

Pomen podjetništva za družbeni in gospodarski razvoj

Pojem podjetništvo (SSKJ): prizadevanje za dosego čim večjega finančnega uspeha ob tveganju.

Podjetništvo je torej proces, ki temelji na posameznikih, ki se odločajo za podjetniško kariero.

V makroekonomskem smislu številni raziskovalci razumejo podjetništvo kot dejavnik makroekonomske politike, ustvarjanje novih delovnih mest in splošnega družbenega napredka. Še več, podjetništvo v makroekonomskem smislu pomeni iskanje globalnega tržnega ravnovesja, rast in razvoj regionalnih, nacionalnih in svetovnega gospodarstva.

Z mikroekonomijo je podobno. S podjetniškim ravnanjem in podjetništvom razumemo predvsem zadovoljevanje potreb trga, torej iskanje tržnega ravnovesja ponudbe in povpraševanja po proizvodih in storitvah, ki jih ponujajo posamezne gospodarske enote – podjetja. Podjetnik, ki po definiciji prepoznava tržne priložnosti, je agent iskanja tega ravnovesja. Podjetništvo daje torej določen predznak uveljavljenim pojmom tako v makro kot v mikroekonomiji. Če rečemo, da država ravna podjetniško, s tem razumemo, da sprejema takšne ukrepe ekonomske politike, ki pomenijo dolgoročen razvoj, rast, napredek, zaposlovanje, zadovoljevanje tržnih potreb, ravnotežje itd. Podobno razumemo tudi podjetniško ravnanje oz. vedenje podjetja.

Podjetništvo ima torej v ekonomiji dokaj jasno mesto, saj razloži nastajanje novih kombinacij poslovnih prvin, ki so organizacijsko in pravno pojavijo v okviru podjetij. V času liberalnega kapitalizma ni bilo težko prepoznati podjetnika, saj je bil med vodilnimi ljudmi v podjetju, tudi med lastniki. V začetku stoletja je podjetnik nekako izginil iz ekonomske teorije. Podjetnik se je izrazito pojavil spet v zadnjih desetletjih, njegovo mesto pa je danes predvsem v poslovnih in organizacijskih znanostih. Razlog je najverjetneje v tem, da je bilo zaradi zastoja v rasti produktivnosti dolga desetletja, vse do sedemdesetih let, poudarjeno predvsem proučevanje obstoječih podjetij z vidika učinkovitosti, zadnja desetletja pa je podjetnik in njegovo nerutinsko, inovativno, s tveganjem povezano ravnanje, spet in vse bolj v ospredju zanimanje ekonomistov in drugih znanosti. Razlikovanje menedžerjev in podjetnikov, s čemer se ukvarja vrsta piscev. Ostaja ugotovitev, da je vloga menedžmenta, da zagotavlja splošno učinkovitost obstoječega procesa, vloga podjetnikov pa uvajanje novih idej, preseganje rutinskega, vključno s »pravico« do napake, propada posameznega podjema



Celotna vključenost v podjetništvo znaša v Sloveniji 9% ali skoraj 122 000posameznikov. Ker pa so v tej številki tudi nastajajoči podjetniki, od katerih marsikdo ne bo uresničil svojih podjetniških namenov, je skupina posameznikov, ki se tudi dejansko pojavlja na trgu, nekaj manjša. Ocenjujemo, da bi lahko bila realna številka za leto 2006 blizu 8 % (vsi ustaljeni in novi podjetniki in potencialno »preživeli« nastajajoči), torej dobrih 100 000 ljudi.

*Vse manj nuja in vse več priložnost:*

Posamezniki se odločajo za podjetništvo, ker želijo izkoristiti dobro poslovno priložnost ali ker nimajo druge boljše alternative za delo in zaslužek - govorimo o **podjetništvu iz nujnosti** in o **podjetništvu zaradi priložnosti**.

