključnih informacij za vse ciljne skupine na ključnih področjih poslovanja podjetij: o možnostih pridobivanja finančnih sredstev, ustanavljanja podjetij, o ostalih podpornih institucijah za podjetništvo itd.
 - redno posredovanje informacijskih paketov z uporabo različnih orodij (e-mail, pošta) do uporabnikov
 - priprava in posredovanje odgovorov na posamezna kompleksnejša vprašanja uporabnikov (e-pošta in osebni stiki)
 - podajanje nasvetov glede razvoja poslovnih idej, uporabe različnih podpornih instrumentov, usmerjanje k državnim spodbudam za spodbujanje podjetništva
 - izvajanje informativno - promocijskih delavnic za vse ciljne skupine v sodelovanju s SPIRIT Slovenija, SPS-om in MGRT-jem
 - izvajanje promocije celovitih podpornih storitev in promocije razvoja podjetniške kulture na lokalnem nivoju
 - izvajanje animacijskih in drugih aktivnosti za pridobivanje novih uporabnikov podpornih storitev in za dvig podjetniške kulture na lokalnem območju;
- Osnovno svetovanje:
 - izvajanje osnovnih svetovalnih storitev, povezanih z zagonom, poslovanjem in razvojem podjetij ter osnovno svetovanje potencialnim podjetnikom;
- Izvajanje postopkov registracij:
 - izvajanje postopkov registracij z uporabo e-VEM aplikacije

²³ Naloge točk VEM opravljajo vse izpostave AJPES, organizirane pa so tudi v okviru Gospodarske zbornice Slovenije (GZS), Obrtno - podjetniške zbornice Slovenije (OZS), upravnih enot (UE), Javne agencije SPIRIT Slovenija ter pri notarjih (MJU, 2014).

- izvajanje osnovnega svetovanja pri izvajanju postopkov registracij
- merjenje zadovoljstva in mnenj uporabnikov storitev e-VEM
- evidentiranje administrativnih ovir pri poslovanju podjetij.

Podporne storitve vstopnih točk VEM se izvajajo pod okriljem Javne agencije SPIRIT Slovenija (prej JAPTI).

4.3.3.4 Regionalne razvojne agencije in podjetniški centri

Podjetniški centri so podporne institucije na lokalni, regionalni ali nacionalni ravni, ki združujejo dejavnosti strateškega načrtovanja razvoja na določenem območju, nudijo različne oblike „mehkih“ podpornih storitev za MSP-je (npr. dejavnost VEM točk), lahko pa opravljajo storitve trde oblike podpore - finančno podporo (Rus, 2011, str. 43). Lokalni podjetniški ali razvojni centri opravljajo te storitve na območju ene ali več občin. Na ravni regij pa opravljajo te storitve regionalne razvojne agencije.

Leta 1999 se je v okviru 12 statističnih regij v Sloveniji oblikovalo 12 regionalnih razvojnih agencij (v nadaljevanju RRA). V petih statističnih regijah so v RRA mrežno povezane razvojne agencije, ki delujejo na območju nekaterih statističnih regij. RRA delujejo v okviru regionalnih razvojnih programov, kateri se osredotočajo na štiri področja delovanja (Rus, 2011, str. 44):

- ekonomska infrastruktura in kakovost bivanja
- spodbujanje konkurenčnosti in podjetniškega sektorja
- kmetijstvo in razvoj podeželja
- razvoj človeških virov.

V vseh regionalnih razvojnih programih sta zelo poudarjena spodbujanje konkurenčnosti in podjetniškega sektorja z upoštevanjem načel trajnostnega razvoja ter razvoja človeških virov.

4.3.4 Izobraževalni programi

Z vlaganjem v podjetniško izobraževanje lahko pripomoremo k večji podjetniški aktivnosti. Raziskave kažejo, da med 15 % in 20 % dijakov, ki se v srednjih šolah udeleži programov za mini podjetja, pozneje ustanovi lastno podjetje, kar je približno tri do petkrat več kot pri splošni populaciji (EK, 2013, str. 6). Izobraževalni programi, ki razvijajo poslovno znanje ter najpomembnejše spretnosti in stališča, med drugim tudi ustvarjalnost, samoiniciativnost, vztrajnost, skupinsko delo, razumevanje tveganja in občutek za odgovornost, pripomorejo k spodbujanju podjetniške aktivnosti.

V slovenskem prostoru obstaja veliko izobraževalnih podjetniških programov, nekatere med njimi, kot npr. Startup Geek House, Go:Global Slovenija itd., smo že omenili. Nekatere vidnejše programe predstavljamo v nadaljevanju.

4.3.4.1 Hekovnik

Zavod Hekovnik je institucija, ki z izvajanjem pospeševalniških programov za mlada start up podjetja pripomore k njihovem ustanavljanju, hitrejši in učinkovitejši rasti. S svojim delovanjem predstavlja vez med izobraževalno sfero in globalnim trgom. Je prvi program,

ki je popeljal slovenska podjetja v Silicijevo dolino. Njegovi izobraževalni programi temeljijo na več kot 20-letni tradiciji in razpolagajo z močno mrežo strateških partnerjev in ponudnikov tveganega kapitala, ki pomagajo podjetjem na specifičnih področjih delovanja. Svoje programe tudi prilagaja aktualnim potrebam podjetij (Hekovnik, 2016).

4.3.4.2 CEED Slovenija

Organizacija CEED Slovenija je del mednarodne skupine CEED Global, z razvejano mrežo CEED centrov predvsem v državah JV Evrope. Poslanstvo CEED-a je preko usposabljanj in mreženja pomagati podjetnikom pri rasti njihovih podjetij. Spodbuja povezovanje podjetnikov, dviga raven podjetniškega znanja in promovira podjetništvo kot pozitivno vrednoto v širši družbi. CEED programi se razlikujejo glede na stopnjo rasti, v kateri se nahaja podjetje, in se osredotočajo na tista znanja in veščine, ki jih na tej stopnji podjetnik potrebuje za upravljanje rastočega podjetja. Programi, ki so na voljo podjetnikom, so (CEED Slovenia, 2016):

- CEED Grow, ki pomaga podjetnikom, ki so že uspešni na trgu, vendar želijo povečati obseg prodaje, razširiti svojo poslovno mrežo in izboljšati pozicijo na trgu, hkrati pa se ukvarjajo z vprašanjem, kako zgraditi močno ekipo, financirati rast in kako se uspešno soočati z izzivi na trgu. Primeren je za vse podjetnike, ki želijo rasti.
- CEED Pro je namenjen podjetnikom in managerjem, ki želijo dobiti vpogled in orodja, kako izboljšati učinkovitost organizacije, doseči fokus, angažirati zaposlene in profesionalizirati svoje podjetje. CEED Pro je del skupine programov Top Class, v katerih se je v 7 letih povežalo preko 250 podjetnikov.
- CEED Marketing pomaga podjetjem narediti strateški pregled ter postavljanje zgodbe in marketinške strategije. Rezultat programa je preverjena marketinška strategija, pripravljena za implementacijo.
- CEED Go-To-Market je program, v katerem podjetja pridobijo konkretna znanja in orodja za lansiranje novih produktov na učinkovit in agilen način.
- CEED Leadership je program, ki poleg delavnic s strokovnjaki na področju vodenja in komunikacije omogoča vpogled v dobre prakse uspešnih in primerljivih podjetij na področju organiziranosti, učinkovitih procesov in vodstvenih prijemov ter kako jih na učinkovit način implementirati v podjetje.

4.3.4.3 Ustvarjalnik

Ustvarjalnik je pospeševalnik mladinskega podjetništva. Namenjen je vsem, ki delajo svoje prve podjetniške korake. Prvsem dijake spodbuja, da iz svojega hobija ustvarijo podjetje. Pod njegovim okriljem deluje celoletni podjetniški program, jedro katerega delovanja so podjetniški krožki, na katerih se mladi prvič srečajo s podjetništvom. Poleg podjetniških krožkov ponuja mladim številne druge dogodke, izobraževanja in jim nudi podporo, potrebno za začetek posla (Ustvarjalnik, 2016).

4.3.5 Dogodki in tekmovanja

4.3.5.1 POPRI - podjetje za prihodnost

POPRI je tekmovanje za najboljšo podjetniško idejo med mladimi, ki skozi izpolnjevanje predloge poslovnega modela in osebno predstavitev mlade uči podjetnosti, kreativnosti, dela v skupini, analitičnega razmišljanja, nastopanja v javnosti in razmišljanja zunaj okvirjev (Gorjan, 2016). Tekmovanje k sodelovanju pritegne tudi izkušene podjetnike, ki želijo pomagati mladim generacijam. Na tekmovanju lahko sodelujejo mladi od osnovnošolcev, pa vse do mladostnikov do 29. leta starosti, ki še nimajo svojega podjetja. Na tekmovanje se prijavijo s svojo podjetniško idejo, ki jo morajo čim prej testirati, izmeriti odziv trga in jo posledično spremeniti, nadgraditi. Strokovno komisijo, ki izbere najboljšo idejo, sestavljajo izkušeni podjetniki in pedagoški delavci. Nagradni sklad tekmovanja je 5000 EUR. V desetih letih se je tekmovanja udeležilo 1.760 mladih s 740 podjetniškimi idejami, sodelovalo je tudi 250 mentorjev in institucij znanja (Primorski tehnološki park, 2016). Organizator tekmovanja je Primorski tehnološki park.

4.3.5.2 Start:up Slovenija

Start:up Slovenija je nacionalno tekmovanje start up podjetij, ki se je začelo izvajati v letu 2007. Namen tekmovanja je prepoznati najboljše podjetniške ekipe, poslovne modele in start up podjetja v slovenskem okolju, jih strokovno podpreti, povezati s potencialnimi investitorji, jih promovirati v širši javnosti in tudi nagraditi. Dogodek je bil vsako leto finančno podprt s strani MGRT-ja. (SPIRIT Slovenija, 2016e).

Projekt Start:up Slovenija je namenjen celovitemu spodbujanju in promoviranju podjetniške aktivnosti v Sloveniji. Poleg tekmovanja Start:up leta vključuje nudenje strokovne podpore na Start:up delavnicah in Start:up šolah, pri aktivnem mreženju ter izboru v okviru podjetniškega foruma 100 % Start:up in mednarodne podjetniške konference PODIM. Sodelovanje na tekmovanju je obvezni element prijave na javni razpis SPS-a za zagonsko spodbudo P2, ki start up podjetjem v najzgodnejši fazi razvoja omogoča sofinanciranje.

Iniciativa Start:up Slovenija, kot javni del ekosistema, tesno sodeluje tudi z najboljšimi zasebnimi institucijami podpornega okolja, kot so Hekovnik, CEED Slovenia, 30Lean, Ustvarjalnik, ABC Accelerator in drugi.

4.3.5.3 Podim

Mednarodna podjetniška konferenca Podim je največja podjetniška in start up konferenca v Alpe - Adria regiji in vodilna v Sloveniji, ki vsako leto nudi dva dni intenzivnega programa podjetniških vsebin, namenjenih start up podjetjem, managerjem, vlagateljem tveganega kapitala, mentorjem in ostalim deležnikom start up in širšega podjetniškega ekosistema. Na konferenci ugledni tuji in domači gosti skozi serijo okroglih miz, predavanj in delavnic, z znanstvenega in praktičnega vidika, predstavijo najsodobnejša znanja s področja gradnje novih start up podjetij. Del konference je tudi izbor Star up leta, tekmovanja Start up Slovenija.

4.3.5.4 Slovenski forum inovacij

Slovenski forum inovacij (SFI) je dogodek, namenjen promociji in izboru najboljših inovacij. Cilj je splošno osveščanje slovenske javnosti o pomenu inovativnosti. Dogodek ima že 10-letno zgodovino in sčasoma postaja mednarodna prireditev z vključevanjem javnosti iz srednje in JV Evrope. Povezuje se z mednarodnim investicijskim dogodkom Coinvest Venture Days, globalnim dogodkom za prebojna tehnološka podjetja in pametni kapital, ki se ga udeležuje preko 100 mednarodnih investitorjev, od mednarodnih poslovnih angelov, pospeševalnikov, družb tveganega kapitala in korporativnih investitorjev.

Na forumu se vsako leto v obliki sejemske razstave javnosti predstavili več deset inovacij, ki so predhodno izbrane na podlagi javnega povabila in so v okviru dogodka deležne številnih brezplačnih storitev. Poleg razstave inovacij se na dogodku zvrstijo tudi številna predavanja in okrogle mize ter poslovna srečanja. Organizator SFI-ja je SPIRIT Slovenija s finančno podporo Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo. Vizija agencije SPIRIT Slovenija je, da dogodek postane ena od pomembnejših inovacijsko-investicijskih prireditev v tem delu Evrope, s tem pa prispeva k vzpostavljanju poslovnih vezi med slovenskim in tujim inovativnim potencialom.

4.3.5.5 Mednarodna investicijska konferenca Coinvest

Coinvest je regionalna platforma, ki povezuje mednarodne investitorje tveganega kapitala in visokotehnološka start up podjetja. Pomemben del platforme je mednarodna investicijska konferenca Coinvest Venture Days, ki vsako leto poteka v Novi Gorici. S svojimi aktivnostmi želi prispevati k razvoju inovativnega podjetniškega ekosistema s ciljem pomagati podjetjem pri zagotavljanju potrebnih virov, kapitala, dostopa do trgov in managerskih veščin. Zagotavlja njihovo investicijsko pripravljenost, s treningi in drugimi dogodki, ki jih organizira. Investitorjem pomaga najti naložbene cilje svetovnega formata, na različnih stopnjah njihovega razvoja, v regiji JV Evrope, ki vključuje Slovenijo, Hrvaško, Srbijo, Madžarsko, Grčijo, Turčijo, Češko, Slovaško, Bolgarijo, Romunijo, Poljsko, BIH, Črno goro, Albanijo, Kosovo, Rusijo. Od leta 2012, ko je konferenca potekala prvič, do leta 2015, se je število sodelujočih start up podjetij povečalo iz 7 na 79, število investitorjev iz 20 na 93 ter število držav, iz katerih oboji prihajajo, iz 7 na 31. Število vseh udeležencev in obiskovalcev konference je v tem obdobju zraslo iz 50 na več kot 500 (Coinvest, 2015).

4.3.5.6 Mladi podjetnik leta

Izbor Mladi podjetnik leta je projekt Zavoda mladi podjetnik, namenjen odkrivanju talentov med mladimi podjetniki v Sloveniji. Cilj je predstaviti njihove uspehe širši javnosti in tako prispevati k promociji podjetništva med podjetniki začetniki. Prijavitelji na izbor morajo imeti registrirano podjetje od dveh do 60 mesecev in morajo biti stari od 16 do 33 let. Zmagovalec izbora prejme naziv "Mladi podjetnik leta". Tekmovanje je medijsko zelo odmevno, njegovo podjetje pridobi medijsko podporo s strani Zavoda mladi podjetnik, o izboru pa poročajo vsi največji mediji v Sloveniji. Nagradni sklad je vreden 20.000 EUR (Zavod MP, 2016).

4.3.5.7 Gazela

Gazele so dinamična podjetja, ki hitro rastejo, se bliskovito razvijajo, intenzivno zaposlujejo in vedno držijo korak prednosti pred konkurenco. Gazela je projekt časopisnega podjetja Dnevnik, pri katerem posebna komisija vsako leto v šestih regijah izmed 100 najhitreje rastočih podjetij izbere po deset podjetij. Zmagovalci iz vseh regij se vsako leto potegujejo za zlato, srebrno in bronasto gazelo.

4.3.6 Mediji in družbena omrežja

4.3.6.1 Startup kapital

Startup kapital je slovenska podjetniška revija, na voljo v tiskani in digitalni obliki. Osrednje teme so novice iz sveta podjetništva, orientirana pa je na rubrike, v katerih se spremlja, analizira in predstavlja dogajanje na domačem in tujem podjetniškem start up ekosistemu, z izpostavljenimi mladimi, inovativnimi projekti v start up podjetjih, podpornimi institucijami, dogodki in možnostmi financiranja.

4.3.6.2 Startaj.si

Startaj.si je spletni portal, namenjen spremljanju start up okolja, spodbujanju podjetništva, iskanju dobrih idej. Nosilec projekta je časnik Finance. Portal je namenjen vsem, ki jih zanima podjetništvo, izobraževanje ter razvoj kariere. Zasnovan je tako, da spodbuja čim širše sodelovanje z vsemi akterji podjetniškega in start up ekosistema. Na portalu so dnevno objavljene vsebine:

- podjetniške zgodbe start upov in malih podjetnikov vseh generacij
- dogodki iz sveta podjetništva in start upov iz Slovenije ter regije
- nasveti uveljavljenih strokovnjakov in podjetnikov
- delo in življenje Slovencev doma in v tujini, ki soustvarjajo slovenski start up ekosistem.

V okviru medijske podpore moramo omeniti še veliko število spletnih medijev, portalov, facebook skupin in blogov, kot npr. Startup Slovenija Flipboard, Internet Week, Foursquare, Lean Startup Slovenija, Slovenia Crowdfunding, Pravo in startupi, Delaj vitko in mnogi drugi, ki so v vedno večjem porastu.

5 EMPIRIČNA RAZISKAVA

5.1 Metodologija raziskave

Empirična raziskava je razdeljena na dva dela. V prvem delu smo želeli proučiti vpliv državnih finančnih spodbud na poslovanje - rast in razvoj - mladega inovativnega podjetja v prvih treh letih po pridobitvi/nepridobitvi finančne spodbude. Pri tem smo se zaradi omejenega obsega raziskave osredotočili le na eno obliko državnih spodbud, in sicer na spodbude za zagon inovativnih podjetij, katere dodeljuje Slovenski podjetniški sklad v okviru javnega razpisa "P2". Pri tem smo želeli prikazati učinke dodeljevanja teh spodbud, natančneje subvencij za zagon inovativnih podjetij oz. podjetij v subjektih inovativnega okolja in ugotoviti smotrnost dodeljevanja te oblike spodbude s primerjavo kazalnikov uspešnosti poslovanja podjetij, ki so spodbudo prejela, v primerjavi s podjetji, ki so se prijavila na javni razpis »P2« in spodbude niso prejela.

Javni razpis za produkt "P2" - subvencije za zagon inovativnih podjetij, vsako leto (že od leta 2006) razpiše Slovenski podjetniški sklad. Seznam javnih razpisov Sklada, namenjenih zagonu inovativnih podjetij v obdobju, ki je zajeto v našo raziskavo, od leta 2006 do 2011, je sledeč:

- P2 06 - Javni razpis za odobritev subvencij za podjetja v institucijah inovativnega okolja v letu 2006 (P4A 06) – UL RS št. 23 / 3.3.2006
- P2 07 - Javni razpis za odobritev subvencij za podjetja v institucijah inovativnega okolja v letu 2007 (R1A 07) – UL RS št. 51 / 8.6.2007
- P2 08 - Javni razpis za sofinanciranje zagona inkubiranih in inovativnih podjetij v letu 2008 (P2A 08) – UL RS št. 18 / 22.2.2008
- P2 09 - Javni razpis za sofinanciranje zagona podjetij v tehnoloških parkih in inkubatorjih v letu 2009 (P2A 09) – UL RS št. 11 / 13.2.2009
- P2 10 - Javni razpis za sofinanciranje zagona podjetij v subjektih inovativnega okolja v letu 2010 (P2A 10) – UL RS št. 10 / 12.2.2010 in popravek UL RS št. 40 / 21.5.2010
- P2 11 - Javni razpis za sofinanciranje zagona podjetij v subjektih inovativnega okolja v letu 2011 (P2A 11) – UL RS št. 22 / 25.3.2011.

Subvencije so namenjene spodbujanju ustanovitve in zagona inovativnih, tehnološko naravnanih podjetij. Namen javnega razpisa je uspešen prenos razvojnih idej podjetnih posameznikov in skupin v tržno uspešne podjeme in ustvarjanje novih inovativno naravnanih podjetij s potencialom rasti pri razvoju in komercializaciji proizvodov, procesov in storitev. S tem želi Sklad podpirati ciljno skupino podjetij, ki je v najbolj občutljivi razvojni fazi. Njihov razvojni potencial je sicer velik, brez pravih finančnih sredstev pa je lahko hitro izgubljen. Razpis je namenjen podjetjem, za katera je značilna visoka vsebnost znanja v storitvah ali proizvodih, potencial hitre rasti, izobrazba in ekspertno znanje zaposlenih, višja dodana vrednost na zaposlenega in nastop v globalni tržni niši. Subvencije omogočajo podjetjem, ki ne razpolagajo z zadostnimi finančnimi sredstvi, hitrejši in intenzivnejši razvoj projektov in s tem izboljšanje finančnega položaja podjetij (MG, 2011).

Na razpis se lahko prijavijo MSP-ji, ki so organizirani kot gospodarske družbe ali samostojni podjetniki posamezniki in so novonastala podjetja (do 14 mesecev starosti), ki izpolnjujejo naslednje pogoje (MG, 2011):

- podjetje mora biti ustanovljeno do objave razpisa v uradnem listu;
- podjetje mora imeti ustrezen poslovni načrt, iz katerega je razvidno, da je pripravljeno na zagon;
- podjetje mora biti fizično prisotno v subjektu inovativnega okolja (inkubatorju ali tehnološkem parku (v razpisih od leta 2006 do 2012));
- podjetje mora imeti najmanj enega zaposlenega na dan, določen v razpisnih pogojih;
- podjetje mora v poslovnem načrtu izkazati zaprto finančno konstrukcijo in razvidno likvidnost za obdobje treh let.

Vse formalno popolne vloge, ki izpolnjujejo pogoje za kandidiranje in so skladne z namenom javnega razpisa, ocenjuje komisija za dodelitev sredstev. Pri tem uporablja kvantitativna in kvalitativna merila. Kvantitativna merila zajemajo: inovativnost, sodelovanje z institucijami znanja, razvoj projekta v podjetju, tržno naravnost in potencialne trge, informacijo, ali bodo lastniki podjetja vlagatelja zaposleni v podjetju. Kvalitativna merila predstavljajo: oceno na podlagi vsebine poslovnega načrta (ekonomska upravičenost operacije glede na situacijo na trgu, ocena realnosti časovne izvedbe projekta v treh letih, ocena uspešnega zaključka projekta glede na vložena in razpoložljiva finančna sredstva, zunanja ocena subjekta inovativnega okolja, po potrebi tudi osebne predstavitve/intervju vlagatelja, ocena tima za realizacijo projekta, itd.) (MG, 2011).

V drugem delu empirične raziskave smo želeli s pomočjo primarne raziskave v obliki anketnega vprašalnika ovrednotiti slovenski start up ekosistem, storitve in ugodnosti subjektov inovativnega okolja, prav tako pa najti povezavo med pogostostjo vključevanja podjetij v podporno okolje in rastjo ter razvojem mladega podjetja.

Institucije podpornega okolja za zagonsko podjetništvo so ustanovljene z namenom, da pospešujejo rast in razvoj podjetij in spodbujajo podjetniško aktivnost. V slovenskem okolju je že dokaj razvito podporno okolje za start up podjetja v obliki univerzitetnih inkubatorjev, tehnoloških parkov in podjetniških pospeševalnikov. V literaturi s področja podjetništva je zaslediti kar nekaj raziskav o pomenu podjetniških inkubatorjev. Večina teh izvira iz območja Združenih držav Amerike in Kitajske, kjer so se univerzitetni inkubatorji in pospeševalniki razmahnilo že od sredine 80-ih let (Lilai, 2010, str. 90-91). Vendar pa le malo omenjenih raziskav proučuje prispevek inkubatorjev in pospeševalnikov, ocenjen z vidika najemnih podjetij oz. podjetnikov, ki so glavni odjemalci teh programov in storitev. Še manj raziskav pa upošteva njihov prispevek po kriteriju dejanske (pretekle) rasti vključenih podjetij. Podobne raziskave s slovenskega območja nismo zasledili.

