

Podjetništvo in tehnološko podjetništvo v zasavski regiji: pomen, stanje in spodbujanje

Povzetek

Zasavska regija je ena izmed najmanj razvitih regij v Sloveniji in njene možnosti za razvoj so omejene. Neizkoriščene ostajajo tudi številne podjetniške priložnosti. V tem prispevku zato proučujemo stanje in problematiko podjetništva v zasavski regiji, s posebnim pou-

darkom na tehnološkem podjetništvu. Na podlagi analize stanja v regiji in rezultatov anketiranja 129 zasavskih podjetnikov proučujemo razlike med običajnimi in tehnološkimi podjetniki, da bi ugotovili, koliko prispevajo k razvoju regije. Zbrani podatki o značilnostih po-

djetnikov omogočajo tudi oblikovanje nekaterih predlogov za spodbujanje podjetništva v regiji. Kakor ugotavljamo v zaključku, je prav tehnološko podjetništvo tisto, ki regijo lahko popelje na pot do uspeha.

Ključne besede: podjetništvo, tehnološko podjetništvo, podjetnik, regionalni razvoj, zasavska regija

Summary

The Zasavje region is one of the least developed regions in Slovenia with very limited options for development. However, several entrepreneurial opportunities in the region remain unexploited. Therefore, in this article we study the status and issues of entrepreneurship in the Zasavje region, with a

special emphasis on technological entrepreneurship. Based on analysis of the region and the results of a survey of 129 entrepreneurs in Zasavje, the differences between entrepreneurs in general and technological entrepreneurs are studied, in order to find out how much they contribute to re-

gional development. The gathered data on entrepreneurial characteristics also enable the formulation of some propositions for fostering entrepreneurship in the region. The final conclusion is that technological entrepreneurship can put the region on the path to success.

Key words: entrepreneurship, technological entrepreneurship, entrepreneur, regional development, Zasavje region

JEL: L260, O300

1. Uvod

Podjetništvo je ključni dejavnik gospodarskega razvoja, saj povečuje konkurenco in sili k stalnemu izboljševanju kakovosti, s čimer povečuje blaginjo prebivalstva (Timmons in Spinelli, 2004). Prav nova in rastoča podjetja so tista, ki ustvarijo večino delovnih mest (Birch, 1987) in so kot taka torej eden od glavnih spodbujevalcev gospodarske rasti. V zadnjem času je v okviru podjetništva kot dejavnika ustvarjanja individualne in regionalne

blaginje še posebna pozornost namenjena tehnološkemu podjetništvu (Venkataraman, 2004).

V literaturi obstaja več opredelitev tehnološkega podjetništva. V tej raziskavi upoštevamo opredelitev Dorfa in Byersa (2005) in tehnološko podjetništvo opredeljujemo kot stil vodenja, ki vključuje identifikacijo tehnološko intenzivnih komercialnih priložnosti z visokimi možnostmi, zbiranje virov, kakor so znanje in kapital ter upravljanje podjetja v hitri rasti, in ob velikem

* Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta

** Inštitut za ekonomska raziskovanja, Ljubljana

Tabela 1: Primerjava novih tehnoloških podjetij in 500 najboljših podjetij za Evropo in ZDA

	Evropa 1991-95		ZDA 1990-94	
	Nova tehnološka podjetja iz Evrope	Najboljših 500 podjetij iz Evrope	Nova tehnološka podjetja iz ZDA	Najboljših 500 podjetij iz ZDA
Rast števila delovnih mest v %	15	2	20	-0,9
Rast prihodkov v %	35	14	35	2
Rast izvoza v %	30		57	
Izdatki za R&D / prihodki	8,6	1,3		
Izdatki za R&D / kapital			30	14,7

Vir: Coopers in Lybrand, 1996.

tveganju, ki se ga obvlada z uporabo modernih načinov odločanja. Tehnološka podjetja izkoriščajo pomembne prednosti v znanosti in tehniki za razvoj boljših izdelkov in storitev za uporabnika. Vodje tehnoloških podjetij se odlikujejo v osredotočenosti, strasti in nepopustljivi želji po uspehu. Javnost se je pomena tehnološkega podjetništva začela zavedati v osemdesetih letih, ko so številne tradicionalne panoge naletele na težave, tehnološka podjetja pa so na drugi strani postala sinonim za nova delovna mesta in gonilna sila tehnološkega napredka in inovacij (Almus in Nerlinger 1999). Tehnološka podjetja odlikujejo tudi visoke stopnje rasti prodaje in dobička ter posledično tudi davčnih prispevkov (Mian, 1997) in so eden ključnih dejavnikov, ki določajo napredek regije. Vlade so zato oblikovale različne ukrepe (posebni zakoni, promoviranje, vzpostavljanje virov financiranja), s katerimi so tehnološko podjetništvo začele spodbujati (Kulicke, 1993). V tehnoloških podjetjih narašča število zaposlenih dvakrat hitreje kakor v drugih podjetjih. Raziskava, ki sta jo izvedla Almus in Nerlinger (1999), s podatki ZEW-Foundation Panel za območje nekdanje Zahodne Nemčije v obdobju od 1989 do 1996, je pokazala, da tehnološka podjetja rastejo hitreje od netehnoloških in da so tehnološka podjetja v obdobju izvajanja raziskave povečala število zaposlenih, medtem ko se je število zaposlenih v netehnoloških podjetjih zmanjševalo. Pozitivna povezanost med tehnološkim podjetništvom in gospodarsko rastjo je razvidna tudi iz primerjave novih tehnoloških podjetij z uspešnimi obstoječimi podjetji na področju rasti delovnih mest, rasti prodaje in izvoza ter vlaganja v raziskave in razvoj. V prvi polovici devetdesetih let je bilo ugotovljeno, da so nova tehnološka podjetja v Evropi in ZDA na vseh obravnavanih področjih boljša kakor 500 najboljših podjetij v Evropi in 500 najboljših podjetij v ZDA (tabela 1).

Nova visokotehnološka podjetja imajo bistvene prednosti na štirih pomembnih področjih:

—spodbujanje inovativnosti,

- ustvarjanje novih delovnih mest,
- rast izvoza in
- regionalni razvoj.

Namen tega prispevka je analizirati stanje na področju podjetništva v zasavski regiji in na podlagi analize stanja ugotoviti, kakšen je pomen podjetništva za zasavsko regijo in če ga je smiselno spodbujati. Poseben poudarek bo namenjen tehnološkemu podjetništvu. Pomen tehnološkega podjetništva ter razlike med tehnološkimi in drugimi podjetji so bile izpostavljene že v uvodu. V nadaljevanju tega prispevka bo zaradi boljšega razumevanja problematike zasavska regija najprej predstavljena z ustreznimi kazalci splošnega gospodarskega razvoja, za tem pa bo podrobneje opisano tudi stanje v regiji na področju podjetništva, in sicer z makroekonomskega vidika. Metodologija in rezultati raziskave, ki je bila opravljena na podlagi anketiranja 129 zasavskih podjetnikov, bodo predstavljeni v nadaljevanju. V sklepnem delu tega prispevka bomo povzeli glavne ugotovitve raziskave in odgovorili na vprašanje, ali in zakaj je podjetništvo in tehnološko podjetništvo v zasavski regiji smiselno spodbujati, ter predlagali tudi nekatere možne načine njegovega spodbujanja.

2. Zasavska regija

Zasavska regija, ki je ena izmed najmanj razvitih slovenskih regij, se uvršča med tradicionalno industrijska in rudarsko-energetska območja Slovenije s staro industrijsko sestavo, nizkim deležem kmečkega prebivalstva, visoko brezposelnostjo in s pokrajinsko degradacijskimi procesi (Regionalni razvojni program zasavske regije za obdobje 2007–2013, 2007). Tri zasavske doline (trboveljska, hrastniška in zagorska) predstavljajo gosto poseljeno in urbanizirano območje, medtem ko so obsežnejša, višje ležeča območja redkeje poseljena, gospodarsko šibkejša in večinoma zaznamovana z neonesnaženim

Tabela 2: Naravni in selitveni prirast prebivalstva v letu 2004

Občina	Naravni prirast prebivalstva	Selitveni prirast prebivalstva	Vsota	Št. prebivalcev
Hrastnik	-28	15	-13	10.393
Trbovlje	-73	-51	-124	18.046
Zagorje ob Savi	-35	-73	-108	17.108
Skupaj	-136	-109	-245	45.547

Vir: SI-Stat podatkovni portal, 2007.

podeželjem (Regionalni razvojni program zasavske regije za obdobje 2002–2007, 2002). Zasavska regija je najmanjša regija v Sloveniji; razprostira se na 264 km² (Slovenske regije v številkah, 2007), kar predstavlja 1,3 % slovenskega ozemlja. Regija obsega občine Hrastnik, Trbovlje in Zagorje ob Savi. Temeljna pokrajinska značilnost regije je reliefno razgibano hribovito površje. Ob reki Savi, ki povezuje vse tri občine, poteka ozek pas obrečnega sveta, ki omogoča cestno in železniško povezavo Zasavja s sosednjimi regijami, blizu pa je tudi peti evropski koridor.