V Sloveniji se v zadnjih petih letih vse več posameznikov loteva podjetništva zaradi priložnosti. Razmerje med priložnostjo in nujnostjo je najugodnejše pri nastajajočih podjetnikih, kar je razumljivo, saj so to najzgodnejše faze, ki se še niso povsod realizirale v obstoječem podjetju. Pri ustaljenih podjetnikih je to razmerje 6,5 : 1, kar pomeni, da **na enega ustaljenega podjetnika, ki je ustanovil podjetje iz nuje, pride v Sloveniji 6,5 podjetnikov, ki so izkoristili poslovno priložnost**. Med državami, ki sodelujejo v raziskavi GEM (Global Entrepreneurship Monitor), nas v letu 2006 ta indeks uvršča na 9. mesto. To je zelo pomembno, ker imajo podjetniki, ki ustanavljajo podjetja zaradi nujnosti, manjše ambicije po rasti in izkazujejo manjšo nagnjenost za zaposlovanje in razvoj kot podjetniki, ki se podjetništva lotijo zaradi priložnosti. Pomembno pa je tudi zato, ker države, kjer prevladuje podjetništvo zaradi priložnosti, izkazujejo nižjo stopnjo propadanja novih podjetij.

*Število ženskih podjetnic še vedno močno zaostaja:*

Čeravno se po izsledkih več raziskav podjetnice v Sloveniji večinoma ne soočajo s predsodki do svoje podjetniške kariere ter za žensko podjetništvo ni pravnih ovir, pa se ženske dejansko vključujejo v podjetništvo bistveno manj kot moški. **V Sloveniji v vseh starostnih skupinah prevladujejo moški.**



Sklepamo, da vzroki za nižje vključevanje žensk v podjetništvo niso osebne, ampak infrastrukturne narave: prezaposlenost in odsotnost podpore v družini, pomanjkanje ustreznih služb za kakovostno (zlasti popoldansko) varstvo otrok, odsotnost podpornih mehanizmov, ki bi upoštevali specifične potrebe podjetnic. Deklarativno pozitiven odnos do žensk v podjetništvu je zato potrebno dopolniti z vrsto ukrepov, da bi se lahko ženske dejansko enakopravno vključevale v podjetništvo.

*Razvojna moč slovenskega podjetništva:*

V eni prejšnjih raziskav smo ugotavljali, da je povprečen slovenski podjetnik, ki pričakuje visoko rast svojega podjema, moški, starejši, kot je povprečje v vseh državah v okviru GEM skupaj, predvsem pa je manj izobražen. Slovenski nastajajoči, novi in ustaljeni podjetniki v največji meri **pričakujejo do pet novih delovnih mest v prihodnjih petih letih**. V vseh državah, razen v Južnoafriški republiki in na Filipinih, nastajajoči in novi podjetniki pričakujejo večji porast števila novih delovnih mest kot pa ustaljeni. Glede na odstotek nastajajočih in novih podjetij, ki pričakujejo znaten porast števila novih delovnih mest - najmanj za 10 mest, kar je hkrati tudi najmanj 50 % obstoječega števila delovnih mest - je Slovenija uvrščena v zgornjo polovico držav, na 15. mesto med 42 državami. Med razvitimi evropskimi državami sta pred Slovenijo le Velika Britanija in Islandija.

*Prednostne potrebe:*

Povečanje ravni podjetniških znanj in veščin ostaja bistvena razvojna naloga. Po eni strani gre za potrebo po razumevanju podjetništva, njegovih zahtev po potrebnih lastnostih in ravnanju, po drugi strani pa za ustvarjanje večje samozavesti, odločnosti in iniciativnosti mladih ter ambicioznosti v snovanju kariere, še zlasti pri višje in visoko izobraženih posameznikih. V tej smeri je nujno tudi ustvarjanje pozitivnega odnosa do podjetništva v celotni družbi. **Podjetništvo mora postati vrednota v razvojni usmeritvi Slovenije, ki jo mora, poleg prebivalstva in medijev, na vseh ravneh sprejeti in podpreti tudi javna uprava, saj glede na dolgoročnost teh procesov ne zadoščajo kratkoročni ukrepi in programi, ampak se zahteva sistemska in dolgoročna promocija podjetništva**. S tem v zvezi ponovno poudarjamo pomen kulturne in družbene klime za podjetništvo. Kulturne in družbene norme namreč obsegajo sistem vrednot in znanja, ki podpira in spodbuja podjetništvo, tako znanje kot vrednote pa se prenašajo iz ene generacije na drugo tudi preko sistema izobraževanja.