V nadaljevanju predstavljamo rezultate empirične raziskave ter njihovo statistično obdelavo za zastavljene hipoteze. Pridobljene podatke smo obdelali s pomočjo programske opreme za analizo podatkov SPSS (Statistical Products and Service Solutions). S pomočjo pridobljenih podatkov smo naredili frekvenčne porazdelitve, ki nam pokažejo porazdelite vrednosti spremenljivk in njihovo povprečno vrednost. Nekaj podatkov smo obdelali tudi s pomočjo orodja Microsoft Office Excel, ki omogoča

nazorno grafično in tabelarično predstavitev pridobljenih podatkov. Glede na časovno obdobje lahko raziskavo uvrstimo med retrospektivno, saj so anketiranci podajali mnenje glede na pretekle izkušnje. Finančne podatke podjetij smo črpali iz javno dostopnih bilančnih podatkov AJPES-a, del podatkov smo pridobili iz interne podatkovne baze Sklada.

5.2 Vpliv državnih spodbud na rast in razvoj mladih inovativnih podjetij

5.2.1 Vzorec raziskave

Vzorec za prvi del raziskave, kjer smo skušali oceniti vpliv pridobitve finančne spodbude na rast in razvoj podjetja v času po pridobljeni spodbudi, je neslučajnostni in temelji na populaciji podjetij, ki so se med leti od 2006 do vključno 2011 prijavila na javni razpis Sklada »P2«, skupno 773 podjetij. Vir podatkov o podjetjih, vključenih v vzorec, je predstavljala interna podatkovna baza Sklada. Podrobneje demografske značilnosti vzorca opisujemo v nadaljevanju.

- Analiza vzorca po dejavnosti

V pregledu vzorca podjetij glede na osnovno dejavnost, ki je prikazan v tabeli 3, prevladuje dejavnost M - strokovne znanstvene in tehnične dejavnosti z 38,6 % deležem podjetij. Sledijo dejavnost J - informacijske in komunikacijske dejavnosti z 31,2 % deležem podjetij, dejavnost C - predelovalne dejavnosti z 12,9 % deležem podjetij in dejavnost G - trgovina; popravila in vzdrževanje motornih vozil s 6,0 % deležem podjetij. Ostale dejavnosti so zastopane z manj kot 2,2 % deležem podjetij.

Tabela 3: Struktura vzorca podjetij po dejavnosti

PODJETJA PO DEJAVNOSTI	št. podjetij v vzorcu	delež podjetij v vzorcu
A - kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo	1	0,13%
C - predelovalne dejavnosti	100	12,94%
D - oskrba z električno energijo, plinom in paro	17	2,20%
E - oskrba z vodo; ravnanje z odplakami in odpadki; saniranje okolja	4	0,52%
F - gradbeništvo	16	2,07%
G - trgovina; popravila in vzdrževanje motornih vozil;	46	5,95%
I - gostinstvo	4	0,52%
J - informacijske in komunikacijske dejavnosti	241	31,18%
K - finančne in zavarovalniške dejavnosti	3	0,39%
L - poslovanje z nepremičninami	2	0,26%
M - strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti	298	38,55%
N - druge raznovrstne poslovne dejavnosti	16	2,07%
P - izobraževanje	12	1,55%
Q - zdravstvo in socialno varstvo	11	1,42%
R - kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti	2	0,26%
SKUPAJ	773	100,00%

- Analiza vzorca po regijah

V pregledu vzorca podjetij glede na regijo poslovanja, ki je prikazan v tabeli 4, prevladuje Osrednjeslovenska regija z 32,6 % deležem podjetij, sledita Podravska regija s 15,1 % deležem podjetij in Savinjska regija s 14,8 % deležem podjetij. Ostale regije so zastopane z manj kot 8 % deležem podjetij v regiji.

Tabela 4: Struktura vzorca podjetij po regiji

PODJETJA PO REGIJAH	št. podjetij v vzorcu	delež podjetij v vzorcu
Gorenjska	40	5,17%
Goriška	60	7,76%
Jugovzhodna Slovenija	36	4,66%
Koroška	19	2,46%
Notranjsko - kraška	5	0,65%
Obalno - kraška	54	6,99%
Osrednjeslovenska	252	32,60%
Podravska	117	15,14%
Pomurska	54	6,99%
Savinjska	114	14,75%
Spodnjeposavska	14	1,81%
Zasavska	8	1,03%
SKUPAJ	773	100,00%

- Analiza vzorca po velikosti podjetja

V pregledu vzorca podjetij glede na velikost podjetja²⁴ v tabeli 5 predstavljajo največji delež mikro podjetja z 0 do 9 zaposlenimi s 86,0 %, mala podjetja z 10 do 49 zaposlenimi predstavljajo 14,0 % delež podjetij. Srednja in velika podjetja v vzorcu niso zastopana. Podatek sovпада z dejstvom, da je javni razpis P2 namenjen zagonskim podjetjem do 14 mesecev starosti, ki so šele začela poslovati in imajo začetno majhno število zaposlenih.

Tabela 5: Struktura vzorca podjetij po velikosti

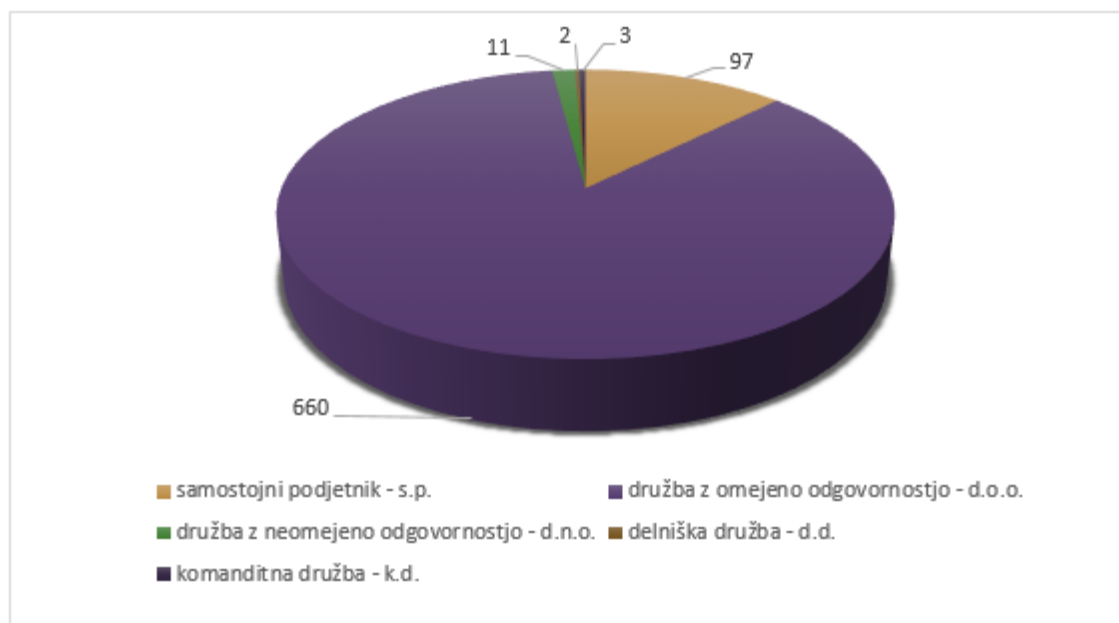
PODJETJA PO VELIKOSTI GLEDE NA ŠT. ZAPOSLENIH	št. podjetij v vzorcu	delež podjetij v vzorcu
mikro podjetja (0 - 9 zaposlenih)	665	86,03%
mala podjetja (10 - 49 zaposlenih)	108	13,97%
SKUPAJ	773	100,00%

- Analiza vzorca po pravno-organizacijski obliki

V pregledu vzorca podjetij glede na pravno-organizacijsko obliko na sliki 19 prevladuje družba z omejeno odgovornostjo s 85,4 % deležem podjetij, sledijo pa samostojni podjetnik posameznik z 12,6 % deležem podjetij, družba z neomejeno odgovornostjo z 1,4 % deležem podjetij, komanditna družba z 0,4 % deležem podjetij in delniška družba z 0,3 % deležem podjetij.

²⁴ Velikost podjetja ob prijavi na javni razpis P2.

Slika 19: Struktura vzorca podjetij po pravno – organizacijski obliki



5.2.2 Analiza podatkov ter preverjanje zastavljene hipoteze H1

V tem deli smo preverjali hipotezo H1. Metodologijo preverjanja zastavljene hipoteze opisujemo v nadaljevanju.

H1: Uspešnost poslovanja start up podjetja se razlikuje glede na to, ali je podjetje pridobilo državno spodbudo za financiranje zagona, ali ne.

Proučevani vzorec za hipotezo H1 so predstavljala vsa podjetja, ki so se med leti od 2006 do vključno 2011 prijavila na javni razpis Sklada »P2«, to je skupno 773 podjetij. Vzorec podjetij smo razdelili na dve neodvisni skupini, in sicer glede na uspešnost pridobitve državne spodbude:

- »sklep NE«: podjetja, ki v obdobju od 2006 do 2011 niso pridobila državne spodbude »P2« (472 podjetij).
- »sklep DA«: podjetja, ki so v obdobju od 2006 do 2011 pridobila državno spodbudo »P2« (301 podjetij).

Ugotavljali smo, ali pridobitev državne spodbude vpliva na uspešnost poslovanja podjetja. Neodvisna spremenljivka je pridobitev/nepridobitev državne spodbude, odvisna spremenljivka pa uspešnost poslovanja podjetja, merjena z gibanjem kazalnikov:

- čisti prihodki od prodaje,
- število zaposlenih in
- dodana vrednost podjetja.

Za obe skupini podjetij smo primerjali spremembo vrednosti kazalnikov poslovanja v obdobju treh let po pridobitvi/nepridobitvi državne spodbude »P2«, dolžina obdobja primerjave kazalnikov je enaka dolžini obdobja, v katerem Sklad skladno z Navodilom

za merjenje učinkovitosti dodeljenih državnih pomoči (Vlada RS, 2004) spremlja razvoj podprtih podjetij po dodelitvi finančnih spodbud. Ugotavljali smo, ali se povprečni vrednosti gibanja kazalnikov obeh skupin podjetij med seboj statistično pomembno razlikujeta ali ne. Podatkovno bazo za prvo skupino podjetij je predstavljala interna baza Sklada, za drugo skupino podjetij smo podatke črpali iz javno dostopnih bilančnih podatkov AJ PES-a. Podjetja, za katera nismo imeli vseh zahtevanih podatkov za vsa proučevana leta, smo naknadno izključili iz analize, takih podjetij je bilo 170, končno število podjetij v vzorcu pa 603, kar je zadoščalo za raziskavo.

Pred pridobitvijo podatkov o gibanju kazalnikov (po načrtu v dispoziciji magistrskega dela) smo za preveritev hipoteze H1 nameravali uporabiti t-test za dva neodvisna vzorca. Ko smo pridobili vse finančne podatke, smo ugotovili, da le-ti niso normalno porazdeljeni. Zato smo uporabili alternativni neparametrični test.

Neparametrične teste uporabljamo za ugotavljanje razlik med povprečnimi vrednostmi, ko vrednosti niso normalno porazdeljene. Mann-Whitneyev test in Wilcoxon rank-sum test uporabljamo za ugotavljanje razlik med dvema povprečnima vrednostma za neodvisna vzorca, ko imamo številsko spremenljivko in proučevana spremenljivka ni normalno porazdeljena (Bastič, 2006, str. 21-24). Testa predstavljata neparametrična ekvivalentna parametričnemu t-testu. Pri obeh testih se vrednosti številske spremenljivke pretvorijo v range. Za izračun testne statistike se uporabijo vrednosti rangov. V nadaljevanju predstavljamo rezultate Mann-Whitneyevega testa in Wilcoxon rank-sum testa za vsakega od zgoraj navedenih kazalnikov posebej.

- Mann-Whitneyev testa in Wilcoxon rank-sum test za kazalnik čisti prihodki od prodaje

V tabeli 6 so za kazalnik čisti prihodki od prodaje podane vsote rangov in povprečne vrednosti rangov za obe skupini podjetij, podjetja, ki niso pridobila državne spodbude (sklep - NE; 337 podjetij) in za podjetja, ki so pridobila državno spodbudo (sklep - DA; 266 podjetij). Tako je vsota rangov za prvo skupino 97.034 in za drugo skupino 85.072. Povprečni rang za prvo skupino je 287,93 in za drugo skupino 319,82. Iz primerjave povprečnih vrednosti vidimo, da je povprečni rang za drugo skupino večji, kot za prvo. Zanima nas, ali so razlike med povprečnimi vrednostma rangov značilne.

Vrednost statistike je statistično značilna pri $p < 0,05$, če je njena absolutna standardizirana vrednost z večja od 1,96 (Bastič, 2006, str. 22). V preglednici testne statistike je najprej podana vrednost Mann-Whitneyeve statistike U in nato vrednost Wilcoxonove statistike W ter njena standardizirana vrednost. Absolutna vrednost spremenljivke z je večja od 1,96. Pripadajočo stopnjo značilnosti za njeno vrednost najdemo v naslednji vrstici, kjer je prikazana vrednost Sig. (2-stransko), označimo jo tudi s črko p . Ta nam pove, ali je razlika med aritmetičnima sredinama obeh skupin statistično pomembna ali ne. Ker je $p < 0,05$, razlike med aritmetičnima sredinama obeh skupin so statistično pomembne. Torej lahko splošimo razlike med vzorcema tudi na celotno populacijo s 5 % tveganjem. Uspeli smo dokazati, da se pri kazalniku povečanje čistih prihodkov od prodaje vzorca podjetij statistično pomembno razlikujeta med seboj. Prihodki podjetij, ki so prejela državno spodbudo, so se po treh letih bolj povečali, kot prihodki podjetij, ki spodbude niso prejela.

Tabela 6: Mann-Whitneyev test in Wilcoxon rank-sum test za kazalnik čisti prihodki od prodaje

Rangi				
	SKLEP	N	Povprečni rang	Vsota rangov
Povečanje vrednosti prihodkov	ne	337	287,93	97034,00
	da	266	319,82	85072,00
	Skupaj	603		

Testne statistike^a	
Povečanje vrednosti prihodkov	
Mann-Whitneyeva statistika U	40081,000
Wilcoxonova statistika W	97034,000
Standardizirana vrednost Z	-2,232
Asymp. Sig. (2-stransko)	,026

a. Združevanje spremenljivke: SKLEP

- Mann-Whitneyev testa in Wilcoxon rank-sum test za kazalnik število zaposlenih

V tabeli 7 so za kazalnik število zaposlenih podane vsote rangov in povprečne vrednosti rangov za obe skupini podjetij, podjetja, ki niso pridobila državne spodbude (sklep - NE; 339 podjetij) in za podjetja, ki so pridobila državno spodbudo (sklep - DA; 263 podjetij). Tako je vsota rangov za prvo skupino 96.458 in za drugo skupino 85.044. Povprečni rang za prvo skupino je 284,54 in za drugo skupino 323,36. Iz primerjave povprečnih vrednosti vidimo, da je povprečni rang za drugo skupino večji, kot za prvo. Zanima nas, ali so razlike med povprečnimi vrednostma rangov značilne.

Tabela 7: Mann-Whitneyev test in Wilcoxon rank-sum test za kazalnik število zaposlenih

Rangi				
	SKLEP	N	Povprečni rang	Vsota rangov
Povečanje števila zaposlenih	ne	339	284,54	96458,50
	da	263	323,36	85044,50
	Skupaj	602		

Testne statistike^a	
Povečanje števila zaposlenih	
Mann-Whitneyeva statistika U	38828,500
Wilcoxonova statistika W	96458,500
Standardizirana vrednost Z	-2,729
Asymp. Sig. (2-stransko)	,006

a. Združevanje spremenljivke: SKLEP

Absolutna vrednost spremenljivke z je večja od 1,96. Ker je $p < 0,05$, razlike med aritmetičnima sredinama obeh skupin so statistično pomembne. Uspeli smo dokazati, da se pri kazalniku povečanje števila zaposlenih vzorca podjetij statistično pomembno razlikujeta med seboj. Podjetja, ki so prejela državno spodbudo, so po treh letih bolj povečala število zaposlenih, kot podjetja, ki spodbude niso prejela.

- Mann-Whitneyev testa in Wilcoxon rank-sum test za kazalnik dodana vrednost podjetja

V tabeli 8 so za kazalnik dodana vrednost podjetja podane vsote rangov in povprečne vrednosti rangov za obe skupini podjetij, podjetja, ki niso pridobila državne spodbude (sklep - NE; 339 podjetij) in za podjetja, ki so pridobila državno spodbudo (sklep - DA; 263 podjetij). Vsota rangov za prvo skupino znaša 96.007 in za drugo skupino 85.495. Povprečni rang za prvo skupino znaša 283,21 in za drugo skupino 325,08. Iz primerjave povprečnih vrednosti vidimo, da je povprečni rang za drugo skupino večji, kot za prvo. Zanima nas, ali so razlike med povprečnima vrednostma rangov značilne.

Tabela 8: Mann-Whitneyev test in Wilcoxon rank-sum test za kazalnik dodana vrednost podjetja

Rangi				
	SKLEP	N	Povprečni rang	Vsota rangov
Povečanje dodane vrednosti podjetja	ne	339	283,21	96007,50
	da	263	325,08	85495,50
	Skupaj	602		

Testne statistike ^a	
Povečanje dodane vrednosti podjetja	
Mann-Whitneyeva statistika U	38377,500
Wilcoxonova statistika W	96007,500
Standardizirana vrednost Z	-2,930
Asymp. Sig. (2-stransko)	,003

a. Združevanje spremenljivke: SKLEP

Absolutna vrednost spremenljivke z je večja od 1,96. Ker je $p < 0,05$, razlike med aritmetičnima sredinama obeh skupin so statistično pomembne. Uspeli smo dokazati, da se pri kazalniku povečanje dodane vrednosti podjetja vzorca podjetij statistično pomembno razlikujeta med seboj. Podjetja, ki so prejela državno spodbudo, so po treh letih bolj povečala dodano vrednost podjetja, kot podjetja, ki spodbude niso prejela.

Po izvedbi Mann-Whitneyevega testa in Wilcoxon rank-sum testa za vse tri kazalnike uspešnosti poslovanja podjetja lahko hipotezo H_1 (*Uspešnost poslovanja start up podjetja se razlikuje glede na to, ali je podjetje pridobilo državno spodbudo za financiranje zagona, ali ne*) potrdimo, saj smo uspeli dokazati statistično pomembne razlike med neodvisnima vzorcema podjetij pri vseh obravnavanih kazalnikih, torej čistih prihodkih od prodaje, številu zaposlenih in dodani vrednosti podjetja.

Za primerjavo obeh skupin podjetij smo pred izvedbo anketne raziskave naredili tudi analizo stopnje preživetja podjetij. Ugotovili smo, da je na presečni datum 01.02.2016 stopnja preživetja vseh podjetij znašala 72 %, kar pomeni, da je do danes preživelo skupno 559 podjetij. Analiza preživetja, ločeno glede na kriterij pridobitve oz. nepridobitve državne spodbude P2, je prikazana v tabeli 10.

Tabela 10: Pregled preživetja start up podjetij

LETO PRIJAVE NA JAVNI RAZPIS P2	ŠT. VLOG	ŠT. AKTIVNIH PODJETIJ	ŠT. NE AKTIVNIH PODJETIJ	STOPNJA PREŽIVETJA	PREJEMNIKI P2				NEPREJEMNIKI P2			
					VSA	AKTIVNA	NEAKTIVNA	STOPNJA	VSA	AKTIVNA	NEAKTIVNA	STOPNJA
					PODJETJA DAN 1.2.2016	PODJETJA NA DAN 1.2.2016	PODJETJA NA DAN 1.2.2016	PREŽIVETJA	PODJETJA DAN 1.2.2016	PODJETJA NA DAN 1.2.2016	PODJETJA NA DAN 1.2.2016	PREŽIVETJA
2006	48	29	19	60,42%	26	20	6	76,92%	22	9	13	40,91%
2007	58	41	17	70,69%	31	24	7	77,42%	27	17	10	62,96%
2008	67	47	20	70,15%	40	32	8	80,00%	27	15	12	55,56%
2009	127	88	39	69,29%	47	38	9	80,85%	80	50	30	62,50%
2010	234	164	70	70,09%	91	69	22	75,82%	143	95	48	66,43%
2011	239	190	49	79,50%	66	58	8	87,88%	173	132	41	76,30%
povprečna stopnja preživetja	773	559	214	70,02%	301	241	60	79,82%	472	318	154	60,78%

Iz tabele 10 lahko vidimo, da je v povprečju preživelo 70,02 % vseh start up podjetij, ki so se prijavila na javni razpis P2. Iz podrobnega pregleda dveh skupin podjetij - prejemniki »P2« in neprejemniki »P2« je razvidno, da je bila povprečna stopnja preživetja prve skupine 79,82 % podjetij, druge skupine pa 60,78 % podjetij. Potrditev hipoteze H1 tako lahko dodatno podkrepimo z ugotovitvijo, da v povprečju od pet do deset let po pridobitvi spodbude preživi 19,04 % več podjetij, ki so prejela državno spodbudo za financiranje zagona, v primerjavi s podjetji, ki državne spodbude niso prejela. Za primerjavo naj navedemo podatek, da je bila v Sloveniji leta 2010 stopnja dvoletnega preživetja 78 % za podjetja, ustanovljena leta 2008, podobno tudi v letih 2009, 2010 in 2011, petletna stopnja preživetja pa 56 % (Močnik & Rus, 2016, str. 10).

5.3 Razvitost slovenskega start up ekosistema in pomembnost storitev subjektov inovativnega okolja za rast in razvoj mladih inovativnih podjetij

V drugem delu raziskave smo preverjali hipoteze H2, H3 in H4. Z anketno raziskavo smo želeli raziskati, kako podjetniki, ki se vključujejo v podporno okolje za zagonsko podjetništvo, ocenjujejo slovenski start up ekosistem ter vrednost in uporabnost storitev, ki jih ponujajo subjekti inovativnega okolja - univerzitetni in podjetniški inkubatorji, tehnološki parki in drugi; npr. co-working oz. skupne delovne prostore, infrastrukturne ugodnosti, svetovalne storitve, mentorske programe, podjetniške delavnice, start up šole itd. Zanimalo nas je, kako podjetniki zaznavajo prispevek le teh k rasti in razvoju nastajajočih in novonastalih podjetij. Poleg tega nas je zanimalo, s katerimi težavami so se v največji meri srečevali ob zagonu podjetja.

5.3.1 Vzorec anketne raziskave in njegove demografske značilnosti

Vzorec za drugi del raziskave prav tako temelji na populaciji podjetij, ki so se med leti od 2006 do vključno 2011 prijavila na javni razpis Sklada »P2«, skupno 773 podjetij. Za zbiranje podatkov smo imeli na voljo več možnosti, in sicer: osebno, poštno, telefonsko in elektronsko anketiranje. Zaradi velikosti vzorca smo se odločili za elektronsko

anketiranje. Anketni vprašalnik, ki je predstavljen v prilogi 1, smo oblikovali s pomočjo spletnega orodja Ika, ideje za pripravo anketnega vprašalnika smo črpali iz tujih raziskav in iz teoretičnih izhodišč.

