

RAZVOJ PODJETNIŠKIH KOMPTEC NA PODEŽELJU

FRANC VIDIC

Biotehniški center Naklo, Naklo, Slovenija, e-pošta: franc.vidic@bc-naklo.si.

Povzetek V Evropi predstavlja podeželje dobro polovico teritorija, v njem pa živi slaba četrtnina prebivalcev. Podeželjsko okolje ima mnogo potencialov in priložnosti, po drugi strani pa je pogosto za mlade manj privlačno. Mladi ne vidijo dobrih priložnosti za osebni razvoj, za podjetniške izzive in zapuščajo podeželje. Raje se odločajo za življenje v urbanem okolju. Ohranjanje vitalnosti, prožnosti in konkurenčnosti podeželja je izjemnega pomena.

Osredotočamo se na podeželjski prostor Gorenjske statistične regije, združujemo strokovne ugotovitve in prakse v predloge izboljšanja ekosistema gospodarjenja na podeželju. Priložnost vidimo v zagonu valilnice idej, kjer bodo mladi razvijali ideje, razvijali inovativne modele trajnostnega gospodarjenja, izboljšali učinkovitost, oblikovali večjo dodano vrednost in odpirali nova delovna mesta.

Ključne besede:

podjetništvo na podeželju, dodana vrednost, prenos in kreiranje znanja, inkubator.

1 Uvod

Tema članka je povzetek stanja in priložnosti za podjetništvo na podeželju, kar je skladno s priporočili Evropske skupnosti, ki skuša zaustaviti demografske spremembe, vzpostaviti gospodarsko učinkovito in okoljsko vzdržno, trajnostno naravnano kmetijstvo, spodbuditi gospodarsko diverzifikacijo in celostni razvoj podeželskih območij (European Commission, 2010). Podeželje s svojimi viri omogoča pomembne priložnosti razvoja lokalnega podjetništva in inovacije (Stathopoulou et al., 2004), ter prispeva k trajnostnemu, konkurenčnemu razvoju in ustavitve negativnih trendov. Priložnosti so v razvoju čiste industrije, racionalnem koriščenju virov in skrbi za kvalitetno bivanje v zdravem in lepem okolju tudi naslednjim generacijam. Potrebna je mobilizacija lokalnih virov. Za podjetništvo na podeželju predstavljajo potencial naravni, kulturni, zgodovinski, človeški, socialni in finančni viri lokalnega okolja. Ustanavljanje konkurenčnih malih in srednje velikih gospodarskih enot (MSP), zlasti v sekundarnem in terciarnem sektorju, je utemeljen odgovor na nove razmere. Prednost lokalnih gospodarstev je tudi zaposlovanje lokalnega prebivalstva in podpira razvoj lokalnega okolja. Po mnenju Korsgaard (Korsgaard et al., 2015) je koncept podeželskega podjetništva: "dodana vrednost" povezana s socialno-prostorsko kategorijo podeželja.

Gospodarsko dejavnost na podeželju predstavlja kmetijstvo, ter številne komplementarne in dopolnilne dejavnosti. Gospodarski subjekti se soočajo z omejenimi in razpršenimi viri, kar pa lahko rešujejo s povezovanjem in sodelovanjem v omrežjih. Pri združevanju moči in virov je pomembna pestrost in prilagodljivost. Dinamično povezovanje omogoča dodatne sinergije, specializacijo, boljšo produktivnost, zniževanje stroškov nabave in proizvodnje, ter učinkovit nastop na trgu. Neformalne medsebojne interakcije temeljijo na zaupanju, prijateljstvu in družinskih odnosih. V nasprotju s tem, pa formalno mrežo sestavljajo podjetniki, banke, računovodje, upniki, zakoniti zastopniki in trgovska združenja. Pi tem osebna omrežja veljajo za osrednji steber, omogočajo medosebno podporo ter dostop do informacij. Te so pogosto koristne, ključne in dragocene (Stathopoulou et al., 2004). Posamezniki zdržujejo osebne kompetence v omrežjih v kompleksno medsebojno povezanost večšin in znanja velikega števila vključenih. Heterogena omrežja sestoje iz različnih akterjev (proizvodnja, distribucija, finance, izobraževanje), omogočajo dolgoročen razvoj in preživetje sicer kompleksnih omrežij, lažje kot v sistemu podobno mislečih, medsebojno tesno povezanih akterjev (Burt v Hirschi, 2009).