V regiji je 30. junija 2007 živel 45.242 prebivalcev, kar predstavlja 2,2 odstotka celotnega prebivalstva Slovenije (SI-Stat podatkovni portal, 2007). Gostota prebivalstva presega slovensko povprečje za več kakor 70 odstotkov. V juniju 2007 je bila gostota prebivalstva kar 171 prebivalcev/km² (v Sloveniji je v povprečju 99 prebivalcev/km²). Zadnjih deset let je v regiji opaziti stalni rahel upad števila prebivalcev, predvsem v občinskih središčih. Zmanjševanje števila prebivalcev je seštevek gospodarskih, zaposlitvenih, socialnih in okoljskih vzrokov ter značilnosti polpreteklega regionalnega razvoja. Močan vpliv ima predvsem negativni naravni prirast prebivalstva, kar opozarja na pospešeno staranje prebivalstva v regiji. Glede na indeks staranja spada Zasavje med regije z najvišjimi vrednostmi indeksa staranja v Sloveniji, saj je v starostni skupini 65 let ali več za 26 % več prebivalstva kakor v starostni skupini od 0 do 14 let (Slovenske regije v številkah, 2007). Z vidika negativnega selitvenega prirasta je problematično predvsem to, da so selitve izobraženih ljudi v razvitejša območja vse pogostejše.

Naravnogeografske danosti regije ustvarjajo razmere za njeno usmerjenost zlasti v industrijo. Zadnjih petdeset let regionalnega razvoja tako zaznamuje raba rjavega premoga in razvoj industrije. Ta dva dejavnika sta povzročila velike gospodarske, demografske, socialne, zdravstvene in prostorsko-pokrajinske spremembe. Spremenila se je prevladujoča gospodarska struktura, socialna sestava prebivalstva, prihaja do dnevnih migracij, gospodarski subjekti in prebivalstvo pa se

koncentrirata v ozkih dolinah. Tretjino bruto dodane vrednosti v regiji danes še vedno prispevajo dejavnosti rudarstva in predelovalne industrije, pri čemer celotna industrija obsega kar 49 % bruto dodane vrednosti v regiji; za primerjavo, v osrednjeslovenski regiji industrija ustvari zgolj 24 % bruto dodane vrednosti v regiji (Slovenske regije v številkah, 2007).

Za zasavsko regijo je značilno primanjkoanje delovnih mest in visoka stopnja brezposelnosti (13,8 %), ki je druga najvišja v državi, takoj za stopnjo brezposelnosti v pomurski regiji (Slovenske regije v številkah, 2007). Temu primerne so tudi plače v regiji, ki so za 14 % nižje od slovenskega povprečja (Regionalni razvojni program zasavske regije za obdobje 2002–2007, 2002). Vir delovnih mest predstavljajo predvsem rudarstvo in pridobivanje električne energije (Rudnik Trbovlje-Hrastnik in Termoelektrarna Trbovlje), poleg tega pa tudi industrija gradbenih materialov (Cementarna Trbovlje, Ytong Slovenija in IGM), kemična in steklarska industrija (TKI in Steklarna Hrastnik) in elektroindustrija (ETI Izlake). Podjetja s področja storitev so resda najštevilčnejša, vendar gre za manjša podjetja z malo zaposlenimi. Delež malih in srednjih podjetij je pod državnim povprečjem. Nizke plače so zaznamovane predvsem v nizki kvalifikacijski strukturi zaposlenih in nezainteresiranosti za tehnične poklice. Med prebivalstvom prevladuje dokončana IV. stopnja izobrazbe. Posledično plače vplivajo na počasnejši gospodarski razvoj, zlasti pri tistih dejavnosti, ki so povezane z osebno blaginjo prebivalstva. Za prodor na slovenski in zahteven svetovni trg so potrebni znanje, kapital in tehnologija, ki jih v regiji primanjkuje.

Pomemben makroekonomski kazalnik regionalne razvitosti je tudi podatek o gospodarski dejavnosti in ustvarjeni dodani vrednosti. Povprečna dodana vrednost na zaposlenega v slovenskih podjetjih (kazalnik produktivnosti dela) je leta 2004 znašala 24.787 EUR na zaposlenega. Podjetja v zasavski regiji lahko uvrstimo med podpovprečna glede produktivnosti dela, saj so leta 2004 zabeležila 20.506 EUR dodane vrednosti na zaposlenega (Rebernik et al., 2006).

Tabela 3: Izobrazbena struktura prebivalstva, starega 15 ali več let, v zasavskih občinah leta 2002

Občina	Preb., staro 15 in več let	Stopnje izobrazbe							
		I. Brez izob.	II. Ne-popolna osnovna izob.	III. Osnovna izob.	IV. Nižja in srednja poklicna izob.	V. Strokovna in splošna srednja izob.	VI. Višja izob.	VII. Visoka dodipl. izob.	VIII. Visoka podipl. izob.
Zagorje	14.371	71	1.071	4.128	4.311	3.471	619	650	50
Trbovlje	15.825	75	812	4.194	4.924	4.130	769	848	73
Hrastnik	8.736	61	812	2.736	2.508	1.962	331	307	19
Zasavje	38.932	207	2.695	11.058	21.306	11.743	9.563	1.719	1.805
Zasavje v %	100,00	0,53	6,92	28,40	54,73	30,16	24,56	4,42	4,64

Vir: SI-Stat podatkovni portal (2007).

Stagnacija in regresija, ki sta rezultat gospodarskih, zaposlitvenih, socialnih in okoljskih značilnosti prejšnjega industrijskega razvoja, predstavljata največji problem v regiji. Tradicionalno industrijsko okolje, ki se ni prilagodilo novim tržnim razmeram, odpor do sprememb in problem vzpostavitve učečih se organizacij zaznamuje regijo. Tranzicija in postopno opuščanje energetske dejavnosti je velik del rudarske industrije potisnilo v krizo. To krizo je mogoče ublažiti ali končati le z razvojem, vzpodbudo inovativnih podjetniških dejavnosti, izobraževanjem zaposlenih, preišljenimi investicijami in, kakor so pokazale študije, z uporabo nove tehnologije, ki dolgoročno omogoči hitrejšo rast podjetij.

3. Podjetništvo v zasavski regiji – makroekonomski vidik

Ker je podjetništvo primarna gonilna sila razvoja, imajo države, regije in občine, ki aktivno spodbujajo razvoj podjetništva, višjo stopnjo rasti in višjo razvojno raven kakor tiste države, regije in občine, v katerih institucije, politika in kultura preprečujejo podjetništvo (Petrin, 2000). Podjetništvo je poskus ustvariti dodano vrednost z odkrivanjem poslovnih priložnosti, obvladovanja tveganja, ki ustreza tej priložnosti, in s komunikacijskimi in poslovnimi (vodstvenimi) sposobnosti ter znanjem mobilizirati človeške, finančne in materialne vire, potrebne za uspeh podjetja (Vahčič, 2000).

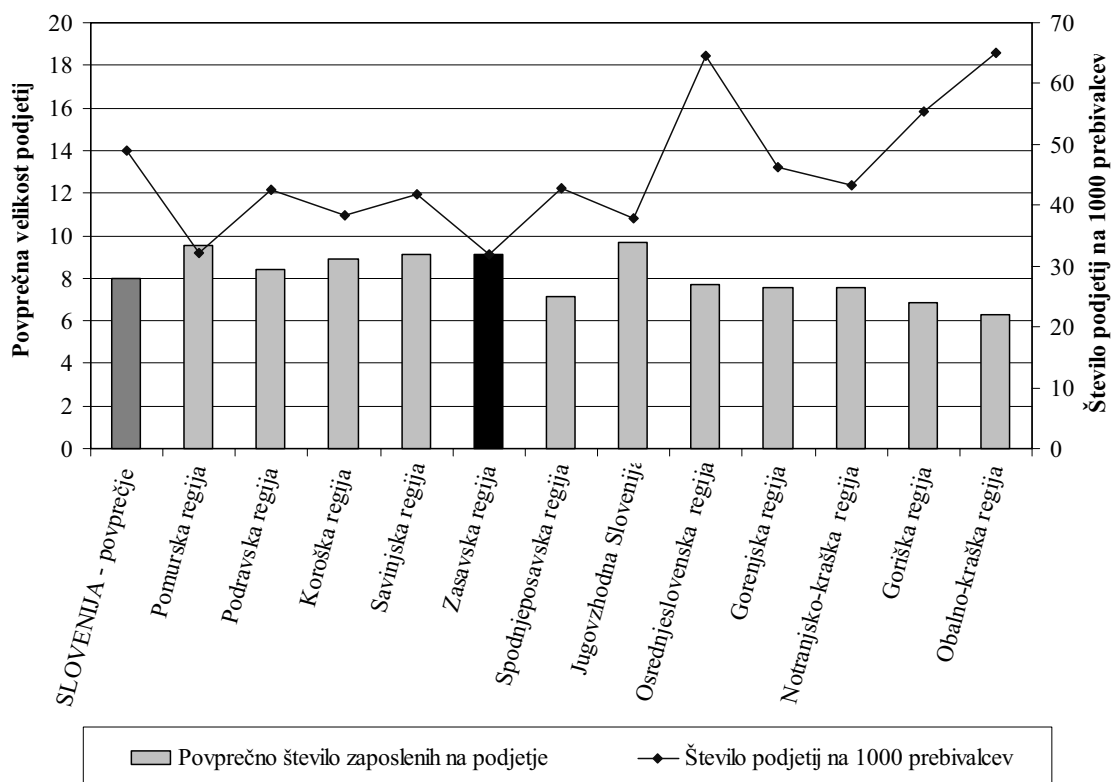
Bistvo podjetništva ni zgolj doseganje dobička, ampak tudi povečevanje dodane vrednosti na zaposlenega, kar omogoča dobro plačevanje zaposlenih in plačevanje davkov. To predstavlja podlago za hitro rast. Brez dobro plačanih in motiviranih zaposlenih in brez infrastrukture, ki jo zagotavlja država iz davkov, podjetja ne morejo biti dolgoročno uspešna (Vahčič, 2000). Dodana

vrednost na zaposlenega (20.506 EUR na zaposlenega v letu 2004) in plače (od januarja do junija 2007 povprečno 766 EUR neto na mesec) so v Zasavju pod slovenskim povprečjem, zaradi česar podjetja nimajo podlage, ki bi jim omogočala hitro rast (Rebernik et al., 2006; SI-Stat podatkovni portal, 2007).