Pred izvedbo anketne raziskave smo za populacijo 773 prijavljenih podjetij na javni razpis "P2" izvedli analizo stopnje preživetja teh podjetij. Pri tem smo ugotovili, da je na dan 01.02.2016 stopnja preživetja znašala 72 %, kar pomeni 559 preživelih podjetij. Tem 559 podjetjem smo na elektronski naslov posredovali anketni vprašalnik in jih prosili za sodelovanje v raziskavi. Naključni del vzorca podjetij smo tudi telefonsko kontaktirali, da bi dosegli večji odziv. Od vseh poslanih anketnih vprašalnikov jih 149 ni bilo dostavljenih podjetnikom, zato smo za anketni vzorec upoštevali 410 podjetij, za katere je obstajala verjetnost, da bodo odgovorili na anketni vprašalnik. V anketni raziskavi je sodelovalo skupno 186 podjetij. 86 podjetij smo zaradi pomanjkljivih odgovorov morali izločiti, ker zaradi pomanjkanja podatkov niso bili ustrezni za nadaljnjo analizo. Ustrezno je na anketni vprašalnik odgovorilo 100 podjetij, kar predstavlja 24 % vzorca. Anketni vzorec, ki predstavlja 100 podjetij, ki so ustrezno odgovorila, smo statistično obdelali. Analizo pridobljenih podatkov anketne raziskave predstavljamo v nadaljevanju.

V analizi odgovorov prevladujejo podjetja iz dejavnosti M - strokovne znanstvene in tehnične dejavnosti z 38 % deležem, J - informacijske in komunikacijske dejavnosti s 34 % deležem, ostale dejavnosti predstavljajo manj kot 6 % delež, kar vidimo v tabeli 11.

Tabela 11: Struktura anketnega vzorca podjetij po dejavnosti

PODJETJA PO DEJAVNOSTI	delež podjetij v vzorcu
A - kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo	1,00%
C - predelovalne dejavnosti	4,00%
D - oskrba z električno energijo, plinom in paro	4,00%
E - oskrba z vodo; ravnanje z odplakami in odpadki; saniranje okolja	2,00%
F - gradbeništvo	2,00%
G - trgovina; popravila in vzdrževanje motornih vozil;	6,00%
J - informacijske in komunikacijske dejavnosti	34,00%
L - poslovanje z nepremičninami	1,00%
M - strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti	38,00%
N - druge raznovrstne poslovne dejavnosti	5,00%
P - izobraževanje	2,00%
R - kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti	1,00%
SKUPAJ	100,00%

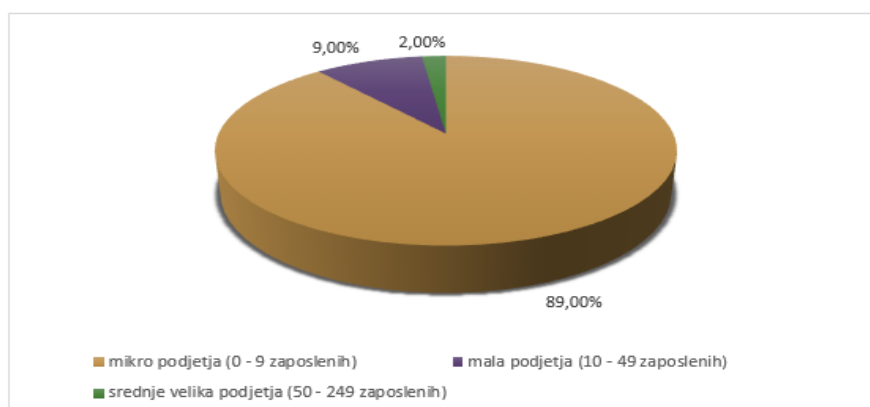
V analizi odgovorov prevladujejo podjetja iz Osrednjeslovenske regija s 36 % deležem, sledita Podravska in Savinjska regija s 16 % deležem ter Pomurska in Spodnjeposavska regija z 9 % deležem. Ostale regije so zastopane z manj kot 4 % deležem podjetij, kar lahko razberemo iz tabele 12.

Tabela 12: Struktura anketnega vzorca podjetij po regijah

PODJETJA PO REGIJAH	delež podjetij v vzorcu
Gorenjska	2,00%
Goriška	4,00%
Jugovzhodna Slovenija	2,00%
Koroška	2,00%
Notranjsko - kraška	4,00%
Osrednjeslovenska	36,00%
Podravska	16,00%
Pomurska	9,00%
Savinjska	16,00%
Spodnjeposavska	9,00%
SKUPAJ	100,00%

Na sliki 20 je prikazana struktura odgovorov glede na velikost podjetja. Prevladujejo mikro podjetja z 0 do 9 zaposlenimi z 89,0 % deležem, mala podjetja z 10 do 49 zaposlenimi predstavljajo 9,0 % delež podjetij, srednje velika podjetja pa 2 % delež.

Slika 20: Struktura anketnega vzorca podjetij po velikosti



Slika 21 prikazuje strukturo odgovorov glede na pravno-organizacijsko obliko. Prevladujejo družbe z omejeno odgovornostjo z 91 % deležem, na drugem mestu so samostojni podjetniki z 9 % deležem podjetij.

Slika 21: Struktura anketnega vzorca podjetij po pravno – organizacijski obliki

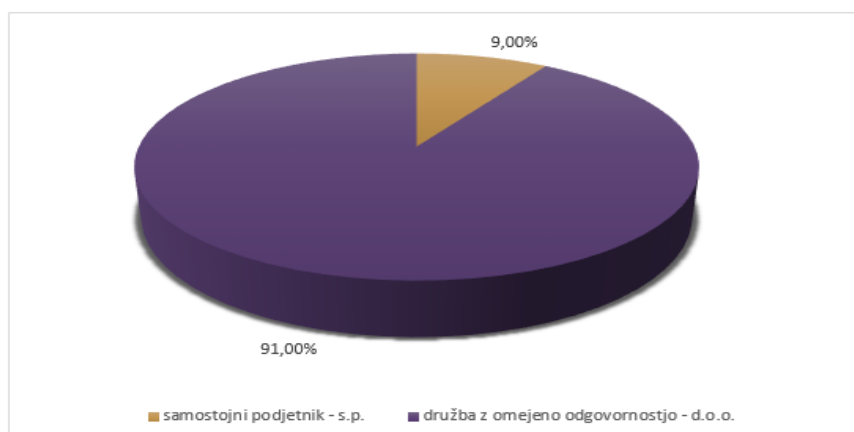


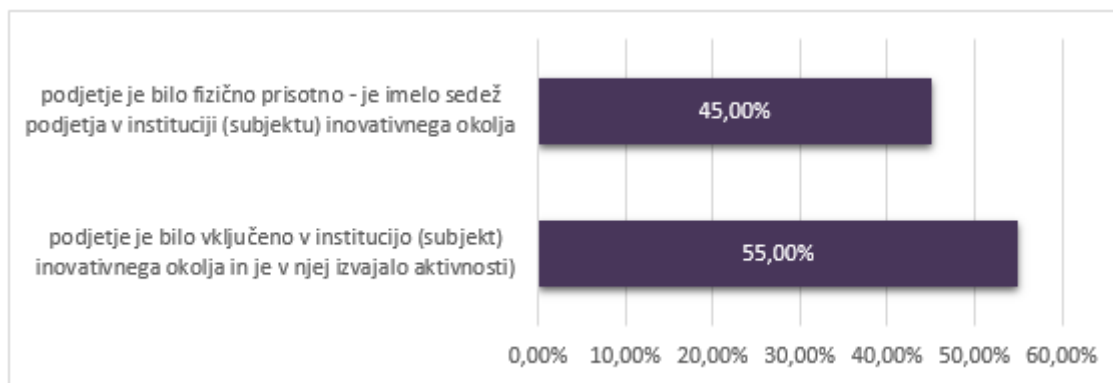
Tabela 13 prikazuje strukturo anketnih odgovorov glede na starost podjetja. Prevladujejo podjetja, stara od 5-6 let s 53 % deležem, sledijo podjetja, stara 6-7 let s 14 % deležem, podjetja, stara 8-9 let s 13 % deležem, podjetja, stara 9-10 let z 12 % deležem in podjetja, stara 7-8 let z 8 % deležem.

Tabela 13: Struktura anketnega vzorca podjetij po starosti

PODJETJA PO STAROSTI	delež podjetij v vzorcu
5-6 let	53,00%
6-7 let	14,00%
7-8 let	8,00%
8-9 let	13,00%
9-10 let	12,00%
SKUPAJ	100,00%

Podjetja, ki so se prijavila na javni razpis P2, so morala na nek način sodelovati z institucijo inovativnega okolja. V analizi odgovorov je 55 % podjetij s subjektom inovativnega okolja sodelovalo na način, da je v njem izvajalo aktivnosti, uporabljalo njegove storitve in se udeleževalo dogodkov, 45 % pa jih je bilo v subjektu inovativnega okolja fizično locirano, torej je tam imelo sedež podjetja, kar je razvidno iz slike 22.

Slika 22: Struktura anketnega vzorca podjetij, glede na obliko sodelovanja s SIO



5.3.2 Analiza podatkov anketne raziskave in preverjanje zastavljenih hipotez H2, H3 in H4

Z analizo anketne raziskave smo preverjali v uvodu zastavljene hipoteze H2, H3 in H4. Metodologijo in analizo podatkov anketne raziskave predstavljamo v nadaljevanju.

V anketni raziskavi smo anketirane spraševali po tem, kako pogosto se udeležujejo različnih dogodkov in delavnic, ki so organizirane v sklopu SIO in kako pogosto se poslužujejo njihovih storitev, kot so svetovanja, izobraževalni programi, podpora mentorjev itd. Anketirani so odgovore podali na 5 - stopenjski lestvici z ocenami od 1 do 5, kjer so posamezne vrednosti pomenile naslednje:

- 1: 1 x na leto,
- 2: 1 x na mesec,
- 3: 1 x na teden,

- 4: 1 x na dan in
- 5: večkrat na dan.

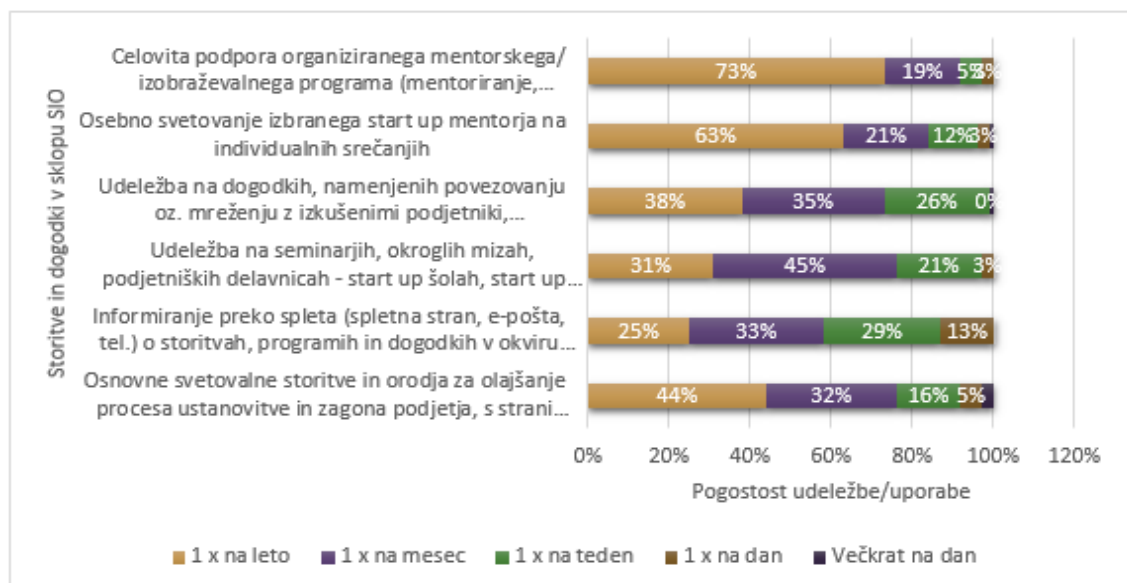
V tabeli 14 predstavljamo pridobljene podatke.

Tabela 14: Mere opisne statistike za pogostost udeležbe na dogodkih in uporabe storitev SIO

Opisne statistike					
	N	Minimum	Maksimum	Srednja vrednost	Standardni odklon
Osnovne svetovalne storitve in orodja za olajšanje procesa ustanovitve in zagona podjetja, s strani predstavnikov SIO	77	1	5	1,90	1,021
Informiranje preko spleta (spletna stran, e-pošta, tel.) o storitvah, programih in dogodkih v okviru SIO	77	1	4	2,30	,988
Udeležba na seminarjih, okroglih mizah, podjetniških delavnicah - start up šolah, start up vikendih, demo dnevih, "pitchingih" - pripravah na investicijo itd.	77	1	4	1,95	,793
Udeležba na dogodkih, namenjenih povezovanju oz. mreženju z izkušenimi podjetniki, potencialnimi investitorji, mentorji, zunanjimi strokovnjaki s področja podjetništva in ostalimi predstavniki start up ekosistema	77	1	5	1,92	,870
Osebno svetovanje izbranega start up mentorja na individualnih srečanjih	77	1	5	1,58	,951
Celovita podpora organiziranega mentorsko/izobraževalnega programa (mentoriranje, investicija, infrastruktura, promocija)	77	1	4	1,38	,708
Veljavni (N)	77				

Povprečne vrednosti odgovorov se gibljejo med 1,38 (1 x na leto) in 2,30 (1 x na mesec). Najvišja povprečna vrednost odgovorov nastopi pri informiranju preko spleta o dogodkih in storitvah v SIO, ($\bar{x} = 2,30$, standardni odklon $s = 0,988$), vrednosti so okrog povprečja razpršene za 0,988 točke. Najnižja povprečna vrednost odgovorov pa nastopi pri celoviti podpori organiziranega mentorsko izobraževalnega programa ($\bar{x} = 1,38$, $s = 0,708$). Vidimo torej, da anketirani na splošno redko uporabljajo storitve SIO in se udeležujejo dogodkov in tematskih delavnic, ki jih le-ti organizirajo. Rezultate prikazuje slika 23.

Slika 23: Frekvenčna porazdelitev pogostosti vključevanja podjetnikov v SIO



H2: Uspešnost poslovanja start up podjetja se razlikuje glede na njegovo vključenost v subjekte inovativnega okolja.

Hipotezo H2 smo preverili s pomočjo naslednjih podhipotez:

H2a: Pogostost informiranja in uporabe osnovnega svetovanja, ki ga nudi SIO, je pozitivno povezana z uspešnostjo poslovanja start up podjetja.

H2b: Udeležba na dogodkih, organiziranih v sklopu SIO (podjetniške delavnice, start up šole/vikendi, demo dnevi, »pitching«, tematska izobraževanja, »networking« dogodki idr.) je pozitivno povezana z uspešnostjo poslovanja start up podjetja.

H2c: Podpora mentorjev in mentorskih programov pozitivno vpliva na poslovanje podjetja.

Hipotezo H2 in pripadajoče podhipoteze smo preverili s korelacijsko analizo, kjer smo z izračunom Pearsonovega korelacijskega koeficienta ugotavljali, ali obstaja linearna povezanost med spremenljivko (x) = pogostost informiranja in uporabe osnovnega svetovanja SIO; pogostost udeležbe na dogodkih, organiziranih v sklopu SIO; podpora mentorjev in mentorskih programov; in spremenljivko (y) = uspešnost poslovanja podjetja ter jakost in smer povezanosti. Uspešnost poslovanja podjetja, smo, kot predhodno pri hipotezi H1, merili s spremembo vrednosti kazalnikov poslovanja tri leta od ustanovitve podjetja oz. njegove vključitve v SIO, glede na izhodiščno leto, in sicer:

- čistih prihodkov od prodaje,
- števila zaposlenih in
- dodane vrednosti podjetja.

Podatke o gibanju kazalnikov smo pridobili delno iz interne baze Sklada, delno pa iz javno dostopnih bilančnih podatkov AJ PES-a. Podatke o vključenosti podjetja v SIO smo pridobili s pomočjo anketne raziskave, na podlagi odgovorov anketiranih na vprašanje 3 anketnega vprašalnika (v prilogi 1), kjer smo jih spraševali, kako pogosto se udeležujejo raznih dogodkov in se poslužujejo storitev v sklopu SIO²⁵. Pogostost smo merili na podlagi ocen pogostosti, ki so jih anketirani podali na 5 - stopenjski lestvici, kjer 1 pomeni 1 x na leto, 5 pa pomeni večkrat na dan.

V nadaljevanju prikazujemo preveritev zastavljenih podhipotez z uporabo Pearsonovega korelacijskega koeficienta (r), ločeno za vsak kazalnik poslovanja. Koeficient korelacije meri moč linearne povezanosti med numeričnimi spremenljivkami. Vrednosti Pearsonovega koeficienta korelacije se gibljejo od -1 do +1, pri čemer -1 pomeni popolno negativno linearno povezanost, 0 pomeni, da linearna povezanost ne obstaja, +1 pa pomeni popolno pozitivno linearno povezanost med spremenljivkami. Pri vrednostih r velja (Field, 2005, str. 32), da je pri vrednosti $r = 0,10$ nizka povezanost, pri $r = 0,30$ srednja povezanost in pri $r = 0,50$ visoka povezanost.

²⁵ Za preveritev hipoteze H2 smo lahko uporabili 46 popolno izpolnjenih anketnih vprašalnikov, v katerih so anketirani navedli tudi naziv podjetja.

- Povezanost med pogostostjo informiranja in uporabe osnovnega svetovanja SIO in uspešnostjo poslovanja start up podjetja

Pogostost informiranja in uporabe osnovnega svetovanja SIO smo merili z dvema vprašanjema, in sicer “osnovne svetovalne storitve in orodja za olajšanje procesa ustanovitve in zagona podjetja s strani predstavnikov SIO” in “informiranje preko spleta (spletna stran, e-pošta, telefon) o storitvah, programih in dogodkih v okviru SIO”.

Tabela 15 : Izračun Pearsonovega korelacijskega koeficienta za pogostost informiranja in uporabe osnovnega svetovanja SIO v povezavi z uspešnostjo poslovanja start up podjetja

Povezanosti						
		kako pogosto: Osnovne svetovalne storitve in orodja za olajšanje procesa ustanovitve in zagona podjetja, s strani predstavnikov inkubatorja/pospeše valnika/tehnološkega parka	Prosim ocenite, kako pogosto: Informiranje preko spleta (spletna stran, e-pošta, tel.) o storitvah, programih in dogodkih v okviru inkubatorja/ pospeševalnika/tehn ološkega parka	Povečanje vrednosti prihodkov	Povečanje števila zaposlenih	Povečanje dodane vrednosti podjetja
Prosim ocenite, kako pogosto: Osnovne svetovalne storitve in orodja za olajšanje procesa ustanovitve in zagona podjetja, s strani predstavnikov inkubatorja/	Pearsonov koeficient korelacije	1	,388	0,270	0,109	,392
	Sig. (2-stransko)		0,019	0,111	0,527	0,018
	N	46	46	46	46	46
Prosim ocenite, kako pogosto: Informiranje preko spleta (spletna stran, e-pošta, tel.) o storitvah, programih in dogodkih v okviru inkubatorja/pospeševalnika/tehnološkega parka	Pearsonov koeficient korelacije	,388	1	0,154	0,311	,344
	Sig. (2-stransko)	0,019		0,371	0,085	0,040
	N	46	46	46	46	46
Povečanje vrednosti prihodkov	Pearsonov koeficient korelacije	0,270	0,154	1	,574	,749
	Sig. (2-stransko)	0,111	0,371		0,000	0,000
	N	46	46	46	46	46
Povečanje števila zaposlenih	Pearsonov koeficient korelacije	0,109	0,311	,574	1	,675
	Sig. (2-stransko)	0,527	0,085	0,000		0,000
	N	46	46	46	46	46
Povečanje dodane vrednosti podjetja	Pearsonov koeficient korelacije	,392	,344	,749	,675	1
	Sig. (2-stransko)	0,018	0,040	0,000	0,000	
	N	46	46	46	46	46

*. Povezanost je statistično značilna pri stopnji 0.05 (2-stransko).

**. Povezanost je statistično značilna pri stopnji 0.01(2-stransko).

Rezultat korelacijske analize v tabeli 15 prikazuje, da je pogostost uporabe osnovnih svetovalnih storitev s strani predstavnikov SIO statistično značilno povezana s povečanjem dodane vrednosti start up podjetja. Povezanost je značilna pri stopnji 0,05 (Sig. 2-stransko oz. $p \leq 0,05$), je pozitivna in srednje močna ($r = 0,392$). Uspeli smo dokazati, da je pogostejša uporaba osnovnih svetovalnih storitev s strani predstavnikov SIO pozitivno povezana z večjim povečanjem dodane vrednosti podjetja. Uporaba osnovnih svetovalnih storitev s strani predstavnikov SIO pa ni statistično značilno povezana z ostalima dvema kazalnikoma uspešnosti poslovanja start up podjetja.

Rezultat korelacijske analize prav tako prikazuje, da je pogostost informiranja preko spleta o storitvah in dogodkih v sklopu SIO statistično značilno povezana s povečanjem dodane vrednosti start up podjetja. Povezanost je značilna pri stopnji 0,05 ($p \leq 0,05$), je pozitivna in srednje močna ($r = 0,344$). Uspeli smo dokazati, da je pogostejše informiranje preko spleta o storitvah, programih in dogodkih s sklopu SIO pozitivno povezano z večjim povečanjem dodane vrednosti podjetja. Pogostost informiranja preko spleta o

storitvah in dogodkih v sklopu SIO pa ni statistično značilno povezana z ostalima dvema kazalnikoma uspešnosti poslovanja start up podjetja.

Na osnovi predstavljenih rezultatov lahko podhipotezo H2a (*Pogostost informiranja in uporabe osnovnega svetovanja, ki ga nudi SIO, je pozitivno povezana z uspešnostjo poslovanja start up podjetja*) potrdimo delno.

- Povezanost med pogostostjo udeležbe na dogodkih, organiziranih v sklopu SIO in uspešnostjo poslovanja start up podjetja

Pogostost udeležbe na dogodkih, organiziranih v sklopu SIO smo merili z dvema vprašanjem, in sicer »udeležba na seminarjih, okroglih mizah, podjetniških delavnicah - start up šolah, start up vikendih, demo dnevih, "pitchingih" - pripravah na investicijo« in »udeležba na dogodkih, namenjenih povezovanju oz. mreženju z izkušenimi podjetniki, potencialnimi investitorji, mentorji, zunanjimi strokovnjaki s področja podjetništva in ostalimi predstavniki start up ekosistema«.

Tabela 16: Izračun Pearsonovega korelacijskega koeficienta za pogostost udeležbe na dogodkih v sklopu SIO v povezavi z uspešnostjo poslovanja start up podjetja

Povezanosti						
		Prosim ocenite, kako pogosto: Udeležba na seminarjih, okroglih mizah, podjetniških delavnicah - start up šolah, start up vikendih, demo dnevih, "pitchingih" - pripravah na investicijo itd.	Prosim ocenite, kako pogosto: Udeležba na dogodkih, namenjenih povezovanju oz. mreženju z izkušenimi podjetniki, potencialnimi investitorji, mentorji, zunanjimi strokovnjaki s področja podjetništva in ostalimi predstavniki start up ekosistema	Povečanje vrednosti prihodkov	Povečanje števila zaposlenih	Povečanje dodane vrednosti podjetja
Prosim ocenite, kako pogosto: Udeležba na seminarjih, okroglih mizah, podjetniških delavnicah - start up šolah, start up vikendih, demo dnevih, "pitchingih" - pripravah na investicijo itd.	Pearsonov koeficient korelacije	1,00	,738**	,347*	0,28	,541**
	Sig. (2-stransko)		0,00	0,04	0,10	0,00
	N	46,00	46,00	46,00	46,00	46,00
Prosim ocenite, kako pogosto: Udeležba na dogodkih, namenjenih povezovanju oz. mreženju z izkušenimi podjetniki, potencialnimi investitorji, mentorji, zunanjimi	Pearsonov koeficient korelacije	,738**	1,00	0,18	0,28	,388*
	Sig. (2-stransko)		0,00	0,29	0,10	0,02
	N	46,00	46,00	46,00	46,00	46,00
Povečanje vrednosti prihodkov	Pearsonov koeficient korelacije	,347*	0,18	1,00	,574**	,749**
	Sig. (2-stransko)		0,04	0,29	0,00	0,00
	N	46,00	46,00	46,00	46,00	46,00
Povečanje števila zaposlenih	Pearsonov koeficient korelacije	0,28	0,28	,574**	1,00	,675**
	Sig. (2-stransko)		0,10	0,10	0,00	0,00
	N	46,00	46,00	46,00	46,00	46,00
Povečanje dodane vrednosti podjetja	Pearsonov koeficient korelacije	,541**	,388*	,749**	,675**	1,00
	Sig. (2-stransko)		0,00	0,00	0,00	0,00
	N	46,00	46,00	46,00	46,00	46,00

**Povezanost je statistično značilna pri stopnji 0.01 (2-stransko).

* Povezanost je statistično značilna pri stopnji 0.05 (2-stransko).