Spodbujanje podjetništva in ustvarjanje **podjetniške klime** za nastajanje novih ter rast obstoječih podjetij je dolgoročen proces in izsledki raziskav tudi kažejo, da je vključevanje v podjetništvo posledica dejavnikov, ki so v veliki meri strukturne narave in kulturno pogojeni. Številne raziskave kažejo, da so podjetništvu naklonjene kultura in vrednote ključen dejavnik podjetništva. Pomembno vlogo pri ustvarjanju pozitivnega odnosa do podjetništva in spreminjanju vrednot družbe imajo politiki in druge javne osebnosti ter mediji, ki naj bi promovirali vlogo in mesto podjetništva v družbi in njegov pomen za gospodarski razvoj. Podjetništvo kot vrednoto bi morali vgraditi tudi v izobraževalne programe osnovnih, srednjih in visokih šol ter z vsebinami in metodami poučevanja spodbujati ustvarjalnost in podjetniško miselnost. Četudi posamezniki ne bodo nikoli ustanovili svojega podjetja, bodo pridobili miselni okvir in vrednostni sistem, ki se bo zmožen spoprijeti s spremembami v okolju in obvladovati konkurenčne pritiske.

Vloga podjetnosti kot gibala razvoja

Malo gospodarstvo prispeva k razvoju in podobi kraja in regije, prinaša nove informacije in znanja ter spreminja miselnost ljudi. Zelo pomemben je njegov vpliv pri razvoju manjših lokalnih območij, ki ne nudijo pravih možnosti za velika podjetja. Za hitrejši gospodarski razvoj in povišanje konkurenčnosti na evropskem trgu je potreben razvoj podjetij, ki ustvarjajo visoko dodano vrednost. Za delovanje visokotehnoloških podjetij so potrebni visokoizobraženi kadri in prenos znanja iz univerz in visokih šol v gospodarstvo. Ta proces lahko okrepijo in pospešijo tudi inkubatorji in tehnološki parki.

Za hitrejši in uspešnejši razvoj malega gospodarstva potrebujemo razvito podporno okolje. V svetu je znanih več različnih oblik podpore, s katerimi lokalne oblasti pospešujejo razvoj gospodarstva in krepijo konkurenčnost.

Najbolj znane oblike podpore so:

* poslovne cone (ustrezno opremljeno zemljišče in prostor za podjetja)
* podjetniški inkubatorji (za podporo podjetjem v zgodnjem obdobju nastanka)
* tehnološki park (za podporo tehnološkim podjetjem in razvojnim oddelkom podjetij)

*Boljši pogoji za razvoj podjetništva v Sloveniji:*

V veljavi je novi Zakon o podpornem okolju za podjetništvo (ZPOP-1, leta 2007), ki naj bi s celovito strukturo podpore podjetjem spodbudil nadaljnji razvoj podjetništva v Sloveniji. Zakon opredeljuje podjetniško, inovativno in finančno okolje, ki naj bi prek svojih mehanizmov ustvarili učinkovito podporno okolje.

Zakon konkretno določa ukrepe za spodbujanje podjetništva in organiziranost na tem področju ter postopke za dodeljevanje sredstev, namenjenih oblikovanju podpornega okolja za podjetništvo.

Temeljni cilji zakona so:

* vzpostavitev učinkovitega podpornega okolja na lokalni,pokrajinski in nacionalni ravni,
* ustvarjanje zavesti o pomenu podjetništva za gospodarski razvoj in uresničevanje ustvarjalnih podjetniških potencialov državljanov,
* povečanje možnosti za ustanavljanje novih podjetij, spodbujanje njihove rasti in ustvarjanje novih delovnih mest,
* pospešitev izkoriščanja podjetniških in inovacijskih potencialov,
* vzpostavitev učinkovitega podpornega okolja za potencialne podjetnike in delujoča podjetja v vseh fazah njihovega razvoja, za dostop do celovitih podpornih storitev,
* spodbuditev povezovanja med raziskovalnimi in izobraževalnimi organizacijami ter gospodarstvom.

V 4. členu so glede na število zaposlenih in višino letnega prihodka oziroma letno vrednost aktive opredeljeni izrazi podjetje, srednje veliko podjetje, malo podjetje in mikro podjetje.  
Prav na razvoju uspešnih mikro, malih in srednje velikih podjetij v veliki meri temelji izboljšanje konkurenčnosti slovenskega gospodarstva. Zaradi vrste omejitev za razvoj, s katerimi se srečujejo takšna podjetja, je pomembna aktivna politika spodbujanja njihovega nastajanja in razvoja, seveda pa je za razvoj dinamičnih, tehnološko naravnanih podjetij, potrebna nefinančna in finančna podpora.