Razumevanje in izkoriščanje digitalizacije, avtomatizacije, servizacije in druge možnosti, ki jih ponuja globalizacija, so nekatere nove spretnosti, ki bodo potrebne. Majhna podjetja bodo vstopala na nove trge in razvijala nove načine poslovanja, z novimi inovativnimi izdelki ali storitvami. Zato znanje izpostavljamo kot pomemben strateški in konkurenčni vir. Razvoj spretnosti, znanja in prenos tehnologij so pomembna orodja krepitve podeželskih podjetij.

V članku se osredotočamo na podeželje Gorenjske regije. Zanima nas podjetniška naravnost, dostop do znanja, povezovanje in razpoložljive valilnice idej. Naš cilj je predstaviti predlog izboljšanja podjetniškega ekosistema na področju izobraževanja za spodbujanje podjetniške naravnosti, razvoj novih inovativnih idej in za njihovo udejanjanje. Naprej je povzetek, sledi uvodno poglavje, temu slede teoretična izhodišča, povzetki raziskav, diskusija in zaključek. Čisto na kraju pa je naveden seznam uporabljenih literature in virov.

2 Teoretična izhodišča

2.1 Trajnostna perspektiva

Ohranjanje življenjskega prostora, vrednot in dediščine je ključ za kvaliteto življenja prihodnjih generacij, zato je pomembno, da podjetja ustvarjajo konkurenčnost z dodano vrednostjo in ne račun degradacije okolja oziroma ropanja naravnih virov. Hirschi (2009) opozarja na nevarnosti, da bistveno povečanja aktivnosti na podeželju (povečanje števila turistov, več gospodarskih aktivnosti) lahko negativno vpliva na okolje, posledica je lahko zmanjšanje biotske in krajinske pestrosti. Posegi v naravo so povezani tudi z onesnaževanjem, erozijo, drsenjem tal, onesnaževanjem vodnih virov in z drugimi negativnimi vplivi. Potrebno je ohraniti naravni kapital, spremljati omejene zaloge neobnovljivih virov in razvijati uravnotežen tokov obnovljivih virov, spodbujati učinkovitost na način, da se izognemo negativnim zunanjim učinkom.

«Trajnostna perspektiva razvoja podeželja vključuje: trajnostno gospodarjenje z gozdovi in kmetijskimi zemljišči, ohranjanje biotske raznovrstnosti, zaustavitev degradacije in revitalizacija degradiranih zemljišč» (ZN, 2019). Pomembno je uvajati koncept krožnega gospodarstva, premišljene oskrbe z viri in njihova učinkovita raba (Evropska komisija, 2017). Koncept krožnega gospodarstva predstavljajo zaključeni

snovni tokovi na različnih ravneh, ki predstavljajo kroženje materiala v celotni življenjski dobi izdelka. Čim krajšo pot opravi material vgrajen v izdelke od uporabnika, ki preneha uporabljati izdelek, do novega uporabnika, tem večji so prihranki vgrajenih stroškov materiala, dela, energije, kapitala in povezanih zunanjih stroškov (EMF, 2013). V biološkem krogotoku krožijo biološke snovi v smislu prehranske verige in so zasnovane tako, da se s potrošnjo lahko vračajo v naravo in jo po možnosti celo bogatijo. Krožno gospodarstvo opredelimo kot koncept, čigar bistvo je, da so vsi materiali, proizvodi in procesi od začetka načrtovani in oblikovani tako, da ni odpadkov (Bešter, 2017). Proces krožnega gospodarstva so: manjša poraba virov (recikliranje, učinkovita raba, izkoriščanje obnovljivih virov), ohranjanje najvišje vrednosti materialov in izdelkov (predelava, obnova in ponovna raba, podaljšanje življenjske dobe), spreminjanje vzorcev uprabe (model souporabe, premik vzorcev uporabe) (Rizos et al, 2017). Geografska razpršenost in združevanje omogočata trajnostni razvoj, konkurenčnost in rast, zaposlovanje in odpiranje delovnih mest z ohranjanjem naravnega okolja, vrednot in dediščine za bodoče generacije (Chabra, 2010).