Rezultat korelacijske analize v tabeli 16 prikazuje, da je pogostost udeležbe na seminarjih, okroglih mizah, podjetniških delavnicah in podobnih dogodkih statistično značilno povezana s povečanjem dodane vrednosti start up podjetja in povečanjem vrednosti prihodkov. Povezanost s povečanjem vrednosti prihodkov je značilna pri stopnji 0,05 ($p \leq 0,05$), je pozitivna in srednje močna ($r = 0,347$). Povezanost s povečanjem dodane vrednosti podjetja je značilna pri stopnji 0,01 ($p \leq 0,01$), je pozitivna in močna ($r = 0,541$). Uspeli smo dokazati, da je pogostostejša udeležba na seminarjih, okroglih mizah,

podjetniških delavnicah in podobnih dogodkih povezana z večjim povečanjem dodane vrednosti start up podjetja in močno povezana z večjim povečanjem vrednosti prihodkov. Udeležba na seminarjih, okroglih mizah, podjetniških delavnicah in podobnih dogodkih pa ni statistično značilno povezana s kazalnikom število zaposlenih.

Rezultat korelacijske analize prav tako prikazuje, da je pogostost udeležbe na dogodkih, namenjenih povezovanju oz. mreženju s predstavniki start up ekosistema, statistično značilno povezana s povečanjem dodane vrednosti start up podjetja. Povezanost je značilna pri stopnji 0,05 ($p \leq 0,05$), je pozitivna in srednje močna ($r = 0,388$). Uspeli smo dokazati, da je pogostejša udeležba na dogodkih, namenjenih povezovanju oz. mreženju s predstavniki start up ekosistema, povezana z večjim povečanjem dodane vrednosti start up podjetja. Udeležba na dogodkih, namenjenih povezovanju oz. mreženju s predstavniki start up ekosistema, pa ni statistično značilno povezana z ostalima dvema kazalnikoma uspešnosti poslovanja start up podjetja.

Na osnovi predstavljenih rezultatov lahko podhipotezo H2b (*Udeležba na dogodkih, organiziranih v sklopu SIO (podjetniške delavnice, start up šole/vikendi, demo dnevi, »pitching«, tematska izobraževanja, »networking« dogodki idr.) je pozitivno povezana z uspešnostjo poslovanja start up podjetja*) potrdimo delno.

- Povezanost med pogostostjo podpore mentorjev in organiziranih mentorskih programov in uspešnostjo poslovanja start up podjetja

Pogostost podpore mentorjev in organiziranih mentorskih programov smo merili z dvema vprašanjema, in sicer »osebno svetovanje izbranega start up mentorja na individualnih srečanjih« in »celovita podpora organiziranega mentorskega/izobraževalnega programa (mentoriranje, investicija, infrastruktura, promocija)«.

Rezultat korelacijske analize v tabeli 17 prikazuje, da je pogostost osebnega svetovanja izbranega start up mentorja na individualnih srečanjih statistično značilno povezana s povečanjem dodane vrednosti start up podjetja. Povezanost značilna pri stopnji 0,05 ($p \leq 0,05$), je pozitivna in srednje močna ($r = 0,387$). Uspeli smo dokazati, da je pogostejše osebno svetovanje izbranega start up mentorja na individualnih srečanjih povezano z večjim povečanjem dodane vrednosti start up podjetja. Osebno svetovanje izbranega start up mentorja na individualnih srečanjih pa ni statistično značilno povezano z ostalima dvema kazalnikoma uspešnosti poslovanja start up podjetja.

Rezultat korelacijske analize prav tako prikazuje, da je pogostost celovite podpore organiziranega mentorskega/izobraževalnega programa statistično značilno povezana z vsemi tremi kazalniki, povečanjem vrednosti prihodkov, povečanjem števila zaposlenih in povečanjem dodane vrednosti start up podjetja. Vse tri povezanosti so značilne pri stopnji 0,01 ($p \leq 0,01$), so pozitivne, povezanost s povečanjem vrednosti prihodkov je srednje močna ($r = 0,443$), povezanosti s povečanjem števila zaposlenih in povečanjem dodane vrednosti start up podjetja pa sta močni ($r = 0,533$, $r = 0,576$). Uspeli smo dokazati, da je pogostejša celovita podpora organiziranega mentorskega/izobraževalnega programa povezana z večjim povečanjem prihodkov, števila zaposlenih in dodane vrednosti start up podjetja.

Tabela 17: Izračun Pearsonovega korelacijskega koeficienta za pogostost podpore mentorjev in organiziranih mentorskih progamov in uspešnostjo poslovanja start up podjetja

Povezanosti						
		Prosim ocenite, kako pogosto: Osebnostno svetovanje izbranega start up mentorja na individualnih srečanjih	Prosim ocenite, kako pogosto: Celovita podpora organiziranega mentorskega/ izobraževalnega programa (mentoriranje, investicija, infrastruktura, promocija) - npr. Go:global, Start up	Povečanje vrednosti prihodkov	Povečanje števila zaposlenih	Povečanje dodane vrednosti podjetja
Prosim ocenite, kako pogosto: Osebnostno svetovanje izbranega start up mentorja na individualnih srečanjih	Pearsonov koeficient korelacije	1	0,297	0,219	0,206	,387
	Sig. (2-stransko)		0,078	0,200	0,228	0,020
	N	46	46	46	46	46
Prosim ocenite, kako pogosto: Celovita podpora organiziranega mentorskega/ izobraževalnega programa (mentoriranje, investicija, infrastruktura, promocija) - npr. Go:global, Start up Geek House,	Pearsonov koeficient korelacije	0,297	1	,443	,533	,576
	Sig. (2-stransko)	0,078		0,007	0,001	0,000
	N	46	46	46	46	46
Povečanje vrednosti prihodkov	Pearsonov koeficient korelacije	0,219	,443	1	,574	,749
	Sig. (2-stransko)	0,200	0,007		0,000	0,000
	N	46	46	46	46	46
Povečanje števila zaposlenih	Pearsonov koeficient korelacije	0,206	,533	,574	1	,675
	Sig. (2-stransko)	0,228	0,001	0,000		0,000
	N	46	46	46	46	46
Povečanje dodane vrednosti podjetja	Pearsonov koeficient korelacije	,387	,576	,749	,675	1
	Sig. (2-stransko)	0,020	0,000	0,000	0,000	
	N	46	46	46	46	46

*. Povezanost je statistično značilna pri stopnji 0.05 (2-stransko).

** Povezanost je statistično značilna pri stopnji 0.01 (2-stransko).

Na osnovi predstavljenih rezultatov lahko podhipotezo H2c (*Podpora mentorjev in mentorskih programov pozitivno vpliva na poslovanje podjetja*) potrdimo.

Iz preveritve vseh treh podhipotez izhaja, da hipotezo H2 (*Uspešnost poslovanja start up podjetja se razlikuje glede na njegovo vključenost v subjekte inovativnega okolja*) potrdimo delno.

V nadaljevanju preverjamo hipotezo H3.

H3: Najpogostejša ovira, s katero se srečujejo podjetniki v začetnih razvojnih fazah, je pomanjkanje finančnih virov za financiranje zagona podjetja.

Hipotezo H3 smo preverili z odgovori na zaprti tip vprašanja, kjer so anketiranci izbirali enega izmed podanih možnih odgovorov. Uporabili smo univariatno statistiko, kjer smo na osnovi deležev ugotavljali pogostost posameznih ovir, s katerimi se podjetniki srečujejo v začetnih fazah zagona in razvoja podjetja.

Iz tabele 18 vidimo, da je kot najpogostejšo oviro v začetnih fazah poslovanja podjetja navedlo visoke začetne stroške poslovanja 19 % anketiranih, nezadostne vire financiranja 39 % anketiranih, pomanjkanje podjetniških spretnosti 4 % anketiranih, pridobivanje prvih kupcev 15 % anketiranih, nepoznavanje možnosti koriščenja državnih spodbud 3 % anketiranih, nezaupanje potencialnih investorjev v uspeh podjetja 5 % anketiranih, pomanjkanje specifičnih/tehnoloških znanj 2 % anketiranih, pomanjkanje usposobljenih

kadrov 2 % anketiranih in pomanjkanje socialnega kapitala (poslovnih kontaktov podjetnikov, investorjev) 2 % anketiranih. Nihče od anketiranih ni navedel nepoznavanja konkurence na trgu kot največje začetne ovire.

Tabela 18: Frekvenčna porazdelitev spremenljivke za hipotezo H3

Izmed podanih možnosti izberite najpogostejšo oviro, s katero ste se srečevali ob zagonu vašega podjetja:

	Frekvenca	Odstotek	Odstotek veljavnih	Kumulativni odstotek
Veljavni visoki začetni stroški poslovanja	19	19,0	20,9	20,9
nezadostni viri financiranja	39	39,0	42,8	63,7
pomanjkanje podjetniških spretnosti	4	4,0	4,4	68,1
pridobivanje prvih kupcev	15	15,0	16,5	84,6
nepoznavanje možnosti koriščenja državnih spodbud	3	3,0	3,3	87,9
nezaupanje potencialnih investorjev v uspeh podjetja	5	5,0	5,5	93,4
pomanjkanje specifičnih/tehnoloških znanj	2	2,0	2,2	95,6
pomanjkanje usposobljenih kadrov	2	2,0	2,2	97,8
pomanjkanje socialnega kapitala (poslovnih kontaktov podjetnikov, investorjev)	2	2,0	2,2	100,0
Skupaj	91	91,0	100,0	
Manjkajoči Prekinjeno	9	9,0		
Skupaj	100	100,0		

Največji delež odgovorov, kar 39 %, pripada oviri nezadostni viri financiranja, kar pomeni, da lahko hipotezo H3 (*Najpogostejša ovira, s katero se srečujejo podjetniki v začetnih razvojnih fazah, je pomanjkanje finančnih virov za financiranje zagona podjetja*) potrdimo.

Naj to ugotovitev dopolnimo s podatkom iz raziskave slovenskih podjetij in značilnosti start up ekosistema, ki sta jo v letu 2015 izvedla Močnik in Rus, (2016, str. 11), kjer start up podjetja navajajo glavne vire financiranja. Ugotovitve raziskave ne odstopajo bistveno od dosedanjih spoznanj številnih študij, ki so proučevale značilnosti financiranja start up podjetij. Start upi so namreč v največjem deležu (62,2 %) kot vir financiranja navedli lastne vire soustanoviteljev, družine, prijateljev in drugih povezanih oseb. Kot naslednji najpogostejše angažirani viri nso navedli zadržane dobičke start upov (52,6 %), nato formalne in neformalne investitorje, kot so poslovni angeli in skladi tveganega kapitala (46,8 %) in strateške partnerje (45,5 %). Pri tem pa ne gre spregledati vloge države predvsem v povezavi s Slovenskim podjetniškim skladom, saj je bilo kar 40,4 % start up podjetij deležnih zagonske spodbude P2, prav tako pa je 25 % start up podjetij prejelo tudi povratne finančne produkte Sklada, kot sta obliki financiranja s semenskim kapitalom SK50 oz. SK75 in SK200. Naj omenimo še, da največji delež start up podjetij kot potreben nedenarni vir omenja poslovne povezave in mreže (76,9 %), nadalje človeški kapital v obliki kakovostnih sodelavcev (76,3 %) in specialistično znanje (33,3 %).

V nadaljevanju preverjamo hipotezo H4, ki se glasi:

H4: Podjetniki ocenjujejo, da je slovensko podporno okolje za start up podjetništvo dobro razvito.

Kako podjetniki, ki se aktivno vključujejo v podporno podjetniško okolje, le-tega ocenjujejo? S katerimi storitvami in pogoji so zadovoljni in kaj je šibka točka slovenskega start up ekosistema, oz. česa v njem primanjkuje?

Na ta vprašanja smo poskušali odgovoriti s pomočjo 5 - stopenjske likertove lestvice, na kateri so anketirani z oceno od 1 do 5 ocenili njihovo jakost strinjanja s 16 podanimi trditvami, ki opisujejo podporno okolje za start up podjetja v Sloveniji. Pri tem 1 pomeni popolno nestrinjanje s trditvijo, 5 pa pomeni popolno strinjanje s trditvijo. Hipotezo bomo potrdili ob pogoju, da bo povprečna vrednost odgovorov znašala 3 ali več.

Za preverjanje zanesljivosti podanih trditev smo uporabili test zanesljivosti, ki pokaže vrednost Cronbachovega koeficienta alfa. Najbolj strogo merilo za zanesljivost vprašalnika je, da je vrednost koeficienta alfa enaka ali večja od 0,8. Za teste stališč, kakršen je naš, naj bi bil vprašalnik dovolj zanesljiv, če njegova vrednost znaša 0,7. Izračune Cronbachovih koeficientov prikazujemo v prilogi 2.

Tabela 19: Mere opisne statistike za trditve, ki opisujejo slovenski start up ekosistem

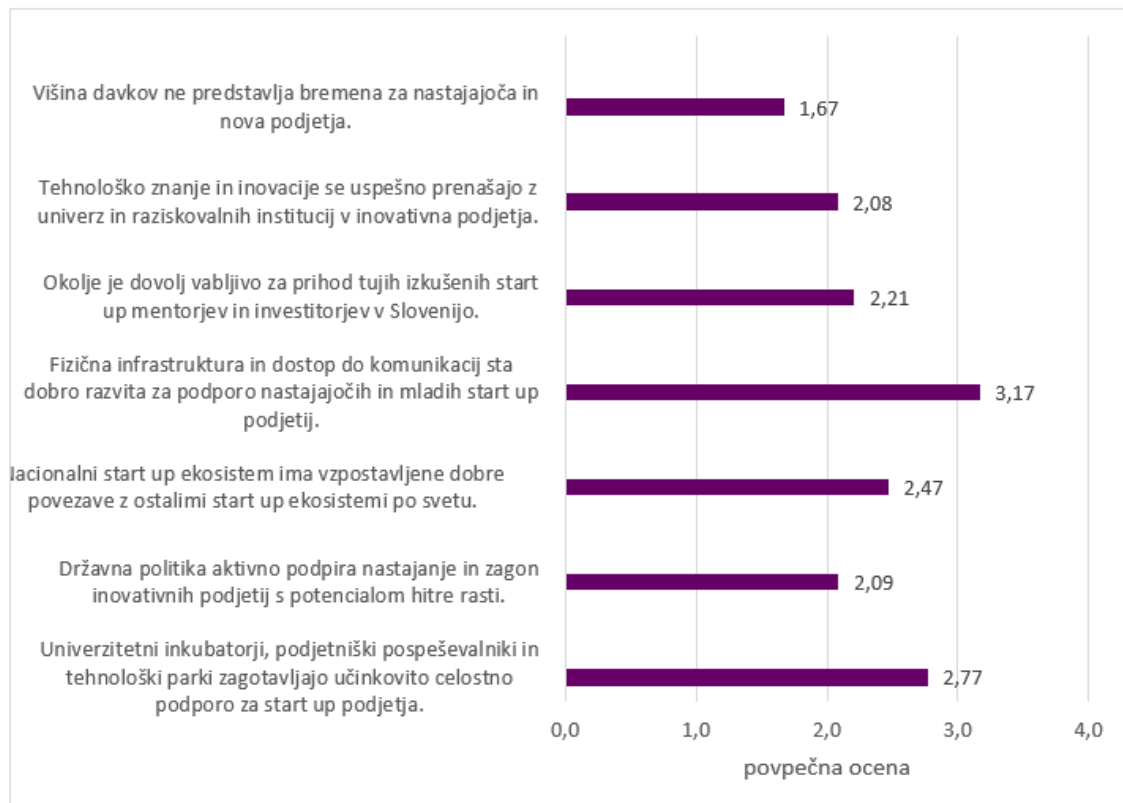
Opisne statistike					
	N	Minimum	Maksimum	Srednja vrednost	Standardni odklon
1. Univerzitetni inkubatorji, podjetniški pospeševalniki in tehnološki parki zagotavljajo učinkovito celostno podporo za start up podjetja.	94	1	5	2,77	1,056
2. V Sloveniji je dovolj podjetniških dogodkov/nagrad za spodbujanje in podporo podjetniškim talentom.	96	1	5	2,58	1,077
3. Državna politika aktivno podpira nastajanje in zagon inovativnih podjetij s potencialom hitre rasti.	94	1	4	2,09	,919
4. Tehnološko znanje in inovacije se uspešno prenašajo z univerz in raziskovalnih institucij v inovativna podjetja.	96	1	4	2,08	,975
5. Nacionalni start up ekosistem ima vzpostavljene dobre povezave z ostalimi start up ekosistemi po svetu.	94	1	4	2,47	,896
6. Fizična infrastruktura in dostop do komunikacij sta dobro razvita za podporo nastajajočih in mladih start up podjetij.	96	1	5	3,17	1,124
7. Izobraževalni programi v inkubatorjih, pospeševalnikih in tehnoloških parkih so dobro razviti za podporo start up podjetij v vseh fazah razvoja.	96	1	5	2,65	1,031
8. Nacionalni izobraževalni sistem spodbuja mlade k ustanavljanju novih podjetij.	96	1	5	2,31	1,210
9. Družbena omrežja spodbujajo mreženje in povezovanje podobno mislečih podjetnikov.	96	1	5	3,31	1,003
10. Investicije poslovnih angelov in drugih zasebnih investitorjev se v Sloveniji hitro povečujejo.	96	1	5	1,94	,899
11. Na voljo je dovolj sredstev semenskega in tveganega kapitala javnih investitorjev (javni skladi, kombinacija javno - zasebnega kapitala)	96	1	5	2,04	0,999
12. Okolje je dovolj vablivo za prihod tujih izkušenih start up mentorjev in investitorjev v Slovenijo.	96	1	5	2,21	1,117
13. Mediji in medijski dogodki veliko namenijo promociji mladih inovativnih podjetnikov.	96	1	5	2,58	1,017
14. Zaposleni svetovalci v institucijah podpornega okolja (SIO) so strokovno dobro usposobljeni za podporo nastajajočih in mladih start up podjetij.	96	1	5	2,77	1,085
15. Višina davkov ne predstavlja bremena za nastajajoča in nova podjetja.	96	1	5	1,67	1,047
16. Na voljo je dovolj finančnih spodbud za nastajajoča in mlada inovativna podjetja.	96	1	5	2,02	1,090
Veljavni (N)	94				

Iz tabele 19 lahko vidimo, da se povprečne vrednosti odgovorov gibljejo med 1,67 in 3,31. Najvišja povprečna vrednost odgovorov oz. največje strinjanje nastopi pri trditvi »Družbena omrežja spodbujajo mreženje in povezovanje podobno mislečih podjetnikov», kjer le-ta znaša 3,31, standardni odklon $s = 1,003$. Najnižja povprečna vrednost odgovorov oz. najmanjše strinjanje pa nastopi pri trditvi »Višina davkov ne predstavlja bremena za nastajajoča in nova podjetja.», kjer znaša 1,67, standardni odklon $s = 1,047$. Standardni odklon ponazarja razpršenost odgovorov okrog povprečne vrednosti. Najmanj so odgovori razpršeni pri trditvi »Nacionalni start up ekosistem ima vzpostavljene dobre povezave z ostalimi start up ekosistemi po svetu», kjer je vrednost standardnega odklona $s = 0,896$, najbolj pa pri trditvi »Nacionalni izobraževalni sistem spodbuja mlade k ustanavljanju novih podjetij», kjer znaša $s = 1,210$.

Da bi pridobili splošno oceno razvitosti slovenskega podpornega okolja za start up podjetništvo, smo trditve uvrstili v štiri sklope oz. elemente podpornega okolja, in sicer: Infrastruktura/okolje, Dostop do finančnih virov, Podjetniško izobraževanje in Podpora medijev, za katere smo na podlagi ocen trditve v posameznem sklopu izračunali skupno oceno razvitosti posameznega elementa. Tako tudi lažje ponazarjamo rezultate.

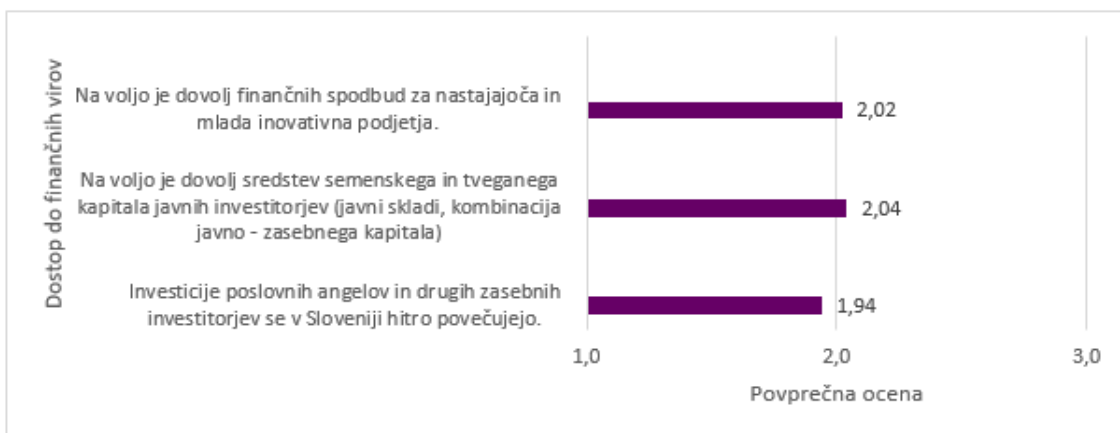
Prvi sklop Infrastruktura/okolje vsebuje 7 trditve, in sicer trditve 15, 4, 12, 6, 5, 3 in 1. Povprečne vrednosti odgovorov se gibljejo med 1,67 in 3,17, kar predstavlja sorazmerno velik razpon med trditvami tega sklopa. Najmanj so anketirani zadovoljni z davčno ureditvijo za start up podjetja ($\bar{x} = 1,67$, $s = 1,047$), najbolj pa z fizično infrastrukturo in dostopom do telekomunikacij v start up ekosistemu ($\bar{x} = 3,17$, $s = 1,124$). Test zanesljivosti za lestvico stališč vsebuje 7 trditve, koeficient Cronbach alfa znaša 0,579. Ker je njegova vrednost nižja od 0,7, rezultate obravnavamo z določeno mero previdnosti. Rezultate prikazuje slika 24.

