

UNIVERZA NA PRIMORSKEM  
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

ANJA KRSTIĆ

KOPER, 2021



UNIVERZA NA PRIMORSKEM  
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

Zaključna projektna naloga

# STARTUP PODJETNIŠTVO

Anja Krstić

Koper, 2021

Mentorica: izr. prof. dr. Tina Bratkovič Kregar



## POVZETEK

V gospodarskem procesu se podjetništvo kaže v različnih oblikah, med katerimi je ena startup oziroma zagonsko podjetništvo. Za globalno okolje, v katerem delujejo startup podjetja, je značilno, da je bolj negotovo in dinamično, medtem ko je stopnja preživetja precej nizka. Kljub temu se jim v gospodarstvu pripisuje pomembna vloga, saj se predpostavlja, da bodo v prihodnosti rasla hitreje kot druga podjetja in s tem ustvarila več novih zaposlitev. Vedno več je načinov, s katerimi se skuša podpreti startup podjetja, med katerimi je tudi čim boljša razvitost startup ekosistema oziroma podpornega okolja. To je bil tudi namen naše naloge, in sicer ugotoviti, kakšen pogled imajo startup podjetja na razvitost ekosistema v Sloveniji, ter pridobiti njihovo mnenje o dejavnikih uspeha pri razvoju in delovanju. Raziskava je pokazala, da so po mnenju anketiranih podjetij najpomembnejši dejavniki uspeha startup podjetij dobra poslovna ideja, gospodarska razvitost države in pripravljenost kupcev na inovativne izdelke ali storitve.

*Ključne besede:* podjetništvo, startup podjetništvo, startup podjetje, inovativnost, ekosistem, podporno okolje.

## SUMMARY

Many different forms of entrepreneurship are characteristics of the economic process, one of which is start-up entrepreneurship. The global environment, in which start-up companies conduct business, is normally uncertain and dynamic, and the level of a company's viability in it is considerably low. Nevertheless, start-up companies play a very important role in the economy, as they are assumed to grow faster than other companies in the future, thus creating more jobs. The number of ways to support start-up companies is increasing; one of them is the development of the start-up ecosystem or supportive environment. The aim of our paper was to determine what start-up companies think about the development of this ecosystem in Slovenia and to ask them about the role of success factors in a company's development and operations. The research showed that, according to the interviewed companies, the most important success factors associated with start-up companies are a good business idea, economic development of the country, and consumers' willingness to buy innovative products or benefit from innovative services.

*Key words:* entrepreneurship, start-up entrepreneurship, start-up company, inventiveness, ecosystem, supportive environment.

UDK: 330.526.33(043.2)



## VSEBINA

<b>1</b>	<b>Uvod.....</b>	<b>1</b>
1.1	Oprelitev obravnavanega problema in teoretičnih izhodišč.....	1
1.2	Namen in cilji zaključne projektne naloge .....	2
1.3	Predvidene metode za doseganje ciljev zaključne projektne naloge .....	2
1.4	Predvidene predpostavke in omejitve pri obravnavanju problema.....	3
<b>2</b>	<b>Podjetništvo in njegov pomen .....</b>	<b>4</b>
2.1	Zgodovinski pogledi na podjetništvo.....	4
2.2	Oprelitev podjetnika.....	5
2.3	Podjetniške lastnosti .....	6
2.4	Vloga in pomen podjetništva .....	7
2.5	Podjetništvo v Sloveniji.....	8
<b>3</b>	<b>Startup podjetništvo.....</b>	<b>10</b>
3.1	Oprelitev startup podjetja.....	10
3.2	Značilnosti startup podjetij .....	11
3.3	Ustanovitev in razvoj startup podjetij.....	12
3.4	Najpogostejše napake startup podjetij .....	15
3.5	Financiranje startup podjetij .....	15
3.5.1	Lastniški viri financiranja.....	16
3.5.2	Dolžniški viri financiranja.....	17
3.5.3	Alternativne oblike financiranja.....	18
3.6	Podporno okolje za startup podjetništvo.....	18
3.7	Uspešni startupi .....	21
<b>4</b>	<b>Empirični del .....</b>	<b>24</b>
4.1	Opis poteka raziskave .....	24
4.2	Rezultati raziskave.....	24
4.3	Povzetek ugotovitev.....	34
<b>5</b>	<b>Sklep .....</b>	<b>35</b>
	<b>Literatura.....</b>	<b>37</b>
	<b>Priloga .....</b>	<b>41</b>

## SLIKE

Slika 1:	Število podjetij v Sloveniji med leti 2009 in 2019 .....	5
Slika 2:	Odstotek nastajajočih in novih podjetij po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2019.....	9
Slika 3:	Prehod iz startup podjetja v dinamično podjetje.....	13
Slika 4:	Lean startup proces .....	14
Slika 5:	Faze življenjskega cikla startup podjetja .....	15
Slika 6:	Elementi podjetniškega ekosistema .....	20
Slika 7:	Dejavnost podjetja .....	25
Slika 8:	Starost podjetja.....	26
Slika 9:	Število zaposlenih .....	26
Slika 10:	Vloga v podjetju.....	27
Slika 11:	Poslovanje na tujih trgih .....	27
Slika 12:	Težave pri ustanovitvi startup podjetja .....	28
Slika 13:	Težave pri ustanovitvi podjetja .....	28
Slika 14:	Pomoč pri razvijanju poslovne ideje.....	29
Slika 15:	Dejavniki uspešnosti podjetja .....	30
Slika 16:	Podpora platforme Start:Up Slovenija .....	30
Slika 17:	Najpomembnejši viri financiranja.....	31
Slika 18:	Razlogi za ustanovitev podjetja .....	32
Slika 19:	Dejavniki uspešnega razvoja podjetja.....	32
Slika 20:	Razvijanje startup ekosistema v Sloveniji .....	33
Slika 21:	Dostop do podpore startup ekosistema .....	34



## **KRAJŠAVE**

Ur. l. RS	Uradni list Republike Slovenije
ZDTK	Zakon o družbah tveganega kapitala
ZPOP	Zakon o podpornem okolju za podjetništvo
ZSInv	Zakon o spodbujanju investicij



# 1 UVOD

Startup podjetje je podjetje, ki ima običajno kratko zgodovino delovanja in se nahaja v fazi razvoja izdelka ali storitve. Usmerjeno je v razvijanje inovativnih izdelkov ali storitev, pri čemer imajo visoko raven tveganja. Podjetja pričakujejo hitro in visoko začetno rast ter visoke donose. (Park 2005, 743)

## 1.1 Opredelitev obravnavanega problema in teoretičnih izhodišč

Začetki podjetništva segajo v čas srednjega veka. Funkcija podjetništva v družbi je najverjetneje stara toliko, kolikor so stare institucije trgovanja in menjave (Rebernik 2008, 30). Na začetkih podjetništva je bil podjetnik trgovec, ki je imel vlogo posrednika kapitalista, ki je nosil pasivno tveganje. Po končanem uspešnem potovanju in prodaji blaga si je dobiček delil s kapitalistom. Podjetništvo se je začelo povezovati s tveganjem nekje v 17. stoletju, ko je bila za izvedbo določenih projektov določena pogodbeno cena, medtem ko je podjetnik prevzel odgovornost za dobiček ali izgubo (Antončič idr. 2002, 27).

Danes obstaja veliko opredelitev podjetništva. Antončič idr. (2002, 30) opredelijo podjetništvo kot proces, ki mu podjetniki namenjajo svoj čas in prizadevanja, prevzemajo pripadajoča finančna in družbena tveganja za ustvarjanje nečesa novega, vrednega in prejema pripadajoče nagrade v obliki denarja, osebnega zadovoljstva in neodvisnosti.

Podjetništvo je težko opredeliti, saj se uveljavlja v različnih oblikah. Lahko bi rekli, da obsega skoraj vse dejavnosti enega posameznika in podjetniške skupine, ki vodijo od prepoznane tržne potrebe prek organiziranja, pridobivanja in kombiniranja vseh potrebnih virov do uresničitve poslovne priložnosti in ustvarjanja nove vrednosti. Gre za proces, v katerem podjetniki v določenem času in z vloženim trudom ustvarijo nekaj, kar ima novo in večjo vrednost. V tem procesu se srečujejo tako s socialnimi in psihološkimi kot tudi s finančnimi tveganji. Rezultat vsega se kaže v denarni obliki ter tudi v neodvisnosti in osebnem zadovoljstvu (Glas 2001, po Ruzzier idr. 2008, 16).

Podjetnik je posameznik, ki ustvarja vrednost in v tem procesu prevzema tveganje izgube denarja, časa ali kake oblike vrednosti izdelkov ali storitev (Kregar 2011, po Glas 2001, 17–34). Za uspešnega podjetnika velja tisti, ki ima na dolgi rok uspešno podjetje, pri tem je sposoben prepoznavati in izkoristiti podjetniško idejo in priložnost.

V zadnjih letih se kot ena od oblik podjetništva vse pogosteje omenja startup podjetništvo. Gre za ustanavljanje podjetij, ki so zasnovana na inovativnosti izdelkov ali storitev, ki se še niso pojavile nikjer na trgu. To so običajno manjša podjetja, ki imajo jasno zastavljeno strategijo uspeha (Data 2015).

Ries (2011a, 27) definira startup podjetje kot organizacijo ljudi, ki nastane z namenom ustvaritve novega izdelka ali storitve v pogojih ekstremne tveganosti. To je podjetje, ki običajno nima dolge zgodovine delovanja in je v fazi razvoja izdelka ali storitve. Startup podjetniki so usmerjeni v razvoj lastnih predvsem inovativnih izdelkov ali storitev. Pričakujejo hitro in visoko začetno rast ter donose, kar spremlja tudi visoka raven tveganj (Potušek 2015).

Moramo vedeti, da niso vsa novonastala podjetja startup podjetja. Bistvo startup podjetij je v ustvarjanju inovativnega izdelka, kar bo v veliki ali mali meri pripomoglo k izpolnjevanju potreb in želja še nezadovoljenih strank (Potušek 2015).

## **1.2 Namen in cilji zaključne projektne naloge**

Namen zaključne projektne naloge je ugotoviti osnovne značilnosti startup podjetij. Pri tem bomo posebej poudarili vidik financiranja in vlogo podpornega okolja pri razvoju in rasti startup podjetij. V nalogi bomo opredelili pomen podjetništva in predstavili značilnosti startup podjetništva. Z raziskavo želimo ugotoviti, kakšne izkušnje imajo startup podjetniki s podpornim okoljem za podjetništvo v Sloveniji ter s kakšnimi izzivi in ovirami so se srečevali na svoji podjetniški poti in kaj je po njihovem mnenju ključno za uspešno delovanje startup podjetja. Predstavili bomo tudi nekaj primerov uspešnih startup podjetij v Sloveniji.

Cilji teoretičnega dela naloge so naslednji:

- kritičen pregled domače in tuje literature s področja startup podjetništva,
- opredeliti temeljne pojme s področja startup podjetništva,
- predstaviti startup podjetništvo v Sloveniji in v svetu,
- predstaviti različne vidike startup podjetij (financiranje, podporno okolje, proces ustanovitve, razvoj blagovne znamke),
- predstaviti nekaj uspešnih startup podjetij v Sloveniji.

Cilji empiričnega dela naloge so:

- izvedba kvantitativne raziskave med startup podjetji v Sloveniji,
- ugotoviti pogled startup podjetnikov in njihove izkušnje s startup ekosistemom v Sloveniji in možnostmi, ki jih ta nudi pri razvoju startup podjetij,
- ugotoviti, kaj so ključni dejavniki uspeha pri razvoju in delovanju startup podjetij,
- na osnovi empirične raziskave podati priporočila oziroma predloge za nadaljnji razvoj startup ekosistema v Sloveniji.

## **1.3 Metode za doseganje ciljev zaključne projektne naloge**

Zaključna projektna naloga je sestavljena iz dveh delov, in sicer teoretičnega in empiričnega. V teoretičnem delu smo uporabili metodo deskripcije, s katero smo v smiselnem zaporedju zapisali teoretična izhodišča in opredelili temeljne pojme s področja startup podjetništva ter

predstavili startup podjetništvo v Sloveniji in tujini. V tem delu smo upoštevali več vidikov, kot na primer financiranje startup podjetij in podporno okolje.

V raziskovalnem delu smo izvedli anketo med startup podjetji v Sloveniji. V vzorec smo zajeli startup podjetja, ki jih podpira platforma Start:up Slovenija. Povezavo do spletne ankete smo izbranim podjetjem poslali po elektronski pošti, njihove podatke smo pridobili prek spletne strani Start:up Slovenija. Anketni vprašalnik je bil anonimen. Z anketo smo želeli pridobiti mnenje in pogled ustanoviteljev startup podjetij na startup podjetništvo v Sloveniji. Anketirali smo podjetnike, ki so uspeli svojo idejo realizirati in ustanoviti startup podjetje, saj smo bili mnenja, da nam lahko oni največ povedo o procesu ustanovitve podjetja v Sloveniji, ekosistemu startup podjetij, ovirah in izzivih ter pomembnih dejavnikih, ki vplivajo na uspešnost podjetja.

#### **1.4 Predpostavke in omejitve pri obravnavanju problema**

Tema, ki jo obravnavamo v zaključni projektni nalogi, je zelo aktualna, zato smo ob začetku raziskave predpostavljali, da bomo na to temo našli veliko razpoložljive literature. Dostop do literature nam je omogočil, da dosežemo namen in cilje naloge. Pri preučevanju problema predpostavljamo, da startup podjetništvo predstavlja pomemben segment v strukturi slovenskega gospodarstva in pripomore k večji konkurenčnosti gospodarstva. Predpostavljamo tudi, da izdelki startup podjetij potrebujejo več časa za uveljavitev na trgu kot izdelki znanih blagovnih znamk, saj večina potrošnikov potrebuje več časa, da sprejme povsem nov izdelek, ki se pojavi na trgu.

V raziskovalnem delu naloge so omejitve povezane z nepripravljenostjo podjetnikov za sodelovanje v anketi oziroma njihovo slabšo odzivnostjo. Pri zbiranju podatkov smo se omejili na spletno anketo. Prav tako smo se pri preučevanju startup podjetništva omejili zgolj na nekatere vidike, in sicer financiranje in podporno okolje, zato z raziskavo ne bomo dobili celostnega pogleda na stanje v Sloveniji.

## **2 PODJETNIŠTVO IN NJEGOV POMEN**

V tem poglavju bomo predstavili zgodovino podjetništva, opredelili podjetnika in njegove lastnosti ter na kratko predstavili podjetništvo v Sloveniji.

### **2.1 Zgodovinski pogledi na podjetništvo**

Podjetništvo obstaja že od začetka človeštva. Eni izmed prvih zapisov kažejo na najrazličnejše oblike podjetništva iz časa egipčanskih, arabskih in kitajskih civilizacij. V antični dobi so bili znani različni tipi podjetništva, pri čemer so podjetniške dejavnosti krepile tako trgovinsko kot denarno poslovanje. Sprva je vključevalo trgovinske, kreditne in menjalne posle, ladijski promet ter tudi osvajanje novih področij, prav tako tudi razbojništvo in piratstvo. Za osnovne tipe podjetnikov so takrat veljali pirati, fevdalci, vladni uradniki, špekulanti, trgovci in obrtniki (Šipić in Najdanović 2012).

Za enega izmed prvih podjetnikov, ki je bil posrednik, velja Marko Polo, ki je na Daljnem vzhodu skušal vzpostaviti trgovske poti. Začetki trgovskih družb so se pojavili zelo zgodaj, v Italiji že v 12. stoletju kot začasne družbe, najpogosteje so to bila družinska podjetja (Šipić in Najdanović 2012).

V poznem srednjem veku so postala podjetja samostojni gospodarski subjekti, medtem ko se je v 17. stoletju podjetništvo začelo pojavljati množično. Na prelomu med 19. in 20. stoletjem je s prihodom industrijske revolucije nenadoma prišlo do porasta pomena podjetništva v novonastalih panogah. Kmalu po industrijski revoluciji je z nastopom množične proizvodnje vloga podjetništva začela upadati (Šipić in Najdanović 2012).