V zasavski regiji je veliko podjetniških priložnosti, ki pa niso izkoriščene. Dobre poslovne priložnosti najdemo povsod, tako v okviru obstoječih podjetij in dejavnosti kakor tudi v okviru novih podjetij in novih dejavnosti. Poslovne priložnosti niso samo v novih produktih, temveč tudi v novih organizacijskih prijemih in novih tehnologijah (Vahčič, 2000). Razlog za neizkoriščenost slednjih najdemo v slabi kvalifikacijski strukturi zaposlenih v zasavski regiji in posledično v pomanjkanju ustreznih znanj o novih organizacijskih pristopih in novih tehnologijah. Za uspešno poslovanje podjetja so pomembne tudi vodstvene sposobnosti podjetnika, in sicer, da je zmožen uresničiti poslovno priložnost. Zbrati mora sredstva, voditi zaposlene in razviti uspešno podjetje (Vahčič, 2000). Velike migracije izobraženih v Ljubljano pustošijo zasavsko regijo, kjer je vse manj primerno izobraženih kadrov. Ti iščejo zaslužek in boljše delovne pogoje zunaj domače regije.

Čim več podjetnikov ali podjetniških skupin uresniči podjetniške priložnosti v novih podjetjih in čim hitrejša je rast dodane vrednosti, bolje je podjetništvo v določeni regiji ali državi razvito. Zasavska regija je leta 2006 beležila zgolj 31,9 podjetij na 1000 prebivalcev in se tako uvrstila na zadnje mesto v Sloveniji (povprečje v Sloveniji je 49,0 podjetij na 1000 prebivalcev). Med najrazvitejše slovenske regije je leta 2006 sodila obalno-kraška regija s 65,0 podjetji na 1000 prebivalcev, kar je več kakor enkrat več kakor v zasavski regiji. Dejstvo, da imata pomurska (32,2 podjetij na 1000 prebivalcev) in zasavska regija

Slika 1: Število podjetij na 1000 prebivalcev in povprečna velikost podjetij, 2006



Vir: lastni izračuni in SI-Stat podatkovni portal, 2007.

bistveno manj podjetji na 1000 prebivalcev kakor obalno-kraška in osrednjeslovenska regija (64,7 podjetij na 1000 prebivalcev), kaže na zelo neenakomerno porazdelitev podjetij po Sloveniji (lastni izračuni in SI-Stat podatkovni portal, 2007). Ustanovitev novih podjetij bi za regijo pomenilo poleg možnosti za razvoj tudi nova delovna mesta. Poleg zaposlovanja podjetja prinašajo tudi druge prednosti. Pomembna so zaradi izgradnje različnih podpornih sistemov, ekonomije obsega podpornih storitev, razvitosti bančne mreže, zainteresiranosti rizičnega kapitala, kritične mase socialnega kapitala, sinergije kompetenc, in tako dalje.

Čeprav ima regija najmanj podjetij v Sloveniji, kjer prevladujejo mala in srednje velika podjetja, ji lahko pripišemo nadpovprečno velikost podjetja (9,1 zaposlenih na podjetje). Povprečno slovensko podjetje je leta 2006 zaposlovalo 8,0 ljudi, kar pomeni, da je regija nad slovenskim povprečjem.

Za odpravo ali vsaj omejitev problemov v zasavski regiji je treba vzpodbujati podjetništvo in podjetniške ideje (Zupan, 2001). Podjetništvo lahko prispeva (Glas, 2001):

- 1) k ustvarjanju delovnih mest: zaposlovanje delavcev in ustvarjanje delovnih mest je ključni

razlog za spodbujanje razvoja malih in srednje velikih podjetij po svetu. Raziskave kažejo, da je delež novo zaposlenih v tem sektorju največji v svetu in tudi v Sloveniji;

- 2) h gospodarski rasti in zvišanju produktivnosti;
- 3) k stalnim spremembam v gospodarstvu in družbi na področju inovacij; te spremembe so povezane z gospodarsko rastjo in razvojem. Med njimi so pomembne inovacije za razvoj novih proizvodov in povečevanje zanimanja vlagateljev za vlaganje v novonastala podjetja;
- 4) k povečanju dohodka v regiji.

4. Metodologija raziskave o podjetništvu v zasavski regiji

Z raziskavo smo želeli preveriti, ali se tehnološka podjetja res razlikujejo od običajnih podjetij po večjem vplivu na razvoj regije, in če je torej tehnološko podjetništvo smiselno spodbujati tudi v zasavski regiji in kako je to najbolj smiselno početi.

Raziskava o podjetništvu v Zasavju je bila izvedena s strukturiranim vprašalnikom. Celotni vprašalnik

je bil razdeljen na sedem sklopov in je skupaj obsegal 125 vprašanj. V prvem sklopu z 28 vprašanji so bila splošna vprašanja o podjetniku in njegovem podjetju. Drugi sklop vprašanj se je nanašal na rast podjetja. V tem delu so podjetniki:

- 1) ocenili rast prometa, dobička, tržnega deleža, izvoza in števila zaposlenih v primerjavi s predhodnim letom in
- 2) na 5-stopenjski lestvici izrazili svoje strinjanje ali nestrinjanje s petnajstimi izjavami, ki so povezane z rastjo podjetja (npr. trenutno je moje podjetje premajhno in želim, da v prihodnje raste,...).

Tretji sklop vprašanj se je nanašal na znanje in veščine podjetnika ter njegove motive ob začetku poslovanja. Anketiranci so na 5-stopenjski lestvici (od 1 – sploh jih nisem potreboval, do 5 – zelo sem jih potreboval) ocenjevali raven znanj in veščin (tehnološka znanja in veščine, človeška znanja in veščine, poslovna znanja in veščine), ki so jih potrebovali ob začetku poslovanja. Poleg tega so na 5-stopenjski lestvici (od 1 – nepomemben, do 5 – izjemno pomemben) ocenjevali motive (npr. opravljati delo, ki sem si ga želel, gibljiv delovni čas,...), ki so bili pomembni ob ustanovitvi podjetja. Četrty sklop anketnega vprašalnika je sestavljalo 37 vprašanj v povezavi s podjetniškimi mrežami in viri informacij podjetnika. Anketiranci so na 5-stopenjski lestvici ocenili, kako so jih določeni posamezniki spodbujali pri poslu, kako so se zgledovali po določenih posameznikih, kako so stiki in poznanstva prispevali k posameznim vidikom poslovanja ter kako pogosto iščejo nasvete pri ustreznih institucijah. Peti sklop vprašanj je obsegal 10 vprašanj v zvezi z ravnanjem podjetnika po ustanovitvi, pri čemer so anketiranci na 5-stopenjski lestvici izbirali med dvema skrajnostma (npr. od ustanovitve podjetja pa do danes na trg nismo/smo vpeljali veliko novih proizvodov). Predzadnji sklop vprašanj je zajemal mnenja podjetnikov o pomenu novih tehnologij za zasavsko regijo, zadnji sklop pa je opredeljeval podjetnikova stališča do načina poslovanja v lastnem podjetju.

Vprašalnik je bil poslan po pošti 650 podjetnikom iz zasavske regije. Naslovi podjetij so bili pridobljeni preko Poslovnega informatorja Republike Slovenije (PIRS), v raziskavo pa so bila vključena vsa naključno izbrana podjetja, ki so registrirana kot družbe z omejeno odgovornostjo in imajo do 50 zaposlenih, ter naključno izbrani samostojni podjetniki. Pričakovana stopnja odziva na vprašalnik je bila od 10 do 15 odstotkov. K anketnemu vprašalniku je bila v pisemsko ovojnico priložena frankirana pisemska ovojnica s povratnim naslovom. Sodelovanje pri raziskavi je bilo prostovoljno in anonimno. Od 650 poslanih

vprašalnikov jih je bilo vrnjenih 142 (21,9 %) vprašalnikov, od katerih jih je bilo 129 (19,8 %) uporabnih za analizo. 13 vrnjenih vprašalnikov je bilo izločenih zaradi naslednjih razlogov: en vprašalnik je bil vrnjen, ker oseba, ki je odgovarjala, ni podjetnik, dva podjetnika nista prevzela pošte, zato se je pošta vrnila, sedem vprašalnikov se je vrnilo praznih zaradi napačnega naslova, trije vprašalniki pa so se vrnili prazni z opombo, da podjetje ne posluje več.

Glede na izpolnjene vprašalnike, ki so vključeni v vzorec, in primerjavo s celotno populacijo, je vzorec reprezentativen glede na število zaposlenih v podjetju, strukturo po občinah, strukturo po dejavnostih in strukturo glede na organizacijsko obliko. Potencialni problem neodzivnosti določenega dela populacije na vprašalnik je bil preverjen z metodo primerjave odgovorov pri vprašalnikih, ki so bili vrnjeni v roku enega tedna, z odgovori pri vprašalnikih, ki so bili vrnjeni po več kakor dveh tednih (Armstrong in Overton, 1977).