Slika 24: Povprečne vrednosti odgovorov za sklop 1: Infrastruktura/okolje



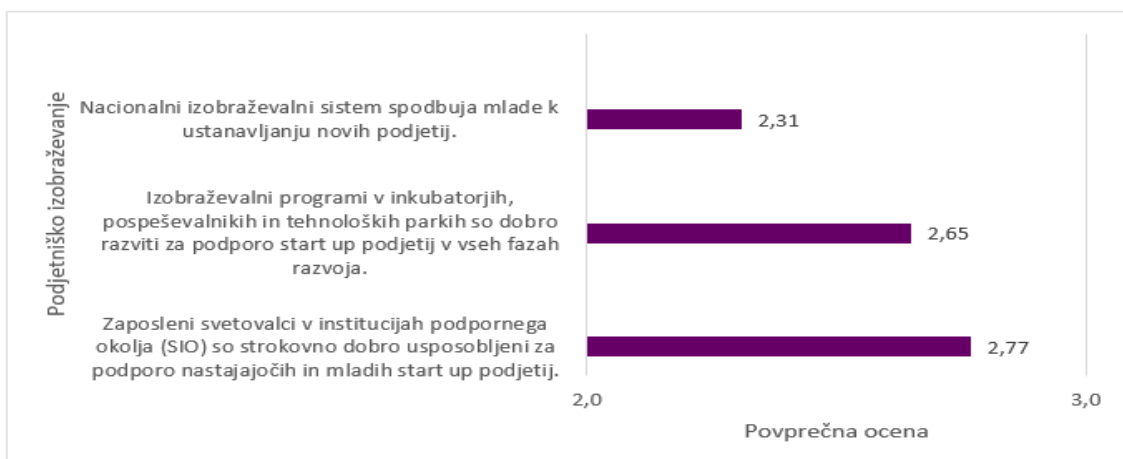
Drugi sklop trditve oz. element podpornega okolja Dostop do finančnih virov vsebuje 3 trditve, to so trditve 10, 11 in 16. Povprečne vrednosti odgovorov se gibljejo med 1,94 in 2,02, kar je razvidno iz slike 25. Opazimo lahko, da so si vrednosti med posameznimi trditvami tega sklopa zelo blizu. Najnižje so ocenjene investicije poslovnih angelov in drugih zasebnih investitorjev ($\bar{x} = 1,94$, $s = 0,899$), anketirani so torej mnenja, da jih med vrstami finančnih virov za start up podjetja najbolj primanjkuje. Najbolj pa se strinjajo s trditvijo, da je na voljo dovolj sredstev semenskega in tveganega kapitala javnih investitorjev (kot je Slovenski podjetniški sklad), ($\bar{x} = 2,04$, $s = 0,999$). Nizke povprečne vrednosti v tem sklopu si lahko razlagamo tako, da je v slovenskem ekosistemu na splošno primanjkljaj finančnih virov za mlada inovativna podjetja. Test zanesljivosti za lestvico stališč vsebuje 3 trditve, koeficient Cronbach alfa znaša 0,365. Ker je njegova vrednost nižja od 0,7, rezultate obravnavamo s precejšnjo mero previdnosti.

Slika 25: Povprečne vrednosti odgovorov za sklop 2: Dostop do finančnih virov



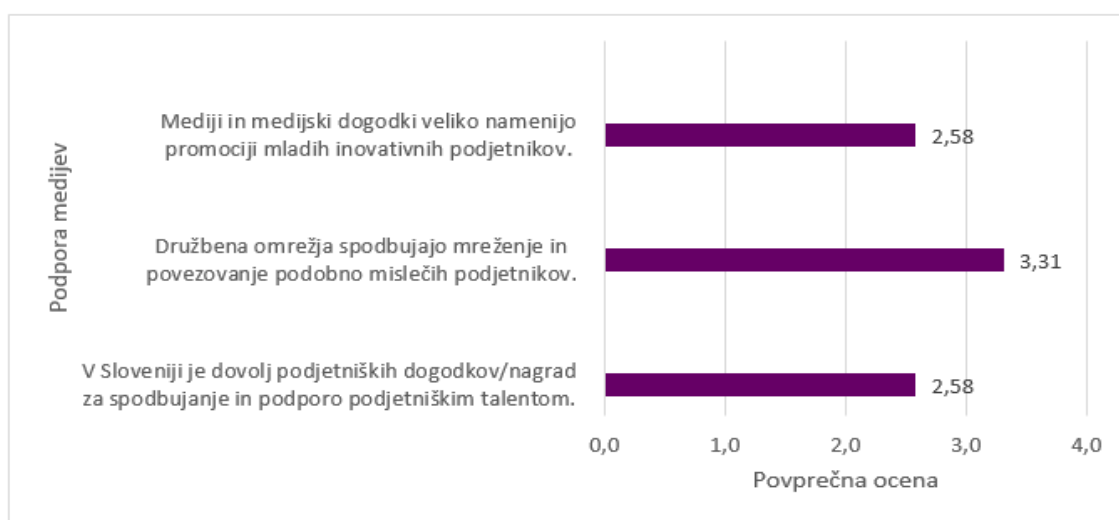
Tretji sklop Podjetniško izobraževanje vsebuje 3 trditve, in sicer trditve 8, 7 in 14. . Povprečne vrednosti odgovorov se gibljejo med 2,31 in 2,77, kar prikazuje slika 26. V najmanjši meri anketirani menijo, da nacionalni izobraževalni sistem spodbuja mlade k ustanavljanju novih podjetij ($\bar{x} = 2,31$, $s = 1,210$), najvišje pa ocenjujejo, da so zaposleni svetovalci v institucijah podpornega okolja (SIO) strokovno dobro usposobljeni za podporo nastajajočih in start up podjetij ($\bar{x} = 2,77$, $s = 1,085$). Test zanesljivosti za lestvico stališč vsebuje 3 trditve, koeficient Cronbach alfa znaša 0,427. Ker je njegova vrednost nižja od 0,7, rezultate obravnavamo z določeno mero previdnosti.

Slika 26: Povprečne vrednosti odgovorov za sklop 3: Podjetniško izobraževanje



Četrty sklop oz. element podpornega okolja Podpora medijev vsebuje tri trditve, in sicer trditev 13, 9 in 2. Povprečne vrednosti odgovorov se gibljejo med 2,58 in 3,31, kar kaže na najvišje povprečne vrednosti med posameznimi sklopi. Z dvema trditvama se anketirani strinjajo v enaki meri ($\bar{x} = 2,58$, $s = 1,017$ in $1,077$), odgovori pa so manj razpršeni pri trditvi “Mediji in medijski dogodki veliko namenijo promociji mladih inovativnih podjetnikov”. Najbolje je ocenjena trditev “Družbena omrežja spodbujajo mreženje in povezovanje podobno mislečih podjetnikov”, ki je tudi najvišje ocenjena trditev med vsemi šestnajstimi podanimi trditvami o podpornem okolju ($\bar{x} = 3,31$, $s = 1,003$). Rezultati kažejo na to, da gre najboljšo oceno oz. največjo razvitost v ekosistemu pripisati prav medijski podpori, kar vključuje družbena omrežja, poročanja medijev, medijske dogodke in nagrade, ki so na le-teh podeljene. Test zanesljivosti za lestvico stališč vsebuje 3 trditve, koeficient Cronbach alfa znaša 0,515. Ker je njegova vrednost nižja od 0,7, rezultate obravnavamo z določeno mero previdnosti. Rezultate prikazuje slika 27.

Slika 27: Povprečne vrednosti odgovorov za sklop 4: Podpora medijev

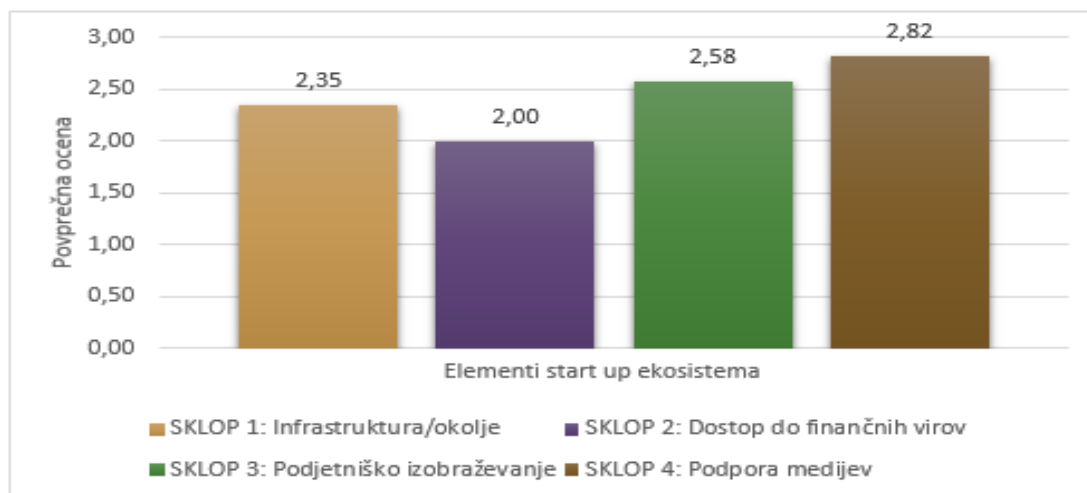


Na sliki 28 so prikazane povprečne ocene posameznih elementov podporega okolja za start up podjetništvo, in sicer:

- Infrastruktura/okolje: 2,35
- Dostop do finančnih virov: 2,00
- Podjetniško izobraževanje: 2,58
- Podpora medijev: 2,82.

Rezultati prikazujejo, da je po mnenju anketiranih podjetnikov start up ekosistem najbolj razvit pri elementu podpora medijev, povprečna ocena strinjanja s trditvami tega sklopa znaša 2,82, najmanj razvit pa pri elementu dostop do finančnih virov, kjer je povprečna ocena 2,00. V nasprotju z našimi predvidevanji so povprečne vrednosti odgovorov vseh posameznih sklopov znašale pod vrednostjo 3. Hipotezo H4 (*Podjetniki ocenjujejo, da je slovensko podporno okolje za start up podjetništvo dobro razvito*) torej v celoti zavrzemo.

Slika 28: Prikaz povprečnih vrednosti odgovorov za posamezne sklope start up ekosistema



Analizo lahko sklenemo z ugotovitvijo, da so področja, ki bi jih bilo najbolj smiselno regulirati z vidika anketiranih, naslednja:

- znižanje davčnih bremen za nastajajoča in nova podjetja,
- pospešitev razvoja in obsega investicij poslovnih angelov in drugih zasebnih investitorjev v Sloveniji
- nameniti več finančnih spodbud za nastajajoča in mlada inovativna podjetja
- povečati obseg sredstev semenskega in tveganega kapitala javnih investitorjev - javnih skladov in kombinacije javno-zasebnega partnerstva (javnih in zasebnih investitorjev)
- povečati učinkovitost prenosa tehnološkega znanja z univerz in raziskovalnih institucij v inovativna podjetja.

Za primerjavo oz. dodatek k našim ugotovitvam lahko pogledamo oceno start up okolja z vidika anketiranih start up podjetij v raziskavi značilnosti slovenskega start up ekosistema (Močnik & Rus, 2016, str. 11), po kriteriji, kako dobro po njihovem mnenju predstavniki slovenske politike poznajo problematiko nastajanja in izgradnje start up podjetij. Le 2,5 % start upov je mnenja, da predstavniki politike zelo dobro oziroma dobro poznajo problematiko start upov, 35,9 % vprašanih meni, da je poznavanje start up problematike s strani politikov slabo, celo 36,5 % pa jih meni, da je zelo slabo. Nekoliko boljše oceno je za svojo podporo start up ekosistemu dobila slovenska vlada, katero 4,5 % start upov ocenjuje kot zelo dobro in 14,7 % kot dobro. Le 15,4 % start upov ocenjuje podporo vlade start up ekosistemu kot zelo slabo. Start up podjetniki so zelo kritični tudi do slovenskih univerz, kako le-te spodbujajo podjetniško razmišljanje in aktivacijo talentov, saj te aktivnosti univerz kot zelo dobro oziroma dobro ocenjuje le 14,2 % anketiranih podjetnikov. Kar 51 % jih meni, da univerze te podporne aktivnosti izvajajo slabo oziroma zelo slabo. Še bolj kritični so do šolskega sistema v celoti. Nekoliko boljše oceno si je pa zaslužilo sodelovanje z uveljavljenimi podjetji, saj 32,3 % start upov to sodelovanje ocenjuje kot zelo dobro oziroma dobro, medtem ko kot slabo oziroma zelo slabo to sodelovanje ocenjuje 29 % anketiranih start upov.

Iz analize značilnosti start up ekosistema (prav tam, str. 11-13) prav tako izhaja, da je podpora start up podjetjem v slovenskem ekosistemu zelo pestra, saj v njem deluje veliko

zasebnih in javnih deležnikov. Praktično vsi vprašani (96,8 %) so si v prvih fazah pomagali sami oziroma v krogu družine, prijateljev in drugih povezanih oseb. Kot drugo najpogostejšo pomoč na začetku podjetniške poti zasledimo zagonsko spodbudo P2 Slovenskega podjetniškega sklada (48,1 %), na tretjem mestu pa start upi omenjajo mentorsko pomoč drugih start up podjetnikov (23,1 %). Sledijo produkti semenskega kapitala s strani Sklada (19,9 %), različna start up tekmovanja in nagrade (14,7 %), konference (na primer PODIM Challenge, COINVEST ...), tehnološki parki (12,8 %), banke (9,0 %), slovenski poslovni angeli (9,0 %), start up šola Hekovnik (8,3 %), EU sredstva (7,7 %), univerzitetni inkubatorji (7,7 %) in tuji pospeševalniki (7,1 %).

Poleg splošne ocene slovenskega start up ekosistema nas je v okviru naše raziskave prav tako zanimal pogled podjetnikov na dodano vrednost, ki jo imajo za mlada inovativna podjetja subjekti inovativnega okolja. Kljub kar nekaj tujim raziskavam s področja poslovne inkubacije, pa jih le malo ponuja vpogled v oceno inkubacijskih programov z vidika inkubiranih podjetij. Za pridobitev odgovora na to vprašanje smo uporabili 5 – stopenjsko likertovo lestvico, na kateri smo podali posamezne koristi/ugodnosti in storitve, ki jih SIO nudijo vključenim podjetjem. Z oceno od 1 do 5 so anketirani ocenili zaznano vrednost oz. pomembnost koristi/ugodnosti in storitve, ki jo le-ta predstavlja za hitrejšo rast in razvoj vključenega podjetja, kjer 1 pomeni zelo majhno zaznano vrednost oz. pomembnost, 5 pa pomeni zelo veliko zaznano vrednost/pomembnost. Ugodnosti in storitve SIO smo vsebinsko razdelili na tri skupine, in sicer: infrastrukturne ugodnosti in skupne storitve SIO, interakcija in mreženje med podjetniki v sklopu SIO in storitve in dogodki, organizirani v sklopu SIO. Rezultate prikazujemo za vsako skupino ločeno.

- Infrastrukturne ugodnosti in skupne storitve SIO

V tabeli 20 prikazujemo mere opisne statistike za infrastrukturne ugodnosti in skupne storitve SIO. Povprečne vrednosti odgovorov se gibljejo med 3,09 in 3,55. Vidimo lahko, da anketirani vsem infrastrukturnim ugodnostim SIO pripisujejo sorazmerno visoko zaznano vrednost oz. pomembnost, ki jo imajo za hitrejšo rast in razvoj start up podjetja. Največjo pomembnost pripisujejo ustreznemu pisarniškemu/delovnemu prostoru z IT opremo in dostopom do telekomunikacij ($\bar{x} = 3,55$, $s = 1,254$), najmanjšo pomembnost pa pripisujejo strateški lokaciji SIO s še zmeraj sorazmerno visoko povprečno vrednostjo ($\bar{x} = 3,09$, $s = 1,271$).

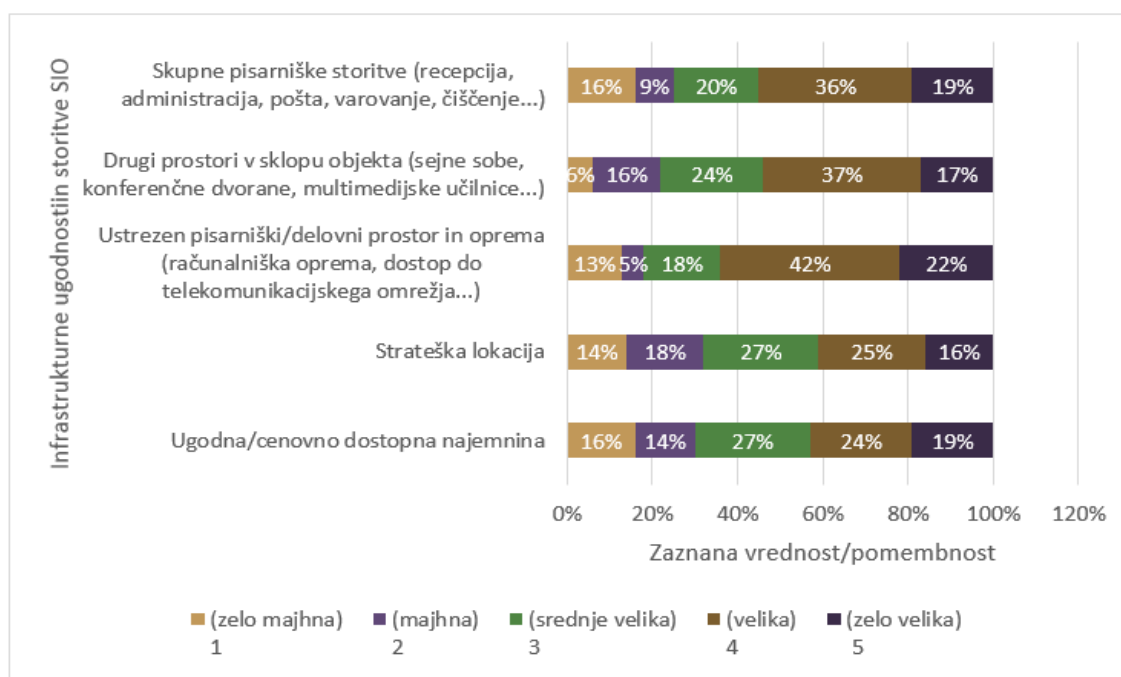
Tabela 20: Mere opisne statistike za infrastrukturne ugodnosti in skupne storitve SIO

Opisne statistike					
	N	Minimum	Maksimum	Srednja vrednost	Standardni odklon
1. Ugodna/cenovno dostopna najemnina	77	1	5	3,17	1,323
2. Strateška lokacija	77	1	5	3,09	1,271
3. Ustrezen pisarniški/delovni prostor in oprema (računalniška oprema, dostop do telekomunikacijskega omrežja...)	77	1	5	3,55	1,254
4. Drugi prostori v sklopu objekta (sejne sobe, konferenčne dvorane, multimedijske učilnice...)	77	1	5	3,43	1,133
5. Skupne pisarniške storitve (recepcija, administracija, pošta, varovanje, čiščenje...)	75	1	5	3,32	1,318
Veljavni (N)	75				

Odgovori so najmanj razpršeni pri ugodnosti drugi prostori v sklopu objekta SIO (sejne sobe, konferenčne dvorane, multimedijske učilnice..) (s = 1,133), najbolj pa so razpršeni pri ugodnosti ugodna/cenovno dostopna najemna (s = 1,323). Test zanesljivosti vprašalnika vsebuje 5 trditev, koeficient Cronbach alfa znaša 0,864. Ker je njegova vrednost višja od 0,7, lahko zaključimo, da je naša lestvica dovolj zanesljiva.

Povprečna zaznana vrednost vseh petih ugodnosti te skupine znaša 3,31, kar pomeni, da anketirani pripisujejo infrastrukturnim ugodnostim in skupnim storitvam SIO od srednje do veliko pomembnost pri rasti in razvoju podjetja, kar je razvidno iz slike 29.

Slika 29: Frekvenčna porazdelitev odgovorov za infrastrukturne ugodnosti in skupne storitve SIO



- Interakcija in mreženje med podjetniki v sklopu SIO

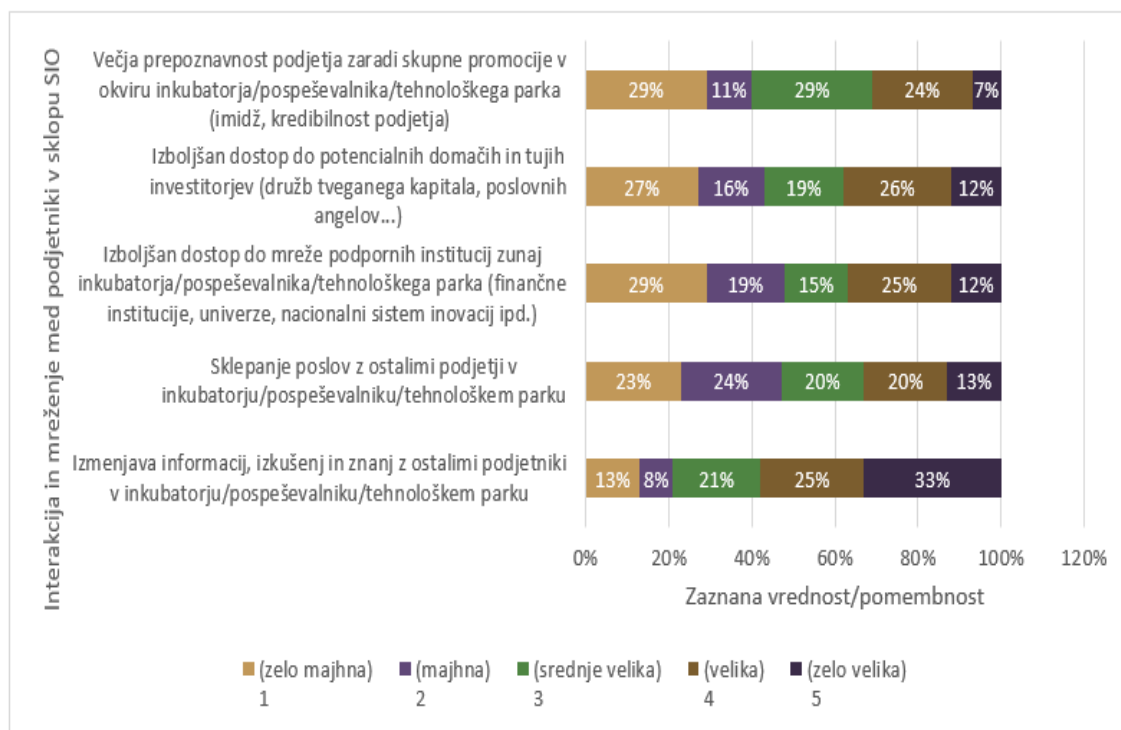
V tabeli 21 prikazujemo mere opisne statistike za interakcijo in mreženje med podjetniki v sklopu SIO. Povprečne vrednosti odgovorov se gibljejo med 2,68 in 3,58. Največjo vrednost oz. pomembnost anketirani zaznavajo pri izmenjavi informacij, izkušenj in znanj z ostalimi podjetniki v SIO ($\bar{x} = 3,58$, $s = 1,351$), ki ji pripisujejo zelo veliko pomembnost pri hitrejši rasti in razvoju podjetja, najmanjšo dodano vrednost pa zaznavajo pri večji prepoznavnosti, imidžu in kredibilnosti podjetja zaradi skupne promocije v okviru SIO ($\bar{x} = 2,68$, $s = 1,298$). Odgovori so najmanj razpršeni pri slednji ugodnosti (s = 1,298), najbolj pa so razpršeni pri ugodnosti sklepanje poslov z ostalimi podjetji v SIO (s = 1,352). Test zanesljivosti vprašalnika vsebuje 5 trditev, koeficient Cronbach alfa znaša 0,918. Ker je njegova vrednost višja od 0,7, lahko zaključimo, da je naša lestvica dovolj zanesljiva.