Turbulentni časi na gospodarski ravni, ko so varna službena mesta in možnosti za zaposlitev vedno manjše, so s seboj prinesli veliko zanimanje posameznikov za ustanovitev lastnega podjetja. Vloga podjetništva je z leti postala priznana tako v razvitih kot v manj razvitih državah. Izraz podjetništvo je v zadnjih dvajsetih letih postal del ekonomske politike, poslovne znanosti in širše javnosti (Bygrave 1994). O vedno večjem zanimanju za podjetništvo v Sloveniji govorijo podatki iz Statističnega urada Republike Slovenije, ki prikazujejo naraščajoče število podjetij v obdobju med leti 2009 in 2019 (slika 1) (Statistični urad Republike Slovenije 2021).

Leto	Število podjetij v Sloveniji
2009	160.931
2010	165.595
2011	169.360
2012	173.305
2013	182.089
2014	186.863
2015	191.863
2016	196.072
2017	195.756
2018	200.174
2019	205.139

**Slika 1: Število podjetij v Sloveniji med leti 2009 in 2019**

Vir: Statistični urad Republike Slovenije 2021.

## 2.2 Opredelitev podjetnika

Ko govorimo o podjetništvu, ima glavno vlogo podjetnik. Rebernik idr. (2020) so podjetnika opisali kot osebo, ki:

- je inovator,
- nosi tveganje,
- zagotavlja finančni kapital,
- je lastnik podjetja,
- odloča v podjetju,
- zaposluje proizvodne vire,
- alocira proizvodne vire med različne alternativne uporabe,
- je organizator in usklajevalec ekonomskih virov ter
- je menedžer.

Med avtorji se mnenja in pogledi na to, kdo sploh je podjetnik, razlikujejo.

Grey (1995) podjetnika opredeli kot osebo, ki organizira, prevzema tveganja in upravlja podjetje. S tem zajema vse podjetnike, ki vodijo tako mala, srednja kot tudi velika podjetja. Grey v svoji naslednji definiciji navaja, da je podjetnik oseba, pri kateri prepoznamo podjetniške lastnosti.

Podjetnik je oseba, ki deluje na lastno odgovornost in ima potrebna sredstva za določene gospodarske dejavnosti ter samostojno sprejema odločitve v zvezi s to dejavnostjo, organizira in združuje proizvodne dejavnike, usklajuje njihove dejavnosti, nadzoruje, upravlja ter vodi celotno delo in poslovanje. Podjetniški zaslužek je dobiček, ki ostane za tem, ko od celotnega prihodka odštejemo stroške, ki so nastali pri poslovanju (Škrtić 2006).

## 2.3 Podjetniške lastnosti

Med ključne lastnosti podjetnikov spadajo (Hunjet in Kozina 2014):

- inovativnost,
- preračunano tveganje,
- samozavestnost,
- vztrajnost,
- odgovornost in
- postavljanje ciljev.

V nadaljevanju podajamo kratek opis posameznih lastnosti.

### *Inovativnost*

To je na splošno najizrazitejša lastnost sodobnega podjetništva. Podjetnike privlači spoprijemanje z neznanimi stvarmi, počnejo stvari na nove in nepričakovane načine, ki stare ideje pretvorijo v nove vzorce. Dobra in inovativna ideja ima za začetek podjetništva ključen pomen. Prav tako so pomembne prilagodljivost, iznajdljivost in ustvarjalnost podjetnikov. Ko govorimo o podjetniški inovativnosti, ne gre le za prodiranje na trg z novimi izdelki, temveč tudi razvoj in preusmerjanje delovanja podjetja na tista področja, ki podjetju omogočajo razvoj (Hunjet in Kozina 2014).

### *Preračunano tveganje*

Vsaka nova ustanovitev podjetja ali podjetniški podvig predstavlja določeno tveganje za podjetnika. Da bi se tveganja minimalizirala, mora podjetje imeti dobro strateško vizijo in odgovorno ravnati s tveganji, saj je tako delovanje podjetja lažje in kakovostnejše. Podjetniki žrtvujejo veliko svojega časa, vlagajo veliko naporov in sredstev, čeprav nimajo zagotovila za uspeh. Torej tvegajo, vendar previdno, saj vsako tveganje dobro preračunajo in premislijo (Hunjet in Kozina 2014).

### *Samozavest*

Samozavest pomeni verjeti v svoje lastne moči in sposobnosti. Podjetnik mora verjeti, da lahko premaga druge v istem ali podobnem poslu. Za uspeh so zaželeno visoke ambicije, vendar tudi realnost pri presojanju stvarnih priložnosti (Hunjet in Kozina 2014).



### *Vztrajnost*

Še ena izmed pomembnih lastnosti je vztrajnost. Za največjimi uspehi, ki so jih dosegli posamezniki, je predvsem vztrajno in sistematično delo. Podjetniki spadajo med najvztrajnejše ljudi, ki jih žene želja po uspehu. Čeprav ne gre vedno vse tako, kot so si zamislili, je pomembno, da ne odnehajo, temveč vztrajajo pri uresničevanju svojih idej in ciljev (Hunjet in Kozina 2014).

### *Odgovornost*

Podjetniki so ljudje, ki so odgovorni pred samim sabo, želijo si polno priznanje za svoj uspeh, a prevzemajo tudi vso krivdo. Imajo odgovornost v prizadevanju za nenehno izboljševanje poslovne uspešnosti, družbene skupnosti in naravnega okolja z odpravo negativnih učinkov poslovnega podviga (Hunjet in Kozina 2014).

### *Postavljanje ciljev*

Zelo pomembno je, da si podjetniki jasno zastavijo cilje, se jih držijo in jim sledijo. Osredotočajo se na svoj poslovni načrt, ki ga še dodatno dopolnjujejo z novimi idejami. V njih se neprestano odvija proces postavljanja in doseganja ciljev (Hunjet in Kozina 2014).

Doseganje enega cilja pomeni odpiranje vrat za postavitev novega. Cilj uspešnih podjetnikov je, kako priti do ustvarjalnih idej, s katerimi bodo konkurenti premagani, cilj vsekakor ni, da jih posnemajo. Osebni in poslovni cilj sta med seboj tesno povezana, kljub temu da je predmet poslovanja izbran glede na tržne priložnosti in ne glede na osebno afiniteto (Hunjet in Kozina 2014).

### *Struktura podjetnikove osebnosti*

Kot pojasnjuje Musek (2005), osebnost podjetnika predstavlja zaokroženi vzorec značilnosti, ki so relativno trajne in se na osnovi teh posameznik loči od drugih v družbi. Strukturo podjetnikove osebnosti tvorijo značaj, temperament, sposobnosti in motivacija. Povezujejo osebnost v celoto in so med drugim del lastnosti, ki so ključnega pomena za uspeh podjetnika (Kramar 2008).

## **2.4 Vloga in pomen podjetništva**

Ustanavljanje novih podjetij in podjetniška dejavnost imata vsekakor ključno vlogo za gospodarsko rast in pripomorejo k različni uspešnosti gospodarstva v posameznih državah.

Pri vlogi podjetništva v gospodarskem razvoju ne gre le za povečanje prihodka in proizvodnje, temveč gre tudi za spremembe, ki so nastale v strukturi poslovanja in družbe. Te spremembe spremljata rast in obsežnejša proizvodnja, kar posledično vodi do tega, da si udeleženci razdelijo več (Antončič 2002).

Za gospodarski razvoj ima ključno vlogo dinamičen podjetniški sektor. Čim višja je stopnja ustanavljanja in razvijanja novih podjetij, tem lažje in hitreje je prilagajanje gospodarstva na tehnološke spremembe in izkoriščanje novih poslovnih priložnosti. Z ene strani se z vstopom novih podjetij na trge poveča konkurenca, kar že obstoječa podjetja spodbuja k izboljšanju poslovanja in inovativnosti. Medtem ko z druge strani lahko to povzroči njihov izstop s trga (Žakelj 2004, 13).

Ugodni makroekonomski pogoji, dobro načrtovanje in izvajanje državnih programov ter ugled podjetniške kariere v družbi so trije dejavniki, ki so rezultat razvoja podjetništva in z njim tesno povezanega ustanavljanja novih podjetij. To so dejavniki, ki tvorijo podjetniško okolje, vendar zaradi različnih stopenj podjetniške dejavnosti v državah prihaja do razlik med njimi. V državah, kjer imajo boljšo podjetniško dejavnost, imajo tudi večje možnosti za razvijanje gospodarstva, saj so prilagodljivejše pri uvajanju novih izdelkov in storitev. Imajo tudi bolj dinamično podjetniško okolje in so zato zanimivejše za tuje vlagatelje (Jakič 2008).

## **2.5 Podjetništvo v Sloveniji**

Slovenija je pretežno majhna in mlada država, a je na področju podjetništva izredno napredovala v manj kot dvajsetih letih. Samostojen gospodarski in politični sistem je postala šele, ko je postala samostojna država leta 1990. Glas (1998) navaja, da se je pri razvoju podjetništva pojavila največja težava po letu 1945, saj je zasebni sektor z ukrepi uničil centralnoplanski zasebni sistem. Šele nekje v 80. letih 20. stoletja si je v Sloveniji podjetništvo opomoglo, in sicer takrat, ko se je slovensko gospodarstvo počasi začelo premikati proti tržnemu gospodarstvu (Glas 1998).

Podjetništvo v Sloveniji je v zadnjem času v porastu, saj ta gospodarska panoga včasih predstavlja edino pot do zaslužka, še posebej v teh negotovih časih. Prevladujejo mikro in mala podjetja, ki predstavljajo 99,8 % vseh podjetij, med katerimi je največ samostojnih podjetnikov in gospodarskih družb (Pripelji srečo v službo 2020). Po GEM-raziskavah (Global Entrepreneurship Monitoring), ki so bile narejene leta 2017, so ugotovili, da je več kot polovica populacije mnenja, da je podjetniška pot dobra karierna izbira. Prav tako so mnenja, da so uspešni podjetniki v družbi cenjeni. Še en zanimiv podatek je ta, da je več kot polovica Slovencev prepričanih, da so dovolj kompetentni za zagon lastnega podjetja in jih zato ni strah podjetniškega neuspeha. Tako so v raziskavi ugotovili, da je v primerjavi z drugimi evropskimi državami, ki sodelujejo v GEM-raziskavah, v Sloveniji vseeno malo ljudi, ki so na koncu začeli

svojo podjetniško pot. Prav tako je majhen delež mlajše populacije, ki se v zgodnjem obdobju odloči začeti svojo podjetniško pot in ustanoviti lastno podjetje (Rebernik idr. 2017).

Primerjava Slovenije z izbranimi skupinami držav (države GEM, visokodohodkovna gospodarstva in evropske države) po podjetniški dejavnosti glede na starostne skupine za leto 2019 je prikazana v spodnji preglednici. Po rezultatih raziskave, ki so prikazani v spodnji preglednici, vidimo, da je Slovenija precej skladna z drugimi skupinami držav. Večje odstopanje se kaže le v prvi starostni skupini (Rebernik idr. 2020).

Starost podjetnikov	Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov			
	Slovenija	GEM	visokodohodkovna gospodarstva	evropske države
18-24 let	4,95	16,02	14,03	14,41
25-34 let	34,60	32,18	30,84	32,62
35-44 let	28,85	25,18	26,09	24,40
45-54 let	25,60	17,36	18,66	18,61
55-64 let	6,01	9,26	10,38	9,96

**Slika 2: Odstotek nastajajočih in novih podjetij po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2019**

Vir: Rebernik idr. 2020, 21.

Ker imajo ljudje različne razloge za začetek podjetniške poti, so v GEM-raziskavi to razdelili v štiri skupine, in sicer: ustvariti spremembo v svetu, nadaljevati družinsko podjetje, ustvariti premoženje oziroma večji dohodek in preživeti, saj so službe redke. Rezultati so pokazali, da je žal kar v treh starostnih skupinah (od 34 do 44 let, od 45 do 54 let in od 55 do 64 let) najpogostejši razlog za vstop v podjetniško dejavnost preživetje, saj težko najdejo službo. Ustvarjanje premoženja oziroma večjega dohodka je najizrazitejši motiv pri mlajših iz prve starostne skupine. Mladostniki iz starostne skupine od 25 do 34 let kot najpogostejši motiv za začetek podjetniške poti navajajo željo po ustvarjanju sprememb v svetu, medtem ko je nadaljevanje družinskega podjetja najpogostejši odgovor posameznikov iz starostnih skupin od 35 do 44 in 45 do 54 let (Rebernik idr. 2020).

Ogromne negativne učinke na gospodarski položaj ima nedvomno situacija z razglasitvijo epidemije koronavirusne bolezni Covid-19, ki je bila razglašena v marcu 2020, kar bo med drugim močno vplivalo na zmanjšanje gospodarske dejavnosti. Največje posledice bodo občutila mala podjetja, ki že v normalnih časih čutijo pritisk konkurence, kriza, kot je ta, bo za njih lahko pomenila tudi propad.

### 3 STARTUP PODJETNIŠTVO

Blank in Dorf (2012) opredeljujeta startup podjetja kot začasne organizacije, ki iščejo dobičkonosen, razširljiv in ponavljajoč se poslovni model. Razširljiv poslovni model se nanaša na potencial hitre rasti podjetja, medtem ko se ponavljajoč se nanaša na možnost prenosa poslovnega modela na nove trge.

#### 3.1 Opredelitev startup podjetja

Podjetniki svoja nova podjetja velikokrat označujejo za startup, kljub temu da to niso in njihov način delovanja ne ustreza značilnostim startup podjetij. Pri nas se izraz startup pogosto uporablja za vsa novoustanovljena podjetja (Jelen 2020). Vsak startup je vsaj na začetku majhen, vendar ni vsako malo podjetje startup. Gre za novoustanovljeno podjetje z inovativno idejo ali izdelkom, ki do sedaj še ne obstaja nikjer na trgu. V večini primerov gre za manjša podjetja, ki upajo na visok zaslužek in imajo podrobno zasnovano kratkoročno strategijo uspeha (Javni sklad Republike Slovenije za podjetništvo b. l.).

ZRC SAZU (Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti) se ukvarja tudi z definicijo startup podjetja in glede na to, da je termin prevzet iz angleškega jezika in je izraz z jezikovnokulturnega in pravopisnega vidika vprašljiv in nekoliko neroden, se strinja, da bi bilo treba poiskati ustrežnejši termin. Glede na to, da sta izraza mlado podjetje in novoustanovljeno podjetje premalo povedna, preveč opisna in poudarjajo zgolj en vidik, vidijo kot najprimernejši izraz za startup podjetja termin zagonsko podjetje (Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti 2012).

Ries (2011b, 111), avtor Lean Startup metodologije, o kateri bomo pisali kasneje, pravi, da je startup »organizacija ljudi, ki nastane z namenom ustvaritve novega proizvoda ali storitve v pogojih ekstremne tveganosti«. Opredeljuje jih kot »ustanove«, ki so ustanovljene z namenom ustvarjanja novih izdelkov ali storitev pod pogoji, za katere je značilna negotovost. Negotovost pri tehnoloških startupih se najpogosteje kaže na dveh področjih, in sicer pri sposobnosti startupov, da ustvarijo kakovosten izdelek, in pripravljenosti trga za sprejemanje startup izdelkov.

Startup podjetje je trgovsko podjetje, ki je v zgodnjih fazah poslovanja in ima omejene poslovne izkušnje. Lahko bi ga definirali kot podjetniški podvig, z lastnostmi relativno novega hitrorastočega podjetja, ki ima z razvijanjem inovativnega poslovnega modela cilj zadovoljevanje potreb na trgu (Kapetanović 2018).