Krožno gospodarstvo je dejavnik diferenciacije in zagotavljanja konkurenčnosti podjetij, hkrati je poizkus odgovora na strateške izzive prihodnjih desetletij (Bešter, 2017) in sistemska rešitev za sonaravno trajnostno preživetje človeštva (CEPS, 2017).

Raziskava Flash Eurobarometer (EU, 2016) je proučevala izvajanje različnih aktivnosti, povezanih s krožnim gospodarstvom. Rezultati kažejo, da v Sloveniji lahko marsikaj izboljšamo, da je v preteklosti v Sloveniji bistveno manj podjetij uvedlo različne aktivnosti, povezane s krožnim gospodarstvom, kot v EU-28. Največje razlike so bile pri najzahtevnejših aktivnostih – preoblikovanju izdelkov in storitev z namenom minimiziranja uporabe materialov ali uporabe recikliranih materialov (7 % v Sloveniji in 21 % v EU), najmanjše pa pri uporabi obnovljivih virov (8 % v Sloveniji in 10 % v EU). Relativno visok je delež podjetij, ki so izrazila, da ne nameravajo izvajati aktivnosti, povezanih s krožnim gospodarstvom, ti rezultati pa so primerljivi med Slovenijo in povprečjem EU. Motivi so najpogosteje povezani z izkoriščanjem ekonomskih in okoljskih priložnosti, sledijo pa jim spremembe v zakonodaji, povečanje obsega recikliranja in trajnostne strategije podjetja.

Pri strategiji razvoja podeželja se je potrebno osredotočiti na vključevanje in povezovanje interesov različnih ciljnih skupin v skupno. Pomembni so ljudje, ki tam živijo. Pomembna je podjetniška iniciativa, iskanje in izkoriščanje poslovnih priložnosti. Poslovni subjekti na podeželju – kmetije se soočajo s svojo specifikko, z »bogastvom dediščine«, a hkrati z omejenostjo virov oziroma omejnimi možnostmi njihove uporabe. Prehod na bolj krožno gospodarstvo prinaša priložnosti, velik poslovni potencial, ki podjetjem omogoča večjo konkurenčnost, zagotavlja pomembne prihranke energije in koristi za okolje, ter ustvarja delovna mesta na lokalni ravni (Širec et al., 2018).

2.2 Okolje poslovanja na podeželju

Okolje poslovanja na podeželju ima specifične, ki ga razlikujejo od urbanega. Okolje delimo na fizično, družbeno in gospodarsko okolje (Stathopoulou et al., 2004). *Fizično okolje* opredeljujejo značilnosti, ki močno vplivajo na podjetništvo: razpršena lokacija posameznih subjektov, oddaljenost od glavnih trgov, od kupcev, dobaviteljev ter oddaljenost od virov informacij in podpornih institucij. Po drugi strani pa razpolagajo z vrednimi, a omejenimi, naravnimi viri in edinstveno krajino. *Družbeno okolje* združuje dejavnike, ki so bližje "socialnim" značilnostim. Ločimo socialni kapital (medosebne odnose, strukture, navade, sprejemanje sprememb, drugačnosti), način upravljanja in kulturno dediščino. Socialni kapital je neposredno povezan z delovanjem poslovnih in drugih omrežij, kot tudi s kakovostjo lokalnega upravljanja. Neformalno mreženje in komunikacija zunaj formalnih poti ter povezave med podjetji in institucijami prispevajo k medsebojnemu zaupanju, izmenjavi informacij in povečanju socialnega kapitala (OECD, 2015). *Gospodarsko okolje* so naložbe v infrastrukturo, obstoj in delovanje poslovnih omrežij ter razvitost informacijskih in komunikacijskih tehnologij na tem območju. Oddaljenost in posledično visoki prevozniki ter transakcijski stroški so velika omejitev pri ustanavljanju konkurenčnih podjetij na podeželju (Stathopoulou et al., 2004).