Podrobnejša statistična analiza, ki je vključevala metode opisne analize, intervale zaupanja, t-teste in ANOVO je bila narejena s programom SPSS, različica 13.

5. Rezultati raziskave

5.1 Podjetniki v zasavski regiji

Raziskava je pokazala, da je povprečni podjetnik v zasavski regiji star 43,5 let, s prvim poslom pa je v povprečju začel pri 27,9 letih. Podjetniki v Zasavju imajo v povprečju zelo nizko stopnjo izobrazbe (med srednjo in višjo stopnjo izobrazbe). Večinoma je trenutni lastnik tisti, ki je pričel s poslom (83,6 % podjetnikov je podjetje ustanovilo), le redki podjetniki pa so podjetje kupili ali ga pridobili s prevzemom. 43,8 % podjetij je družinskih, od tega jih 78,9 % namerava podjetje predati naslednji generaciji, kar nakazuje na željo po stalnosti in ne preveč tveganem ravnanju podjetnika. Povprečno število ur na teden, ki jih podjetnik porabi za delo v podjetju, je ob začetku poslovanja 56,07 ur, po tem, ko že nekaj let posluje, pa 54,39 ur. Povprečni zasavski podjetnik je večinoma edini lastnik podjetja (povprečno ima posameznik v lasti 90 % podjetja), kar je za hitro rast podjetja, ki potrebuje tudi dodatne vire financiranja, lahko velika ovira. Podjetniki v Zasavju v povprečju niso nagnjeni k rasti, pač pa se zadovoljujejo z nizkimi dobički in ne preveč tveganim poslovanjem. V podjetjih v regiji so nizke povprečne stopnje rasti prometa, dobička, tržnega deleža in izvoza, ki znašajo do 10 %. Nobeno izmed

Tabela 4: Osnovne značilnosti podjetnikov v zasavski regiji

Spremenljivka (legenda odgovorov)	N	Srednja vrednost	Standardni odklon
1. Starost podjetnika (v letih)	121	43,49	9,44
2. Starost podjetnika, ko je pričel s prvim poslom (v letih)	122	27,86	7,97
3. Stopnja izobrazbe (1-osnovna šola; 2-poklicna šola; 3-srednja šola; 4-višja šola; 5-Visoka/Univerzitetna; 6-podiplomska)	126	3,20	1,04
4. Ali je podjetnik začel s tem poslom? (0- Ne; 1- Da) Opomba: Tisti, ki niso začeli s tem poslom, so posel prevzeli od očeta ali matere, ga podedovali po očetu ali materi, pridobili z lastninjenjem, pridobili s poroko, pridobili s prevzemom, kupili podjetje v stečaju, pridobili delež kot zaposleni.	128	0,84	0,37
5. Ali je podjetje družinsko podjetje? (0- Ne; 1- Da)	128	0,44	0,50
6. Če gre za družinsko podjetje, ali ga želite prenesti na naslednjo generacijo? (0- Ne; 1- Da)	57	0,79	0,41
7. Število ur na teden, ki jih je podjetnik porabil za delo na začetku	116	56,07	21,13
8. Število ur na teden, ki jih podjetnik porabil za delo danes	118	54,39	18,52
9. Delež lastništva v podjetju	124	90,37	21,39

anketiranih podjetij ne presega 50 % letne stopnje rasti.

V zasavski regiji je 29,5 % podjetij, ki temeljijo na visoki tehnologiji (spodnja meja pri 95 % intervalu zaupanja je 21 %, zgornja pa 37 %). Zaskrbljujoče je, da povprečni podjetniki v zasavski regiji ne stremijo k napredku in razvoju podjetja (kar pa ni značilno za tehnološke podjetnike, kakor bo prikazano v naslednji točki).

Kljub miselnosti podjetnikov v zasavski regiji, da znajo strateško razmišljati (srednja vrednost na 5-stopenjski lestvici = 4,08), dobro organizirati posel (sr. vred. = 4,20), da imajo dober občutek za delo in vodenje ljudi (sr. vred. = 4,15) in jasno vizijo podjetja v prihodnosti (sr. vred. = 3,94), da znajo izbirati dobre sodelavce (sr. vred. = 3,92) in prepričevati kupce (sr. vred. = 3,89) ter da uresničujejo poslovne priložnosti (sr. vred. = 3,92), jim primanjkuje želje po rasti in širitvi podjetja (sr. vred. = 3,24).

Tabela 5: Strateška usmerjenost zasavskih podjetnikov

Spremenljivka (legenda odgovorov: 1 - nikakor se ne strinjam se; 2 - ne strinjam se; 3 - sem neodločen; 4 - strinjam se; 5 - popolnoma se strinjam)	N	Srednja vrednost	Standardni odklon
1. Znam strateško razmišljati o poslu	127	4,08	0,64
2. Znam dobro organizirati posel	124	4,20	0,62
3. Imam dober občutek za delo in vodenje ljudi	124	4,15	0,70
4. Imam jasno vizijo podjetja čez 5 do 10 let	123	3,94	0,82
5. Znam izbirati dobre sodelavce	122	3,92	0,68
6. Znam prepričati kupce, sem uspešen prodajalec	122	3,89	0,77
7. Ena izmed mojih odlik je uresničevanje poslovnih priložnosti	121	3,92	0,68
8. Trenutno je moje podjetje premajhno in želim, da v prihodnosti raste	127	3,24	1,14

Tabela 6: Znanja in veščine, ki jih je podjetnik potreboval ob začetku poslovanja

Spremenljivka (legenda odgovorov: 1 - sploh jih nisem potreboval; 2 - malo sem jih potreboval; 3 - zmerno sem jih potreboval; 4 - precej sem jih potreboval; 5 - zelo sem jih potreboval)	N	Srednja vrednost	Standardni odklon
1. Znanja in veščine - vsebine, ki se nanašajo na posameznika (kreativnost, sposobnost timskega dela, motivacija,...)	123	3,98	0,93
2. Poslovna znanja in veščine - vsebine, ki se nanašajo na poslovanje podjetja (trženje, nabava, stroškovno upravljanje...)	122	3,76	1,05
3. Tehnološka znanja in veščine - vsebine, ki se nanašajo na proizvodnjo (proizvodne tehnologije, pretok materialov, simulacije v proizvodnji)	116	2,89	1,37
4. Tehnološka znanja in veščine - vsebine, ki se nanašajo na poslovne operacije (modeliranje poslovnih procesov, projektno vodenje,...)	118	3,24	1,20

Tabela 7: Motivi ob začetku poslovanja

Spremenljivka (legenda odgovorov: 1 - nepomembno; 2 - malo pomembno; 3 - pomembno; 4 - zelo pomembno; 5 - izjemno pomembno)	N	Srednja vrednost	Standardni odklon
1. Možnost preizkušanja in udejanjanja lastnih idej	126	4,07	0,81
2. Opravljati delo, ki sem si ga želel	127	3,94	1,08
3. Osebna varnost in zagotovljeno delovno mesto	126	3,83	0,99
4. Nadaljevanje družinske tradicije	121	2,05	1,36
5. Možnost večjega vpliva v skupnosti	125	2,28	1,09
6. Položaj in ugled, ki ju prinaša podjetništvo	125	2,54	1,13
7. Denar in bogastvo, ki ju lahko prinese podjetništvo	127	2,72	0,99

Podjetniki v regiji so ob pričetku poslovanja potrebovali predvsem znanja in veščine, ki se nanašajo na posameznika (kreativnost, sposobnost timskega dela, motivacija,...) (sr. vred. na 5-stopenjski lestvici = 3,98), in poslovna znanja in veščine, ki se nanašajo na poslovanje podjetja (trženje, nabava, stroškovno upravljanje ...) (sr. vred. = 3,76), manj pa tehnološka znanja in veščine, ki se nanašajo na proizvodnjo (proizvodne tehnologije, pretok materialov, simulacije v proizvodnji) (sr. vred. 2,89), in tehnološka znanja in veščine, ki se nanašajo na poslovne operacije (modeliranje poslovnih procesov, projektno vodenje,...) (sr. vred. = 3,237).

Kot najbolj pomembne motive ob začetku poslovanja so zasavski podjetniki opredelili udejanjanje lastnih idej (srednja vrednost na 5-stopenjski lestvici = 4,07), opravljanje zelenega dela (sr. vred. = 3,94) ter osebno varnost in zagotovljeno delovno mesto (sr. vred. = 3,83). Nadaljevanje družinske tradicije (sr. vred. 2,05), možnost večjega vpliva v skupnosti (sr. vred. = 2,28), položaj in ugled,

ki ju prinaša podjetništvo (sr. vred. = 2,54), ter denar in bogastvo, ki ju lahko prinese podjetništvo (sr. vred. = 2,72), pa na podjetnike niso odločilno vplivali ob začetku njihovega poslovanja.

Zasavski podjetniki se zgledujejo predvsem po uspešnih podjetnikih (srednja vrednost na 5-stopenjski lestvici = 3,24), manj pa po starših (sr. vred. = 2,01) in ožjih družinskih članih (sr. vred. = 1,577). V poslu podjetnike v zasavski regiji najbolj spodbujajo življenjski partnerji (srednja vrednost na 5-stopenjski lestvici = 4,01) in poslovni partnerji (sr. vred. = 3,35), manj pa starši (sr. vred. = 2,33) in prijatelji (sr. vred. = 2,72).