Definicijo inovativnega zagonskega podjetja je v Sloveniji zakonsko uredil Zakon o spodbujanju investicij (ZSInv, Ur. l. RS, št. 13/18). V 31. členu inovativno zagonsko podjetje oziroma startup opredeljuje kot neodvisno gospodarsko družbo, ki razvija ali trži inovativni

izdelek, storitev ali poslovni model z visokim potencialom. V nadaljevanju 31. člena opredelijo podrobneje pogoje, ki jih je družba dolžna izpolnjevati (ZSInv).

### **3.2 Značilnosti startup podjetij**

Pri značilnostih startup podjetij moramo poudariti, da gre za svojevrstne lastnosti, ki praviloma ne veljajo, oziroma vsaj ne v taki meri, za druga podjetja. Med glavne značilnosti startup podjetij spadajo (Kraner 2016):

#### *Začasno stanje*

Namen nobenega startupa ni, da bi ostali vedno startup podjetje. Običajno imajo vizijo in jasno zastavljen cilj, da bodo v prihodnosti postala podjetja z dobro izdelanim izdelkom in hitro rastjo. Torej gre za začasno stanje, ki je v odvisnosti več dejavnikov in različno dolgo. Vendar ni nujno, da podjetje kdaj izide iz te faze. Pravzaprav večina startupov nikoli ne doseže druge faze, saj jih večina že v tej fazi propade.

#### *Predvidena strategija izhoda*

Kot smo že zapisali, imajo startup podjetja v osnovi cilj, da bodo nekoč izšla iz »faze startup podjetja«. Seveda ni edini način izhoda ta, da podjetje propade, vendar ustanovitelji ob ustanovitvi podjetja velikokrat ne oblikujejo strategije izhoda, kar je tudi razumljivo glede na to, da se tako izdelek, ki ga podjetje razvija, kot tudi trg, za katerega je izdelek namenjen, neprestano spreminjata.

#### *Negotovost*

Lahko bi rekli, da je negotovost ena izmed najizrazitejših značilnosti startup podjetij. Negotovost se pojavlja na področjih izdelka ali storitve, trga, virov financiranja, časovnih okvirov, panog in sestave ekipe.

#### *Nedodelan izdelek*

V osnovi je že od ustanovitve podjetja osnovni namen izdelka znan, vendar se način doseganja tega namena neprestano spreminja. Ustanovitelji s tržnimi raziskavami ali s testnimi uporabniki skušajo nenehno pridobivati povratne informacije, ki jim bodo v pomoč pri izpopolnjevanju izdelka.

### *Izrazita naravnost k inovacijam*

Za startup podjetja je značilno, da k reševanju določenega problema pristopijo na nepreverjen in inovativen način, ki velikokrat zahteva visokotehnološka znanja in inovativen pristop, a tudi precej visoke finance.

### *Odsotnost klasičnih strank*

Pogosto se zgodi, da si startup podjetja pridobijo nekaj uporabnikov, ki bodo njihov izdelek brezplačno uporabljali, torej testirali, v zameno za čim več koristnih informacij, ki jih bodo lahko kasneje uporabili pri izboljševanju in nadgrajevanju izdelka.

### *Pionirska miselnost*

Značilno je, da so osnova startup podjetja (vsaj v zgodnejših fazah) ljudje in njihova ideja. Da bi si zagotovili osnovne pogoje za delo, morajo iskati najrazličnejše metode, saj nimajo veliko sredstev.

### *Pravno-formalno neznačilen status*

Kot smo že zapisali, je začetek razvoja startup podjetja inovativna ideja. Glede na to, da je razvoj ideje vsaj v začetnih fazah primarni cilj, se na začetku ustanovitelji po navadi ne ukvarjajo s pravno-formalno obliko startupa.

## **3.3 Ustanovitev in razvoj startup podjetij**

Obstaja nekaj značilnosti, po katerih se startup podjetje razlikuje od klasičnega podjetja, vendar ko pride do ustanovitve, slovenski pravni red ne opredeljuje razlik med njima. Kot vsako drugo podjetje, se mora tudi startup podjetje pred ustanovitvijo poglobiti v številna pravna pravila, ki zadevajo strukturo podjetja, opredeljevanje pravic in obveznosti med pogodbenimi strankami, med zagonskimi podjetji in investitorji (Kranjec, Merc in Koritnik 2015).

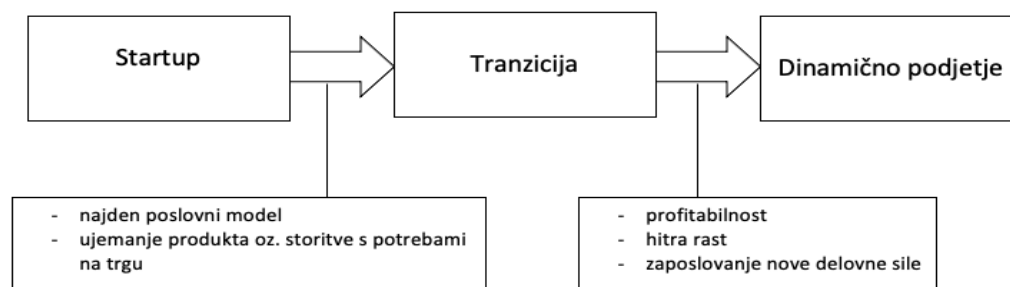
Ko imajo inovativno podjetniško idejo, morajo podjetniki poleg iskanja finančnih sredstev oziroma investorjev razmišljati tudi o pravni obliki gospodarske družbe, ki jim bo za nadaljnje poslovanje, razvoj in financiranje najbolj ustrezala. V Sloveniji imajo podjetniki na voljo več možnosti, katero pravno obliko podjetja izbrati. Družba, ki v največji meri izpolnjuje zahteve in se za njo mladi podjetniki največkrat odločijo ob ustanovitvi podjetja, je večosebna družba z omejeno odgovornostjo (Urankar 2017).

Startup genome report je največja analiza startup podjetij, pri kateri ugotavljajo, da je zaradi zelo visoke stopnje tveganja in delovanja v neznanem stopnja uspeha startup podjetij zelo nizka.

Po njihovih analizah le 10 % startup podjetij uspe (Potušek 2015), kar potrjujejo tudi v pospeševalniku Y Combinator, pri čemer med vsemi startup podjetji, ki gredo skozi njihov pospeševalnik, kar 93 % propade (Graham 2012).

### *Iz startupa v dinamično podjetje*

Kot smo že zapisali, je večini startupov cilj, da na neki točki preidejo iz startup podjetja v dinamično podjetje. Ko najdejo poslovni model, je naslednja faza ustanoviteljev postavljanje temeljev za rastoče podjetje, v katero se bo podjetje razvijalo. Blank in Dorf (2012) vidita ločnico med njima takrat, ko se izdelek oziroma storitev startup podjetja ujema s potrebami trga in ko najdejo poslovni model. Takrat podjetje začne hitro rasti, postane dobičkonosno in začne zaposlovati novo delovno silo, kar prikazuje naslednja slika.



**Slika 3: Prehod iz startup podjetja v dinamično podjetje**

Vir: Blank in Dorf 2012, 134.

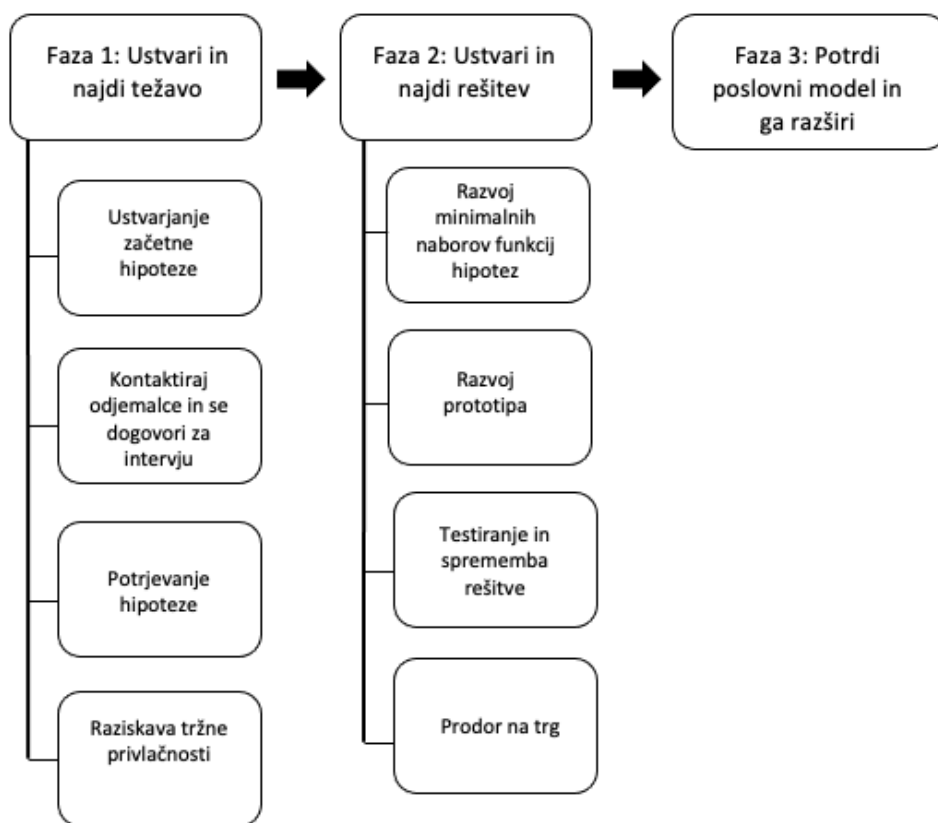
### *Metodologija vitkega podjetja – Lean startup*

Zanimiv podatek je, da dve tretjini startupov, ki uspejo, govorita o drastični spremembi načrta od prvotne zasnove do uspeha. Uspešne startupe od neuspešnih torej ne loči nujno dejstvo, da so uspešni imeli boljšo začetno zamisel oziroma načrt, temveč so, preden jim je zmanjkalo sredstev, našli načrt, ki deluje (Maurya 2014).

Ries (2011a) v svoji knjigi z naslovom »The lean startup« opisuje metodologijo vitkega zagnanskega podjetja, ki je naklonjena eksperimentiranju pred dovršenim načrtovanjem, spreminjanju dizajna, osredotoča se bolj na povratne informacije kupcev kot na intuicijo.

Cilj Lean startup metodološkega okvirja (LSM), ki se v zadnjih letih uporablja pri razvijanju in upravljanju startup podjetij, je skozi povratne zanke minimalizirati čas, kar bi pomenilo, da se morajo startupe truditi graditi hitreje, meriti hitreje in se učiti hitreje (Rozinger 2017).

Na naslednji sliki je prikazan LSM-proces, ki je sestavljen iz treh faz.



**Slika 4: Lean startup proces**

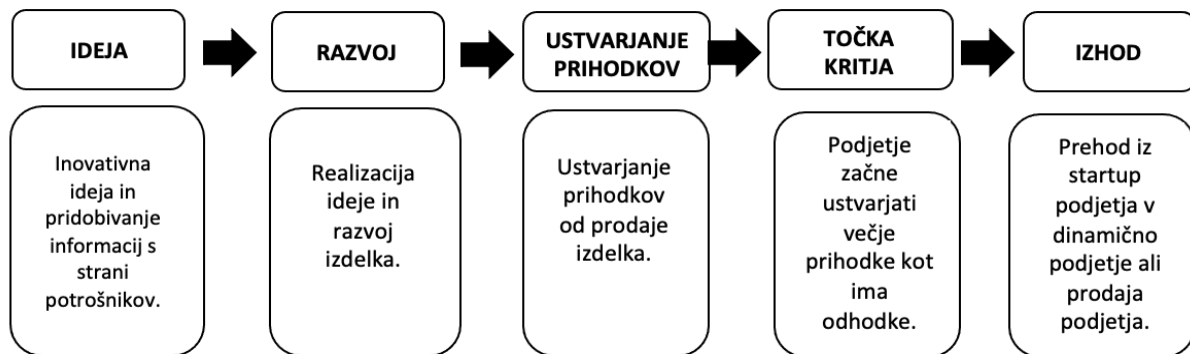
Vir: Rozinger 2017, 9.

Kot je razvidno iz zgornje slike, se *prva faza* začne z ustvarjanjem začetne hipoteze. Če podjetnik želi uspeti, mora za določeno skupino odjemalcev poiskati rešitve za probleme. Po ustvarjeni začetni hipotezi je treba kontaktirati odjemalce in se dogovoriti za intervju. Odjemalce lahko identificiramo na dva načina, in sicer prek elektronskih sporočil ali telefonskih pogovorov. Pravilo pravi, da je podjetnik našel problem za kupca, če se polovica ali več odjemalcev odzove ali pokliče nazaj. Če je odzivnost manjša, je treba hipotezo spremeniti in poiskati boljši problem. Na ta način potrdi ali zavrže hipotezo. Naslednji korak je raziskava tržne privlačnosti. V tem koraku je treba raziskati, ali je ciljni trg dovolj velik, da opraviči investicije, ki bodo potrebne za razvoj izdelka, prav tako je treba raziskati tudi konkurenco. *Druga faza* je namenjena razvoju rešitve. Tukaj je treba razviti izdelek, ki bo z majhnim vlaganjem truda srečal potrebe kupcev. Za tem sledi razvoj prototipa, ki ga je treba testirati in ga po potrebi spremeniti. Za tem sledi *tretja faza*, ki vključuje potrditev poslovnega modela in prodor na trg (Rozinger 2017).



### Faze razvoja startup podjetja

Vloga startup podjetij je čim bolj učinkovito testiranje izdelkov in poslovnih modelov z namenom, da ustanovitelji lahko pridejo do sklepa o možni rasti in ustvarjanju donosnosti, kar potrjuje definicija Blanka in Dorfa (2012, 14), ki jih opredelita kot »začasne organizacije, katerih cilj je iskanje razširljivega, ponovljivega in donosnega poslovnega modela«. Startup podjetja gredo skozi določene faze življenjskega cikla, kot prikazuje spodnja slika.



**Slika 5: Faze življenjskega cikla startup podjetja**

Vir: Prpić b. l.

### 3.4 Najpogostejše napake startup podjetij

V današnjem času je ustanoviti podjetje lažje kot kadar koli prej, a je zaradi nasičenosti trgov, nestabilnega poslovnega okolja, konkurence in drugih dejavnikov uspeti težje kot kadar koli prej (Kos 2017).

Najpogostejše napake, ki jih startup podjetja naredijo, so (Kos 2017):

- prevelik podjetniški optimizem,
- zaljubljenost v idejo,
- pripisovanje prevelike teže poslovni ideji,
- pomanjkanje podjetniškega znanja,
- slab nadzor nad financami.

### 3.5 Financiranje startup podjetij

Da bi podjetnik uspešno uresničil svojo idejo oziroma poslovno priložnost, potrebuje denarna sredstva, ki mu jih v večini primerov primanjkuje. Skupna značilnost startupov je ta, da imajo vsa neko inovativno idejo, vendar jim za razvoj in preboj na trgu primanjkuje finančnih sredstev (Drover idr. 2017).

Vire financiranja podjetij lahko razdelimo na lastniške, dolžniške in alternativne. Med lastniške spadajo lastna sredstva, 4F (opisano v nadaljevanju), pospeševalniki, inkubatorji, poslovni angeli in skladi tvegane kapitala. Bančna posojila, državna sredstva in mikrokrediti so del dolžniških virov financiranja. Med alternativne vire financiranja štejemo množično financiranje, mezzanin kapital in javne razpise (Žugelj idr. 2001).

### ***3.5.1 Lastniški viri financiranja***

#### *Lastna sredstva in 4F*

Oblika financiranja z lastnimi sredstvi je značilna predvsem za začetne faze. Bistvena prednost takega vira financiranja je ta, da podjetniki ohranijo celotni delež lastništva in so povsem neodvisni od bank ali zunanjih investitorjev (Borštnik 2018).