Zakon v 6. členu določa, da se sredstva za izvajanje programa ukrepov zagotavljajo v državnem proračunu ter iz drugih domačih in tujih virov. Ministrstvo, pristojno za gospodarstvo, mora pripraviti sheme za dodeljevanje državnih pomoči v skladu s programom ukrepov.  
Določena je celovita struktura podpore malih in srednjih podjetij v Sloveniji, kot je to predvideno v strateških razvojnih dokumentih in programu ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007-2013. Za podporo podjetništvu je v novi finančnih perspektivi namenjeno dvakrat več sredstev kot v preteklem obdobju, tako neposredno kot posredno prek drugih programov več kot 650 milijonov evrov.   
Pri finančnem okolju novi zakon ohranja rešitve, ki omogočajo sodobne oblike financiranja prek skladov tveganega kapitala in finančnega zakupa ter drugih oblik, opredeljuje pa tudi nefinančne podpore prek podjetniškega in inovativnega okolja. Podjetniško in inovativno okolje koordinira Javna agencija za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI) (9. člen), izvajajo pa ga subjekti podjetniškega in inovativnega okolja. Naloge in programe za oblikovanje in razvoj finančnega okolja na državni ravni pa izvaja Slovenski podjetniški sklad. Od 20. do 35. člena je podrobno opredeljen celoten postopek dodeljevanja sredstev s strani sklada. Zakon predpostavlja določen model financiranja ustanavljanja in zagona ter delovanja subjektov podjetniškega okolja, po katerem subjekte ustanavljajo osebe javnega in zasebnega prava na podlagi nacionalnih in pokrajinskih usmeritev in razvojnih programov. Ustanovitelji zagotovijo sredstva za ustanovitev, zagon in začetno delovanje subjekta podjetniškega okolja, ta sredstva se lahko zagotavljajo tudi iz proračuna (preko javnega razpisa), a največ za obdobje petih let od ustanovitve.   
V podjetniškem okolju se na nacionalni ravni oblikujejo razvojne naloge in programi za razvoj podjetništva, na lokalni in regionalni ravni pa se s konceptom "Vse na enem mestu" zagotavljajo podporne storitve potencialnim podjetnikom, delujočim podjetjem in raznim oblikam sodelovanja in povezovanja podjetij.  
Podobno kot podjetniško okolje je zasnovano tudi inovativno okolje (11. člen), ki omogoča nastajanje in razvoj oblik, kot so inovacijski centri, podjetniški in univerzitetni inkubatorji ter tehnološki parki, ki spodbujajo nastajanje novih podjetij, zlasti tistih, ki so pomembna za večjo konkurenčnost, višjo dodano vrednost in enakomernejši regionalni razvoj podjetništva.   
Bistvo zakona je, da omogoča sodobno delitev nalog med ministrstvom za gospodarstvo ter izvajalskimi institucijami tako na nacionalni ravni kot tudi lokalni in regionalni ravni. S tem naj bi imel zakon pozitivne učinke za nadaljnji razvoj podjetništva v Sloveniji. Podjetniška in industrijska politika Evropske unije stremita k ustvarjanju ugodnega okolja za Evropska podjetja in industrije, ekonomsko rast, službe in socialno pomoč. Razmere za poslovanje poskušata narediti ugodne za podjetja, da bodo zmožna tekmovati in trgovati pod enakimi pogoji v Evropi in globalno. Politika si prizadeva k ustvarjanju Evrope kot privlačnega prostora za investiranja in delo in hkrati podpira inovativno industrijo in industrijo temelječo na znanju. Določene potrebe po nekaterih industrijah, kot so prehrambena, avtomobilska ali informacijska industrija so vzete v obzir, medtem ko je industrijam kot je obrambena, letalska, biotehnološka, kemična in strojno inženirstvo zagotovljeno dobro delovanje. Evropska Komisija poudarja potrebo po integraciji različnih politik, kot so trgovanje, raziskave, notranji trg, treniranje, informacijska skupnost, regionalni razvoj, obdavčevanje in okolje, zato da bodo pospešili uporabo znanja in inovacij širom Evrope kot celota. Oviranje konkurence mora biti umaknjeno, predpisi pa morajo biti znižani na minimum na račun rasti. Podjetja se morajo prilagoditi nenehnemu razvoju, razvoju znanj, nižanju revščine, spoštovanju človekovih pravic in racionalni uporabi naravnih sredstev. Lizbonski vrh, ki se je odvijal marca 2000, je zaznamoval velik preobrat na tem področju. njen izraženi cilj je bil narediti Evropo kot “najbolj konkurenčno in dinamično ekonomijo, temelječo na znanju v svetu, sposobno trajne rasti z več in boljšimi službami in boljšo socialno kohezijo” do leta 2010. Na Evropskem Svetu v Gothenburgu je bila dodana še okoljevarstvena nota k strategiji promoviranja trajne rasti v Evropi. Decembra 2006 je bila Lizbonska strategija o rasti in delu ponovno zagnana. Predsednik komisije Jose Manuel Barroso je dejal: “Evropa začenja sprejemati spremembe, ki utegnejo narediti trenutno ekonomsko konjunkturo zadnjo. Da bi se pripravili na globalizacijo mora vsaka država članica pospešiti tempo in začeti delovati s celotnim potencialom.” Sodeč po Evropskem Svetu, so poskusi strukturnih sprememb ekonomij v državah članicah začeli rojevati sadove. Raziskave, tehnološki razvoj in inovacije dobivajo gonilno moč, ukinjanje birokratskih načinov izboljšuje predpise in poslovno okolje, še posebej za majhna in srednje velika podjetja, se izboljšuje. Pri merjenju delovanja inovacij, je bilo razvidno, da EU po inovacijah v zadnjih petih letih dohaja ZDA (glejte evropsko inovacijsko točkovno tablo [European Innovation Scoreboard 2006](http://www.proinno-europe.eu/index.cfm?fuseaction=page.display&topicID=5&parentID=51)) . Finska, Švedska, Danska in Nemčija so bile razglašene za vodilne na področju inovacij, ne samo med članicami EU ampak tudi globalno. Delujejo bolje in investirajo veliko več kot povprečne države na področju inovacij. Cilj EU je doseči vlaganje povprečno treh procentov BDPja v raziskave in investicije v razvoj do leta 2010, kot del Lizbonske strategije za rast in konkurenčnost. Generalni direktorat evropske komisije za podjetja in industrije navaja sledeče cilje kot glavne:

* podpora Lizbonskemu procesu
* zmanjšati ovire podjetništvu v Evropi in spodbuditi potencialne podjetnike
* podpirati inovacije v tehnični sferi kot dodatek raziskavam, kot tudi v poslovnih procesih
* nadaljnje večanje učinkovitosti notranjega trga, še posebej v novejših državah članicah
* večati globalno konkurenčnost evropske industrije znotraj okvirja trajnega razvoja

EU zagovarja politiko, po kateri se proizvod in proizvodni predpisi določajo podjetjem le kadar je to absolutno potrebno. Izjeme so denimo farmacevtska podjetja, ki potrebujejo dovoljenje, preden dajo izdelek na trg.

**Možnost lastne kariere v poslovnem okolju**

*Razvoj kariere:*

Načrtovanje lastne poklicne kariere je postopek, ki zahteva veliko energije, vztrajnosti in vizije. Tem prej ko boste začeli razmišljati o svoji karieri in jo sistematično načrtovati, večjo prednost imate pred svojimi "konkurenti" tem bolj uspešni boste.

Prvi korak (oceni):

Prvi korak v procesu načrtovanja kariere se začenja s posameznikom. Na tej točki mora »iskalec« kariere vprašati samega sebe kdo sploh je. Samoocenitev je ključna za razumevanje lastnih interesov, spretnosti in vrednot. Samoocenitev se lahko izvrši formalno ali neformalno. Čimbolj jasna je slika, ki jo nekdo razvije o samem sebi, tem lažji bo proces razvoja kariere. Razvoj kariere zahteva identifikacijo področij, ki so nekomu blizu, kakor tudi tistih, ki jih ne mara, identifikacijo področij, kjer si je nekdo pridobil določeno strokovno znanje ter identifikacijo osebnih vrednot in pomembnih življenjskih načel. Uspešnost samoocenitve temelji na zmožnosti biti odkrit do samega sebe. Iskalci kariere naj najprej ugotovijo kaj so že naredili, kaj jim je bilo všeč in kaj je zanje pomembno. Odgovori na ta vprašanja oblikujejo temelje za proces razvoja kariere.