Male razpršene gospodarske enote delujejo z manjšimi posegi v okolje, dostavne verige do potrošnikov so krajše, imajo stik s porabniki. Medsebojna komunikacija omogoča usklajevanje in prilagajanje celotnega spektra procesov, ponudbe in dosegljivosti. Problem so visoki stroški. Rešitev je v lokalnih povezavah in sodelovanju (Felzensztein, Gimmon, 2009). Poslovna omrežja so pomemben dejavnik uspešnosti. Kompetence omrežij vključujejo pestro, kompleksno

medsebojno povezanost večšin in znanja velikega števila vključenih posameznikov (Vidic, 2014). Heterogena omrežja sestojе iz več različnih akterjev (proizvodnja, distribucija, finance, izobraževanje), ki omogočajo dolgoročen razvoj in preživetje (Burt v Hirschi, 2009). Dinamično povezovanje omogoča sinergije, od specializacije, večje produktivnosti, zniževanje stroškov nabave in proizvodnje ter učinkovitost na trgu. Mali subjekti s sodelovanjem v omrežjih poslujejo konkurenčno z razpršeno proizvodnjo, s skupnim nastopom na lokalnem in mednarodnem trgu. Poudarek je na podjetniški iniciativi, združevanju virov, iskanju, prepoznavanju in izkoriščanju poslovnih priložnosti, razvoju novih izdelkov in storitev z veliko dodano vrednostjo. Vzpostavljena mora biti kultura sodelovanja, zaupanja in inovativnosti (Vidic, Pogačnik, 2016). Izkušnje modelov omrežij (Hirschi, 2009, Flecho, Santa Cruz, 2011) kažejo dobre rezultate glede skupnih vrednot solidarnosti, učenja in odpiranja novih delovnih mest. Podjetje spremlja poslovanje, vpliva na odločitve in izkorišča priložnosti skozi prizmo porazdelitve vrednosti med udeleženci (Porter, Kramer, 2011).

V omrežjih si posamezne gospodarske enote vire delijo, jih združujejo, izmenjujejo, izposojajo, posojajo ter souporablajo. Poslujejo bolj ekonomično in produktivno (Hamari, Sjöklint in Ukkonen, 2015). Povezovanje ni pomembno le z vidika izboljšanja ekonomike in nižanja stroškov, ampak omogoča tudi boljše in učinkovitejšo specializacijo, proizvodnjo in prodajo. Udeleženci lahko racionalizirajo uporabo in porabo virov; vzpostavljajo sistem zagotavljanja informacij, vzpostavijo sistem upravljanja, iščejo priložnosti, gradijo klimo razvoja in inovacij. Izkušnje večdimenzionalnega mrežnega koncepta sodelovanja (grozdov) v več državah so se pokazale kot zelo učinkovita oblika delovanja, ki veča pomen in moč lokalnih skupnosti, regij in nacionalne ekonomije (Karav, Koch, Szamosi, 2007).

2.3 Podjetniška naravnost

Pri oblikovanju inovativnih modelov in konkurenčne ponudbe ter podjetniške iniciative sta pomembna podjetniška naravnost in znanje. Podjetniška naravnost se nanaša na podjetniške aktivnosti, ki zajemajo posebne sloge, metode in prakse sprejemanja podjetniških odločitev (Covin, Slevin, 1991; Lumpkin, Dess, 1996). Proučevanje podjetniške naravnosti se ukvarja s problemi: »kako se podjetniške aktivnosti udejanjajo«, »na kakšen način gredo podjetniki skozi podjetniški proces«

in »kakšna so občutja podjetnikov pri uresničevanju svojih podjetniških zamisli, ko poizkušajo biti drugačni od drugih«. Podjetniška naravnost je gonilo, navdušuje za prevzemanje iniciative (Wiklund, 1999). Podjetniška naravnost je pomembna za vodenje rasti in preživetja organizacij, kot tudi za ekonomsko blaginjo narodov (Morris, 1998). Natančnejšo opredelitev podjetniške naravnosti sta vpeljala Lumpkin in Dess (1996), ko sta sposobnost avtonomnosti, inovativnosti, prevzemanja tveganj in proaktivnega ukrepanja povezala s soočanjem s tržnimi priložnostmi.