4F-zbiranje kapitala se imenuje zato, ker vključuje kapital, ki prihaja od ustanovitelja (angl. founder), družine (angl. family), prijateljev (angl. friends) in naivnežev (angl. fools) (Poposka, Nanevski in Mihajlovska 2016).

#### *Pospeševalniki in inkubatorji*

Nudenje pomoči startup podjetjem v začetnih fazah razvoja je glavna funkcija pospeševalnikov in inkubatorjev. Glavna razlika med njima je ta, da so inkubatorji bolj osredotočeni na zgodnjo fazo razvoja ter ob razvoju izdelka in poslovanja nudijo strateško in upravljalno podporo (Jamil, Kamariah in Nasir 2015), medtem ko so pospeševalniki bolj usmerjeni na razvoj poslovanja (Pauwels idr. 2015).

#### *Poslovni angeli*

Gre za posameznike iz zasebnega sektorja, ki v obliki svojega znanja, izkušenj in mreže poznanstev ponujajo pomoč startup podjetjem v zgodnjih fazah razvoja. Na razpolago imajo precejšnji kapital, zato lahko investirajo tudi v bolj tvegane projekte, ki imajo visok potencial rasti (Atkinson 2014).

V Sloveniji obstaja platforma Poslovni angeli Slovenije, ki je del pestrega slovenskega ekosistema, ki vključuje številne pospeševalnike, tehnološke parke in inkubatorje. To je edinstvena platforma za mreženje med investitorji pri nas (Poslovni angeli Slovenije b. l.).

### *Tvegani kapital*

Oblika financiranja, ki je vse bolj razvita in razširjena, je tvegani kapital. Tvegani kapital se glede na stopnjo razvoja podjetja razlikuje. Žugelj idr. (2001) opredeljujejo naslednje faze financiranja: zgodnje financiranje, financiranje razvoja in financiranje poznih faz ter prevzemov in odkupov podjetij.

#### **3.5.2 Dolžniški viri financiranja**

Pri dolžniškem financiranju gre za izposojilo sredstev, torej gre za upniško – dolžniško razmerje med podjetnikom in posojilodajalcem, ta je lahko pravna ali fizična oseba. Najpogostejši način, s katerim ponudnik kapitala skuša zavarovati svojo finančno naložbo, je vpisovanje hipoteke na premoženje, s katerim razpolaga najemnik dolžniškega kapitala, kar zagonskim podjetjem predstavlja težavo, ker večina na začetku nima takšnega premoženja, da bi ga lahko zastavila kot ustrezno zavarovanje (Žugelj idr. 2001).

### *Bančna posojila*

Da bančna oblika financiranja za startup podjetja ni primerna, potrjujejo tudi Žugelj idr. (2001), in sicer zato, ker so startupi v zgodnji fazi nelikvidni, nimajo zanesljivih informacij o podjetnikih, imajo nestabilne ukrepe za denarni tok in dobiček ter slabe bonitete.

### *Državna sredstva*

Država lahko z odpravljanjem ovir pri zaposlovanju in administraciji ter z urejeno davčno politiko posredno in nefinančno vpliva na delovanje startup podjetij (Grapulin 2017). S financiranjem inkubatorjev in pospeševalnikov vpliva posredno in finančno (SPOT – Slovenska poslovna točka 2018).

### *Mikrokrediti*

Mikrokrediti so posojila v manjših zneskih, ki podjetnikom omogočajo ustanovitev lastnega podjetja. Ko posojilojemalci nimajo dovolj svojih prihodkov, da bi si kapital lahko izposodili iz drugih virov, se običajno odločijo za mikrokredite, katerih prednost je nizka obrestna mera (Brown 2010).

### **3.5.3 Alternativne oblike financiranja**

#### *Množično financiranje – crowdfunding*

Pri crowdfundingu oziroma množičnem financiranju gre za spletno zbiranje finančnih sredstev prek množic ljudi, ki z manjšimi vsotami denarja podprejo poslovne ideje, ki so jim všeč in v njih vidijo potencial (European Commission 2014).

#### *Mezzanin kapital*

Izraz prihaja iz italijanske besede »mezzanino«, ki opisuje etažo med dvema nadstropjema. Ko govorimo o mezzanin kapitalu oziroma mezzaninu kot obliki financiranja, ta zajema položaj med lastniškim in dolžniškim kapitalom. V Sloveniji mu rečemo tudi vmesni kapital oziroma vmesno financiranje (Brezski idr. 2006). V Zakonu o družbah tveganega kapitala (ZDTK, Ur. l. RS, št. 92/07, 57/09) je v 2. členu opredeljen kot oblika dolžniškega financiranja, katerega značilnost je, da se konvertira v lastniški kapital, če je na strani posojilojemalca prišlo do nepopolnega ali nepravočasnega vračila.

#### *Javni razpisi*

Med javna financiranja sodijo subvencije, posojila, nepovratna sredstva, jamstva in lastniški kapital, olajšave, nefinančne oblike pomoči in javna naročila (Start:up Slovenija b. l.a).

Startup podjetja imajo možnost prijav na razpise, ki ponujajo sredstva za razvoj novih izdelkov prek Slovenskega podjetniškega sklada (SPS), Javne agencije Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije (SPIRIT Slovenija), SID Banke, Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo (MGRT) idr. Takšna sredstva omogočajo razvoj prototipa, pokrivajo nekaj ur delovne obveznosti na mesec ... (Jelen 2020).

### **3.6 Podporno okolje za startup podjetništvo**

Visokotehnološka startup podjetja so se v preteklosti najpogosteje pojavljala v startup ekosistemih, kot sta Silicijska dolina in Boston. Ko je prišlo do svetovnega razvoja podjetništva, se je tudi drugje po svetu zgodil porast startup ekosistemov (Herrmann idr. 2012). Po podatkih iz The Global Startup Ecosystem Report 2020 zavzema Silicijska dolina še vedno prvo mesto, kar pomeni, da predstavlja najmočnejši in najpomembnejši svetovni ekosistem (Startup Genome 2020).

Podjetniško podporno okolje je v Sloveniji urejeno z Zakonom o podpornem okolju za podjetništvo (ZPOP-1, Ur. l. RS, št. 102/07, 57/12, 82/13, 17/15, 27/17 in 13/18 – ZSInv), ki je

začel veljati 9. januarja 2007. Nekateri izmed temeljnih ciljev zakona so vzpostavitev učinkovitega podpornega okolja na lokalni, pokrajinski in nacionalni ravni, ustvarjanje zavesti o pomenu podjetništva za gospodarski razvoj, uresničevanje ustvarjalnih podjetniških potencialov državljanov, spodbujanje povezovanja med raziskovalnimi in izobraževalnimi organizacijami ter gospodarstvom in vzpostavitev učinkovitega podpornega okolja za potencialne podjetnike in delujoča podjetja v vseh fazah njihovega razvoja (ZPOP-1).

Rebernik in Jaklič (2014) navajata, da se je razvoj podjetniškega podpornega okolja v Sloveniji začel pred dobrimi 25 leti, vendar je bil zastavljen preveč na splošno, saj je usmerjen na vse podjetnike, kar ni bilo pravilno. Podjetniško politiko je treba zasnovati tako, da bo startup podjetjem nudila podporo skozi vse faze razvoja.

Za izboljšanje podpornega okolja je po Reberniku in Jakliču (2014) treba organizirati veliko več dejavnosti, ki jih je treba ustrezno povezati, da bodo startup podjetjem nudila celovito podporo skozi vse faze razvoja. Da bi to dosegli, je najprej treba narediti pregled subjektov podpornega okolja za startup podjetništvo tako, da se osredotoči na vse vidike. Organizacija Internet Week je pripravila prvi sistematičen pregled startup okolja v Sloveniji, in sicer v obliki Coggle diagrama. Po miselnem vzorcu je v nadaljevanju narejen povzetek najpomembnejših elementov slovenskega startup okolja (Coggle b. 1.):

- Mediji so lahko:
  - tiskani (npr. Preboj, Finance, Gazela, Infotech Delo),
  - spletni (npr. Tromba, Startaj.si, Mladi podjetnik, Startup Slovenia – Flipboard, Netokracija),
  - Facebookove skupine (npr. Silicon gardens, Ljubljana Startup, Lean startup Slovenija, Delaj vitko, Spletni programerji, Front-end Slovenija),
  - blogi, podcasti (npr. Aleš Špetič, Anže Tomić, Dušan Omerčević, Andraž Tori, Blaž Kos).
- Dogodki zajemajo:
  - tekmovanja (npr. DiggIt, Mladi podjetnik leta, Gazela, Startup leta, Startup weekend, Business Hive, Imagine cup, POPRI),
  - konference in festivale (npr. Startup Crawl, StartUp festival, SOF, PODIM, eDem, Forum inovacij, Internet Week, festINNO),
  - preglede dogajanj (npr. Skupni koledar, Internet Weekly, Novičnik),
  - ciklične dogodke (npr. StartUp Story, Startup cafe, Start:up Musli, TEDEX Ljubljana, Do pasu v blatu, Bio Bash, Startup Meetup Izola & Koper).
- Financiranja vključujejo:
  - subvencije (npr. podjetniški skladi),
  - sklade tveganega kapitala (npr. Silicon Gardens Angel Found, RSG Capital),
  - angelske investitorje (npr. Jugoslav Petković, Branko Drobnak).
- Izobraževanja, zaposlitvene možnosti in ponudniki storitev vključujejo:

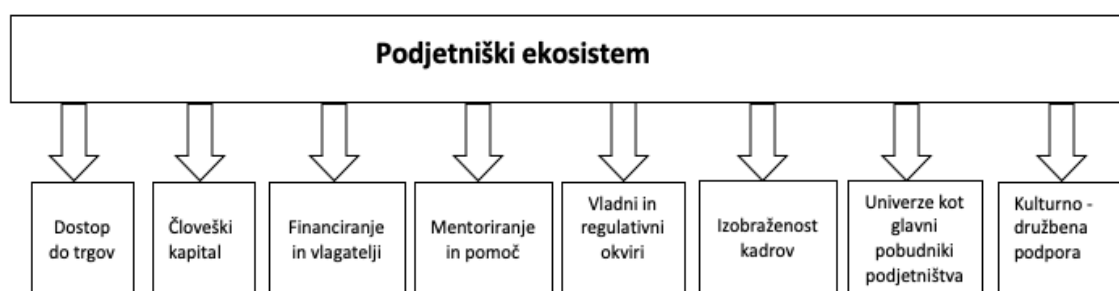
- zaposlitvene možnosti (npr. StartupJob.si),
- izobraževanja (npr. Tehnološki part Ljubljana, Ustvarjalnik, Delaj vitko, Kiberpipa),
- ponudnike storitev (npr. Mladi podjetnik, Startup Garaža, Geekhouse).
- Infrastruktura in združenja vključujejo:
  - tehnološke parke (npr. Tehnološki park Ljubljana, Primorski tehnološki park, Pomurski tehnološki park, RCIKT Kranj),
  - inkubatorje (npr. Inkubator Sežana, Tovarna podjetmov, Podjetniški inkubator Podbreznik, Regionalni center za razvoj Zasavje),
  - pospeševalnike (npr. StartUP NM, DsgnFDW, ABC pospeševalnik),
  - podjetniške organizacije (npr. Silicon gardens, CEED, SKIS),
  - javni sektor (npr. SPIRIT Slovenija, Enterprise).

### *Sestava podjetniškega ekosistema*

Glede sestave podjetniškega ekosistema obstajajo različne delitve, a si raziskovalci le-tega delijo mnenje, da morajo akterji, ki so vključeni v delovanje podjetniškega ekosistema, delovati kot celota in stremeti k enakemu cilju, ki je spodbujanje podjetniške dejavnosti.

Po Isenbergu (2011) je podjetniški ekosistem sestavljen iz šestih stebrov, ki vključujejo trge, človeški kapital, podjetniško politiko, finance, podporo in kulturo.

V svoji raziskavi podjetniških ekosistemov in percepciji podjetnikov je Svetovni gospodarski forum (angl. World economic forum) glede na pomembnost predlagal delitev podjetniškega ekosistema na osem stebrov, ki so prikazani na spodnji sliki (World Economic Forum 2013).



**Slika 6: Elementi podjetniškega ekosistema**

Vir: World Economic Forum 2013, 43.

V Sloveniji imamo platformo Start:up Slovenija, ki je neodvisna odprta platforma slovenskega startup ekosistema, ki podpira inovativno podjetništvo v Sloveniji. S projektom Start:up Slovenija pod vodstvom Tovarne podjetmov so začeli leta 2004. Partnersko že vrsto let sodelujejo s Slovenskim podjetniškim skladom ter Ministrstvom za gospodarski razvoj in

tehnologijo, medtem ko se v dejavnosti vključujejo tako člani startup skupnosti kot tudi drugi javni in zasebni partnerji (Start:up Slovenija b. l.b).

Ti so povezovalci, promotorji in koordinatorji članov startup ekosistema v Sloveniji in tujini. Organizirajo najvplivnejšo startup in tehnološko konferenco v tem delu Evrope – PODIM. Podjetnike povezujejo s poslovnimi angeli, korporacijami, s skladi tveganega kapitala oziroma z vsemi, ki delujejo v tem podpornem okolju. Poleg tega tudi z različnimi promocijskimi kampanjami pomagajo startupom, da postanejo prepoznavnejši (Start:up Slovenija b. l.c).

### **3.7 Uspešni startupi**

V Sloveniji imamo kar nekaj startupov, ki se s svojo inovativno idejo uspešno širijo tako na domačem kot na tujih trgih. Nekatera izmed najbolj znanih slovenskih startup podjetij so Equa, La Popsi, Kefirko, Beeping in drugi.

#### *Equa*

Stekleničke Equa so plod podjetniške vizije Anžeta Miklavca in Stelle Korošec, ki sta pod okriljem svoje marketinške agencije ZkotZ d. o. o. leta 2010 razvila blagovno znamko Equa. Danes stekleničke blagovne znamke Equa na trgu zastopa podjetja Equa d. o. o. I EQUA & GOAT STORY, katerega ustanovitelj in direktor je Anže Miklavec (My Equa 2020). Podjetje s pomočjo zbiranja sredstev na spletni platformi Kickstarter predstavlja nove izdelke. Na platformi trenutno predstavlja dva nova izdelka, in sicer pametno stekleničko za vodo, za katero je bilo zbranih 242.000\$, in Equa care linijo izdelkov, za katere je bilo zbranih 51.000\$ (Kušar 2019).

#### *La Popsi*

Podjetje La Popsi d. o. o. sta ustanovili Neža Mlakar in Karmen Meze. Uspešno sta začeli s prodajo sladoledov na vseh večjih dogodkih po Sloveniji leta 2017. V istem letu sta se prijavi tudi v oddajo Štartaj Slovenija. Njun izdelek in zgodba sta navdušila žirijo in njuna ideja je bila izbrana kot ena od poslovnih idej, ki so jo predstavili celotni Sloveniji in njune izdelke lahko najdemo v izbranih trgovinah Spar in Interspar (La Popsi b. l.).

#### *Kefirko*

Sistem za domačo pripravo kefirja in drugih pripomočkov za pripravo fermentirane hrane je ustanovilo podjetje Borgla d. o. o., katerega direktor je Marko Borko. Podjetje trži izdelke pod blagovno znamko Kefirko. Gre za steklene posode, ki imajo dvoslojni pokrov, s pomočjo katerih lahko uravnavamo zorenje kefirja in pretok zraka. Za uspešno kampanjo na platformi

Kickstarter z imenom Kefir Maker, ki je potekala leta 2017, so ustvarili še pokrov za sekundarno fermentacijo in Cheese Maker. Poleg teh izdelkov pod enako blagovno znamko tržijo tudi kozmetiko s probiotiki (Start:up Slovenija b. l.c).