Drugi korak (razišči): Ko je ocenitev popolna in ima iskalec kariere razjasnjeno sliko o samem sebi nastopi čas iskanja v zunanjem svetu. Začetek Drugega koraka je tako namenjen pregledovanju možnosti, ki so na voljo. Karierna področja naj bodo pregledana s pomočjo pisnih in internetnih virov. Hkrati je to idealen čas za začetek mreženja – razgovori z ljudmi, ki delajo na področjih, ki iskalca kariere zanimajo, kar omogoča temeljitejši vpogled v omenjena področja. Cilj koraka Razišči je pridobitev čimveč informacij o področjih, ki iskalca kariere zanimajo.

Tretji korak (razjasni): Na tej stopnji se začnejo združevati posamezni koraki razvoja kariere in potrebno je oceniti in ovrednotiti posameznikove ugotovitve glede kariere, njegove pretekle delovne izkušnje in življenjska načela. Potrebna je ocenitev medsebojnega vpliva posameznih elementov. Nadalje je potrebno oceniti v  katerih točkah samoocenitev posameznika in njegova pričakovanja glede kariere sovpadajo in v katerih točkah si nasprotujejo. To je tudi idealen čas za iskanje priložnosti za praktično izpopolnjevanje kot npr. počitniška praksa in pregledovanje predstavitev potencialnih podjetij.  Nadalje je to stopnja ko se je potrebno seznaniti z različnimi vidiki zaposlovanja. »Razjasni« je ključni korak v procesu razvoja kariere, ker pride tukaj prvič do soočenja želja glede kariere in izkušenj posameznika. Te aktivnosti bodo posamezniku omogočile, da najde povezave in sprejme odločitve.

Četrti korak (dosezi): Posamezni koraki: oceni, razišči in razjasni vodijo h končnemu koraku, dosezi. V tem koraku, je nujna aktivnost iskanje kariere. Razvijte načrt, ki bo temeljil na individualnem časovnem okviru in na ustreznih obdobjih zaposlovanja in potem začnite ta načrt uresničevati. Ocenjevanje možnosti je pomemben del koraka Dosezi. Nadaljujte z zbiranjem vseh specifičnih informacij potrebnih za sprejemanje odločitev glede na različne možnosti. Z izpolnitvijo Dosezi je možno zagotoviti neko novo pozicijo.

Z razvojem kariere skozi določeno časovno obdobje je možna preusmeritev karierne poti oziroma sprememba delovnega področja znotraj istega področja gospodarstva. Zmeraj ko začenjate neko novo iskanje, je koristen ponoven prelet skozi oceni, razišči, razjasni in dosezi.

*Poslovno okolje:*

Vodstvo podjetja potrebuje znanje o okolju za strateško planiranje v podjetju, spremljanje ukrepov države in politike in za povezovanje z družbenimi vrednotami.

Pri definiciji pojma poslovno okolje je treba opredeliti tudi pogoje, ki so potrebni za doseganje hitre gospodarske rasti in razvoja ter spodbujanje inovativnosti in ustvarjalnosti. O idealnem poslovnem okolju govorimo, kadar se vsi subjekti v določenem prostoru skladno dopolnjujejo in skladno stremijo k skupnemu cilju za doseganje skupnih interesov.

Če se hočemo čim bolj približati idealnemu poslovnemu okolju, je nujna povezanost treh osnovnih prostorov: prostora znanja, ki ustvarja inovativno okolje, prostora sporazumov, tj. prostora zamisli ter strategij, ter inovacijskega prostora, kjer se cilji uresničujejo. Povezava naštetih prostorov pogojuje uspešen na znanju zasnovan ekonomsko-družbeni razvoj. Pri ustvarjanju idealnega okolja je pomembno, da v vseh treh prostorih enakovredno sodelujejo gospodarska, vladna in akademska sfera.

Eden od pogojev, da se ustvarjanje lahko razvija in sledi viziji, so urejene poslovne cone.

**Inovativno okolje:**

Slovensko inovativno okolje predstavljajo **podjetniški in univerzitetni inkubatorji ter tehnološki parki**, ki spodbujajo nastajanje novih podjetij, zlasti tistih, ki so pomembna za večjo konkurenčnost, višjo dodano vrednost in enakomernejši regionalni razvoj podjetništva.