2.3 Znanje je pomemben konkurenčen vir

Glede na teorijo virov (Conner, Prahalad, 1996) in teorijo: »znanje je najpomembnejši konkurenčni vir« (Grant, 1996), je na podeželju potrebno vspodbujati prenos in kreiranje novega znanja. Znanje kot vir moči in vzvod napredka, omogoča učinkovitost in prilagoditev razmeram na trgu, predstavlja pomemben element uspešnosti in iskanja priložnosti (Autio, Sapienza, Almeida, 2000). Uspešnost, ki temelji na znanju, je konstrukt več spremenljivk: osebnih lastnosti, socialnega okolja ter možnosti prenosa osebnih potencialov (Heller, Perleth, Lim, 2005) ter okolja (Heller, Perleth, 2008). Znanje se oblikuje v ljudeh, v interakciji med ljudmi in z okoljem. Konstrukt temelji na osebnih preddispozicijah (talentih) (Heller, Perleth, 2008).

Uvajanje inovacij je v bistvu kreiranje znanja (Nonaka, et al., 2008). Kreiranje znanja in izgradnja socialnih omrežij na podeželju sta medseboj povezana in odvisna. Znanje se pretaka in preoblikuje (kreira) v omrežjih, v katerih si ljudje zaupajo in delijo informacije, razmišljanja in izkušnje. Sočasno s kreiranjem znanja se posameznik oziroma organizacija uči, pri tem se obstoječe znanje spreminja in izgublja (Nonaka, Takeuchi, 2011). Znanje je težko posnemati in ga pri vsakodnevnem odločanju v dinamičnem okolju uporabijo kot vir konkurenčne prednosti (Hitt et al., 2001). Temeljni pogoj za uspešno razvijanje in pridobivanje znanja je kakovosten in učinkovit podporni sistem znanja.

Kombinacija učenja, kreiranja znanja in prehoda v samostojnost so lahko podjetniški inkubatorji. Prvi so bil ustanovljeni z namenom spodbujanja regionalnega razvoja in zagotavljanja tehnološke, finančne in vodstvene podpore podjetjem (Ciaza, 2014), kasneje pa kot sredstvo za podporo inovacijam in tehnologiji. Posameznikom

pomagajo do kompetenc in virov za uresničevanje poslovne ideje, ugodno okolje za nova in mlada podjetja omogoča obvladovanje težav v fazi zagona in rasti, (Ozdemir, Sehitoglu, 2013). Delo sloni na zaupanju, sdelovanju, spodbujanju. Inkubatorji pozitivno vplivajo na ustvarjanje ugodnega okolja za inovativne, ki hočejo implementirati svoje poslovne ideje. Znani so pod različnimi imeni: tehnološki, znanstveni, inovacijski, lahko so javni, univerzitetni, inkubatorji podjetij, lahko pa zasebni. Javni, neprofitni inkubatorji so naravnani so usmerjeni na ustvarjanje delovnih mest ter gospodarskega razvoja (Kuratko, LaFollete, 1987). Inkubator ima pomembno gospodarsko in socialno vlogo (Balashova et al, 2018). Označuje ga predvsem razvoj, za potencialne podjetnike in podjetnice, za delujoča podjetja v vseh fazah njihovega razvoja, za dostop do celovitih podpornih storitev, promocija podjetništva in generiranje podjetniške klime, povezovanje v poslovne mreže, ustanavljanje podjetij (svetovanje, izobraževanje, pomoč pri izdelava poslovnega modela in načrta, mentorstvo), podpora zagonu in preživetju podjetij, inkubiranje, spodbujanje rasti in ustvarjanje novih delovnih mest. Socialni pomen pa je odpiranje novih delovnih mest ter s tem zmanjševanje brezposelnosti, omogočanje dela tako starejšim kot maljšim iskalcem zaposlitve, ter tudi težje zaposlivim osebam v okviru inkubiranih socialnih podjetij. Posredno to predstavlja zmanjšanje socialne in demografske ogroženosti regije.