### *Beeping*

Spletna platforma Beeping omogoča spletno naročanje preizkušenih in usposobljenih čistilcev na dom. Platformo sta razvila David Mohar in Jan Dobrilovič. Podjetje Next d. o. o., katerega ustanovitelja sta prav onadva, je leta 2018 na mednarodni konferenci Podim v Mariboru prejelo naziv Naj Startup leta. Z minimalnimi vlaganji jima je v dveh letih po razvoju spletne strani uspelo ustvariti prepoznavno blagovno znamko Beeping. Platforma šteje več kot 16.000 dejavnih uporabnikov storitev v Sloveniji in na Hrvaškem (Mladi podjetnik 2016).

V nadaljevanju smo našli še nekatera svetovno znana podjetja, ki so začela kot startup podjetja.

### *Uber*

Ustanovitelja podjetja Uber Technologies Inc. Travis Kalanick in Garrett Camp sta svojo poslovno idejo uresničila leta 2009 in rešila problem previsokih cen zasebnih prevoznih storitev. Podjetje je bilo ustanovljeno v San Franciscu, a je zelo hitro postalo uspešno tudi v New Yorku in drugih večjih ameriških mestih ter evropskih prestolnicah. Storitve, ki jih podjetje ponuja danes, so se z leti razširile in zajemajo prevoz, dostavo hrane, dostavo paketov, kurirske storitve in tovarne prevoze. V partnerstvu s podjetjem Lime omogočajo še najem električnih koles in motornih skuterjev (Siu b. l.).

### *AirBnB*

Podjetje je nastalo leta 2008 v San Franciscu, ko so se trije sostanovalci odločili, da dnevno sobo svojega stanovanja oddajo v najem. Ustanovitelji Brian Chesky, Joe Gebbia in Nathan Blecharczyk so spletno platformo poimenovali AirBed & Breakfast. Spletno mesto so poimenovali Airbedandbreakfast.com. Gre za spletno platformo, ki uporabnikom omogoča rezervacijo zasebne nastanitve (Wikipedia 2021a). Tako je spletno mesto zelo hitro pridobivalo število ponudnikov prenočišč in postalo zelo priljubljeno med odjemalci. Leta 2009 so spletno mesto preimenovali v Airbnb.com, kot ga poznamo tudi danes (Korenč 2016).

### *Angry birds*

Finsko podjetje, ki je ustvarilo arkadno video igrico, je Rovio Entertainment Oyi. Video igrica je izšla leta 2009 na Applovem operacijskem sistemu in je takoj postala priljubljena med



odjemalci (Rovio b. l.). Od leta 2009 do leta 2014 je video igrico na svoje mobilne naprave preneslo več kot dva bilijona uporabnikov. Podjetje je od začetka video igrico posodabljalo izredno hitro in tako se je prvotni različici z leti pridružilo 18 različic (Wikipedia 2021b). Kljub veliki priljubljenosti je igrica leta 2013 začela počasi izgubljati privlačnost, čemur je sledil padec prihodkov, zato so se odločili, da se bodo povezali z velikim japonskim podjetjem Sony Entertainment in vstopili v svet filma, ki je kasneje postal prava uspešnica (Delo 2017).

### *Twitter*

Spletno mesto Twitter (podjetje Twitter Inc.) so leta 2006 ustanovili Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone in Evan Williams. Imeli so inovativno idejo, ki do tedaj v svetu še ni obstajala, in sicer, da bodo ustvarili komunikacijsko platformo, ki bo temeljila na SMS-ih, v kateri bi lahko prijatelji spremljali drug drugega s posodobitvami statusov. Eksplozivno rast so zabeležili leta 2007 na konferenci South By Southwest Interactive, na kateri je bilo poslanih več kot 60.000 tweetov. Njihov glavni namen je hitro širjenje informacij (Forsey 2019). Twitter uvrščamo med hitrorastoča spletna mesta, saj je od ustanovitve do leta 2012 platformo uporabljalo 100 milijonov uporabnikov, ki so vsak dan objavili 340 milijonov objav (Wikipedia 2021c).

## 4 EMPIRIČNI DEL

V tem poglavju so predstavljeni rezultati raziskave, ki smo jo opravili med startup podjetji, ki jih podpira platforma Start:up Slovenija.

Cilj empiričnega dela je bil ugotoviti, kakšen pogled imajo startup podjetja na razvitost startup ekosistema v Sloveniji in raziskati, kateri so po njihovem mnenju ključni dejavniki za uspeh startup podjetij.

### 4.1 Opis poteka raziskave

Raziskavo smo začeli z oblikovanjem spletnega anketnega vprašalnika za našo ciljno populacijo startup podjetij iz Slovenije. Ta je sestavljen iz 16 vprašanj (priloga 1). Večina vprašanj je zaprtega tipa, kar pomeni, da anketiranci izbirajo med ponujenimi odgovori. V uvodnem delu vprašalnika smo predstavili namen raziskave. S prvimi štirimi vprašanji, ki so bila vezana na podjetje, smo želeli pridobiti osnovne sociodemografske podatke, kot so dejavnost podjetja, starost podjetja, število zaposlenih in vloga anketiranca v podjetju. Preostala vprašanja so bila vezana na razvoj podjetja in njihov pogled na razvitost startup ekosistema v Sloveniji. Na koncu vprašalnika so bili anketiranci vprašani po njihovem osebnem mnenju glede izboljšanja startup ekosistema v Sloveniji. Anketni vprašalnik je bil anonimen.

Ko smo končali z oblikovanjem anketnega vprašalnika, smo izbrali 150 podjetij, ki so predstavljena na spletni platformi Start:up.Slovenija. Kot smo predhodno že zapisali, je Start:up.Slovenija neodvisna odprta platforma slovenskega startup ekosistema, ki podpira inovativno podjetništvo v Sloveniji in kot taka predstavlja enega od ključnih elementov podpornega okolja za podjetništvo v Sloveniji. Kot smo na začetku predvidevali, se je največ težav pri izvedbi raziskave pojavilo pri pridobivanju odgovorov, saj se veliko podjetij ni odzvalo na povabilo k sodelovanju v raziskavi. Podatke smo zbirali med 15. majem 2021 in 5. julijem 2021 in v tem času nam je uspelo pridobiti 46 izpolnjenih anketnih vprašalnikov, kar pomeni, da je bil odziv 30,66-odstoten.

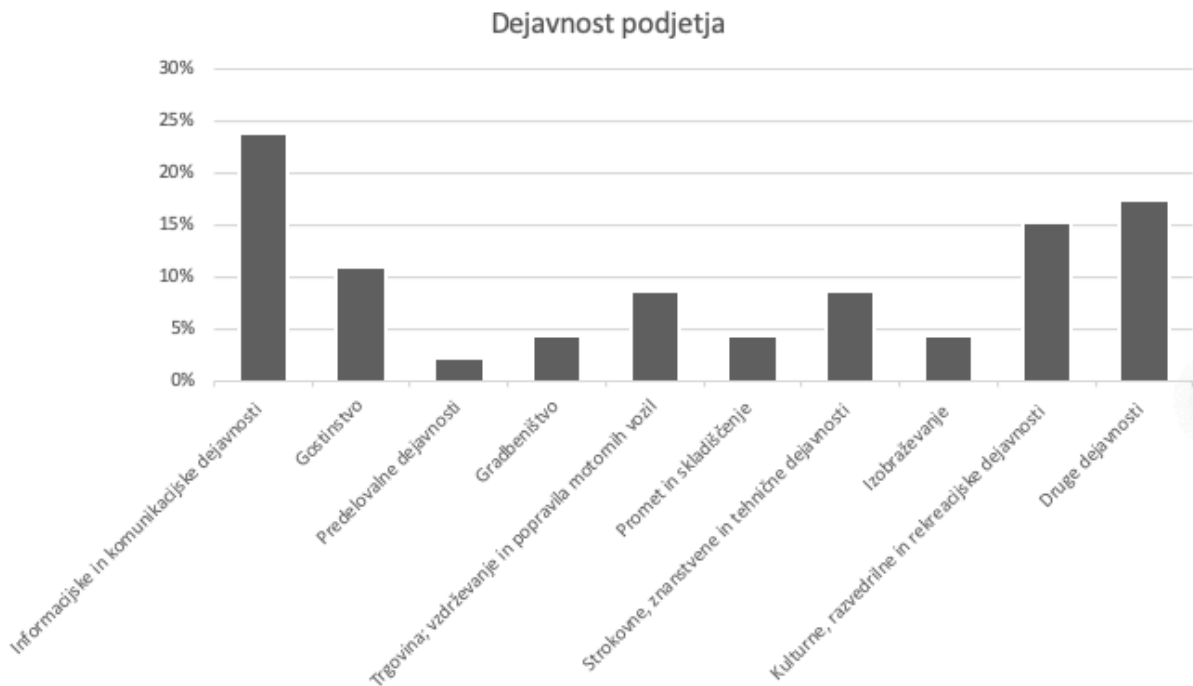
### 4.2 Rezultati raziskave

V nadaljevanju smo predstavili rezultate raziskave, ki smo jih grafično predstavili in interpretirali.

#### *Dejavnost podjetja*

Na začetku vprašalnika smo anketirance vprašali po dejavnosti njihovega podjetja. Kot je razvidno iz spodnjega grafa, se dejavnosti precej razlikujejo. Največ podjetij se ukvarja z informacijskimi in komunikacijskimi dejavnostmi, in sicer je teh 23,90 % oziroma 11

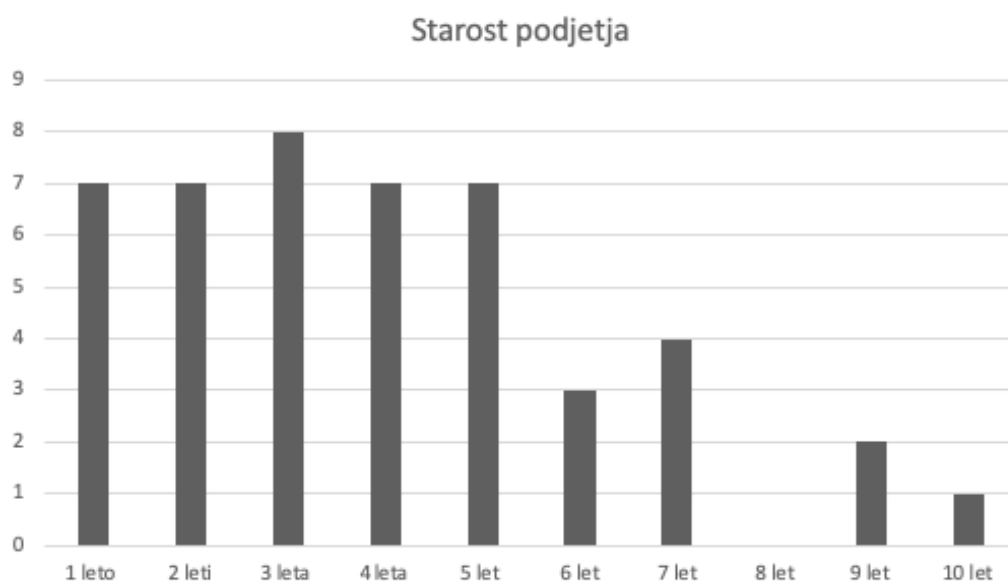
anketiranih podjetij, druge dejavnosti je izbralo 17,4 % oziroma osem anketirancev, medtem ko je kulturne, razvedrilne in reakcijske dejavnosti izbralo 15,2 % oziroma sedem podjetij. Z gostinstvom se ukvarja pet podjetij oziroma 10,9 %, s trgovino vzdrževanjem in popravili motornih vozil ter tudi s strokovnimi, znanstvenimi in tehničnimi dejavnostmi se ukvarja 8,7 % anketirancev oziroma štiri podjetja. Gostinstvo, promet in skladiščenje ter gradbeništvo je izbralo 4,3 % oziroma dva anketiranca. Najmanj podjetij se ukvarja s predelovalnimi dejavnostmi, in sicer le 2,2 % anketirancev oziroma eno podjetje.



**Slika 7: Dejavnost podjetja**

### *Starost podjetja*

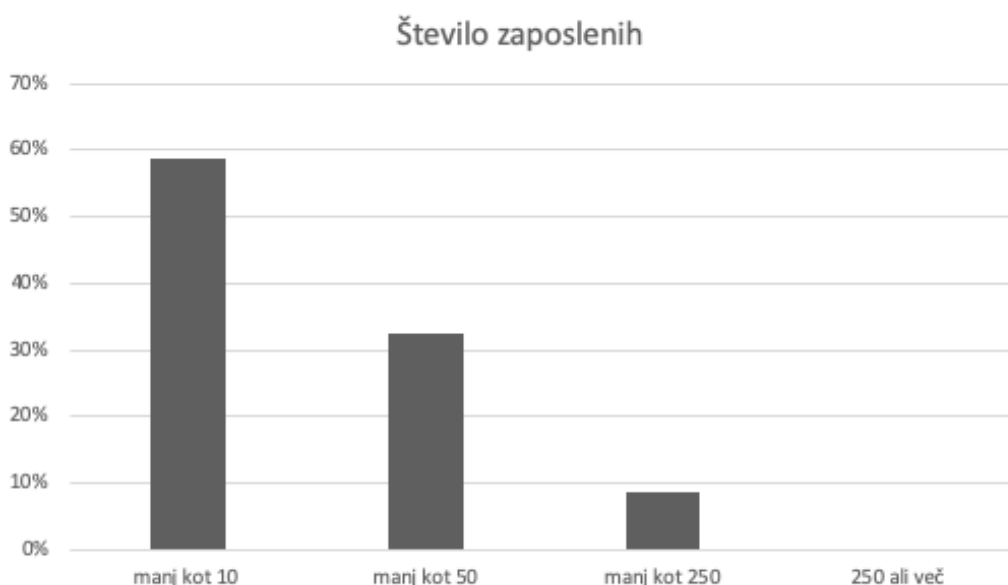
Slika 8 prikazuje starost podjetij. Največji delež anketiranih podjetij je starih tri leta, in sicer 17,3 % oziroma osem podjetij. Sedem podjetij je starih eno leto, kar predstavlja 15,2 % vseh anketiranih podjetij. Ravno tako je po sedem anketiranih podjetij starih dve leti, štiri in pet let. V raziskavi so sodelovala tudi tri podjetja s starostjo šest let (6,5 %), štiri podjetja (8,7 %) s starostjo sedem let in dve podjetji (4,3 %) s starostjo osem let. Med anketiranimi podjetji je bilo tudi eno podjetje (2,2 %) s starostjo 10 let. Povprečna starost anketiranih podjetij znaša 3,91 leta.



**Slika 8: Starost podjetja**

### *Število zaposlenih*

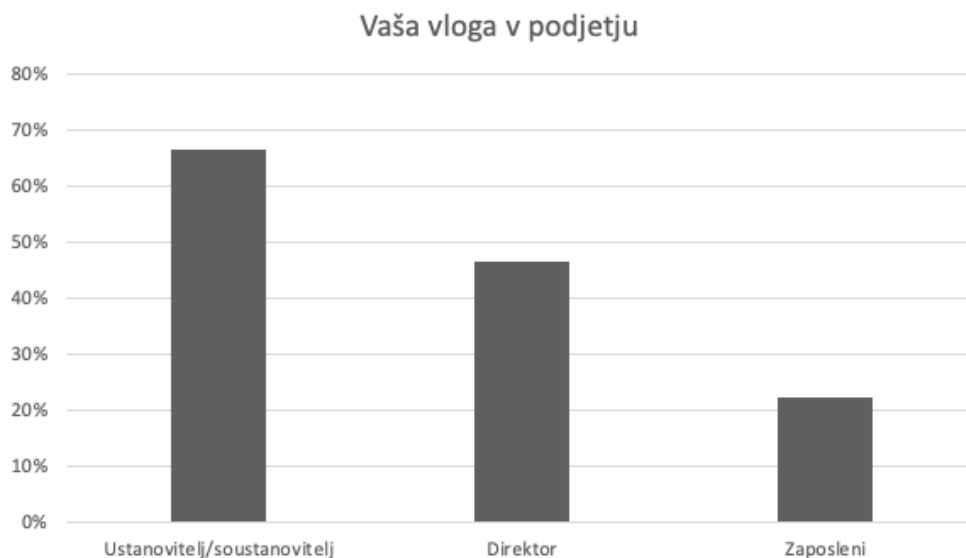
Pri vprašanju glede števila zaposlenih smo oblikovali štiri skupine, in sicer manj kot 10 zaposlenih, manj kot 50 zaposlenih, manj kot 250 zaposlenih in 250 ali več zaposlenih. Večina anketiranih podjetij ima manj kot 10 zaposlenih, in sicer 27 podjetij, kar predstavlja 58,7 % vseh udeležencev v raziskavi. Manj kot 50 zaposlenih ima 15 podjetij oziroma 32,6 %, manj kot 250 zaposlenih imajo štiri podjetja oziroma 8,7 %, medtem ko več kot 250 zaposlenih nima nobeno podjetje, ki je sodelovalo v raziskavi. Rezultati za izbrano vprašanje so prikazani na sliki 9.