Tabela 21: Mere opisne statistike za interakcijo in mreženje med podjetniki v sklopu SIO

Opisne statistike					
	N	Minimum	Maksimum	Srednja vrednost	Standardni odklon
1. Izmenjava informacij, izkušenj in znanj z ostalimi podjetniki v inkubatorju/pospeševalniku/tehnološkem parku	72	1	5	3,58	1,351
2. Sklepanje poslov z ostalimi podjetji v inkubatorju/pospeševalniku/tehnološkem parku	75	1	5	2,77	1,352
3. Izboljššan dostop do mreže podpornih institucij zunaj inkubatorja/pospeševalnika/tehnološkega parka (finančne institucije, univerze, nacionalni sistem inovacij ipd.)	75	1	5	2,72	1,419
4. Izboljššan dostop do potencialnih domačih in tujih investitorjev (družb tveganega kapitala, poslovnih angelov...)	77	1	5	2,79	1,390
5. Večja prepoznavnost podjetja zaradi skupne promocije v okviru inkubatorja/pospeševalnika/tehnološkega parka (imidž, kredibilnost podjetja)	75	1	5	2,68	1,298
Veljavni (N)	72				

Povprečna zaznana vrednost vseh petih ugodnosti te skupine znaša 2,91, kar pomeni, da anketirani pripisujejo interakciji in mreženju med podjetniki v sklopu SIO srednje veliko pomembnost oz. zaznana vrednost za rast in razvoj podjetja, kar lahko vidimo na sliki 30.

Slika 30: Frekvenčna porazdelitev odgovorov za interakcijo in mreženje med podjetniki v sklopu SIO



- Storitve in dogodki, organizirani v sklopu SIO

V tabeli 22 prikazujemo mere opisne statistike za storitve in dogodke, organizirane v sklopu SIO. Povprečne vrednosti odgovorov se gibljejo med 2,73 in 2,81. Vidimo lahko,

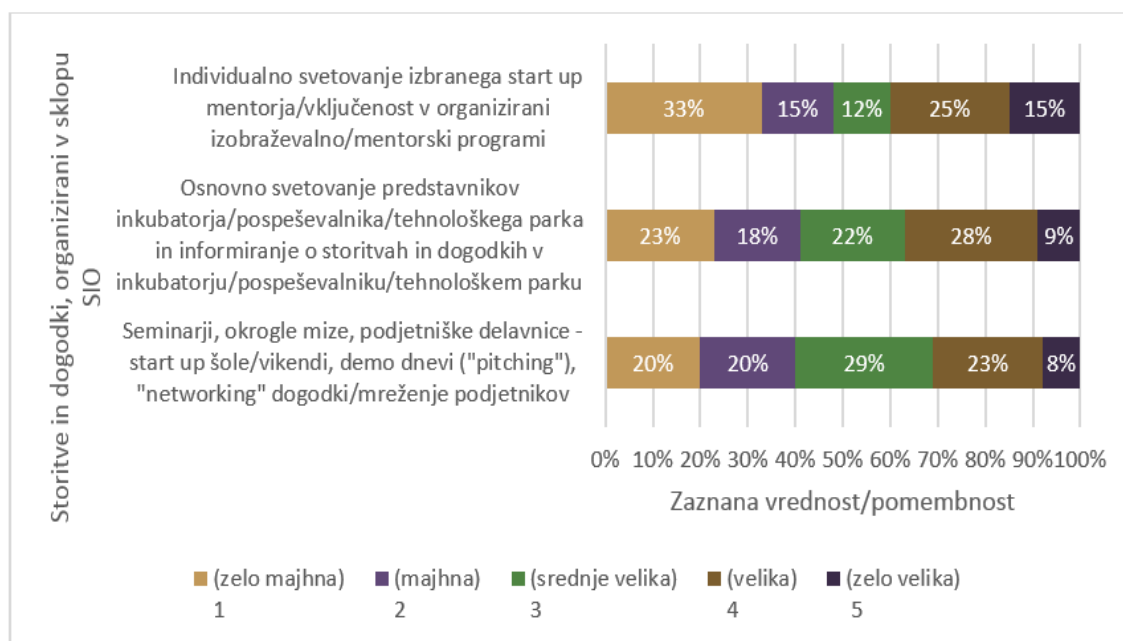
da anketirani storitvam in dogodkom v SIO pripisujejo srednje veliko pomembnost oz. zaznano vrednost pri rasti in razvoju start up podjetja. Največjo pomembnost pripisujejo osnovnemu svetovanju predstavnikov SIO in informiranju o storitvah in dogodkih, ki jih organizirajo SIO ($\bar{x} = 2,81$, $s = 1,310$), najmanjšo pomembnost pa pripisujejo individualnemu svetovanju izbranega start up mentorja ali vključenosti v organizirani izobraževalno/mentorski program ($\bar{x} = 2,73$, $s = 1,500$). Odgovori so pri vseh storitvah SIO razmeroma zelo razpršeni, saj se standarni odkloni gibljejo med 1,225 in 1,500, kar pomeni, da se anketirani niso v veliki meri strinjali med seboj, saj se njihovi odgovori gibljejo 1,5 točke okrog povprečne vrednosti. Test zanesljivosti vprašalnika vsebuje 3 trditve, koeficient Cronbach alfa znaša 0,900. Ker je njegova vrednost višja od 0,7, lahko zaključimo, da je naša lestvica dovolj zanesljiva.

Tabela 22: Mere opisne statistike za storitve in dogodke, organizirane v sklopu SIO

Opisne statistike					
	N	Minimum	Maksimum	Srednja vrednost	Standardni odklon
1.Seminarji, okrogle mize, podjetniške delavnice - start up šole/vikendi, demo dnevi ("pitching"), "networking" dogodki/mreženje podjetnikov	75	1	5	2,79	1,225
2.Osnovno svetovanje predstavnikov inkubatorja/pospeševalnika/tehnološkega parka in informiranje o storitvah in dogodkih v inkubatorju/pospeševalniku/tehnološkem parku	77	1	5	2,81	1,310
3.Individualno svetovanje izbranega start up mentorja/vključenost v organizirani izobraževalno/mentorski programi	75	1	5	2,73	1,500
Veljavni (N)	75				

Povprečna zaznana vrednost vseh vrst storitev in dogodkov, ki jih za podjetnike in potencialne podjetnike organizirajo SIO, znaša 2,78, kar pomeni, da jim anketirani pripisujejo srednje veliko pomembnost oz. zaznano vrednost, ki jo le-ti prinašajo za hitrejšo rast in razvoj start up podjetja, kar lahko vidimo na sliki 31.

Slika 31: Frekvenčna porazdelitev odgovorov za storitve in dogodke v sklopu SIO

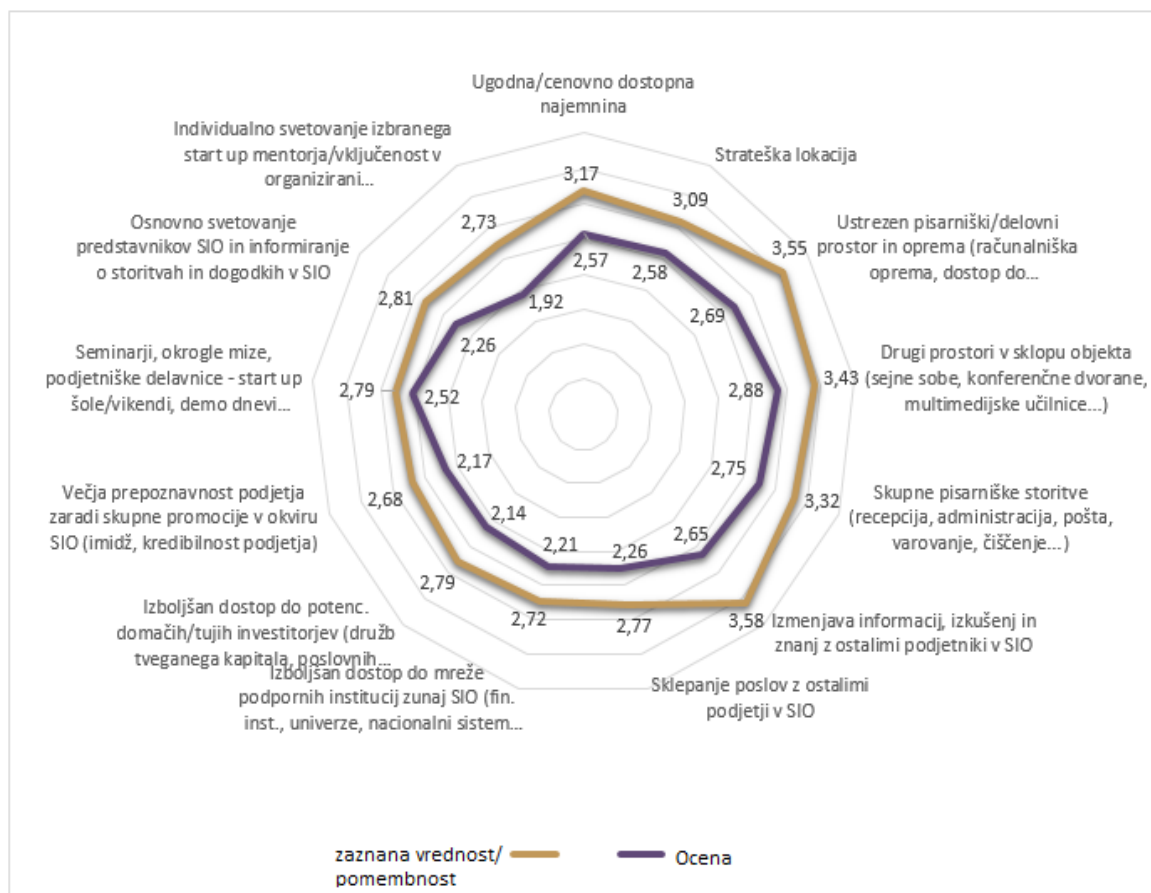


Anketirani so poleg pomembnosti, ki jo storitve in ugodnosti SIO predstavljajo pri rasti in razvoju inovativnih mladih podjetjih v samem začetku njihovega poslovanja, prav tako te storitve in ugodnosti ocenili na podlagi lastne pretekle izkušnje. Ocene so prav tako podajali na 5 - stopenjski likertovi lestvici z oceno od 1 do 5, kjer 1 pomeni oceno »zelo slabo«, 5 pa pomeni oceno »zelo dobro«. Rezultatov posameznih ocen nismo prikazali grafično, pomembnejši se nam zdi podatek, kjer oceno prejete storitve/ugodnosti primerjamo z njeno zaznano vrednostjo oz. pomembnostjo za rast in razvoj, s perspektive podjetnika. Rezultate nazorno prikazujemo na sliki 32 na polarnem grafikonu.

Povprečne vrednosti zaznane vrednosti se gibljejo med 2,68 in 3,58. Vidimo lahko, da anketirani vsem storitvam in ugodnostim SIO pripisujejo sorazmerno veliko zaznano vrednost oz. pomembnost, ki jo le-te predstavljajo za start up podjetja. Skupno povprečje znaša 3,03. Največjo pomembnost pripisujejo izmenjavi informacij, izkušenj in znanj z ostalimi podjetniki v SIO ($\bar{x} = 3,58$), najmanjšo pomembnost pa pripisujejo večji prepoznavnosti podjetja zaradi skupne promocije v okviru SIO ($\bar{x} = 2,68$).

Primerjalno so povprečne vrednosti ocen prejete storitve/ugodnosti nižje, gibljejo se med 1,92 in 2,88. Skupno povprečje znaša 2,43. Najvišje anketirani ocenjujejo druge objekte v sklopu SIO, ki jih lahko podjetniki uporabljajo, kot so sejne sobe, konferenčne dvorane, multimedijske učilnice ipd. ($\bar{x} = 2,88$), najnižje pa ocenjujejo individualno svetovanje izbranega start up mentorja ali vključenost v organizirani mentorski program ($\bar{x} = 1,92$).

Slika 32: Primerjava med zaznano vrednostjo storitev in ugodnosti SIO za rast in razvoj podjetja in oceno prejete storitve



Vidimo lahko, da je največji razkorak med pomembnostjo storitve/ugodnosti SIO in njegovo dejansko oceno ravno pri elementu, katerega zaznana vrednost je najvišje ocenjena, in sicer je to izmenjava izkušenj in znanj z ostalimi podjetniki v sklopu SIO ($\bar{x}_1 = 3,58$ in $\bar{x}_2 = 2,65$). To ugodnost, ki jo prinaša vključenost podjetja v SIO, je torej potrebno še nadgraditi, s povečanjem pretoka informacij med samimi podjetniki, z večjo sinergijo in sodelovanjem med njimi, prenosom izkušenj med podjetniki s področij, kjer se jim pojavlja največ ovir, z organizacijo dogodkov, namenjenih mreženju podjetnikov tudi iz drugih SIO ipd.

Razkorak med zaznano vrednostjo oz. pomembnostjo in oceno prejete storitve SIO nakazujejo tudi druge podobne tuje raziskave (Meru & Struwig, 2011, str. 112; Mothibi, 2014, str. 579). Ugotovitve kažejo, da so povprečne ocene za pomembnost storitev poslovno - inkubacijskega procesa višje od ocene dejansko prejetih storitev. Obstaja torej razkorak med tem, kako podjetniki dojemajo poslovno - inkubacijo kot proces in kaj dejansko prejmejo, kar posledično pomeni, da prejmejo manj, kot pričakujejo. Vendar, ker gre po večini za kvantitativne študije, iz njih ne gre razbrati natančnih podrobnosti o pravi naravi storitev poslovne inkubacije. Zato so lahko pretekle raziskave, vključno s pričujočo raziskavo, podlaga za bolj poglobljene kvalitativne raziskave o pomenu poslovne inkubacije za rast in razvoj podjetij in dodani vrednosti subjektov inovativnega okolja in drugih podpornih institucij pri tem procesu.

Za konec dodajamo podatek o zelenih oblikah podpore, ki bi jo slovenska start up podjetja glede na raziskavo značilnosti start up ekosistema, ki je bila izvedena leta 2015 (Močnik & Rus, 2016, str. 12), pričakovali v prihodnje. Največ start upov (80,1 %) vidi priložnost v dodatnih davčnih olajšavah in oprostitvah v start up ekosistemu, kar je skladno tudi z ugotovitvijo naše raziskave, kjer so podjetniki izmed vseh 16 podanih trditev, ki opisujejo slovenski start up ekosistem, navedli najmanjše strinjanje prav s trditvijo "Višina davkov ne predstavlja bremena za nastajajoča in nova podjetja." Na drugem mestu (78,2 %) so poenostavitve in zmanjšanje birokracije ter zakonodajne regulative. Zelo visoko, na tretjem mestu, najdemo predlog za okrepitev pozitivnega odnosa do podjetništva (72,4 %).

5.4 Zaključne ugotovitve preverjanja hipotez

Glavni namen raziskave je bil proučiti vlogo državnih spodbud pri financiranju najobčutljivejših razvojnih faz inovativnih mladih podjetij s potencialom hitre rasti in globalne usmerjenosti in ugotoviti, kakšen je njihov prispevek pri rasti in razvoju slovenskih start up podjetij. Prav tako smo podali splošno oceno podpornega okolja za start up podjetništvo v Sloveniji, pri čemer smo se osredotočili na subjekte inovativnega okolja (SIO). Tako smo ponudili vpogled v storitve SIO in pri tem ugotovili, kako podjetniki, ki se intenzivno vključujejo v podporno okolje, zaznavajo in ocenjujejo storitve in ugodnosti, ki jih ponujajo podporne institucije. Rezultate preverjanja posameznih hipotez opisujemo v nadaljevanju.

- H1: Uspešnost poslovanja start up podjetja se razlikuje glede na to, ali je podjetje pridobilo državno spodbudo za financiranje zagona, ali ne.

Tekom preverjanja hipoteze H1 smo uspeli dokazati, da se pri kazalniku povečanje čistih prihodkov od prodaje vzorec podjetij, ki so pridobila finančno spodbudo, statistično pomembno razlikuje od vzorca podjetij, ki spodbude niso prejela. Prva skupina podjetij je po treh letih bolj povečala čiste prihodke od poslovanja. Prav tako smo uspeli dokazati,

da se pri kazalniku povečanje števila zaposlenih vzorca podjetij statistično pomembno razlikujeta med seboj. Podjetja, ki so prejela državno spodbudo, so po treh letih bolj povečala število zaposlenih, kot podjetja, ki spodbude niso prejela. Uspeli smo tudi dokazati, da se pri kazalniku povečanje dodane vrednosti podjetja vzorca podjetij statistično pomembno razlikujeta med seboj. Podjetja, ki so prejela državno spodbudo, so po treh letih bolj povečala dodano vrednost podjetja, kot podjetja, ki spodbude niso prejela. Hipotezo H1 smo na podlagi ugotovitev potrdili.

- H2: Uspešnost poslovanja start up podjetja se razlikuje glede na njegovo vključenost v subjekte inovativnega okolja.
- H2a: Pogostost informiranja in uporabe osnovnega svetovanja, ki ga nudi SIO, je pozitivno povezana z uspešnostjo poslovanja start up podjetja.

Na podlagi pridobljenih rezultatov raziskave smo uspeli dokazati, da je pogostejša uporaba osnovnih svetovalnih storitev s strani predstavnikov SIO pozitivno povezana z večjim povečanjem dodane vrednosti podjetja. Uporaba osnovnih svetovalnih storitev s strani predstavnikov SIO pa ni statistično značilno povezana z ostalima dvema kazalnikoma uspešnosti poslovanja start up podjetja. Uspeli smo dokazati tudi, da je pogostejše informiranje preko spleta o storitvah, programih in dogodkih s sklopu SIO pozitivno povezano z večjim povečanjem dodane vrednosti podjetja, ni pa statistično značilno povezana z ostalima dvema kazalnikoma uspešnosti poslovanja start up podjetja. Na podlagi ugotovitev smo podhipotezo H2a potrdili delno.

- H2b: Udeležba na dogodkih, organiziranih v sklopu SIO (podjetniške delavnice, start up šole/vikendi, demo dnevi, »pitching«, tematska izobraževanja, »networking« dogodki idr.) je pozitivno povezana z uspešnostjo poslovanja start up podjetja.

Uspeli smo dokazati, da je pogostostejša udeležba na seminarjih, okroglih mizah, podjetniških delavnicah in podobnih dogodkih povezana z večjim povečanjem dodane vrednosti start up podjetja in močno povezana z večjim povečanjem vrednosti prihodkov, ni pa statistično značilno povezana s kazalnikom število zaposlenih. Uspeli smo tudi dokazati, da je pogostostejša udeležba na dogodkih, namenjenih povezovanju oz. mreženju s predstavniki start up ekosistema, povezana z večjim povečanjem dodane vrednosti start up podjetja, ni pa statistično značilno povezana z ostalima dvema kazalnikoma uspešnosti poslovanja start up podjetja. Na podlagi ugotovitev smo podhipotezo H2b potrdili delno.

- H2c: Podpora mentorjev in mentorskih programov pozitivno vpliva na poslovanje podjetja.

Uspeli smo dokazati, da je pogostejše osebno svetovanje izbranega start up mentorja na individualnih srečanjih povezano z večjim povečanjem dodane vrednosti start up podjetja. Osebno svetovanje izbranega start up mentorja pa ni statistično značilno povezano z ostalima dvema kazalnikoma uspešnosti poslovanja start up podjetja. Uspeli smo tudi dokazati, da je pogostostejša celovita podpora organiziranega mentorsko/izobraževalnega programa povezana z večjim povečanjem prihodkov, števila zaposlenih in dodane vrednosti start up podjetja. Na podlagi ugotovitev smo podhipotezo H2c potrdili.

Na podlagi predhodnih peveritev podhipotez H2a, H2b in H2c, smo hipotezo H2 potrdili delno.

- H3: Najpogostejša ovira, s katero se srečujejo start up podjetja, je pomanjkanje finančnih virov za financiranje zagona podjetja.

Kot najpogostejšo oviro v začetnih fazah poslovanja podjetja je navedlo visoke začetne stroške poslovanja 19 % anketiranih, nezadostne vire financiranja 39 % anketiranih, pomanjkanje podjetniških spretnosti 4 % anketiranih, pridobivanje prvih kupcev 15 % anketiranih, nepoznavanje možnosti koriščenja državnih spodbud 3 % anketiranih, nezaupanje potencialnih investorjev v uspeh podjetja 5 % anketiranih, pomanjkanje specifičnih/tehnoloških znanj 2 % anketiranih, pomanjkanje usposobljenih kadrov 2 % anketiranih in pomanjkanje socialnega kapitala (poslovnih kontaktov podjetnikov, investorjev) 2 % anketiranih. Nihče od anketiranih ni navedel nepoznavanja konkurence na trgu kot največje začetne ovire. Hipotezo H3 smo potrdili s kar 39 % deležem odgovorov.

- H4: Start up podjetniki ocenjujejo, da je slovensko podporno okolje za start up podjetništvo dobro razvito.

Podporno okolje za start up podjetja smo ocenili s pomočjo štirih sklopov, in sicer infrastruktura/okolje, dostop do finančnih virov, podjetniško izobraževanje in podpora medijev. Rezultati nakazujejo, da je po mnenju anketiranih podjetnikov start up ekosistem najbolj razvit pri elementu podpora medijev, povprečna ocena strinjanja s trditvami tega sklopa je znašala 2,82, najmanj razvit pa pri elementu dostop do finančnih virov, povprečna ocena tega sklopa je znašala 2,00. V nasprotju z našimi predvidevanji so povprečne vrednosti odgovorov vseh posameznih sklopov znašale pod vrednostjo 3, zato smo hipotezo H4 zavrnil.

V tabeli 23 prikazujemo pregled rezultatov preverjanja zastavljenih hipotez.

Tabela 23: Rezultati preverjanja zastavljenih hipotez

Seznam hipotez	Potrjena/ delno potrjena/ zavrjnena
H1: Uspešnost poslovanja start up podjetja se razlikuje glede na to, ali je podjetje pridobilo državno spodbudo za financiranje zagona, ali ne.	Potrjena
H2: Uspešnost poslovanja start up podjetja se razlikuje glede na njegovo vključenost v subjekte inovativnega okolja.	Delno potrjena
H2a: Pogostost informiranja in uporabe osnovnega svetovanja, ki ga nudi SIO, je pozitivno povezana z uspešnostjo poslovanja start up podjetja.	Delno potrjena
H2b: Udeležba na dogodkih, organiziranih v sklopu SIO (podjetniške delavnice, start up šole/vikendi, demo dnevi, »pitching«, tematska izobraževanja, »networking« dogodki idr.) je pozitivno povezana z uspešnostjo poslovanja start up podjetja.	Delno potrjena
H2c: Podpora mentorjev in mentorskih programov pozitivno vpliva na poslovanje podjetja.	Potrjena
H3: Najpogostejša ovira, s katero se srečujejo start up podjetja, je pomanjkanje finančnih virov za financiranje zagona podjetja.	Potrjena
H4: Start up podjetniki ocenjujejo, da je slovensko podporno okolje za start up podjetništvo dobro razvito.	Zavrjnena

5.5 Predlogi za nadaljnje raziskave

Pozitiven učinek SIO na slovensko gospodarstvo bi lahko izračunali tudi na način, da naredili prerez med vloženimi sredstvi (SIO so prejeli ob ustanovitvi državna sredstva, večinoma za sofinanciranje gradnje stavb območij inkubatorjev) in med prilivom sredstev v proračun države (npr. davki in prispevki plač, davek na dobiček in davek na dodano vrednost) s strani podjetij, ki so še ali so bila inkubirana.

Kot nadgradnja obstoječe bi bila dobrodošla splošna raziskava o učinkih delovanja vseh slovenskih SIO, prav tako pa privatnih programov podpore in pospeševalnikov, na slovensko gospodarstvo v zadnjem obdobju, torej koliko so tamkajšnja podjetja ustvarila novih in ohranila obstoječih delovnih mest, kolikšna je dodana vrednost teh delovnih mest in podjetij samih, kakšne prihodke in poslovni izid so ustvarila itd.