Stiki in poznanstva zasavskim podjetnikom prispevajo predvsem k neformalni promociji podjetja (srednja vrednost na 5-stopenjski lestvici = 3,94), manj pa pri iskanju usposobljenega strokovnega kadra (sr. vred. = 2,46), pri pridobivanju finančnih virov (sr. vred. = 2,32) in pridobivanju drugih sredstev (sr. vred. = 2,18).

Tabela 8: Vzorniki in spodbudniki zasavskih podjetnikov

Spremenljivka (legenda odgovorov: 1 - sploh ne; 2 - zelo malo; 3 - delno; 4 - veliko; 5 - zelo veliko)	N	Srednja vrednost	Standardni odklon
1. Koliko se je podjetnik zgledoval po uspešnih podjetnikih	127	3,24	1,27
2. Koliko se je podjetnik zgledoval po starših	125	2,01	1,30
3. Koliko se je podjetnik zgledoval po ožjih družinskih članih	123	1,58	0,97
4. Koliko podjetnike v zasavski regiji spodbujajo življenjski partnerji	118	4,01	1,07
5. Koliko podjetnike v zasavski regiji spodbujajo poslovni partnerji	127	3,35	1,06
6. Koliko podjetnike v zasavski regiji spodbujajo starši	123	2,33	1,39
7. Koliko podjetnike v zasavski regiji spodbujajo prijatelji	125	2,72	1,15

Tabela 9: Koliko stiki in poznanstva prispevajo k posameznim vidikom poslovanja?

Spremenljivka (legenda odgovorov: 1 - sploh ne; 2 - zelo malo; 3 - delno; 4 - veliko; 5 - zelo veliko)	N	Srednja vrednost	Standardni odklon
1. Pri neformalni ("dober glas seže v deveto vas") promociji podjetja	122	3,94	0,86
2. Pri iskanju usposobljenega in strokovnega kadra	122	2,46	1,08
3. Pri pridobivanju finančnih virov sredstev	123	2,32	1,10
4. Pri pridobivanju drugih sredstev	124	2,18	1,04

Tabela 10: Kako pogosto zasavski podjetniki iščejo nasvete?

Spremenljivka (legenda odgovorov: 1 - nikoli; 2 - redko; 3 - srednje; 4 - pogosto; 5 - zelo pogosto)	N	Srednja vrednost	Standardni odklon
1. Pri poslovnih partnerjih	127	2,81	0,89
2. Pri raziskovalnih inštitutih	126	1,37	0,70
3. Na univerzi in drugih visokošolskih institucijah	126	1,42	0,81
4. Pri tehnoloških centrih	126	1,44	0,71

Tabela 11: Razvoj zasavske regije

Spremenljivka (legenda odgovorov: 1 - nikakor se ne strinjam; 2 - ne strinjam se; 3 - sem neodločen; 4 - strinjam se; 5 - popolnoma se strinjam)	N	Srednja vrednost	Standardni odklon
1. Razvoj zasavske regije naj temelji na novih tehnologijah	125	4,05	0,77
2. Podjetja v zasavski regiji naj predvsem prevzemajo nove tehnologije in naj jih ne razvijajo	124	2,61	1,04
3. Podjetja v zasavski regiji naj razvijajo novo tehnologijo	124	3,97	0,80
4. Podjetja v zasavski regiji naj se povežejo s tujimi partnerji in na ta način pridobijo novo tehnologijo	125	3,83	0,83
5. Podjetja v zasavski regiji naj kupujejo licence za nove tehnologije	123	3,45	0,88
6. Podjetnike ustvarjanje novih priložnosti navdušuje	127	4,25	0,55
7. V poslu rad uvajam spremembe	127	3,69	0,94

Problem podjetnikov v zasavski regiji je tudi dejstvo, da zelo malo iščejo nasvete zunaj podjetja. Še največkrat prosijo za nasvet poslovne partnerje (srednja vrednost na 5-stopenjski lestvici = 2,81), skoraj nikoli pa se za nasvet ne obrnejo na institucije znanja, na primer na raziskovalne inštitute (sr. vred. = 1,37), univerze in druge visokošolske ustanove (sr. vred. = 1,42) ter tehnološke centre (sr. vred. = 1,44). Še posebej zaskrbljujoče z vidika rasti regije je tudi to, da se na tovrstne ustanove po nasvete ne obračajo niti tehnološki podjetniki.

Zasavski podjetniki se zavedajo pomena tehnološkega razvoja, na katerem naj bi temeljila regija (srednja vrednost na 5-stopenjski lestvici = 4,05) in se ne strinjajo z izjavo, da je treba nove tehnologije zgolj prevzemati, ne pa jih tudi razvijati (sr. vred. = 2,61). Glede pridobivanja novih tehnologij si zasavski podjetniki najbolj želijo, da bi podjetja v zasavski regiji razvijala novo tehnologijo (sr. vred. = 3,97), se povezovala s tujimi partnerji in na ta način pridobila novo tehnologijo (sr. vred. = 3,83) ter šele nato kupovala licence za nove tehnologije (sr. vred. = 3,447). Zasavska regija ima zmožnosti za razvoj tehnološkega podjetništva, saj podjetnike navdušuje odkrivanje novih priložnosti (srednja vrednost na 5-stopenjski lestvici = 4,25) in uvajanje sprememb (sr. vred. = 3,693).

5.2 Kako se tehnološki podjetniki razlikujejo od drugih podjetnikov v zasavski regiji

Za tehnološke podjetnike je značilno, da so nekoliko starejši od netehnoloških podjetnikov (v povprečju za 2,5 let) in da so statistično značilno ($p < 0,05$) v večji meri moškega spola (86,8 % tehnoloških podjetnikov je moških, medtem ko je med drugimi podjetniki 70,3 % moških).

V povprečju imajo tehnološki podjetniki statistično značilno ($p < 0,05$) višjo stopnjo izobrazbe (sr. vred. na 6-stopenjski lestvici = 3,500) kakor netehnološki podjetniki (sr. vred. = 3,068), poleg tega so v povprečju statistično značilno ($p < 0,05$) več let na vodstvenih položajih (so bolj izkušeni; sr. vred. za tehnološke podjetnike je 14,714 let, za netehnološke pa 11,573 let) in delajo bolj v skladu s predhodnimi delovnimi izkušnjami in/ali izobrazbo (srednja vrednost na 5-stopenjski lestvici za tehnološke podjetnike je 3,886, za druge podjetnike pa 3,368).

Tehnološki podjetniki imajo v povprečju statistično značilen nižji delež lastništva v podjetju (85,114 %) v primerjavi z netehnološkimi podjetniki (92,442 %) in višji prispevek proizvodnje v skupnem prihodku (za 8,705 % višji delež) in višjo rast izvoza.

Tabela 12: Nagnjenost k rasti (vpr. od 1–3) in ravnanje podjetnika po ustanovitvi (vpr. od 4–12)