**Slika 9: Število zaposlenih**

### *Vloga v podjetju*

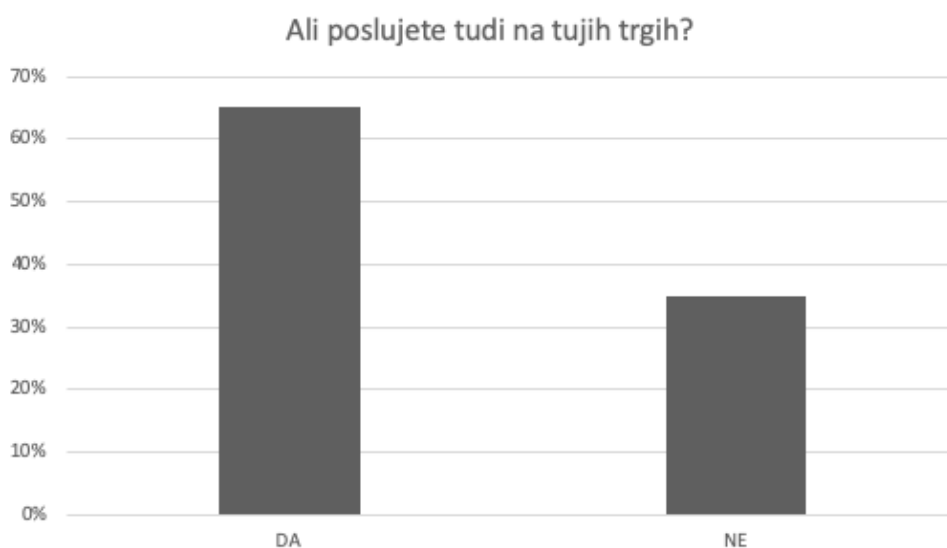
Spodnji graf prikazuje vloge anketirancev v podjetjih. Največ anketirancev, in sicer 30 anketirancev (66,7 %), je ustanoviteljev ali soustanoviteljev podjetja, 21 anketirancev je direktorjev, kar predstavlja 46,7 % vseh anketirancev. Najmanj sodelujočih je zaposlenih v podjetju, in sicer 10 posameznikov oziroma 22,2 %.



**Slika 10: Vloga v podjetju**

### *Poslovanje na tujih trgih*

Večina anketiranih podjetij, 65,2 %, posluje tudi na tujih trgih, 34,8 % jih posluje le na domačem trgu (slika 11).



**Slika 11: Poslovanje na tujih trgih**



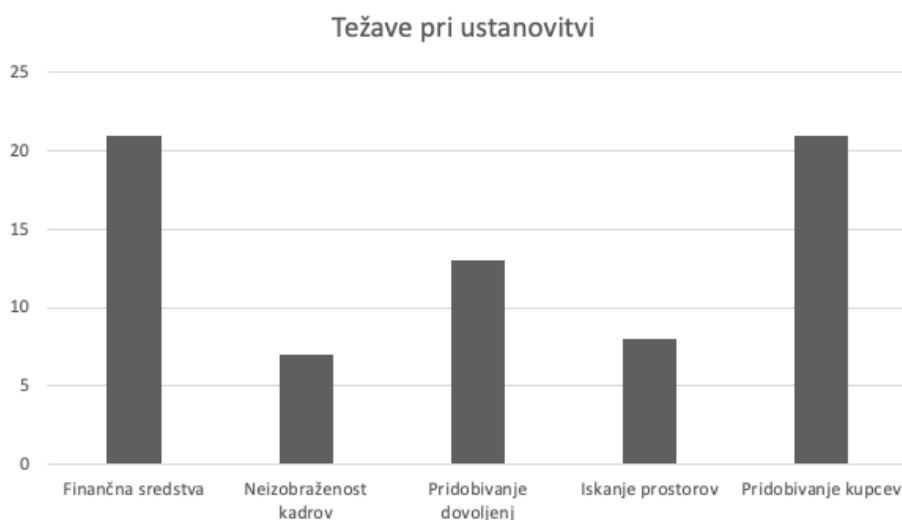
**Slika 12: Težave pri ustanovitvi startup podjetja**

#### *Težave pri ustanovitvi startup podjetja*

S težavami pri ustanovitvi podjetja se je srečalo 31 podjetij ali 67,4 % anketirancev, 15 (32,6 %) jih težav pri ustanovitvi ni imelo (slika 12).

#### *Težave pri ustanovitvi podjetja*

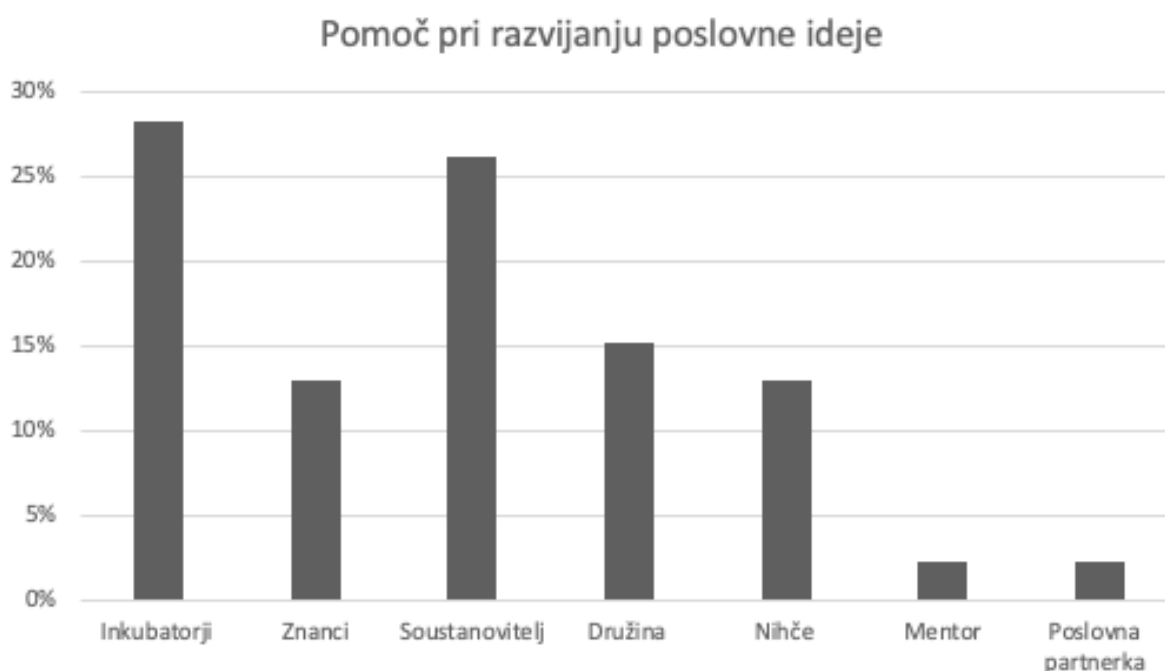
Pri naslednjem vprašanju so anketiranci, ki so se srečali s težavami pri ustanovitvi podjetja, odgovorili, katere težave so se pojavile na njihovi poslovni poti. Iz spodnjega grafa je razvidno, da je največ podjetij imelo težave s finančnimi sredstvi in pridobivanjem kupcev (21 anketiranih podjetij oziroma 64,5 %), sledijo pridobivanje raznih dovoljenj, iskanje poslovnih prostorov in težave z neizobraženostjo kadrov. Pri tem vprašanju je bilo možnih več odgovorov.



**Slika 13: Težave pri ustanovitvi podjetja**

### *Pomoč pri razvijanju poslovne ideje*

Anketirana podjetja smo vprašali tudi, kdo jim je pomagal pri razvijanju poslovne ideje. Ponujenih je bilo več možnih odgovorov, anketiranci so jih lahko tudi sami dopisali. Tako smo dobili naslednje odgovore. Trinajst podjetij oziroma 28,3 % je odgovorilo, da so jim pri razvijanju poslovne ideje pomagali inkubatorji ali pospeševalniki. Šest podjetij (13 %) je odgovorilo, da so jim pomagali znanci, ki imajo potrebno znanje in izkušnje, 12 anketirancev (26,1 %) je imelo pomoč soustanoviteljev. Sedem anketiranim podjetjem (15,2 %) so pomagali sorodniki oziroma družina, enemu podjetju mentor, prav tako enemu podjetju (2,2 %) poslovni partner, šest podjetij (13 %) ni imelo pomoči pri razvijanju svoje poslovne ideje (slika 14).



**Slika 14: Pomoč pri razvijanju poslovne ideje**

### *Dejavniki uspešnosti podjetja*

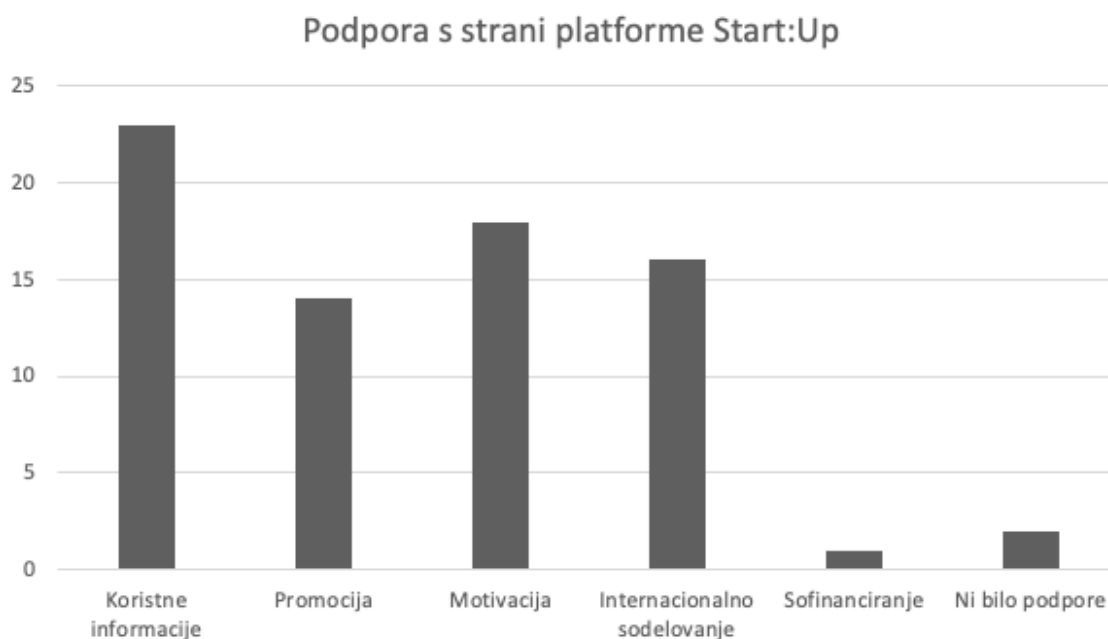
Anketirana podjetja smo vprašali, kateri dejavniki imajo po njihovem mnenju največji vpliv na uspešnost podjetja. Možnih je bilo več odgovorov, anketiranci so lahko dodali tudi svoje. Največ anketiranih podjetij meni, da ima dobra ideja ključno vlogo pri uspešnosti podjetja, ta odgovor je namreč izbralo 29 anketirancev oziroma 63 %. Gospodarska razvitost države in pripravljenost na inovativne izdelke so na drugem mestu z 20 odgovori (43,5 %), na tretjem mestu je podporno okolje z 18 odgovori (39,1 %). Poleg teh dejavnikov so po mnenju anketiranih podjetij pomembni tudi dobra ekipa, sposobnost prodajanja, dokončevanja projektov in ustvarjanja, vztrajnost in znanje zaposlenih. Rezultati so prikazani na sliki 15.



**Slika 15: Dejavniki uspešnosti podjetja**

#### *Pomoč platforme Start:Up Slovenija*

Ker je bila naša raziskava usmerjena na startup podjetja, ki jih podpira platforma Start:Up Slovenija, smo želeli izvedeti na kakšen način je platforma pomagala anketiranim startup podjetjem (slika 16). Pri tem vprašanju je bilo možnih več odgovorov. 23 podjetij (50 %) je odgovorilo, da jim je platforma pomagala s koristnimi informacijami, 18 podjetjem (39,1 %) je pomagala z motivacijo in 16 podjetjem (34,8 %) z možnostjo internacionalnega sodelovanja. Dve podjetji (4,4 %) sta odgovorili, da jim platforma Start:Up Slovenija ni pomagala oziroma da njihovih storitev niso uporabljali.

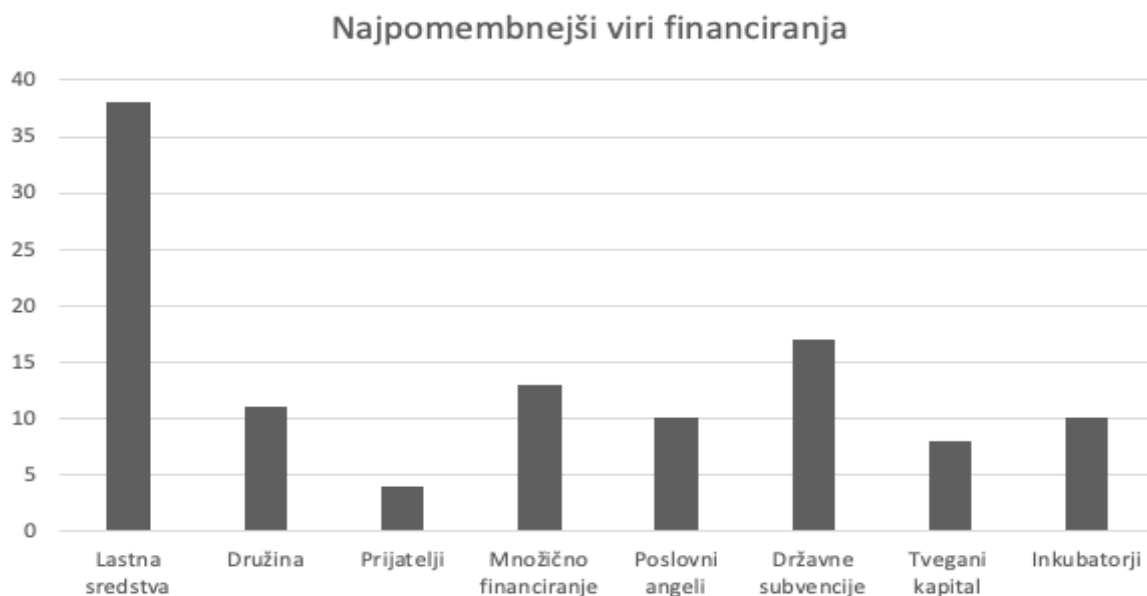


**Slika 16: Podpora platforme Start:Up Slovenija**



### *Najpomembnejši viri financiranja*

Podjetja smo vprašali, kateri so njihovi najpomembnejši viri financiranja (slika 17). Tudi pri tem vprašanju je bilo možnih več odgovorov. Največ podjetij, kar 38 oziroma 82,6 %, jih je odgovorilo, da so glavni vir njihovega financiranja lastna sredstva. Državne subvencije so na drugem mestu (17 odgovorov oziroma 37 %), sledi množično financiranje, ki ga je izbralo 13 anketirancev (28,3 %), ter poslovni angeli in inkubatorji z 10 odgovori (21,7 %), nato družina z 11 odgovori (23,9 %), tvegani kapital z osmimi odgovori (17,4 %), na zadnjem mestu so prijatelji in znanci, ta odgovor so izbrali štirje anketiranci (8,7 %).