6 SKLEP

Inovacijska aktivnost podjetij in ustvarjanje novih, na znanju temelječih podjetij, ki ustvarjajo visoko dodano vrednost in nova delovna mesta, je ključnega pomena za rast gospodarstva. Tretjina dinamike gospodarske rasti držav se pojasni z dinamiko start up podjetništva. Mlada, inovativna podjetja potrebujejo na začetku svojega razvoja sorazmerno velik začetni kapital, poleg tega pa za razvoj inovacijskega potenciala tudi primerno podporo v obliki »mehkih« dejavnikov, kot so svetovanja, mentoriranja in pomoč pri razvoju poslovnega modela, vstopu na tuje trge, mreženja z investitorji in podobno. Vse večji sektor zagonskih podjetij v Sloveniji veča ponudbo novih alternativnih oblik podpore s strani države, namenjenih intenzivnejši rasti in razvoju start up podjetij. Prav tako pridobiva na pomenu vse bolj intenzivno povezovanje začetnih in potencialnih podjetnikov s poslovnimi angeli in mednarodnimi zasebnimi vlagatelji ter institucijami podpornega okolja, kot so univerzitetni inkubatorji, tehnološki parki in podjetniški pospeševalniki.

Glede na poročilo Evropske komisije o državi Slovenija iz leta 2015 (EK, 2015, str. 68-69) v Sloveniji obstajajo po meri zasnovani finančni instrumenti za inovativne MSP-je, ki pa bi se jih še dalo nadgraditi. SID banka ima od sredine leta 2013 dve direktni liniji za podporo MSP-jev. Slovenski podjetniški sklad je zelo učinkovit pri zagotavljanju financiranja za inovativne MSP-je, uvaja pa tudi nove dolžniške in lastniške instrumente, ki so namenjeni zagonskim podjetjem in hitorastočim mikro podjetjem. Poleg tega Vlada RS proučuje tudi možnosti vzpostavitve čezmejnega sklada tveganega kapitala skupaj z avstrijskimi, italijanskimi in morebitnimi drugimi partnerji. Po navedbah deležnikov je pozitivna pobuda tudi uvedba projektov po konceptu "dvojček" (kombinacija finančne in vsebinske podpore) in lahko pomaga poslovno vzdržnim MSP-jem, da povečajo podjetniška znanja, znanje o razpoložljivih instrumentih in pripravljenost za naložbe. Ker pa se bančno kreditiranje za MSP-je še naprej slabša, je treba te nove instrumente nadgraditi in se pri tem osredotočiti na alternativne mehanizme financiranja ter privabljanje več zasebnega financiranja za zagotovitev finančnega vzvoda za naložbe.

Na podlagi teoretičnih izhodišč in ugotovitev celovite analize slovenskega start up ekosistema lahko sklenemo, da se v Sloveniji segment zagonskih podjetij hitro povečuje, celoten ekosistem pa se pospešeno razvija, vendar je žal še vedno premajhen, da bi lahko pozitivno vplival na celotno slovensko gospodarstvo. Slovenija ima razmeroma dobro razvito infrastrukturo in podpirne storitve za potrebe mladih inovativnih oz. zagonskih podjetij s potencialom hitre rasti in globalne usmerjenosti ter vzpostavljena dobra izhodišča za širitev in večanje kakovosti podpornega ekosistema. Vendar obstajajo področja, kjer ga je potrebno še nadgraditi.

Vrzeli v ekosistemu in segmentu start up podjetij je potrebno definirati na podlagi globjega kvalitativnega vpogleda v dejanske potebe start up podjetij. Za podporo start up podjetništva je namreč potreben veliko večji nabor podpornih aktivnosti, kot tisti, namenjen že ustaljenim podjetjem, potrebna je tudi višja kakovost podpornih storitev ter boljše povezovanje s podpornimi institucijami in ostalimi deležniki nacionalnega in mednarodnega start up ekosistema. Cilj vsega tega je povečanje podjetniške dinamike, ki se kaže v večjem številu novonastalih podjetij, ki zaposlujejo, se uspešno odzivajo na potrebe trga ter se globalno usmerjajo.

Potrebe in tržne vrzeli malih in inovativnih podjetij na začetku razvoja in rasti se razlikujejo od potreb celotnega segmenta MSP-jev v državi. V tujih raziskavah, ki proučujejo zagonsko podjetništvo, podjetniki navajajo najpogostejše ovire, s katerimi se srečujejo v začetnih fazah podjetniške poti (Czy et al., 2011, str. 1; Salvador, 2010, str. 225) kot pomanjkanje kapitala, administrativne ovire in postopki, psihološke ovire, nepoznavanje ponudbe virov financiranja za start up podjetja, nepoznavanje podpornega okolja za start up podjetništvo, pomanjkanje managerskih sposobnosti, pomanjkanje praktičnega podjetniškega znanja. Rezultati naše raziskave so pokazali, da je najpogostejša ovira, s katero se srečujejo start up podjetniki, nezadostni viri financiranja, temu sledijo visoki začetni stroški poslovanja in pridobivanje prvih kupcev.

Pri spopadanju s takimi in drugačnimi ovirami na začetku podjetniške poti pa mladim podjetjem nudi oporo podjetniško podporno okolje. V okviru naše raziskave smo ga definirali s štirimi dejavniki oz. sklopi, in sicer infrastruktura/okolje, dostop do finančnih virov, podjetniško izobraževanje in medijska podpora. Rezultati so pokazali, da je podporno okolje z vidika podjetnikov najbolj razvito na področju podpore medijev in družbenih omrežij, najslabše pa pri dostopu do finančnih virov. V okviru tega so področja, ki bi jih bilo najbolj smiselno regulirati znižanje davčnih bremen za nastajajoča in nova podjetja, pospešitev razvoja in obsega investicij poslovnih angelov in drugih zasebnih investitorjev v Sloveniji, povečati obseg finančnih spodbud in sredstev semenskega in tveganega kapitala javnih in zasebnih investitorjev za nastajajoča in mlada inovativna podjetja ter povečati učinkovitost prenosa tehnološkega znanja z univerz in raziskovalnih institucij v inovativna podjetja. Tudi ključna priporočila OECD (2014, str. 16) Sloveniji se nanašajo na podobna področja, in sicer spodbujanje podjetništva, ustanavljanje novih podjetij (start up podjetij) in izboljšanje prenosa tehnologij, prav tako pa izboljšanje osnovnih pogojev za inovativnost in podjetništvo, vključno z boljšim dostopom do finančnih virov.

Tudi institucije podpornega okolja za podjetništvo igrajo pomembno vlogo pri spodbujanju podjetniške aktivnosti v Sloveniji. Neposredne subvencije za zagon inovativnih podjetij so kot oblika državne pomoči zelo pomembne pri spodbujanju razvoja MSP-jev, pri višanju njihove dodane vrednosti ter ustvarjanju novih delovnih mest. Pri vsem tem pa je zelo pomembno, da so razviti učinkoviti mehanizmi za presojo in odločitev o prejemnikih državnih spodbud. Le-te je treba usmeriti v podjetja, ki se z državnimi sredstvi dodatno razvijajo in rastejo, ne pa se z njimi okoriščajo in rešujejo svoj obstoj na trgu. Po naši analizi učinkov (ustvarjenih prihodkov, povečanja zaposlenosti in povečanja dodane vrednosti podjetja) prejemnikov sredstev zagonske spodbude P2 v šestletnem obdobju, smo ugotovili, da zagonska spodbuda pripomore k boljši rasti analiziranih kazalnikov, predvsem pa k preživetju mladih podprtih podjetij.

V zadnjih nekaj letih so kot podporne ustanove na start up sceni pridobili pomembno vlogo subjekti inovativnega okolja in druge organizacije podpornega okolja, kot so univerzitetni inkubatorji, podjetniški pospeševalniki in tehnološki parki, ki se osredotočajo na vsebinsko podporo podjetjem, ki je poleg finančne podpore izrednega pomena. Za potrebe izboljšanja ter nadaljnjega razvoja podpornih storitev za mlada inovativna in hitrorastoča podjetja smo z raziskavo omogočili vpogled v storitve SIO in prednosti poslovne inkubacije za udeležence. Ocenili smo zaznano vrednost vključenosti start up podjetij v SIO in oceno prejetih storitev SIO z vidika vključenih podjetij. Največjo pomembnost podjetniki pripisujejo izmenjavi informacij, izkušenj in znanj z ostalimi podjetniki v SIO, najmanjšo pomembnost pa večji prepoznavnosti podjetja zaradi skupne

promocije v okviru SIO. Pri tem smo ugotovili, da so ocene prejetih storitev in ugodnosti v povprečju nižje, kot zaznana vrednost oz. pomembnost le-teh za rast in razvoj mladega podjetja. Prav tako smo ugotovili pozitivno povezanost med pogostostjo vključevanja podjetij v SIO (pogostostjo informiranja in uporabe osnovnega svetovanja SIO, pogostostjo udeležbe na dogodkih v SIO ter podporo mentorjev in izobraževalno/mentorskih programov) in uspešnostjo poslovanja start up podjetja.

Na podlagi pridobljenih rezultatov smo ocenili vpliv podpornega okolja za start up podjetništvo in definirali področja, kjer se še pojavljajo pomanjkljivosti. Tako lahko v prihodnje povečamo prispevek in dodano vrednost podpornih institucij start up ekosistema k rasti in razvoju vključenih podjetij ter posledično h gospodarskemu razvoju države.

7 LITERATURA IN VIRI

1. ABC Accelerator. (2016). *About ABC Accelerator*. Pridobljeno 10. april 2016 iz ABC Accelerator: <https://abc-accelerator.com/about-us/>.
2. Abduh, M. (2003). *Exploring factors affecting perceived value added contributions of business incubation programs to tenants in Australia*. La Trobe University, Bundoora.
3. AJPES - Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve. Posredovani elektronski podatki za podjetja v anketni raziskavi za obdobje od leta 2006 do 2011.
4. Amoros, J. E., & Bosma, N. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor 2013 - Global Report*. Pridobljeno 15. avgust 2015 iz GEM: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3106>.
5. Astebro, T., & Bernhardt, I. (2003). Start up financing, owner characteristics, and survival. *Journal of Economics and Business*, 55(4), 303-319.
6. Bastič, M. (2006). *Metode raziskovanja*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
7. Borštnik, M. (2014). *Zagonska podjetja: pridobite strokovno pomoč mentorjev*. Pridobljeno 15. oktober 2015 iz Zavod mladi podjetnik: <http://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/zagonska-podjetja-pridobite-strokovno-pomoc-mentorjev>.
8. Bračič, G. (2010). Državne pomoči (subvencije) Slovenskega podjetniškega sklada. *Zbornik 7. festivala raziskovanja ekonomije in managementa*. Koper, Celje, Škofja Loka.
9. Caselli, S. (2009). *Private Equity and Venture Capital in Europe, 1st Edition*. Burlington: Academic Press.
10. Cassar, G. (2004). The financing of business start ups. *Journal of Business Venturing*, 19 (2), 261-283.
11. CEED Slovenia. (2016). *O nas*. Pridobljeno 20. april 2016 iz CEED Slovenia: <http://ceed-slovenia.org/who-we-are/>.
12. Chahal, M. (2013). *Start up accelerators: An ideal exchange*. *Marketing Week (Online)*, 2013 (4), 1-4.
13. Coinvest. (2015). *About Coinvest platform and team*. Pridobljeno 16. oktober 2015 iz Coinvest: <http://www.coinvest.si/about/>.
14. Compass. (2015). *The Global Startup Ecosystem Ranking 2015*. Pridobljeno 18. oktober 2015 iz Compass: <http://startup-ecosystem.compass.co/ser2015/>.

15. Curtis, J. (2014). Start ups see more success with accelerators, research finds. *IT Pro*, 2014 (12), 1-3.
16. Czy, M., Tomaka, A., Pitura, W., Przywara, B., Orenkiewicz, L., & Pado, K. (2011). Youth Entrepreneurship vs. Demand for Seed Capital. *E - finanse*, 4(4), 1-16.
17. EK. (2013). *Akcijski načrt za podjetništvo - oživitev podjetniškega duha v Evropi*. Pridobljeno 5. maj 2015 iz Evropska komisija - evropski portal za mala podjetja: http://ec.europa.eu/small-business/links/entrepreneurship-2020_sl.htm.
18. EK (2014). Sprostitev potenciala množičnega financiranja v Evropski komisiji. Pridobljeno 20. junij 2015 iz Ec. Europa.eu: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2014/SL/1-2014-172-SL-F1->.
19. EK. (2015). *Poročilo o državi - Slovenija 2015 (delovni dokument služb komisije)*. Pridobljeno 15. maj 2015 iz Ec.europa.eu: http://ec.europa.eu/europe2020/making-it-happen/country-specific-recommendations/index_en.htm.
20. Ferk, P., & Ferk, B. (2008). *Javne službe, državne pomoči in javno-zasebna partnerstva*. Ljubljana: GV Založba.
21. Field. (2005). *Discovering Statistics Using SPSS*. London: Sage Publications.
22. Geek house. (2016). *Ponudba podjetniškega pospeševalnika*. Pridobljeno 30. marec 2016 iz Geek House: <http://www.geekhouse.si/sl#pospeševalnik>.
23. Gorjan, S. (2016). Tekmovanje POPRI - izziv za podjetne talente. *Obrtnik podjetnik*, 2016 (2), str. 24.
24. Gorup, S. (2013). Inovacijski podjetniški inkubatorji - orodje za pospeševanje razvoja regijskih gospodarstev, strokovni prispevek. *Projektna mreža Slovenije*, 16 (1), 10-17.
25. Go:Global Slovenia. (2015). *Go:Global-o programu*. Pridobljeno 15. oktober 2015 iz Go:Global Slovenia: <http://www.goglobal.si/o-programu>.
26. Hekovnik. (2015). *Hekovnik Startup School*. Pridobljeno 20. oktober 2015 iz Hekovnik: <http://hekovnik.com/about-2/>.
27. Herrmann, B.L., Marmer, M., Dogrultan, E., & Holtschke, D. (2012). *Startup Ecosystem Report 2012 Part One*. Pridobljeno 15. oktober 2015 iz Startup Genome: http://multisite-blog.digital.telefonica.com.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2013/01/Startup-Eco_14012013.pdf.
28. Hočevar, I. (2013). Kaj še manjka slovenskemu start up ekosistemu. *Finance*, 2013 (212).
29. InBIA. *The International Business Innovation Association/About us*. Pridobljeno 30. oktober 2015 iz The International Business Innovation Association: <https://www.inbia.org/about/about-us>.

30. Inkubator d.o.o. Sežana. (2016). *O podjetju*. Pridobljeno 7. februar 2016 iz Inkubator d.o.o. Sežana: <http://www.inkubator.si/o-podjetju/inkubator-doo>.
31. Inkubator Savinjske regije. (2016). *Kaj ponujamo*. Pridobljeno 20. marec 2016 iz Inkubator Savinjske regije d.o.o.: <http://www.inkubatorsr.si/kaj-ponujamo/>.
32. IUP. (2016). *O inkubatorju*. Pridobljeno 30. marec 2016 iz Univerzitetni razvojni center in inkubator Primorske: http://www.uip.si/index.php?page=static&item=1&tree_root=1.
33. Jaklič, M., & Rebernik, M. (2014). *Start:up manifest*. Pridobljeno 20. februar 2015 iz Start:up Slovenija: http://www.startup.si/doc/Start-up-Manifest_SI.pdf.
34. Jaklič, M., Zagoršek, H., & Raškovič, M. (2007). *Analiza vloge in pomena SID banke za slovensko gospodarstvo ter študija možnosti razširitve dejavnosti z novimi produkti za spodbujanje gospodarskega razvoja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
35. Jaksetič, D. (2012). *Inkubator Sežana je džavi povrnil osemkratno*. Pridobljeno 20. januar 2016 iz Delo.si: <http://www.delo.si/gospodarstvo/posel/inkubator-sezana-je-drzavi-povrnil-osemkratno.html>.
36. Kane, T. (2010). *The Importance of Startups in Job Creation and Job Destruction*. Pridobljeno 20. februar 2015 iz Ewing Marion Kauffman Foundation: http://www.kauffman.org/~media/kauffman_org/research%20reports%20and%20overs/2010/07/firm_formation_importance_of_startups.pdf.
37. Kešeljević, A. (2006). Vloga in pomen znanja v teoriji rasti. *Naše gospodarstvo, 2006* (3-4), 115-124.
38. Klacmer, C, M., Horvat, J., & Lalic, M. (2014). Analysis of financing sources for start up companies. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 2014 (19), 19-44.
39. Kos, B. (2011). *Viri financiranja podjetja*. Pridobljeno 10. maj 2015 iz Zavod mladi podjetnik: <http://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/pridobivanje-sredstev/viri-financiranja-podjetja>.
40. Kupec, B. (2014). *Na Silicijevih vrtičkih bo raslo prvih 5 start upov*. Pridobljeno 10. oktober 2014 iz Startaj.si: http://www.startaj.si/8810851/?utm_source=newsletter_14102014&utm_medium=okroznica&utm_content=silicij&utm_campaign=startaj_mejling&utm_source=&utm_campaign=.
41. Kupec, B. (2015a). *Vse, kar morate vedeti o državnem denarju za slovenske start upe*. Pridobljeno 5. marec 2015 iz Startaj.si: http://www.startaj.si/8818404/?utm_source=newsletter_04032015&utm_medium=okroznica&utm_campaign=startaj_mejling.

42. Kupec, B. (2015b). *Slovenija bo dobila največji pospeševalnik v regiji*. Pridobljeno 20. april 2016 iz Startaj.si: <http://startaj.finance.si/8818524>.
43. Kupec, B. (2016). *Drobnak: Potrebujemo davčne olajšave za angelske investitorje*. Pridobljeno 10. april 2016 iz Startaj.si: <http://startaj.finance.si/8843402/Drobnak-Potrebujemo-davcne-olajsave-za-angelske-investitorje>.
44. Kupec, B., & Špetič, B. (2016). Slovenski start upi lani zbrali toliko kot v prejšnjih sedmih letih skupaj. *Finance*, 2016 (33), 2.
45. Lilai, X. (2010). Business incubation in China - Effectiveness and perceived contributions to tenant enterprises. *Management Research Review*, 33 (1), 90-99.
46. LUI. (2016). *O Lui*. Pridobljeno 30. marec 2016 iz Ljubljanski univerzitetni inkubator: <http://lui.si/olui/>.
47. Lumpkin, J.R., & Ireland, R.D. (1988). Screening practices of new business incubators: the evaluation of critical success factors. *American Journal of Small Business*, 12 (4), 59-81.
48. Makovec, S. (2014). *Katere možnosti financiranja imajo start upi na voljo*. Pridobljeno 10. maj 2015 iz Startaj.si: <http://www.startaj.si/8808033/Katere-mo%C5%BEnosti-financiranja-imajo-startupi-na-voljo>.
49. Meru, K., A., & Struwig, M. (2011). An Evaluation of the Entrepreneurs' Perception of Business-Incubation Services in Kenya. *International Journal of Business Administration*, 2 (4), 112-121.
50. MF. (2015a). *Delovna področja - državne pomoči: Osnovni pojmi, najpogostejša vprašanja*. Pridobljeno 8. oktober 2015 iz RS - Ministrstvo za finance: http://www.mf.gov.si/si/delovna_podrocja/drzavne_pomoci/.
51. MG. (2011). Razpisna dokumentacija za produkt P2 - sofinanciranje zagona podjetij v subjektih inovativnega okolja v letu 2011. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo.
52. MGRT. (2013). *Strategija razvoja Slovenije (osnutek)*. Pridobljeno 15. maj 2015 iz Služba Vlade RS za razvoj in evropsko kohezijsko politiko: <http://www.eu-skladi.si/kohezija-do-2013/2014-2020/strategija-razvoja-slovenije>.
53. MGRT. (2015). Program izvajanja finančnih spodbud Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo 2015 - 2020. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo.
54. MJU. (2014). *Enotna poslovna točka e - VEM, o portalu*. Pridobljeno 26. januar 2016 iz Ministrstvo za javno upravo: <http://evem.gov.si/info/o-portalu/>.
55. Močnik, D., & Rus, M. (2016). Slovenska podjetja in značilnosti start-up ekosistema: Slovenski podjetniški observatorij 2015. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
56. Morpheus. (2012). Start up accelerators increasing in number. *Mint*, 2012 (10), 1-5.

57. Morpheus. (2013). What startups expect from their accelerators. *Mint*, 2013 (6), 1-3.
58. Morris, R. (2011). *High - Impact Entrepreneurship Global Report*. Pridobljeno 20. februar 2015 iz Center for High - Impact Entrepreneurship at Endeavor: <http://www.endeavor.org/research/endeavor-gem-report-2011/>.
59. Mothibi, G. (2014). The influence of Business Incubation Services on the Performance of Small Medium Enterprises in the South African Tourism Industry. *European Conference on Management, Leadership & Governance, 2014* (11), 569-576.
60. Moules, J. (2013). Incubators seek to accelerate growth of start up business. *Financial Times*, 2013 (2), 19.
61. MPI Ormož. (2016). *Predstavitev MPI Ormož*. Pridobljeno 20. marec 2016 iz Mrežni podjetniški inkubator Ormož: <http://www.ormoz.si/podrocje.aspx?id=767>.
62. MPI Vrelec. (2016). *O inkubatorju*. Pridobljeno 20. marec 2016 iz Mrežni podjetniški inkubator Vrelec: <http://www.inkubator-rs.si/slo/o-inkubatorju.html>.
63. OECD. (1997). *Technology Incubators: Nurturing Small Firms*. Paris: OECD.
64. OECD. (2014). *Better Policies - Slovenia*. Pridobljeno 5. januar 2016 iz Organisation for Economic Co-operation and Development: <http://www.oecd.org/about/publishing/2014-05-Better-Policies-Slovenia-SL.pdf>.
65. OECD. (2015). *The OECD - Eurostat Entrepreneurship Indicators Programme (EIP)*. Pridobljeno 28. marec 2015 iz Organisation for Economic Co-operation and Development: <http://www.oecd.org/std/business-stats/theentrepreneurshipindicatorsprogrammeeeipbackgroundinformation.htm>.
66. Patel, N. (2015). *90 % Of Startups Fail: Here's What You Need To Know About The 10%*. Pridobljeno 16.01.2015 iz Forbes: <http://www.forbes.com/sites/neilpatel/2015/01/16/90-of-startups-will-fail-heres-what-you-need-to-know-about-the-10/>.
67. Petković, J. (2013). *Slovenian startup ecosystem: October 2013*. Pridobljeno 28. maj 2015 iz Yougo. vc - supporting builders: <http://yougo.vc/blog/2013/10/slovenian-startup-ecosystem-october-2013/>.
68. PIP. (2016). *O inkubatorju*. Pridobljeno 30. marec 2016 iz Podjetniški inkubator Perspektiva: <http://www.inkubator-postojna.si/si/o-inkubatorju>.
69. Podjetniški inkubator Kostel. (2016). *O inkubatorju*. Pridobljeno 30. marec 2016 iz Podjetniški inkubator Kostel: <http://inkubator-kostel.si/vizija-poslanstvo-dejavnost/>.
70. Pomurski tehnološki park. (2016). *O tehnološkem parku*. Pridobljeno 10. januar 2016 iz Pomurski tehnološki park: <http://www.p-tech.si/o-tehnoloskem-parku/vizija-in-poslanstvo/>

71. Primorski tehnološki park. (2015). *O nas*. Pridobljeno 10. december 2015 iz Primorski tehnološki park: <http://www.primorski-tp.si/o-nas>.
72. Primorski tehnološki park. (2016). *POPRI tekmovanje*. Pridobljeno 26. februar 2016 iz Primorski tehnološki park: <http://www.primorski-tp.si/popri/aktualno-popri/popri-tekmovanje>.
73. RCR. (2015). *O podjetju*. Pridobljeno 10. december 2015 iz Regionalni center za razvoj: <http://www.rcr-zasavje.si/si/o-podjetju/>.
74. RC IKT. (2016). *Vizija, poslanstvo, vrednote*. Pridobljeno 8. marec 2016 iz Razvojni center za informacijske in komunikacijske tehnologije: <http://www.rcikt.com/rc-ikt/>.
75. RC Novo mesto. (2016). *Podjetniški inkubator Podbreznik/Prostori*. Pridobljeno 20. marec 2016 iz Razvojni center Novo mesto: <http://www.inkubator-nm.si/Prostori/Osebnaizkaznica.aspx>.
76. Rebernik, M., Tominc, P., Črnogaj, K., Širec, K., Bradač, H., B., & Rus, M. (2014). *GEM Slovenija 2013: Spregledan podjetniški potencial mladih*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
77. Rebernik, M., Močnik, D., & Bradač, H., B. (2015). *Slovenski podjetniški observatorij 2014: Slovenska podjetja in okoljski vidiki poslovanja*. Maribor: Ekonomsko - poslovna fakulteta.
78. Rice, M.P., & Matthews, J.B. (1995). *Growing New Ventures, Creating New Jobs: Principles and Practices of Successful Business Incubation*. Westport, CT: Quorum Books.
79. RSG Kapital. (2016). *O nas*. Pridobljeno 24. april 2016 iz RSG Capital: <http://www.rsg-capital.si/o-nas/zakaj-sodelovati-z-nami>.
80. Rus, N. (2011). *Pregled institucij podpornega okolja v Republiki Sloveniji – projekt FREE*. Pridobljeno 20. december 2015 iz Central Europe Programme & European Regional Development Fund: http://free.unideb.hu/portal/feasibility_studies.
81. Salvador, E. (2010). Are science parks and incubators good “brand names” for spin-offs? The case study of Turin. *Journal of Technology Transfer*, 2010 (36), 203-232.
82. Scarborough, N.M., & Zimmerman, T.W. (2002). *Effective Small Business Management: An Entrepreneurial Approach, 4th Edition*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
83. SID banka. (2011). *Brošura SID banke: Spodbujamo dolgoročne finančne storitve za trajnostni razvoj Slovenije*. Pridobljeno 20. januar 2016 iz Slovenska izvozna in razvojna banka d.d.: http://www.sid.si/Portals/0/Dokumenti/Mediji/DrugiDokumenti/Brosura_SID_banka_2011.pdf.