Subjekte inovativnega okolja ustanavljajo osebe javnega in zasebnega prava, praviloma na podlagi nacionalnih in pokrajinskih usmeritev in razvojnih programov. Ustanovitelji zagotovijo sredstva za ustanovitev, zagon in začetno delovanje subjekta inovativnega okolja (zagotovitev prostorov, potrebne opreme in ustreznega števila zaposlenih). Njihovo delovanje pa spodbuja tudi JAPTI v sodelovanju z Ministrstvom za gospodarstvo s financiranjem njihovih aktivnosti v okviru nalog in programov inovativnega okolja.

Naloge subjektov inovativnega okolja so:

* [promocija celovitega podpornega okolja in še posebej storitev inovativnega okolja](http://www.podjetniski-portal.si/ustanavljam-podjetje/inovativno-okolje/Promocija-podpornega-in-inovativnega-okolja),
* [promocija komercializacije znanja](http://www.podjetniski-portal.si/ustanavljam-podjetje/inovativno-okolje/Promocija-komercializacije-znanja),
* [iskanje novih podjetniških zamisli](http://www.podjetniski-portal.si/ustanavljam-podjetje/inovativno-okolje/Iskanje-novih-podjetniskih-zamisli),
* [posredovanje informacij končnim upravičencem (inkubirancem)](http://www.podjetniski-portal.si/ustanavljam-podjetje/inovativno-okolje/Posredovanje-informacij),
* Nasveti glede razvoja poslovnih idej, preizkus poslovnih idej v praksi

**Podjetniški inkubator** je institucija, ki v prostorih  na določeni lokaciji omogoča učinkovito nastajanje in razvoj novih podjetij in zagotavlja urejeno poslovno okolje z infrastrukturo in s širšim naborom upravnih in intelektualnih storitev za inovativna podjetja.

**Univerzitetni inkubator** je institucija povezana z univerzo ali visokošolskim zavodom, ki omogoča realizacijo podjetniških pobud predvsem dijakov, študentov in profesorjev. Univerzitetni inkubator nudi podporo inovativnim tehnološkim podjetjem in poslovnim zamislim.

**Tehnološki park** je institucija, ki na prostorsko koncentrirani večji lokaciji združuje razvojno raziskovalne in poslovne dejavnosti novih inovativnih tehnoloških podjetij in razvojno raziskovalnih oddelkov podjetij. 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.



**Problemi podjetnikov v poslovnem okolju**

Podjetnik mora analizirati poslovno okolje pred začetkom lastne kariere.

Sestavine okolja so:

* + Ekonomske (splošna gospodarska aktivnost, konkurenti na trgu)
  + Tehnološke (tehnološke revolucije, spreminjanje proizvodnje in storitev, decentralizacija)
  + Politične (vladno okolje, pravno okolje)
  + Družbeno-socialne(vrednote, izobrazba, religija)

Podjetje deluje v nekem okolju in na njegovo poslovanje in uspešnost posredno in neposredno vplivajo tako dejavniki mikro kot tudi makro okolja.

Med dejavnike mikro okolja trženja se uvrščajo:

* poslovodstvo podjetja, ki odloča o poslovnih strategijah podjetja,
* kupci, pri čemer ločimo različne skupine trgov glede na značilnosti kupcev,
* trgi, kjer kupujejo gospodinjstva za svojo osebno potrošnjo,
* trgi, na katerih kupujejo podjetja za potrebe proizvodnje proizvodov in storitev,
* trgi, na katerih kupujejo trgovinski posredniki,
* trgi, na katerih kupujejo organi oblasti,
* trgi, na katerih kupujejo neprofitne organizacije različni posredniki na področju trženja (trgovski posredniki, marketinške agencije, finančne institucije), ki pomagajo podjetju prodajati izdelke ali storitve,
* konkurenti,
* dobavitelji, razne javnosti (mediji, ekološke skupine, zveze potrošnikov, društva proti mučenju živali, ipd.).

Med dejavnike makro okolja trženja spadajo:

* prebivalstvo,
* splošne gospodarske razmere (dejavniki, ki vplivajo na kupno moč),
* naravno okolje (naravni viri, ki se pojavljajo kot proizvodni vložki),
* tehnološko okolje (poraja nove izdelke in tržne priložnosti),
* pravno okolje (zakonodaja na področju varnosti izdelkov, oglaševanja, zaščitnih carin, kreditiranja kupcev, preprečevanja nelojalne konkurence).

*Problemi podjetnikov:*

V Gospodarski zbornici Slovenije menijo, da je »finančna nedisciplina glavna ovira za hitrejši razvoj podjetništva, pogosto pa tudi eden od najpomembnejših razlogov propadanja malih podjetij v Sloveniji«. Država je na čelu lestvice neplačnikov, kar se nato prenaša naprej.