Spremenljivka (legenda odgovorov)	Tehnološki podjetnik?	N	Srednja vrednost	Razlika med sr. vred. skupin	Stopnja značilnosti pri preskušanju razlik med neodvisnima skupinama																																																																																																
1. Trenutno je moje podjetje premajhno in želim, da v prihodnosti raste. (1 - nikakor se ne strinjam; 2 - ne strinjam se; 3 - sem neodločen; 4 - strinjam se; 5 - popolnoma se strinjam)	NE	89	3,079	-0,527	p<0,05																																																																																																
	DA	38	3,605			2. Imam močno željo, da z rastjo podjetja v prihodnosti obogatim (1 - nikakor se ne strinjam; 2 - ne strinjam se; 3 - sem neodločen; 4 - strinjam se; 5 - popolnoma se strinjam)	NE	87	3,126	-0,426	p<0,10	DA	38	3,553	3. Imam jasno vizijo podjetja čez 5 do 10 let (1 - nikakor se ne strinjam; 2 - ne strinjam se; 3 - sem neodločen; 4 - strinjam se; 5 - popolnoma se strinjam)	NE	85	3,871	-0,208	p<0,20	DA	38	4,079	4. Od ustanovitve podjetja do danes na trg (nismo - 1/smo - 5) vpeljali veliko novih proizvodov	NE	88	3,250	-0,550	p<0,01	DA	35	3,800	5. V primerjavi s tekmeci na trgu zelo (redko - 1/pogosto - 5) prvi uvedemo nove proizvode in storitve, procesne tehnologije in druge poslovne prakse	NE	87	3,207	-0,393	p<0,10	DA	35	3,600	6. V podjetju dajemo prednost proizvodom in storitvam, ki (niso - 1/so - 5) tvegani in imajo (povprečen/nadpovprečen) donos.	NE	84	2,964	-0,359	p<0,10	DA	34	3,324	7. Ko se na trgu soočimo z negotovostjo, smo (premišljeni in preudarni pri sprejemanju strateških odločitev z namenom izogniti se slabim odločitvam - 1 /smo odločni in ukrepamo hitro, zato da lahko dosežemo zelene rezultate - 5)	NE	86	3,151	-0,477	p<0,05	DA	35	3,629	8. Naše podjetje se na trgu obnaša (sorazmerno pasivno in išče dogovore s tekmeci - 1/zelo agresivno in tekmovalno - 5)	NE	86	2,837	-0,277	p<0,20	DA	35	3,114	9. V podjetju (ni poudarka - 1/je poudarek - 5) na razvoju lastnih rešitev, tako tehnoloških kakor tudi administrativnih	NE	85	3,129	-0,471	p<0,05	DA	35	3,600	10. V našem konkurenčnem okolju je (pametneje sprejemati konzervativne in postopne odločitve - 1/se je treba odzivati hitro in drzno - 5)	NE	85	3,365	-0,464	p<0,05	DA	35	3,829	11. V podjetju (hitro izkoristimo priložnosti, za katere mislimo, da se bodo dobro obrestovale - 1/raje najprej temeljito raziščemo priložnost in se nato odločamo)	NE	86	3,198	-0,374	p<0,10	DA	35	3,571	12. Naše podjetje (se običajno zgolj odziva na dejanja, ki jih na trgu sprožijo tekmeci - 1/običajno sproži dejanja na trgu, na katera se morajo tekmeci odzvati - 5)	NE	85	2,871	-0,415	p<0,05
2. Imam močno željo, da z rastjo podjetja v prihodnosti obogatim (1 - nikakor se ne strinjam; 2 - ne strinjam se; 3 - sem neodločen; 4 - strinjam se; 5 - popolnoma se strinjam)	NE	87	3,126	-0,426	p<0,10																																																																																																
	DA	38	3,553			3. Imam jasno vizijo podjetja čez 5 do 10 let (1 - nikakor se ne strinjam; 2 - ne strinjam se; 3 - sem neodločen; 4 - strinjam se; 5 - popolnoma se strinjam)	NE	85	3,871	-0,208	p<0,20	DA	38	4,079	4. Od ustanovitve podjetja do danes na trg (nismo - 1/smo - 5) vpeljali veliko novih proizvodov	NE	88	3,250	-0,550	p<0,01	DA	35	3,800	5. V primerjavi s tekmeci na trgu zelo (redko - 1/pogosto - 5) prvi uvedemo nove proizvode in storitve, procesne tehnologije in druge poslovne prakse	NE	87	3,207	-0,393	p<0,10	DA	35	3,600	6. V podjetju dajemo prednost proizvodom in storitvam, ki (niso - 1/so - 5) tvegani in imajo (povprečen/nadpovprečen) donos.	NE	84	2,964	-0,359	p<0,10	DA	34	3,324	7. Ko se na trgu soočimo z negotovostjo, smo (premišljeni in preudarni pri sprejemanju strateških odločitev z namenom izogniti se slabim odločitvam - 1 /smo odločni in ukrepamo hitro, zato da lahko dosežemo zelene rezultate - 5)	NE	86	3,151	-0,477	p<0,05	DA	35	3,629	8. Naše podjetje se na trgu obnaša (sorazmerno pasivno in išče dogovore s tekmeci - 1/zelo agresivno in tekmovalno - 5)	NE	86	2,837	-0,277	p<0,20	DA	35	3,114	9. V podjetju (ni poudarka - 1/je poudarek - 5) na razvoju lastnih rešitev, tako tehnoloških kakor tudi administrativnih	NE	85	3,129	-0,471	p<0,05	DA	35	3,600	10. V našem konkurenčnem okolju je (pametneje sprejemati konzervativne in postopne odločitve - 1/se je treba odzivati hitro in drzno - 5)	NE	85	3,365	-0,464	p<0,05	DA	35	3,829	11. V podjetju (hitro izkoristimo priložnosti, za katere mislimo, da se bodo dobro obrestovale - 1/raje najprej temeljito raziščemo priložnost in se nato odločamo)	NE	86	3,198	-0,374	p<0,10	DA	35	3,571	12. Naše podjetje (se običajno zgolj odziva na dejanja, ki jih na trgu sprožijo tekmeci - 1/običajno sproži dejanja na trgu, na katera se morajo tekmeci odzvati - 5)	NE	85	2,871	-0,415	p<0,05	DA	35	3,286						
3. Imam jasno vizijo podjetja čez 5 do 10 let (1 - nikakor se ne strinjam; 2 - ne strinjam se; 3 - sem neodločen; 4 - strinjam se; 5 - popolnoma se strinjam)	NE	85	3,871	-0,208	p<0,20																																																																																																
	DA	38	4,079			4. Od ustanovitve podjetja do danes na trg (nismo - 1/smo - 5) vpeljali veliko novih proizvodov	NE	88	3,250	-0,550	p<0,01	DA	35	3,800	5. V primerjavi s tekmeci na trgu zelo (redko - 1/pogosto - 5) prvi uvedemo nove proizvode in storitve, procesne tehnologije in druge poslovne prakse	NE	87	3,207	-0,393	p<0,10	DA	35	3,600	6. V podjetju dajemo prednost proizvodom in storitvam, ki (niso - 1/so - 5) tvegani in imajo (povprečen/nadpovprečen) donos.	NE	84	2,964	-0,359	p<0,10	DA	34	3,324	7. Ko se na trgu soočimo z negotovostjo, smo (premišljeni in preudarni pri sprejemanju strateških odločitev z namenom izogniti se slabim odločitvam - 1 /smo odločni in ukrepamo hitro, zato da lahko dosežemo zelene rezultate - 5)	NE	86	3,151	-0,477	p<0,05	DA	35	3,629	8. Naše podjetje se na trgu obnaša (sorazmerno pasivno in išče dogovore s tekmeci - 1/zelo agresivno in tekmovalno - 5)	NE	86	2,837	-0,277	p<0,20	DA	35	3,114	9. V podjetju (ni poudarka - 1/je poudarek - 5) na razvoju lastnih rešitev, tako tehnoloških kakor tudi administrativnih	NE	85	3,129	-0,471	p<0,05	DA	35	3,600	10. V našem konkurenčnem okolju je (pametneje sprejemati konzervativne in postopne odločitve - 1/se je treba odzivati hitro in drzno - 5)	NE	85	3,365	-0,464	p<0,05	DA	35	3,829	11. V podjetju (hitro izkoristimo priložnosti, za katere mislimo, da se bodo dobro obrestovale - 1/raje najprej temeljito raziščemo priložnost in se nato odločamo)	NE	86	3,198	-0,374	p<0,10	DA	35	3,571	12. Naše podjetje (se običajno zgolj odziva na dejanja, ki jih na trgu sprožijo tekmeci - 1/običajno sproži dejanja na trgu, na katera se morajo tekmeci odzvati - 5)	NE	85	2,871	-0,415	p<0,05	DA	35	3,286															
4. Od ustanovitve podjetja do danes na trg (nismo - 1/smo - 5) vpeljali veliko novih proizvodov	NE	88	3,250	-0,550	p<0,01																																																																																																
	DA	35	3,800			5. V primerjavi s tekmeci na trgu zelo (redko - 1/pogosto - 5) prvi uvedemo nove proizvode in storitve, procesne tehnologije in druge poslovne prakse	NE	87	3,207	-0,393	p<0,10	DA	35	3,600	6. V podjetju dajemo prednost proizvodom in storitvam, ki (niso - 1/so - 5) tvegani in imajo (povprečen/nadpovprečen) donos.	NE	84	2,964	-0,359	p<0,10	DA	34	3,324	7. Ko se na trgu soočimo z negotovostjo, smo (premišljeni in preudarni pri sprejemanju strateških odločitev z namenom izogniti se slabim odločitvam - 1 /smo odločni in ukrepamo hitro, zato da lahko dosežemo zelene rezultate - 5)	NE	86	3,151	-0,477	p<0,05	DA	35	3,629	8. Naše podjetje se na trgu obnaša (sorazmerno pasivno in išče dogovore s tekmeci - 1/zelo agresivno in tekmovalno - 5)	NE	86	2,837	-0,277	p<0,20	DA	35	3,114	9. V podjetju (ni poudarka - 1/je poudarek - 5) na razvoju lastnih rešitev, tako tehnoloških kakor tudi administrativnih	NE	85	3,129	-0,471	p<0,05	DA	35	3,600	10. V našem konkurenčnem okolju je (pametneje sprejemati konzervativne in postopne odločitve - 1/se je treba odzivati hitro in drzno - 5)	NE	85	3,365	-0,464	p<0,05	DA	35	3,829	11. V podjetju (hitro izkoristimo priložnosti, za katere mislimo, da se bodo dobro obrestovale - 1/raje najprej temeljito raziščemo priložnost in se nato odločamo)	NE	86	3,198	-0,374	p<0,10	DA	35	3,571	12. Naše podjetje (se običajno zgolj odziva na dejanja, ki jih na trgu sprožijo tekmeci - 1/običajno sproži dejanja na trgu, na katera se morajo tekmeci odzvati - 5)	NE	85	2,871	-0,415	p<0,05	DA	35	3,286																								