**Slika 17: Najpomembnejši viri financiranja**

### *Razlogi za ustanovitev podjetja*

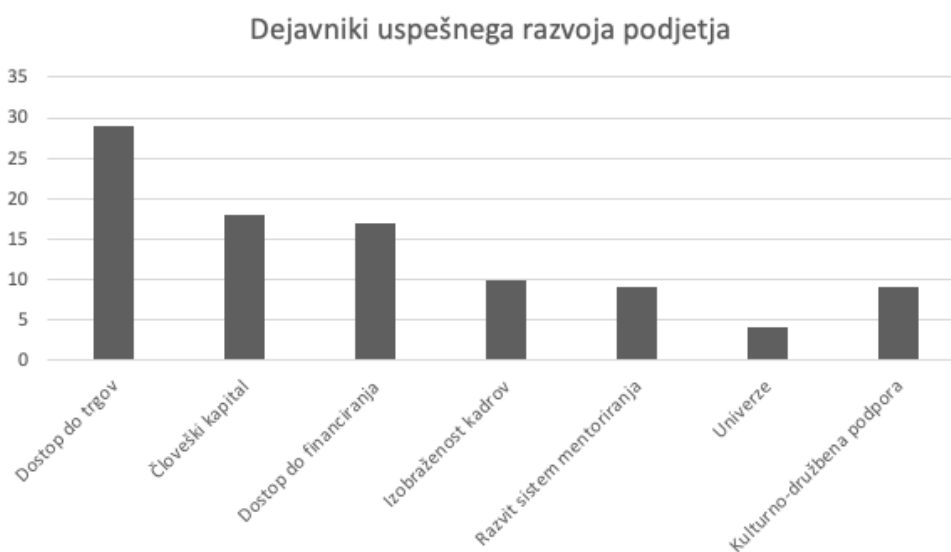
Pri razlogih za ustanovitev lastnega podjetja so lahko anketiranci izbrali več odgovorov ali dodali svoje. Največ podjetij se je odločilo za ustanovitev podjetja, ker so imeli inovativno poslovno idejo, kar je skladno z dosedanjimi opredelitvami startup podjetij, ki ta podjetja povezuje z razvijanjem ali trženjem inovativnih izdelkov, storitev ali poslovnih modelov z visokim potencialom. Ta odgovor je izbralo 22 anketiranih podjetij (47,8 %). Na drugem mestu je potreba po neodvisnosti z 21 odgovori (45,7 %), sledita želja po samouresničitvi in želja po višjem dohodku z 20 odgovori (43,5 %). Rezultati so prikazani na sliki 18.



**Slika 18: Razlogi za ustanovitev podjetja**

#### *Dejavniki uspešnega razvoja podjetja*

Zanimalo nas je, kateri dejavniki so ključni za uspešen razvoj podjetja po mnenju anketiranih podjetij. Tudi pri tem vprašanju so lahko anketiranci izbrali več odgovorov. Največ podjetij meni, da je ključen dostop do trgov, saj je ta odgovor izbralo 29 anketiranih podjetij (63 %). Na drugem mestu je človeški kapital, ki ga je izbralo 18 anketirancev (39,1 %), sledita dostop do financiranja in pridobivanje investorjev, ta odgovor je izbralo 17 podjetij (37 %). Sledi izobraženost kadrov z desetimi odgovori (21,7 %), nato razvit sistem mentoriranja in podjetniške pomoči ter kulturno-družbena podpora z devetimi odgovori (19,6 %). Najmanj podjetij se je odločilo za univerze kot pobudnike podjetništva, ta odgovor so izbrali štirje anketiranci (8,7 %). Rezultate prikazuje slika 19.



**Slika 19: Dejavniki uspešnega razvoja podjetja**

### *Razvitost startup ekosistema v Sloveniji*

V okviru anketnega vprašalnika smo anketirance tudi povabili, naj ocenijo razvitost startup ekosistema v Sloveniji, in sicer so lahko izbrali med naslednjimi štirimi možnimi odgovori: zelo slaba, slaba, dobra, zelo dobra in odlična. Nobeno podjetje se ni odločilo, da je razvitost slovenskega startup ekosistema zelo slaba, osem podjetij (17,4 %) je razvitost startup ekosistema ocenilo kot slabo, 23 anketiranci so razvitost ocenili kot dobro, kar predstavlja 50 % vseh anketiranih. 12 anketirancev (26,1 %) meni, da je razvitost startup ekosistema v Sloveniji zelo dobra, tri podjetja (6,5 %) so dala oceno odlično. Kot je tudi razvidno s slike 20, je bilo torej največ anketiranih podjetij mnenja, da je slovenski startup ekosistem dobro razvit.



**Slika 20: Razvijanje startup ekosistema v Sloveniji**

### *Dostop do podpore startup ekosistema v Sloveniji*

Anketiranci so ocenili tudi dostop do podpore startup ekosistema v Sloveniji (slika 21). Tudi pri tem vprašanju so bili možni odgovori zelo slab, slab, dober, zelo dober in odličen. Nobeno podjetje ni ocenilo dostop do podpore startup ekosistema kot zelo slab, sedem podjetij (15,2 %) meni, da je dostop do ekosistema slab, 19 podjetij (41,3 %) meni, da je dober, 17 podjetij je ocenilo dostop kot zelo dober (37 %), tri podjetja (6,5 %) menijo, da je dostop do startup ekosistema v Sloveniji odličen.



**Slika 21: Dostop do podpore startup ekosistema**

### *Izboljšanje delovanja startup ekosistema*

Anketirance smo vprašali še, kaj bi po njihovem mnenju pripomoglo k izboljšanju delovanja startup ekosistema v Sloveniji. Ker to vprašanje ni bilo obvezno, je nanj odgovorilo le 10 anketiranih podjetij. Po njihovem mnenju bi morala podjetja oziroma ekosistem bolj spodbujati mlade posameznike z inovativnimi idejami in pomagati pri pridobivanju investicij. Poudarili so tudi pomanjkanje kapitala pri razvijanju podjetja ter nepripravljenost ljudi na inovacije in nove izdelke, ki se pojavijo na trgu. Podali so tudi nekaj konkretnih idej, kot so brezplačno certificiranje mentorjev, delovanje v tujini vsaj eno leto in kakovostnejši mentorji startup podjetij.

### **4.3 Povzetek ugotovitev**

Na temelju rezultatov raziskave smo ugotovili, da je bil glavni motiv za ustanovitev startup podjetja iz vzorca inovativna poslovna ideja, pri ustanovitvi podjetja je bila med anketiranimi podjetji največkrat poudarjena ovira pridobivanje finančnih sredstev in pridobivanje kupcev. Razvitost startup ekosistema v Sloveniji so startup podjetja iz vzorca ocenila kot dobro.

## 5 SKLEP

Začetki podjetništva segajo v srednji vek, a se je to z leti zelo spreminjalo in oblikovalo do pojma podjetništvo, kot ga poznamo danes. Danes poznamo več opredelitev podjetništva, a vsem je skupno to, da ga opredeljujejo kot dejavnost posameznika, ki vodi do uresničitve poslovne priložnosti in ustvarjanja nove vrednosti. Podjetništvo se že od nekdaj povezuje s tveganjem.

Oblika podjetništva, ki je v zadnjih letih vedno bolj priljubljena, je startup podjetništvo, ki smo jo obravnavali v nalogi. Pri startup podjetništvu gre za ustvarjanje inovativnih izdelkov ali storitev, ki se še niso pojavile na trgu. Običajno gre za manjša podjetja, ki nimajo dolge zgodovine in so v fazi razvoja. Pomembno je vedeti, da ni vsako novonastalo podjetje tudi startup podjetje. Pri le-teh je poudarek na inovativnih izdelkih ali storitvah, ki želijo zadovoljiti potrebe ali želje določene ciljne skupine. Značilno je, da imajo zelo podrobno zasnovano kratkotrajno strategijo uspeha in upajo na visok zaslužek.

V slovenski zakonodaji se startup podjetje ne razlikuje od klasičnega podjetja, prav tako veljajo pravna pravila kot za vsa novonastala podjetja. Najpogosteje izbrana organizacijska oblika podjetja je družba z omejeno odgovornostjo, saj jim za nadaljnje poslovanje in razvoj podjetja ta oblika najbolj ustreza. Startup podjetja, ki uspešno poslujejo, na neki točki preidejo iz startup podjetja v dinamično podjetje. Prehod se po mnenju teoretikov zgodi, ko se izdelek ali storitev podjetja ujema s potrebami trga in ko podjetje najde svoj poslovni model.

Ker gre v večini primerov za visoke začetne naložbe, se startupi kot večina drugih podjetij pri ustanovitvi in v začetnih fazah srečujejo s pomanjkanjem finančnih sredstev. Pri zbiranju finančnih sredstev imajo nekaj možnosti, in sicer lastniške, dolžniške in alternativne vire financiranja. Startup podjetja imajo možnost sodelovanja z inkubatorji in pospeševalniki, ki jim nudijo pomoč v začetnih fazah razvoja podjetja. Ko gre za financiranje, imajo možnost množičnega financiranja oziroma crowdfundinga, pri katerem gre za zbiranje denarnih sredstev prek spletnih platform. To je edinstveno za to vrsto podjetij in deluje tako, da podjetje na spletni platformi predstavi svoj izdelek oziroma poslovno idejo. Posamezniki, ki se ukvarjajo s financiranjem startup podjetij oziroma se zanimajo za določen izdelek, nato podprejo ideje, ki so jim všeč, oziroma tiste, v katerih vidijo potencial za razvoj. Ena izmed najbolj znanih tovrstnih platform je Kickstarter. Če pogledamo svojo raziskavo, so bila glavni vir financiranja startup podjetij iz raziskave lastna sredstva. Z raziskavo smo ugotovili, da množično financiranje v Sloveniji ni tako priljubljeno kot v tujini, kjer se veliko več podjetij odloča za to obliko financiranja.

Poleg financiranja ima za startup podjetja velik pomen tudi podporno okolje. V Sloveniji imamo platforme za podporo startup podjetjem. Ena izmed teh je tudi Start:up Slovenija, ki smo jo obravnavali v nalogi. V raziskovalni del naloge smo vključili podjetja, ki jih podpira platforma Start:up Slovenija. Raziskava je pokazala, da se je večina anketiranih podjetij pri ustanovitvi

srečala s težavami, med katerimi so najpogostejše povezane s pridobivanjem kupcev in finančnih sredstev, kar je skladno tudi s teorijo. S tem je potrjena tudi naša predpostavka, da ljudje niso vedno pripravljeni sprejeti novosti, ki se pojavijo na trgu, temveč kupujejo izdelke preverjenih blagovnih znamk. Dejstvo, da se podjetja pogosto obrnejo na inkubatorje ali pospeševalnike, ko potrebujejo pomoč, je potrdila tudi naša raziskava. Dobra poslovna ideja je ključnega pomena za uspeh startup podjetja, česar se zavedajo tudi podjetja, ki so sodelovala v raziskavi.

Platforma Start:up Slovenija nudi podporo startup podjetjem, jih povezuje, promovira na domačem in tujem trgu ter navdihuje podjetja za uresničevanje ciljev. Z raziskavo smo ugotovili, da platforma podjetjem pomaga s koristnimi informacijami, motivacijo in možnostjo internacionalnega sodelovanja. Vendar niso vsa anketirana podjetja bila deležna pomoči platforme Start:up Slovenija oziroma s platformo niso sodelovala.

V Sloveniji startup ekosistem še ni tako razvit kot v tujini, s čimer so se strinjali tudi udeleženci raziskave, ki so razvitost ekosistema večinoma ocenili z oceno dobro in ne kot zelo dobro oziroma odlično, kar je tudi bilo ponujeno med možnimi odgovori.

Na slovenskem trgu ima startup podjetništvo pomembno vlogo, saj je trend podjetništva v porastu. Mladi podjetniki vidijo prednosti, ki jih ta vrsta podjetništva prinaša in želijo svoje inovativne ideje ponuditi na trgu. A kljub temu startup podjetništvo v Sloveniji ni tako razvito kot v tujini, a se vedno več podjetnikov odloča za ustanovitev take vrste podjetja. Raziskava je pokazala, da se največ podjetnikov odloči za samostojno pot, ko dobijo inovativno idejo in imajo željo po neodvisnosti.

Želje in potrebe kupcev se nenehno spreminjajo in podjetja jim morajo slediti, če želijo ostati konkurenčna. Tega se zavedajo tudi startup podjetniki, ki svoje inovativne poslovne ideje predstavljajo odjemalcem. Težave in tveganja pri razvijanju inovativnih izdelkov se seveda lahko pojavijo, saj je danes na trgu prisotnih veliko podjetij in število teh se iz dneva v dan povečuje. Prav tako veliko podjetij na svoji poti odneha. Kljub številnim izzivom startup podjetij se inovativni izdelki nenehno pojavljajo na trgu in startup podjetništvo ostaja med mladimi zelo priljubljena oblika podjetništva.

## LITERATURA

- Antončič, Boštjan, Robert D. Hisrich, Tea Petrin, Aleš Vahčič in Tina Česen. 2002. *Podjetništvo*. Ljubljana: GV založba.
- Antončič, Boštjan. 2002. *Podjetništvo*. Ljubljana: GV založba.
- Atkinson, Robert D. 2014. *Understanding the U.S. national innovation system*. Washington: ITIF.
- Blank, Steve in Bob Dorf. 2012. *The start-up owner's manual: the step-by-step guide for building a great company*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Borštnik, Borut. 2018. *Subvencija za samozaposlitev*. [Http://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/subvencija-za-samozaposlitev-kot-resitev-za-brezposelnost](http://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/subvencija-za-samozaposlitev-kot-resitev-za-brezposelnost) (6. 2. 2021).
- Brezski, Eberhard. 2006. *Mezzanine-Kapital für den Mittelstand. Finanzierungsinstrumente, Prozesse, Rating, Bilanzierung, Recht*. Ulm: Schaffer-Poeschel Verlag.
- Brown, George. 2010. *When small in big: microcredit and economic development*. [Https://timreview.ca/article/392](https://timreview.ca/article/392) (6. 2. 2021).
- Bygrave, With. 1994. *The portable MBA in entrepreneursh*. New York: John Wiley & Sons.
- Cogle. B. I. *Slovenian startup & entrepreneurial ecosystem*. [Https://cogle.it/diagram/Uuiy\\_ZhqCo0TBQ65/t/slovenian-startup-entrepreneurial-ecosystem](https://cogle.it/diagram/Uuiy_ZhqCo0TBQ65/t/slovenian-startup-entrepreneurial-ecosystem) (1. 4. 2021).
- Data. 2015. *Veste, kaj je start up podjetje?* [Https://data.si/blog/2015/12/04/veste-kaj-je-start-up-podjetje/](https://data.si/blog/2015/12/04/veste-kaj-je-start-up-podjetje/) (9. 4. 2020).
- Delo. 2017. *Angry birds prinesli dobiček*. [Https://old.delo.si/prosti-cas/potovanja/angry-birds-prinesli-dobicek.html](https://old.delo.si/prosti-cas/potovanja/angry-birds-prinesli-dobicek.html) (10. 5. 2021).
- Drover, Will, Busenitz Lowell, Matusik Sharon, Townsend David, Anglin Aaron in Dushnitsky Gary. 2017. A review and road map of entrepreneurial equity financing research. *Journal of Management* 43 (6): 1820–1853.
- European Commission. 2014. *Policy brief on access to bussiness start-up finance for inclusive entrepreneursh*. Luxemburg: Publication Office of the European Union.
- Forsey, Caroline. 2019. *What is Twitter and how does it work?* [Https://blog.hubspot.com/marketing/what-is-twitter](https://blog.hubspot.com/marketing/what-is-twitter) (10. 5. 2021).
- Glas, Miroslav. 1998. *Eastern Europe: Slovenia*. Oxford: Butterworth – Heinemann.
- Glas, Miroslav. 2001. *Podjetništvo, izziv za spremembe*. Ljubljana: Center za razvoj podjetništva.
- Graham, Paul. 2012. *Startup= growth*. [Http://www.paulgraham.com/growth.html](http://www.paulgraham.com/growth.html) (21. 1. 2021).
- Grapulin, Teja. 2017. *Slovenija bi bila dežela startupov, a odpraviti bo treba več ovir*. [Https://startaj.finance.si/8859736](https://startaj.finance.si/8859736) (6. 2. 2021).
- Grey, Douglas A. 1995. *The entrepreneur's complete self-assessment guide*. London: Kogan Page.
- Herrmann, Bjoern, Max Lasse Marmer, Ertan Dogrultan in Danny Holtschke. 2012. *Startup ecosystem report 2012 part one*. [Http://clustermapping.us/sites/default/files/files/resource/Startup%20Ecosystem%20Report%202012.pdf](http://clustermapping.us/sites/default/files/files/resource/Startup%20Ecosystem%20Report%202012.pdf) (8. 2. 2021).
- Hunjet, Anica in Goran Kozina. 2014. *Osnove poduzetništva*. Varaždin: Univerza Sjever.