3 Raziskava

Po letu 1990 se je v Sloveniji razmahnilo podjetništvo, ki je šlo skozi različne faze razvoja in doseglo različne kljne skupine, postavljen je podporni sistem. Na podeželju pa je po naši predpostavki podjetništvo manj razvito.

Naša raziskava temelji na analizi in sintezi dognanj v objavljenih strokovni literaturi ter rezultatov raziskovalnega dela avtorja v preteklih letih. Rezultati raziskav so bili objavljeni v več člankih (Vidic, 2014; Vidic, Pogačnik, 2016; Vidic, 2018). Objavljeni rezultati raziskav s področja podjetništva, izobraževanja, mreženja, dopolnilne dejavnosti na kmetijah. Zbrane informacije smo združili in predstavili pa tudi smiselnost zagona inkubatorja, ki bi podpiral trajnostni razvoj v Gorenjski regiji.

3.1 Podželje Gorenjske regije

Gorenjska po razvitosti zaostaja za slovenskim povprečjem in povprečjem EU in ima več kot 1,5-krat nižji BDP od sosednjih italijanskih in avstrijskih regij (RRA Gorenjske, 2019). Da pospešimo razvoj je pomembno omogočiti mladim, da razvijajo nove konkurenčne proizvode in storitve. Po podatkih iz leta 2016 je na Gorenjskem v lasti kmetijskih gospodarstev 83.813 hektarov zemljišč, od tega kar 60 % obsega gozd (50.558 hektarov), 38 % je kmetijskih zemljišč (32.145 hektarov, od tega je 1.666 hektarov zemljišč v zaraščanju in neobdelanih kmetijskih zemljišč) ter 1,3 % nerodovitnih zemljišč (1.100 hektarov) (SURS, 2019).

Za večino slovenskih kmetij od približno 75.000 kmetij, so že pred vstopom v evropsko skupnost ugotavljali, da zaradi specifične agrarne strukture ne more preživeti le z dohodka iz kmetijstva; manj kot petina jih pridobiva dohodek izključno iz kmetijstva preostale pa iz drugih virov na ali izven kmetije (Cunder, Erjavec, 1997). Ena izmed pojavnih oblik diverzifikacije dohodka na kmetiji so dopolnilne dejavnosti (Zakon o kmetijstvu, 2018). Uredba o dopolnilnih dejavnostih na kmetiji (2018) določa 10 vrst dejavnosti, od predelave, turizma do socialnega varstva. Število registriranih dopolnilnih dejavnosti na kmetijah po slovenskih občinah v raste od leta 2000, ko je bilo v popisu kmetijstva ugotovljeno 3.987 nosilcev. V letu 2010 je bilo že 12.517 v letu 2016 pa 12.486 evidentiranih nosilcev dopolnilne dejavnosti. Več kot tri četrtine nosilcev se ukvarja z gozdarsko dejavnostjo, sledijo predelava hrane z 12 %, turizem in komunalne storitve z 5 % (Kmetijski inštitut, 2017). Podatki o številu dopolnilnih dejavnosti se razlikujejo zaradi ukinjanje dejavnosti oz. registriranje več dejavnosti. Med izbranimi vodili razvoja Gorenjske (RRA Kranj, 2019) so: pestrost dopolnilnih dejavnosti na kmetijah, aktivno ohranjanje kulturne dediščine in rokodelskih znanj območja, stabilno, zdravo in čisto življenjsko okolje, dobri pogoji za pridelavo hrane višje kakovosti, bogate in ohranjene naravne danosti, potencial gozdov in vodnih virov. Dobra geostrateška lega in povezave s svetom pa omogočajo še druge priložnosti. Kot slabost se kaže (RRA Kranj, 2019) prenizka dodana vrednost izdelkov in storitev, premajhno število podjetij, ki načrtno vlagajo v R&R, patente in inovacije, pomanjkljivo podporno okolje (tehnološki parki, inkubatorji, kreativni in izdelovalni centri ...), razdrobljena in relativno slaba povezanost ponudbe, pomanjkanje integralnih proizvodov.