Nekateri dejavniki prispevajo k povečevanju razlik med dobrimi in slabimi podjetji. Denimo razpisni pogoji gredo na roko podjetjem z dobro boniteto. To pomeni, da morajo prvo plačati, nato pa dobijo sredstva povrnjena. Kontrol porabe kapitala je vse več, pa tudi vračanja sredstev zaradi neizpolnjenih pogojev, zato obstaja pri podjetnikih strah.

Naslednji večji problem slovenskega podjetništva je nelojalna konkurenca, ki je vzrok in posledica težav. »Zgodi se, da so objavljeni ceniki posameznih del, podjetniki pa potem na osnovi tega ponujajo nižjo ceno zato, da bi prišli do posla. S tem zbijajo ceno drug drugemu. Mnogi gredo celo pod lastno ceno in začarani krog propadanja podjetja se zapira

Na ta način se porajajo dvomi v verodostojnost kakršnihkoli dogovorov. To priča o pomanjkanju podjetniške tradicije, znanja, kulture in ustaljene prakse, razen če takšen način poslovanja ne postane ustaljena praksa.

Tukaj svoj delež ponovno prispeva država, na eni strani zaradi pomanjkljive zakonodaje, nato zaradi počasnosti, čeprav bodo po vsej verjetnosti nove zakonske spremembe omejile birokracijo in skrajšale postopke. Malo več bo sicer morala država še delati na področju dajatev, kajti razdeliti bo morala podjetja in obrtnike na tiste, ki poslujejo in zaslužijo, in tiste, ki so v težavah, pa vendarle morajo plačevati prispevke, kar povzroča, da večkrat zaidejo v dolgove iz katerih se več ne morejo izvleči.

Na to se navezuje tudi siva ekonomija, ki se pri nas giblje med 7,3% do 11,8% BDP in v okviru tega **zaposlovanje na črno**. Lani so v gradbenih delih v kar 20% pregledov inšpektorji odkrili zaposlovanje na črno. Tisti, ki svoje obveznosti redno poravnavajo, se čutijo kaznovani, v primerjavi s tistimi, ki se obveznostim izogibajo.



Eden pomembnejših problemov pa se pojavi, ko je podjetnik že globoko v procesu izvajanja programa. Podjetniki, ki držijo vse v svojih rokah, postanejo ovira poslovanju lastnega podjetja ne znajo prestrukturirati podjetja, si oblikovati širše ekipe sodelavcev, neradi spreminjajo svoj način poslovanja. Posledica je, da jih posli prerastejo. Moderni podjetniki danes dajejo veliko na dodatno šolanje in zunanje svetovanje.

Naslednji večji problem je izbira kadrov, ki postaja formalna, tipizirana, neosebna. Večina podjetij izbor kadrov prepušča specializiranim agencijam, ki pa o samih delovnih procesih vedo bolj malo, kadre pa ocenjujejo po kriterijih, ki jim ni vedno zaupati.

**Viri in literatura:**

* [www.cubistinstitute.org/PCG/doc/Idealna\_**poslovna**%20cona-1\_NAL.doc](http://www.cubistinstitute.org/PCG/doc/Idealna_poslovna%20cona-1_NAL.doc)
* <http://www.ozs.si/obrtnik/prispevek.asp?ID=11863&IDpm=3802>
* <http://www.podjetniski-portal.si/ustanavljam-podjetje/inovativno-okolje>
* [www.student-info.net/sis-mapa/skupina\_doc/ef/knjiznica\_datoteke/555218\_**poslovno**\_**okolje**\_podjetja\_4\_v\_plonk\_listek\_108.doc](http://www.student-info.net/sis-mapa/skupina_doc/ef/knjiznica_datoteke/555218_poslovno_okolje_podjetja_4_v_plonk_listek_108.doc)
* <http://www.lui.si/datoteke/LUI_Prirocnik_za_vaje_OP.pdf>
* <http://www.markosj.net/podjetnisto.htm>
* http://www.tp-lj.si/index.php?sv\_path=665,44932&FILTER=1907
* PŠENIČNY Viljem: Podjetništvo od podjema do rasti: Ministerstvo RS za šolstvo in šport, Ljubljana 2000

**Priloga:**

* Delovni list
* Aktualno: članek o delavnicah v tehnološkem parku