- Isenberg, Daniel. 2011. *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: principles for cultivating entrepreneurship*. [Http://www.innovation-america.us/images/stories/2011/The-entrepreneurship-ecosystem-strategy-for-economic-growth-policy-20110620183915.pdf](http://www.innovation-america.us/images/stories/2011/The-entrepreneurship-ecosystem-strategy-for-economic-growth-policy-20110620183915.pdf) (8. 2. 2021).
- Jakič, Urša. 2008. *Vloga formalnega izobraževanja kot dejavnika podjetništva*. Magistrsko delo, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
- Jamil, Farhan, Ismail Kamariah in Mahmood Nasir. 2015. A review of commercialization tools: University incubators and technology parks. *International Journal of Economics and Financial Issues* 5 (1S): 223–228.
- Javni sklad Republike Slovenije za podjetništvo. B. 1. *Predstavitev Sklada*. [Https://podjetniski-sklad.si/sl/o-nas/predstavitev-sklada](https://podjetniski-sklad.si/sl/o-nas/predstavitev-sklada) (7. 2. 2021).
- Jelen, Veronika. 2020. *ABC investiranja v startupe*. [Https://www.lemur.legal/post/abc-investiranja-v-startupe](https://www.lemur.legal/post/abc-investiranja-v-startupe) (7. 2. 2021).
- Kapetanović, Luka. 2018. *Uloga računovodstva u startup kompanijama*. Diplomsko delo, Univerza v Splitu, Ekonomska fakulteta.
- Korenč, Klara. 2016. *Kaj je Airbnb? 7 najpogostejših vprašanj in odgovor nanje*. [Https://sobodajalec.si/2016/09/15/kaj-je-airbnb-7-najpogostejsh-vprasanj-in-odgovorinanje/](https://sobodajalec.si/2016/09/15/kaj-je-airbnb-7-najpogostejsh-vprasanj-in-odgovorinanje/) (10. 5. 2021).
- Kos, Blaž. 2017. *Najpogostejše napake startupov*. [Https://mladipodjetnik.si/podjetniskikoticek/ustanovitev-podjetja/najpogostejse-napake-startup-podjetij](https://mladipodjetnik.si/podjetniskikoticek/ustanovitev-podjetja/najpogostejse-napake-startup-podjetij) (10. 3. 2021).
- Kramar, Blaž. 2008. *Dejavniki uspeha podjetnika*. Diplomsko delo, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
- Kraner, Simona. 2016. *Financiranje start-up podjetij*. Magistrsko delo, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
- Kranjec, Nina, Peter Merc in Boštjan Koritnik. 2015. Startup pred pravnimi izzivi. *Pravna praksa* 34 (42/43): II–VII.
- Kregar, Viljem. 2011. *Podjetništvo*. Ljubljana: Impletum.
- Kušar, Petra. 2019. *EQUA Smart steklenička zdaj tudi v redni prodaji*. [Https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/equa-smart-steklenicka-zdaj-tudi-v-redni-prodaji](https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/equa-smart-steklenicka-zdaj-tudi-v-redni-prodaji) (1. 5. 2021).
- La Popsi. B. 1. *Najina zgodba*. [Https://www.lapopsi.com/pages/najina-zgodba](https://www.lapopsi.com/pages/najina-zgodba) (1. 5. 2021).
- Maurya, Ash. 2014. *Delaj vitko*. Ljubljana: Pasadena.
- Mladi podjetnik. 2016. *Beeping: priložnost za dodaten zaslužek?* [Https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/beeping-priloznost-za-dodaten-zasluzek](https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/beeping-priloznost-za-dodaten-zasluzek) (1. 5. 2021).
- Musek, Janek. 2005. *Psihološke dimenzije osebnosti*. Ljubljana: Filozofska fakulteta, Oddelek za psihologijo.
- My Equa. 2020. *Deset let je šele začetek*. [Https://sl.myequa.com/blogs/blog/ten-years-is-only-the-beginning](https://sl.myequa.com/blogs/blog/ten-years-is-only-the-beginning) (1. 5. 2021).
- Park, Jason S. 2005. Opportunity recognition and product innovation in entrepreneurial hi-tech start – ups: a new perspective and supporting case study. *Technovation* 25 (7): 739–752.



- Pauwels, Charlotte, Clarysse Bart, Wright Mike in Van Hove Jonas. 2015. Understanding a new generation incubation model: the accelerator. *Technoovation* 50: 13–24.
- Poposka, Klimentina, Blagonja Nanevski in Elena Mihajlovska. 2016. The start-up phase in SME development: main challenges, motives and financing opportunities. *Journal of Sustainable Development* 6 (16): 45–60.
- Poslovni angeli Slovenije. B. 1. *O nas*. <https://www.poslovniangeli.si/si/o-nas> (6. 2. 2021).
- Potušek, Miha. 2015. *Poslovno okolje startup podjetij v Republiki Sloveniji (primerjalna analiza z državami EU)*. Diplomsko delo, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
- Pripelji srečo v službo. 2020. *Ali se podjetništvo v Sloveniji razvija dovolj hitro?* <https://www.pripeljisrecovsluzbo.si/podjetnistvo-v-sloveniji/> (15. 4. 2021).
- Prpić, Hrvoje. B. 1. *Startup*. <http://crane.hr/startup/> (15. 3. 2021).
- Rebernik, Miroslav in Marko Jaklič. 2014. *Start:up manifest: Slovenija pripravljena na prihodnost 2014 – 2020+*. Start:Up Manifest. <http://www.tromba.si/wp-content/uploads/2014/04/StartUp-Manifest-2020-april-2014.pdf> (10. 5. 2021).
- Rebernik, Miroslav, Karin Širec, Polona Tominc, Katja Crnogaj, Matej Rus in Barbara Bradač Hojnik. 2020. *Raznolikost podjetniških motivov: GEM Slovenija 2019*. Maribor: Univerzitetna založba Univerze.
- Rebernik, Miroslav, Katja Crnogaj, Karin Širec, Barbara Bradač Hojnik Matej Rus in Polona Tominc. 2017. *Dinamika podjetniškega kapitala: GEM Slovenija 2016*. Maribor: Univerzitetna založba Univerze.
- Rebernik, Miroslav. 2008. *Ekonomika podjetja*. Ljubljana: GV založba.
- Ries, Eric. 2011a. *The lean startup: how constant innovation creates radically successful businesses*. London: Portfolio Penguin.
- Ries, Eric. 2011b. *The lean startup: how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. New York: Crown Publishing Group.
- Rovio. B. 1. *Angry Birds*. <https://www.rovio.com/games/> (10. 5. 2021).
- Rozinger, Urška. 2017. *Uporaba Lean Startup metodologije v praksi*. Diplomsko delo, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
- Ruzzier, Mitja, Boštjan Antončič, Tina Bratkovič Kregar in Robert D. Hisrich. 2008. *Podjetništvo*. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave Koper.
- Siu, Eric. B. 1. *10 lessons startups can learn from Uber's growth*. <https://www.singlegrain.com/blog-posts/business/10-lessons-startups-can-learn-ubers-growth/> (1. 5. 2021).
- SPOT – Slovenska poslovna točka. 2018. *Državne spodbude za zagon*. <http://evem.gov.si/info/razmisljam/drzavne-spodbude-za-zagon/> (6. 2. 2021).
- Start:up Slovenija. B. 1.a. *Javni viri financiranja*. <https://www.startup.si/sl-si/za-startupe/javni-viri-financiranja> (7. 2. 2021).
- Start:up Slovenija. B. 1.b. *Kdo smo ter zakaj, kaj in kako počnemo*. <https://www.startup.si/sl-si/o-nas> (8. 5. 2021).
- Start:up Slovenija. B. 1.c. *Kefirko*. <https://www.startup.si/sl-si/startup-mapa/startupi-scaleupi/kefirko> (8. 5. 2021).

- Startup Genome. 2020. *The global startup ecosystem report 2020*. [https://startupgenome.com/reports/gser2020?utm\\_source=thub&utm\\_medium=pr&utm\\_campaign=gser](https://startupgenome.com/reports/gser2020?utm_source=thub&utm_medium=pr&utm_campaign=gser) (8. 2. 2021).
- Statistični urad Republike Slovenije. 2021. <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/1418807S.px/table/tableViewLayout2/> (26. 8. 2021).
- Šipić, Neven in Zoran Najdanović. 2012. *Osnove poduzetništva*. Zagreb: Visoka poslovna škola.
- Škrtić, Marica. 2006. *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija.
- Urankar, Matija. 2017. *Katera je najprimernejša pravna oblika ob ustanovitvi start-upa?* <https://svetkapitala.delo.si/mnenja/katera-je-najprimernejša-pravna-oblika-ob-ustanovitvi-start-upa/> (10. 3. 2021).
- Wikipedia. 2021a. *Airbnb*. <https://en.wikipedia.org/wiki/Airbnb> (8. 5. 2021).
- Wikipedia. 2021b. *Angry Birds*. [https://en.wikipedia.org/wiki/Angry\\_Birds](https://en.wikipedia.org/wiki/Angry_Birds) (10. 5. 2021).
- Wikipedia. 2021c. *Twitter*. <https://en.wikipedia.org/wiki/Twitter> (8. 5. 2021).
- World Economic Forum. 2013. *Entrepreneurial ecosystems around the globe and company growth dynamics*. [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_EntrepreneurialEcosystems\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_EntrepreneurialEcosystems_Report_2013.pdf) (5. 5. 2021).
- Zakon o družbah tveganega kapitala (ZDTK). *Uradni list RS*, št. 92/07, 57/09.
- Zakon o podpornem okolju za podjetništvo (ZPOP-1). *Uradni list RS*, št. 102/07, 57/12, 82/13, 17/15, 27/17 in 13/18 – ZSInv.
- Zakon o spodbujanju investicij (ZSInv). *Uradni list RS*, št. 13/18.
- Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti. 2012. *Zagonsko podjetje*. <https://isjfr.zrc-sazu.si/sl/terminologisce/svetovanje/zagonsko-podjetje#v> (28. 1. 2021).
- Žakelj, Luka. 2004. *Razvoj malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji in Evropski uniji*. Ljubljana: UMAR.
- Žugelj, Damjan, Primož Penca, Niko Slavnič, Branko Žunec in Jaka Vadnjaj. 2001. *Tvegani kapital – si upate tvegati?* Ljubljana: Lisac & Lisac.

## **PRILOGA**

Priloga 1 Anketni vprašalnik



Pozdravljeni,

Sem Anja Krstić študentka Fakultete za management v Kopru. V okviru zaključne projektne naloge z naslovom "Startup podjetništvo" izvajam raziskavo, s katero želim ugotoviti, kakšne so vaše izkušnje s startup ekosistemom v Sloveniji.

Anketa je anonimna, za izpolnjevanje pa boste potrebovali približno 5 minut časa.

Za vaše sodelovanje se vam prijazno zahvaljujem.

Anja Krstić

1. Dejavnost vašega podjetja:

- Informacijske in komunikacijske dejavnosti
- Gostinstvo
- Predelovalne dejavnosti
- Gradbeništvo
- Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil
- Promet in skladiščenje
- Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti
- Izobraževanje
- Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti
- Druge dejavnosti

2. Starost vašega podjetja: \_\_\_\_\_

3. Število zaposlenih?

- manj kot 10 zaposlenih
- manj kot 50 zaposlenih
- manj kot 250 zaposlenih
- 250 ali več

4. Vaša vloga v podjetju:

- ustanovitelj/soustanovitelj
- direktor
- zaposleni
- drugo: \_\_\_\_\_

5. Ali poslujete tudi na tujih trgih?

DA

NE

*Priloga 1*

6. Ali ste se pri ustanovitvi podjetja srečevali s kakšnimi težavami?

DA NE

Če ste odgovorili z DA, lahko prosim navedete s katerimi? (možnih je več odgovorov)

- dostop do finančnih sredstev
- neizobraženost kadrov
- pridobivanje dovoljenj
- iskanje prostorov
- pridobivanje kupcev
- drugo: \_\_\_\_\_

7. Kdo vam je pomagal pri razvijanju poslovne ideje?

- inkubator/pospeševalnik
- znanci, ki imajo izkušnje in znanje
- soustanovitelji
- družina/sorodniki
- nihče
- drugo: \_\_\_\_\_

8. Kaj ima po vašem mnenju največji vpliv na uspešnost vašega podjetja?

- dobra poslovna ideja
- podporno okolje
- gospodarska razvitost države
- pripravljenost potrošnikov na inovativne izdelke
- drugo: \_\_\_\_\_

9. Na kakšen način vam je pri razvoju vašega podjetja pomagala platforma Start:Up Slovenija? (možnih je več odgovorov)

- s koristnimi informacijami
- s promocijo/promocijskimi kampanjami
- z motivacijo in spodbujanjem pri razvijanju poslovne ideje
- z možnostjo internacionalnega sodelovanja
- drugo: \_\_\_\_\_

10. Najpomembnejši viri financiranja vašega podjetja so:

- lastna sredstva
- družina
- prijatelji
- množično financiranje (npr. Kickstarter, Indiegogo)
- poslovni angeli

- državne subvencije
- tvegani kapital
- inkubatorji
- drugo: \_\_\_\_\_

11. Razlogi za ustanovitev podjetja:

- inovativna poslovna ideja
- želja po samouresničitvi
- potreba po neodvisnosti
- želja po višjem dohodku
- drugo: \_\_\_\_\_

12. Kateri dejavniki so po vašem mnenju ključnega pomena za uspešen razvoj vašega podjetja?  
(možnih je več odgovorov)

- dostop do trgov
- človeški kapital
- dostop do financiranja in pridobivanje investitorjev
- izobraženost kadrov
- razvit sistem mentoriranja in podjetniške pomoči
- univerze kot pobudniki podjetništva
- kulturno-družbena podpora
- drugo: \_\_\_\_\_

13. Kako bi ocenili razvitost startup ekosistema v Sloveniji?

- zelo slaba
- slaba
- dobra
- zelo dobra
- odlična

14. Kako bi ocenili dostop do podpore startup ekosistema v Sloveniji?

- zelo slab
- slab
- dober
- zelo dober
- odličen

15. Kaj bi po vašem mnenju pripomoglo k izboljšanju delovanja startup ekosistema v Sloveniji?

\_\_\_\_\_