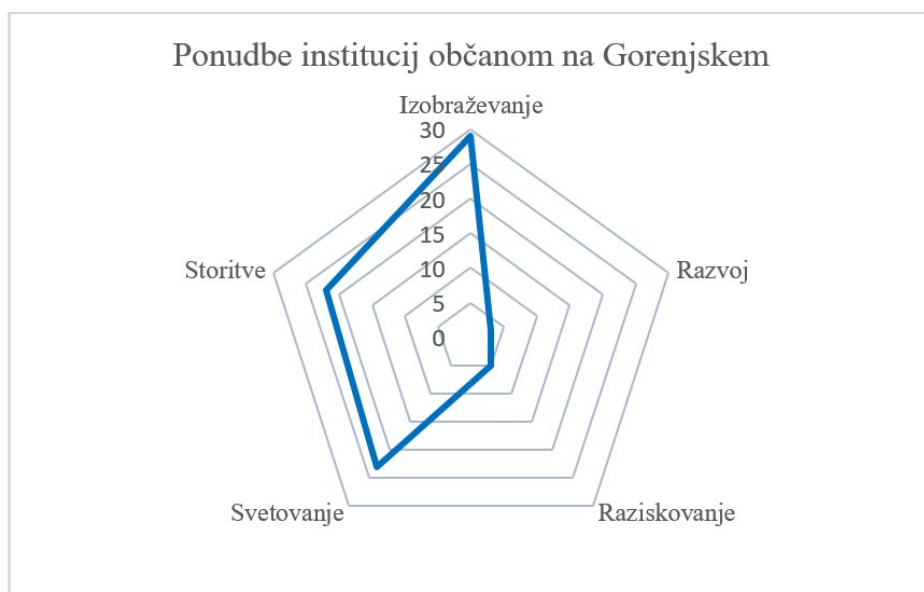
3.2 Podjetništvo

Podjetništvo ima mnogo obrazov in je različno privlačna karierna izbira za posameznike v različnih življenjskih in družbeno-socialnih okoliščinah. V Sloveniji je izrazito najaktivnejša starostna skupina od 25 do 34 let, katere delež znaša kar 41,4 %. Zaskrbljujoče je padanje deleža najmlajše starostne skupine v Sloveniji, torej skupine od 18 do 24 let, ki se dogaja že tretje leto zapovrstjo (s 17,5% v letu 2016 na zgolj 5,18% v letu 2018). Že tretje leto zapovrstjo pa beležimo porast deleža najstarejše starostne skupine zgodnjih podjetnikov. Njihov delež se je z zgolj 5,5 % v letu 2016 povečal na 10,2 % (Rebernik et al, 2018). Če primerjamo Slovenijo s posameznimi skupinami držav, vidimo, da naša država tako po stopnji novosti izdelka ali storitve za kupce, kot tudi po obstoju drugih konkurenčnih rešitev na trgu, zaostaja za povprečjem najrazvitejših skupin držav (Rebernik et al., 2018). Delež podjetij z inovativnim značajem sicer narašča z gospodarsko razvitostjo.