84. SID banka. (2016). *Predstavitev SID banke*. Pridobljeno 10. januar 2016 iz Slovenska izvozna in razvojna banka d.d.: <http://www.sid.si/Predstavitev-SID-banke>
85. Silicon Gardens. (2015). *Silicon Gardens Fund/Aim*. Pridobljeno 25. oktober 2015 iz Silicon Gardens: <http://www.silicongardens.si/angelski-sklad/>.
86. SPIRIT Slovenija. (2016a). *Evidenca subjektov inovativnega okolja*. Pridobljeno iz Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije: <http://www.podjetniski-portal.si/ustanavljam-podjetje/inovativno-okolje/Evidenca-subjektov-inovativnega-okolja>.
87. SPIRIT Slovenija. (2016b). *Imam idejo - portal za inovativne*. Pridobljeno 20. januar 2016 iz SPIRIT Slovenija: <http://www.imamidejo.si/storitve/inovativno-okolje>.
88. SPIRIT Slovenija (2016c). *Nacionalni sistem inovacij*. Pridobljeno 25. januar 2016 iz SPIRIT Slovenija: <http://www.podjetniski-portal.si/ustanavljam-podjetje/inovativno-okolje/nacionalni-sistem-inovacij>.
89. SPIRIT Slovenija (2016d). *Pisarne za prenos tehnologij*. Pridobljeno 25. januar 2016 iz SPIRIT Slovenija: <http://www.podjetniski-portal.si/ustanavljam-podjetje/inovativno-okolje/pisarne-za-prenos-tehnologij>.
90. SPIRIT Slovenija (2016e). *Podjetniški dogodki in tekmovanja*. Pridobljeno 20. marec 2016 iz SPIRIT Slovenija: <http://www.podjetniski-portal.si/o-podjetnistvu/podjetniski-dogodki-in-tekmovanja>.
91. SPS. (2014). *Slovenski podjetniški sklad vstopa na pot najboljših evropskih praks pri spodbujanju inovativnih start-up podjetij - sporočilo za javnost 20.6.2014*.
92. SPS. (2015a). *Letno poročilo Javnega sklada RS za podjetništvo 2014*. Maribor: Slovenski podjetniški sklad.
93. SPS. (2015b). *Produkti Sklada - program mladi - podjetja mlajša od 5 let*. Pridobljeno 20. september 2015 iz Slovenski podjetniški sklad: <http://www.podjetniskisklad.si/sl/produkti-sklada/program-mladi>.
94. SPS. (2015c). *Strateški program finančnih spodbud za mikro, mala in srednje velika podjetja za obdobje 2014-2020 - poslovna politika Slovenskega podjetniškega sklada za obdobje 2014-2020*. Maribor: Slovenski podjetniški sklad.
95. SRRS. (2015a). *O nas*. Pridobljeno 25. november 2015 iz Slovenski regionalno razvojni sklad: <http://www.regionalnisklad.si/o-nas>.
96. SRRS. (2015b). *Regionalne garancijske sheme..* Pridobljeno 25. november 2015 iz Slovenski regionalno razvojni sklad: <http://www.regionalnisklad.si/razpisi/rgs>.
97. Start up Velenje. (2016). *Prostori*. Pridobljeno 16. februar 2016 iz Start up Velenje: <http://startupvelenje.si/?cid=prostoriID>.

98. SURS. (2015a). *Hitrorastoča podjetja, Slovenija, 2014*. Pridobljeno 19. januar 2016 iz Statistični urad Republike Slovenije: <http://www.stat.si/StatWeb/prikazi-novico?id=5686&idp=16&headerbar=14>.
99. SURS. (2015c). *Statopis - statistični pregled Slovenije 2015*. Pridobljeno 20. januar 2016 iz Statistični urad Republike Slovenije: http://www.stat.si/dokument/8732/statopis_2015.pdf.
100. SURS. (2015d). *Mozaik poslovnih statistik*. Pridobljeno 20. januar 2016 iz Statistični urad Republike Slovenije: <http://www.stat.si/statweb/Common/PrikaziDokument.ashx?IdDatoteke=8408>.
101. SVRK. (2014a). *Operativni program za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014 - 2020*. Pridobljeno 15. oktober 2015 iz Služba Vlade RS za razvoj in evropsko kohezijsko politiko: <http://www.eu-skladi.si/ekp/kljucni-dokumenti>.
102. SVRK. (2014b). *Vlada sprejela Operativni program za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014 - 2020*. Pridobljeno 20. oktober 2015 iz Služba Vlade RS za razvoj in evropsko kohezijsko politiko: http://www.svrk.gov.si/si/medijsko_sredisce/novica/browse/31/article/12447/5890/f3fe05e5909d770a35457e1abf03e3e6/.
103. SVRK. (2015). *Slovenska strategija pametne specializacije - S4*. Pridobljeno 15. oktober 2015 iz Služba Vlade RS za razvoj in evropsko kohezijsko politiko: http://www.svrk.gov.si/nc/si/medijsko_sredisce/novica/article/1328/6113/.
104. SVRL. (2011). *Kaj in kdo je slovensko podporno okolje in kako vam lahko pomaga pri realizaciji vašega inovativnega produkta oziroma storitve*. Pridobljeno 20. oktober 2015 iz Innovation 2020: http://www.innovation2020.eu/Dokumenti/Koristni_nasveti/Kaj%20in%20kdo%20je%20slovensko%20podporno%20okolje_final.pdf.
105. Šivic, A. (2014). *Kako pomembna je vloga malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji? (posebna objava)*. Pridobljeno 30. oktober 2015 iz Statistični urad Republike Slovenije: <http://www.stat.si/StatWeb/glavnanavigacija/podatki/prikazistarovico?IdNovice=6537>.
106. ŠTP. (2016). *Kreativni prostori za skupinsko in individualno delo »StartTogether«*. Pridobljeno 20. februar 2016 iz Štajerski tehnološki park: <http://www.stp.si/hub.html>.
107. TCP. (2016). *O nas*. Pridobljeno 15. marec 2016 iz Tehnološki center Posavje: http://www.techpo.si/o_nas.php.
108. Tehnološki park Ljubljana. (2015). *O nas*. Pridobljeno 10. december 2015 iz Tehnološki park Ljubljana: <http://www.tp-lj.si/o-nas>.
109. Telegraph Media Group Limited. (2014). All of London's start up accelerators and incubators. *Telegraph*, 2014 (12), 1-4.

110. Tovarna podjetij. (2013). *Svetovanje podjetnikom*. Pridobljeno 20. oktober 2015 iz Tovarna podjetij: http://www.tovarnapodjetij.org/Dokumenti/Ponudba_storitev/Svetovanje_260.aspx.
111. Tovarna podjetij. (2016). *O nas*. Pridobljeno 30. marec 2016 iz Tovarna podjetij: http://www.tovarnapodjetij.org/Dokumenti/Univerzitetni_inkubator/O_nas_251.aspx.
112. Trapunski, E. (2000). Accelerators help ventures soup up the start up cycle. *Silicon Valley North, GTA Edition*, 4(4), 15.
113. UMAR. (2015a). Tekoča gospodarska gibanja. *Ekonomsko ogledalo*, 21(12), 5-16. Pridobljeno 20. januar 2016 iz Urad za makroekonomske analize in razvoj: http://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/eo/2015/EO1215s.pdf.
114. UMAR. (2015b). *Poročilo o razvoju 2015*. Pridobljeno 20. januar 2016 iz Urad za makroekonomske analize in razvoj: http://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/pr/2015/PoR_2015.pdf.
115. Ur.l. RS. (2008). Pravilnik o vodenju evidence subjektov inovativnega okolja. *Uradni list RS*, 25/08.
116. Ustvarjalnik. (2016). *Kaj je ustvarjalnik?* Pridobljeno 10. april 2016 iz Ustvarjalnik: <http://www.ustvarjalnik.org/about-us/>.
117. Vinturella, B.J., & Erickson, S.,M. (2013). *Raising Entrepreneurial Capital, 2nd Edition*. Newnes: Elsevier Insights.
118. Vlada RS. (2013). *Slovenska industrijska politika - SIP*. Pridobljeno 30. april 2015 iz Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo: http://www.mgrt.gov.si/si/delovna_podrocja/podjetnistvo/.
119. Zavod MP. (2016). *Izbor: Mladi podjetnik leta 2016*. Pridobljeno 31.3.2016 iz Zavod Mladi podjetnik: <http://mladipodjetnik.si/mp-leta>.
120. Zorič, I. (2010). *Potencialna vloga SID banke pri pospeševanju črpanja nepovratnih sredstev EU. Magistrsko delo*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
121. ZPOP-1 (2007). Zakon o podpornem okolju za podjetništvo. *Uradni list RS*, 102/2007.
122. ZSDrP. (2004). Zakon o spremljanju državnih pomoči. *Uradni list RS*, 37/04.
123. Žakelj, L. (2006). *Podjetniška aktivnost in podjetniško okolje v Sloveniji*. Ljubljana: Urad za makroekonomske analize in razvoj.

8 PRILOGE

Priloga 1: Anketni vprašalnik



Spoštovani,

sem Maja Ploj, študentka znanstvenega magistrskega študija na Ekonomsko-poslovni fakulteti v Mariboru. Pod mentorstvom doc. dr. Barbare Bradač Hojnik pripravljam magistrsko nalogo na temo državnih spodbud in podpornega okolja za mlada inovativna podjetja v Sloveniji.

Z raziskavo želim pridobiti splošno oceno slovenskega podpornega okolja za mlada inovativna start up podjetja s perspektive podjetnikov in oceniti vpliv vključevanja podjetnikov v podporne institucije - inkubatorje/pospeševalnike/tehnološke parke na rast in razvoj podjetij.

Za pridobitev empiričnih podatkov vas vljudno vabim k izpolnitvi ankete ter hkrati zagotavljam anonimnost in uporabo pridobljenih podatkov izključno za namen analize v magistrski nalogi. Vaše podjetje je bilo izbrano iz baze prijavljenih podjetij na javni razpis Slovenskega podjetniškega sklada.

Anketa vam bo vzela približno 5 minut vašega časa. Večina vprašanj predvideva vnaprej podane odgovore, kjer označite ustrezno vrednost. Pomembno je zgolj vaše mnenje.

Za vaš čas in pripravljenost sodelovati se vam iskreno zahvaljujem!
S spoštovanjem.

Maja Ploj

1) Osnovni podatki o podjetju:

- Naziv podjetja: _____
- Starost podjetja (v mesecih): _____
- Velikost podjetja (po številu zaposlenih):
A: 0-10 zaposlenih B: 10-50 zaposlenih C: 50-250 zaposlenih D: več kot 250 zaposlenih
- Način opravljanja dejavnosti:
A: samostojni podjetnik - s.p. B: družba z omejeno odgovornostjo - d.o.o.
- Osnovna dejavnost/panoga podjetja:
A: kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo
B: rudarstvo
C: predelovalne dejavnosti
D: oskrba z električno energijo, plinom in paro

E: oskrba z vodo, ravnanje z odplakami in odpadki, saniranje okolja
 F: gradbeništvo
 G: trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil
 H: promet in skladiščenje
 I: gostinstvo
 J: informacijske in komunikacijske dejavnosti
 K: finančne in zavarovalniške dejavnosti
 L: poslovanje z nepremičninami
 M: strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti
 N: druge raznovrstne poslovne dejavnosti
 P: izobraževanje
 Q: zdravstvo in socialno varstvo
 R: kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti
 S. druge dejavnosti

• Regija:

A: Pomurska regija E: Zasavska regija I: Gorenjska regija
 B: Podravska regija F: Posavska regija J: Primorsko - notranjska regija
 C: Koroška regija G: Jugovzhodna Slovenija K: Goriška regija
 D: Savinjska regija H: Osrednjeslovenska regija L: Obalno - kraška regija

2) Prosim označite, na kakšen način je bilo vaše podjetje v času ustanovitve, zagona in začetnega razvoja vključeno v institucijo (subjekt) inovativnega okolja - univerzitetni/podjetniški inkubator/tehnološki park?

A: Podjetje je bilo vključeno v institucijo (subjekt) inovativnega okolja in je v njej izvajalo aktivnosti)
 B: Podjetje je bilo fizično prisotno – je imelo sedež podjetja v institucijo (subjektu) inovativnega okolja

(Opomba: Z vprašanji preverjam osnovne podatke o vzorcu.)

3) Prosim ocenite, kako pogosto ste uporabljali storitve, ki jih nudijo univerzitetni/podjetniški inkubatorji, pospeševalniki ali tehnološki parki?

Storitve in dogodki, organizirani v sklopu univerzitetnih/podjetniških inkubatorjev/pospeševalnikov/ tehnoloških parkov	Pogostost udeležbe
Osnovne svetovalne storitve in orodja za olajšanje procesa ustanovitve in zagona podjetja, s strani predstavnikov inkubatorja/pospeševalnika/tehnološkega parka	1x na leto 1x na mesec 1x na teden 1x na dan večkrat na dan
Informiranje preko spleta (spletna stran, e-pošta, tel.) o storitvah, programih in dogodkih v okviru inkubatorja/pospeševalnika/tehnološkega parka	1x na leto 1x na mesec 1x na teden 1x na dan večkrat na dan
Udeležba na seminarjih, okroglih mizah, podjetniških delavnicah - start up šolah, start up vikendih, demo dnevih, "pitchingih" - pripravah na investicijo itd.	1x na leto 1x na mesec 1x na teden 1x na dan večkrat na dan
Udeležba na dogodkih, namenjenih povezovanju oz. mreženju z izkušenimi podjetniki, potencialnimi investitorji, mentorji, zunanji strokovnjaki s področja podjetništva in ostalimi predstavniki start up ekosistema	1x na leto 1x na mesec 1x na teden 1x na dan večkrat na dan
Osebno svetovanje izbranega start up mentorja na individualnih srečanjih	1x na leto 1x na mesec 1x na teden 1x na dan večkrat na dan
Celovita podpora organiziranega mentorsko/izobraževalnega programa (mentoriranje, investicija, infrastruktura, promocija): Goglobal, Startup Geek House, Ceed Slovenija, Hekovnik, Erasmus	1x na leto 1x na mesec 1x na teden 1x na dan večkrat na dan

(Opomba: Z vprašanjem preverjam hipotezo H2.)

4) Na podani lestvici ocenite zaznano vrednost - pomembnost, ki jo imajo storitve in ugodnosti univerzitetnih/podjetniških inkubatorjev/pospeševalnikov/tehnoloških parkov za rast in razvoj mladega podjetja (kjer pomeni 1 = zelo majhna in 5 = zelo velika). Podajte tudi oceno prejete storitve/ugodnosti, če ste jo koristili (kjer pomeni 1 = zelo slabo in 5 = zelo dobro).

Infrastrukturalne ugodnosti in skupne storitve univerzitetnih/podjetniških inkubatorjev/ pospeševalnikov/ tehnoloških parkov	Zaznana vrednost/ pomembnost	Ocena storitve
Ugodna/cenovno dostopna najemina	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Strateška lokacija	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Ustrezen pisarniški/delovni prostor in oprema (računalniška oprema, dostop do telekomunikacijskega omrežja...)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Drugi prostori v sklopu objekta: sejne sobe, konferenčne dvorane, multimedijske učilnice...)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Skupne pisarniške storitve (recepcija, administracija, pošta, varovanje, čiščenje...)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Interakcija in mreženje med podjetniki v sklopu univerzitetnih/podjetniških inkubatorjev/ pospeševalnikov/ tehnoloških parkov	Zaznana vrednost/ pomembnost	Ocena storitve
Izmenjava informacij, izkušenj in znanj z ostalimi podjetniki v inkubatorju/pospeševalniku/tehnološkem parku	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Sklepanje poslov z ostalimi podjetji v inkubatorju/pospeševalniku/tehnološkem parku	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Izboljššan dostop do mreže podpornih institucij zunaj inkubatorja/pospeševalnika/tehnološkega parka (finančne institucije, univerze, nacionalni sistem inovacij ipd.)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Izboljššan dostop do potencialnih domačih in tujih investitorjev (družb tveganega kapitala, poslovnih angelov...)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Večja prepoznavnost podjetja zaradi skupne promocije v okviru inkubatorja/pospeševalnika/teh. parka (imidž, kredibilnost podjetja)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Storitve in dogodki, organizirani v sklopu univerzitetnih/podjetniških inkubatorjev/ pospeševalnikov/ tehnoloških parkov	Zaznana vrednost/ pomembnost	Ocena storitve
Seminarji, okrogle mize, podjetniške delavnice - start up šole/vikendi, demo dnevi, ("pitching"), "networking" dogodki/mreženje podjetnikov	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Osnovno svetovanje predstavnikov inkubatorja/pospeševalnika/tehnološkega parka in informiranje o storitvah in dogodkih v inkubatorju/pospeševalniku/tehnološkem parku	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Individualno svetovanje izbranega start up mentorja/ vključenost v organizirani izobraževalno/mentorski program	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

5) Izmed podanih možnosti izberite najpogostejšo oviro, s katero ste se srečevali ob zagonu vašega podjetja.

- A: Visoki začetni stroški poslovanja
- B: nezadostni viri financiranja
- C: pomanjkanje podjetniških spretnosti
- D: pridobivanje prvih kupcev
- E: nepoznavanje možnosti koriščenja državnih spodbud
- F: nezaupanje »potencialnih« investitorjev v uspeh podjetja
- G: pomanjkanje specifičnih/tehnoloških znanj
- H: nepoznavanje konkurence na trgu
- I: pomanjkanje usposobljenih kadrov

J: pomanjkanje socialnega kapitala (poslovnih kontaktov podjetnikov, investitorjev)

(Opomba: Z vprašanjem preverjam hipotezo H3.)

6) Na podani lestvici ocenite vaše strinjanje z navedenimi trditvami, ki opisujejo slovensko podjetniško podporno okolje za nastajajoča in mlada inovativna oz. “start up” podjetja (kjer pomeni 1 = se popolnoma ne strinjam in 5 = se popolnoma strinjam).

Razvitost slovenskega podjetniškega podpornega okolja za nastajajoča in mlada “start up” podjetja	Ocena strinjanja s posamezno trditvijo				
Univerzitetni inkubatorji, podjetniški pospeševalniki in tehnološki parki zagotavljajo učinkovito celostno podporo za start up podjetja.	1	2	3	4	5
V Sloveniji je dovolj podjetniških dogodkov/nagrad za spodbujanje in podporo podjetniškemu talentu.	1	2	3	4	5
Državna politika aktivno podpira nastajanje in zagon inovativnih podjetij s potencialom hitre rasti.	1	2	3	4	5
Tehnološko znanje in inovacije se uspešno prenašajo z univerz in raziskovalnih institucij v inovativna podjetja.	1	2	3	4	5
Nacionalni start up ekosistem ima vzpostavljene dobre povezave z ostalimi start up ekosistemi po svetu.	1	2	3	4	5
Fizična infrastruktura in dostop do komunikacij sta dobro razvita za podporo nastajajočih in mladih start up podjetij.	1	2	3	4	5
Izobraževalni programi v inkubatorjih, pospeševalnikih in tehnoloških parkih so dobro razviti za podporo start up podjetij v vseh fazah razvoja.	1	2	3	4	5
Nacionalni izobraževalni sistem spodbuja mlade k ustanavljanju novih podjetij.	1	2	3	4	5
Družbena omrežja spodbujajo mreženje in povezovanje podobno mislečih podjetnikov.	1	2	3	4	5
Investicije poslovnih angelov in drugih zasebnih investitorjev se v Sloveniji hitro povečujejo.	1	2	3	4	5
Na voljo je dovolj sredstev semenskega in tveganega kapitala javnih investitorjev (javni skladi, kombinacija javno - zasebnega kapitala)	1	2	3	4	5
Okolje je dovolj vablivo za prihod tujih izkušenih start up mentorjev in investitorjev v Slovenijo.	1	2	3	4	5
Mediji in medijski dogodki veliko namenijo promociji mladih inovativnih podjetnikov.	1	2	3	4	5
Zaposleni svetovalci v institucijah podpornega okolja (SIO) so strokovno dobro usposobljeni za podporo nastajajočih in mladih start up podjetij.	1	2	3	4	5
Višina davkov ne predstavlja bremena za nastajajoča in nova podjetja.	1	2	3	4	5
Na voljo je dovolj finančnih spodbud za nastajajoča in mlada inovativna podjetja.	1	2	3	4	5

(Opomba: Z vprašanjem preverjam hipotezo H4.)

Priloga 2: Vrednosti Cronbachovih koeficientov

Tabela 24: Vrednost Cronbach alfe za infrastrukturo/okolje

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,742	,745	7

Tabela 25: Vrednost Cronbach alfe za dostop do finančnih virov

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,365	,397	3

Tabela 26: Vrednost Cronbach alfe za podjetniško izobraževanje

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,427	,457	3

Tabela 27: Vrednost Cronbach alfe za podporo medijev

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,515	,509	3

Tabela 28: Vrednost Cronbach alfe za infrastrukturne ugodnosti in skupne storitve SIO

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,864	,865	5

Tabela 29: Vrednost Cronbach alfe za interakcijo in mreženje med podjetniki v sklopu SIO

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,918	,919	5

Tabela 30: Vrednost Cronbach alfe za storitve in dogodke, organizirane v sklopu SIO

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,900	,902	3