5. V primerjavi s tekmeci na trgu zelo (redko - 1/pogosto - 5) prvi uvedemo nove proizvode in storitve, procesne tehnologije in druge poslovne prakse	NE	87	3,207	-0,393	p<0,10																																																																																																
	DA	35	3,600			6. V podjetju dajemo prednost proizvodom in storitvam, ki (niso - 1/so - 5) tvegani in imajo (povprečen/nadpovprečen) donos.	NE	84	2,964	-0,359	p<0,10	DA	34	3,324	7. Ko se na trgu soočimo z negotovostjo, smo (premišljeni in preudarni pri sprejemanju strateških odločitev z namenom izogniti se slabim odločitvam - 1 /smo odločni in ukrepamo hitro, zato da lahko dosežemo zelene rezultate - 5)	NE	86	3,151	-0,477	p<0,05	DA	35	3,629	8. Naše podjetje se na trgu obnaša (sorazmerno pasivno in išče dogovore s tekmeci - 1/zelo agresivno in tekmovalno - 5)	NE	86	2,837	-0,277	p<0,20	DA	35	3,114	9. V podjetju (ni poudarka - 1/je poudarek - 5) na razvoju lastnih rešitev, tako tehnoloških kakor tudi administrativnih	NE	85	3,129	-0,471	p<0,05	DA	35	3,600	10. V našem konkurenčnem okolju je (pametneje sprejemati konzervativne in postopne odločitve - 1/se je treba odzivati hitro in drzno - 5)	NE	85	3,365	-0,464	p<0,05	DA	35	3,829	11. V podjetju (hitro izkoristimo priložnosti, za katere mislimo, da se bodo dobro obrestovale - 1/raje najprej temeljito raziščemo priložnost in se nato odločamo)	NE	86	3,198	-0,374	p<0,10	DA	35	3,571	12. Naše podjetje (se običajno zgolj odziva na dejanja, ki jih na trgu sprožijo tekmeci - 1/običajno sproži dejanja na trgu, na katera se morajo tekmeci odzvati - 5)	NE	85	2,871	-0,415	p<0,05	DA	35	3,286																																	
6. V podjetju dajemo prednost proizvodom in storitvam, ki (niso - 1/so - 5) tvegani in imajo (povprečen/nadpovprečen) donos.	NE	84	2,964	-0,359	p<0,10																																																																																																
	DA	34	3,324			7. Ko se na trgu soočimo z negotovostjo, smo (premišljeni in preudarni pri sprejemanju strateških odločitev z namenom izogniti se slabim odločitvam - 1 /smo odločni in ukrepamo hitro, zato da lahko dosežemo zelene rezultate - 5)	NE	86	3,151	-0,477	p<0,05	DA	35	3,629	8. Naše podjetje se na trgu obnaša (sorazmerno pasivno in išče dogovore s tekmeci - 1/zelo agresivno in tekmovalno - 5)	NE	86	2,837	-0,277	p<0,20	DA	35	3,114	9. V podjetju (ni poudarka - 1/je poudarek - 5) na razvoju lastnih rešitev, tako tehnoloških kakor tudi administrativnih	NE	85	3,129	-0,471	p<0,05	DA	35	3,600	10. V našem konkurenčnem okolju je (pametneje sprejemati konzervativne in postopne odločitve - 1/se je treba odzivati hitro in drzno - 5)	NE	85	3,365	-0,464	p<0,05	DA	35	3,829	11. V podjetju (hitro izkoristimo priložnosti, za katere mislimo, da se bodo dobro obrestovale - 1/raje najprej temeljito raziščemo priložnost in se nato odločamo)	NE	86	3,198	-0,374	p<0,10	DA	35	3,571	12. Naše podjetje (se običajno zgolj odziva na dejanja, ki jih na trgu sprožijo tekmeci - 1/običajno sproži dejanja na trgu, na katera se morajo tekmeci odzvati - 5)	NE	85	2,871	-0,415	p<0,05	DA	35	3,286																																										
7. Ko se na trgu soočimo z negotovostjo, smo (premišljeni in preudarni pri sprejemanju strateških odločitev z namenom izogniti se slabim odločitvam - 1 /smo odločni in ukrepamo hitro, zato da lahko dosežemo zelene rezultate - 5)	NE	86	3,151	-0,477	p<0,05																																																																																																
	DA	35	3,629			8. Naše podjetje se na trgu obnaša (sorazmerno pasivno in išče dogovore s tekmeci - 1/zelo agresivno in tekmovalno - 5)	NE	86	2,837	-0,277	p<0,20	DA	35	3,114	9. V podjetju (ni poudarka - 1/je poudarek - 5) na razvoju lastnih rešitev, tako tehnoloških kakor tudi administrativnih	NE	85	3,129	-0,471	p<0,05	DA	35	3,600	10. V našem konkurenčnem okolju je (pametneje sprejemati konzervativne in postopne odločitve - 1/se je treba odzivati hitro in drzno - 5)	NE	85	3,365	-0,464	p<0,05	DA	35	3,829	11. V podjetju (hitro izkoristimo priložnosti, za katere mislimo, da se bodo dobro obrestovale - 1/raje najprej temeljito raziščemo priložnost in se nato odločamo)	NE	86	3,198	-0,374	p<0,10	DA	35	3,571	12. Naše podjetje (se običajno zgolj odziva na dejanja, ki jih na trgu sprožijo tekmeci - 1/običajno sproži dejanja na trgu, na katera se morajo tekmeci odzvati - 5)	NE	85	2,871	-0,415	p<0,05	DA	35	3,286																																																			
8. Naše podjetje se na trgu obnaša (sorazmerno pasivno in išče dogovore s tekmeci - 1/zelo agresivno in tekmovalno - 5)	NE	86	2,837	-0,277	p<0,20																																																																																																
	DA	35	3,114			9. V podjetju (ni poudarka - 1/je poudarek - 5) na razvoju lastnih rešitev, tako tehnoloških kakor tudi administrativnih	NE	85	3,129	-0,471	p<0,05	DA	35	3,600	10. V našem konkurenčnem okolju je (pametneje sprejemati konzervativne in postopne odločitve - 1/se je treba odzivati hitro in drzno - 5)	NE	85	3,365	-0,464	p<0,05	DA	35	3,829	11. V podjetju (hitro izkoristimo priložnosti, za katere mislimo, da se bodo dobro obrestovale - 1/raje najprej temeljito raziščemo priložnost in se nato odločamo)	NE	86	3,198	-0,374	p<0,10	DA	35	3,571	12. Naše podjetje (se običajno zgolj odziva na dejanja, ki jih na trgu sprožijo tekmeci - 1/običajno sproži dejanja na trgu, na katera se morajo tekmeci odzvati - 5)	NE	85	2,871	-0,415	p<0,05	DA	35	3,286																																																												
9. V podjetju (ni poudarka - 1/je poudarek - 5) na razvoju lastnih rešitev, tako tehnoloških kakor tudi administrativnih	NE	85	3,129	-0,471	p<0,05																																																																																																
	DA	35	3,600			10. V našem konkurenčnem okolju je (pametneje sprejemati konzervativne in postopne odločitve - 1/se je treba odzivati hitro in drzno - 5)	NE	85	3,365	-0,464	p<0,05	DA	35	3,829	11. V podjetju (hitro izkoristimo priložnosti, za katere mislimo, da se bodo dobro obrestovale - 1/raje najprej temeljito raziščemo priložnost in se nato odločamo)	NE	86	3,198	-0,374	p<0,10	DA	35	3,571	12. Naše podjetje (se običajno zgolj odziva na dejanja, ki jih na trgu sprožijo tekmeci - 1/običajno sproži dejanja na trgu, na katera se morajo tekmeci odzvati - 5)	NE	85	2,871	-0,415	p<0,05	DA	35	3,286																																																																					
10. V našem konkurenčnem okolju je (pametneje sprejemati konzervativne in postopne odločitve - 1/se je treba odzivati hitro in drzno - 5)	NE	85	3,365	-0,464	p<0,05																																																																																																
	DA	35	3,829			11. V podjetju (hitro izkoristimo priložnosti, za katere mislimo, da se bodo dobro obrestovale - 1/raje najprej temeljito raziščemo priložnost in se nato odločamo)	NE	86	3,198	-0,374	p<0,10	DA	35	3,571	12. Naše podjetje (se običajno zgolj odziva na dejanja, ki jih na trgu sprožijo tekmeci - 1/običajno sproži dejanja na trgu, na katera se morajo tekmeci odzvati - 5)	NE	85	2,871	-0,415	p<0,05	DA	35	3,286																																																																														
11. V podjetju (hitro izkoristimo priložnosti, za katere mislimo, da se bodo dobro obrestovale - 1/raje najprej temeljito raziščemo priložnost in se nato odločamo)	NE	86	3,198	-0,374	p<0,10																																																																																																
	DA	35	3,571			12. Naše podjetje (se običajno zgolj odziva na dejanja, ki jih na trgu sprožijo tekmeci - 1/običajno sproži dejanja na trgu, na katera se morajo tekmeci odzvati - 5)	NE	85	2,871	-0,415	p<0,05	DA	35	3,286																																																																																							
12. Naše podjetje (se običajno zgolj odziva na dejanja, ki jih na trgu sprožijo tekmeci - 1/običajno sproži dejanja na trgu, na katera se morajo tekmeci odzvati - 5)	NE	85	2,871	-0,415	p<0,05																																																																																																
	DA	35	3,286																																																																																																		

Izredno pomembno je, da so tehnološki podjetniki v zasavski regiji bistveno bolj nagnjeni k rasti podjetja. To je ključno za razvoj regije in je tudi v skladu z ugotovitvami o pomenu tehnološkega podjetništva v drugih regijah. Da se tehnološki podjetniki na tem področju pomembno razlikujejo od običajnih podjetnikov, je razvidno iz tabele 12. Še posebej velika razlika je v njihovi želji po rasti podjetja in bogatenju na podlagi rasti, vpeljevanju novih proizvodov na trg ter razvoju lastnih rešitev ter hitrem in drznem ravnanju.

Tehnološki podjetniki poleg znanj in veščin, ki jih ob ustanovitvi potrebujejo povprečni podjetniki v regiji, zelo potrebujejo predvsem tehnološka znanja in veščine s področja vsebin, ki so vezane na poslovne operacije – modeliranje poslovnih procesov, projektno vodenje,... (srednja vrednost na petstopenjski lestvici 3,750), ne pa tudi tehnološka znanja in veščine, ki se nanašajo na proizvodnjo in izdelek.

6. Diskusija in zaključek

Zasavska regija je ena od najslabše razvitih regij v Sloveniji, hkrati pa so možnosti za spodbuditev razvoja v njej precej omejene. Glede na tradicionalno industrijsko usmerjenost regije je podjetništvo, še posebej pa tehnološko podjetništvo, bistvenega pomena, saj predstavlja eno redkih možnosti za razvoj regije. Podjetništvo namreč prispeva k ustvarjanju delovnih mest, h gospodarski rasti in zvišanju produktivnosti, k stalnim spremembam v gospodarstvu in družbi na področju inovacij ter k povečanju dohodka v regiji (Glas, 2001). Podjetnike v regiji navdušuje ustvarjanje novih priložnosti in uvajanje sprememb. Kljub temu pa je podjetništvo v regiji izredno slabo razvito. Zasavska regija je imela leta 2006 samo 31,9 podjetij na 1000 prebivalcev in se tako uvrstila na zadnje mesto v Sloveniji (povprečje v Sloveniji je 49,0 podjetij na 1000 prebivalcev).

Rezultati raziskave so pokazali, da povprečni podjetniki v zasavski regiji niso posebej nagnjeni k tveganju in tako tudi ne k inovativnosti ter rasti in razvoju podjetja, ki so s tem neločljivo povezani. Kljub njihovem mnenju, da znajo strateško razmišljati, dobro organizirati posel, da imajo dober občutek za delo in vodenje ljudi, da imajo jasno vizijo podjetja v prihodnosti, da znajo izbirati dobre sodelavce in prepričevati kupce ter da uresničujejo poslovne priložnosti, jim primanjkuje želje po rasti in širitvi podjetja. Glavni motivi za ustanovitev podjetja so predvsem udeleževanje lastnih idej, opravljanje zelenega dela in osebna varnost ter zagotovljeno delovno mesto in ne obogatitev, ugled, položaj in moč. Običajno podjetništvo tako prispeva predvsem k zmanjševanju stopnje brezposelnosti, in sicer z ustvarjanjem novih delovnih mest za podjetnike in njihove družinske člane. Kljub temu, da torej sodeč po rezultatih raziskave običajno podjetništvo regiji ne more zagotoviti potrebnega razvojnega preskoka, ga je kljub temu smiselno spodbujati. Nastanek novih podjetij lahko spodbujamo predvsem z ustrezno infrastrukturo, promocijo podjetniške kulture, podjetniškim izobraževanjem... Ker se podjetniki v Zasavju najbolj zgledujejo po drugih podjetnikih, bi organizacija dogodkov, na katerih bi znani podjetniki predstavili svojo zgodbo o uspehu, promovirala kulturo podjetništva v Zasavju ter tako zelo ugodno motivacijsko vplivala na tiste, ki svojih podjetij še niso ustanovili, kakor tudi spodbudila že obstoječe podjetnike k rasti njihovega podjetja. Takšna podjetniška srečanja bi prispevala tudi k mreženju, ki je trenutno velika pomanjkljivost zasavskih podjetnikov. Ti namreč trenutno svoje stike in poznanstva uporabljajo pretežno le za neformalno promocijo podjetja, ne znajo ali ne želijo pa jih

izkoristiti kot vire za dostop do različnih znanj ali kakovostnih kadrov. Pomembno je spodbuditi tudi sodelovanje z institucijami znanja in tehnološkimi centri. Podjetniki so v večinoma edini lastniki svojih podjetij in se svojemu lastništvu niso pripravljene odpovedati. Podjetnikom, ki bi se odločili za rast in ki za to ne potrebujejo zelo velikih vložkov, bi bilo zato smiselno omogočiti ugodna posojila, s katerimi bi lahko financirali svojo rast, hkrati pa zadržali lastništvo.

Podjetniki v Zasavju verjamejo v oživitve regije s tehnološkim podjetništvom. Zavedajo se namreč pomena tehnološkega razvoja, na katerem naj bi temeljila regija, in si ne želijo zgolj prevzemati nove tehnologije, pač pa jih želijo tudi razvijati. Prav tehnološki podjetniki so tisti, ki so med podjetniki v regiji najbolj usmerjeni k raziskavam in razvoju ter tako z inovacijami tudi več prispevajo k povečanju produktivnosti, več izvažajo in ustvarjajo najvišje stopnje rasti prihodkov in delovnih mest (Coopers in Lybrand, 1996). Tudi rezultati raziskave so potrdili, da se tehnološki podjetniki v Zasavju pomembno razlikujejo od običajnih podjetnikov. Najpomembnejša razlika je v njihovi bistveno večji naravnosti v rast in razvoj podjetja ter inovativnosti. Tehnološki podjetnik z inovacijami povečuje tudi produktivnost drugih podjetij in dolgoročno ne zagotavlja zgolj delovnega mesta sebi ali svoji družini, temveč lahko s svojo strateško usmerjenostjo v rast podjetja pomembno prispeva tudi h gospodarski rasti celotne regije. Da bi tehnološki podjetnik lahko financiral svojo rast in razvoj, potrebuje velika sredstva. Zgolj lastna sredstva za ta namen ne zadostujejo več, zato je za spodbujanje tehnoloških podjetnikov izrednega pomena, da jim omogočimo čim ugodnejši dostop do zadostnih virov sredstev.

Glede na rezultate raziskave lahko sklenemo, da je spodbujanje tehnološkega podjetništva v zasavski regiji ena izmed redkih možnosti za gospodarski in razvojni preboj regije. Uspešna tehnološka podjetja ugodno vplivajo tudi na številna druga podjetja v regiji, s katerimi poslovno sodelujejo, hkrati pa so jim tudi za zgled ter posredno s povečevanjem kupne moči povečujejo tudi njihov potencialni trg. Velik problem v zasavski regiji je pomanjkanje in izseljevanje kakovostnih kadrov – uspešna tehnološka podjetja lahko ta proces spreobrnejo in privabijo najkakovostnejše kadre tudi iz drugih regij. Nova podjetja sprožijo tudi celo vrsto drugih pozitivnih posledic, kakor je izgradnja različnih podpornih sistemov, ekonomija obsega podpornih storitev, zainteresiranost rizičnega kapitala, razvitost bančne mreže ipd. Spodbujanje tehnološkega podjetništva je torej prvi bistveni korak v procesu, ki celotno

regijo lahko popelje na pot uspeha. Sklenemo torej lahko, da je spodbujanje tehnološkega podjetništva v regiji vsekakor smiselno, še več, je nujno za razvoj regije.

Literatura in viri

Almus, Matthias in Nerlinger, Eric A. 1999. Growth of new technology-based firms: which factors matter? *Small Business Economics*, 13(2), str. 141–154.

Armstrong, J. Scott in Overton, Terry S. 1977. Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), str. 396–402.

Birch, David L. 1987. *Job Creation in America*. New York: The Free Press.

Coopers and Lybrand. 1996. *Economic impact surveys of the US and Europe*.

Dorf, Richard C. in Byers, Thomas H. 2005. *Technology ventures: from idea to enterprise*. 1st edition. Boston: McGraw-Hill.

Glas, Miroslav. 2001. *Podjetništvo: Izziv za spremembe*. Ljubljana: Center za razvoj podjetništva.

Kulicke, Marianne. 1993. *Chancen und Risiken junger Technologieunternehmen: Ergebnisse des Modellversuchs 'Foerderung technologieorientierter Unternehmensgruendungen'*. Heidelberg: Physica-Verlag.

Mian, Sarfraz A. 1997. Assessing and managing the university technology business incubator: an integrative framework. *Journal of Business Venturing*, 12(4), str. 251–285.

Petrin, Tea. 2000. *Podjetništvo - pomemben dejavnik razvoja podeželja*. Podjetništvo izziv za 21. stoletje. Ljubljana: Gea College.

Rebernik, Miroslav, Tominc, Polona, Duh, Mojca, Rus, Matej, Krošlin, Tadej, Bradač, Barbara, Močnik, Dijana in Pušnik, Ksenja. 2006. *Slovenski podjetniški observatorij 2005*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij.

Regionalni razvojni program zasavske regije za obdobje 2002–2007. 2002. [URL: http://www.rcr-zasavje.si/rrp/data/RRP_za_zasavje2.zip, 20. 08. 2007]

Regionalni razvojni program zasavske regije za obdobje 2007–2013. 2007. [URL: http://www.rcr-zasavje.si/rrp2/docs/RRP_ZASAVJE_osnutek.doc, 21. 08. 2007]

SI-Stat podatkovni portal. 2007. [URL: www.stat.si/pxweb/, 10. 10. 2007]

Slovenske regije v številkah. 2007. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.

Timmons, Jeffrey A. in Spinelli, Stephen. 2004. *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. 6. izdaja. Boston: Irwin Homewood.

Vahčić, Aleš. 2000. *State of entrepreneurship in Slovenia*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

Venkataraman, Sankaran. 2004. Regional transformation through technological entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 19(1), str. 153–167.

Zupan, Slavka. 2001. *Možni prispevek podjetništva pri reševanju krize v starih industrijskih središčih*: magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.