Vpostavitve učinkovitega podpornega okolja na lokalni ravni je spodbujanje podjetništva in dviga podjetniške kulture, izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo, odpravljanja administrativnih ovir pri nastajanju in delovanju podjetij, izboljševanja dostopa podjetij do podjetniških informacij in storitev (v nadaljnjem besedilu: podjetniško okolje). Podjetniško okolje redno proučujejo v okviru GEM (Rebernik et al., 2018) s pomočjo presoje dvanajstih okvirnih pogojev, ki so: finančna podpora, podpora vladnih politik, regulativa vladnih politik, vladni programi, podjetniško izobraževanje v osnovnih in srednjih šolah, podjetniško izobraževanje in usposabljanje po končani srednji šoli, prenos raziskav in razvoja, poslovna in strokovna infrastruktura, dinamičnost notranjega trga, odprtost in bremena notranjega trga, fizična infrastruktura ter kulturne in družbene norme. V Sloveniji se je leta 2018 v primerjavi z letom poprej nekoliko izboljšalo 75 % okvirnih pogojev za podjetništvo. Najbolje ocenjen pogoj ostaja dostop do razpoložljive fizične infrastrukture, kot so na primer komunikacije, komunalne storitve, ceste, zemljišča ali prostor. Podjetniško izobraževalno okolje je zelo slabo ocenjeno (Rebernik et al., 2018).

3.3 Izobraževalno podporno okolje v Gorenjski regiji

Na Gorenjskem imamo močno izobraževalno mrežo, kar pa ne velja za razvojne raziskoavalne inštitucije (Vidic, Pogačnik, 2016). Prevladujejo institucije s programi formalnega izobraževanja, kar 29 izobraževalnih institucij. K temu lahko prištejemo še ljudske univerze, Kmetijski gozdarski zavod, Zavod za gozdove, Obrtno-podjetniško zbornico, Gospodarsko zbornico, Triglavski narodni park in še mnogo drugih zasebnih inštitucij. Del vseživljenjskega izobraževanja poteka tudi v gospodarskih družbah.



Slika 1: Ponudba storitev institucij podpornega okolja.

Vidic, Pogačnik, 2016.

Svetovalna mreža na področju kmetijstva in dopolnilnih dejavnosti je sorazmerno močno razvejano preko Kmetijsko gozdarske zbornice oz. njene svetovalne službe. Svetovanje za podjetnike je poskrbljeno preko Gospodarske zbornice oz. preko Obrtno-podjetniške zbornice oz. preko različni portalov VEM, ki so locirani na različnih lokacijah. Sledi področje drugih podpornih storitev, kot na primer upravni postopki in druge storitve za občane.

Bistveno slabše je stanje na področju raziskovanja, na Gorenjskem imamo registriranih le 5 raziskovalnih enot pri javnih izobraževalnih ustanovah. K temu lahko prištejemo še raziskovalne enote oz. inštitute podjetij, društev in posameznikov, ki so pa zelo ciljno usmerjeni. Poleg teh imamo še tri razvojne agencije. V okviru BSC Kranj deluje inkubator. Inkubatorji sice ponujajo storitve, namenjene mladim inovativnim, mladim gospodarjem, podjetnikom in ter že obstoječim hitrorastočim podjetjem, ki delujejo na področju zelenega oziroma agro podjetništva. Svetovanje in usposabljanje za samostojno in timsko delo: preverjanje poslovne ideje, oblikovanje poslovnega modela, iskanje partnerjev, povezovanje, raziskave trga, pridobivanje financ, plasiranje izdelka na trg.

Izobraževanje za podjetništvo na primarni in sekundarni ravni je bilo tudi v letu 2018 najbolj kritično ocenjeno, predvsem na področju primarnega in sekundarnega izobraževanja (Rebernik et al., 2018). Pod povprečjem evropskih držav GEM je Slovenija najbolj pri obsegu, v katerem kulturne in družbene norme spodbujajo ali zavirajo dejavnosti, ki vodijo do novih poslov, metod ali dejavnosti, ki lahko povečajo osebno premoženje in dohodek. Temu sledijo regulativa vladnih politik, dostop do poslovne in strokovne infrastrukture ter izobraževanje na primarnem in sekundarnem nivoju.

V raziskavi med slovenskimi SMP Vidic (2018) ugotavlja pozitivno povezanost med podjetniško naravnostjo, kreiranjem znanja in poslovno uspešnostjo. Na področju razvoja in raziskav za mala podjetja in ruralno podeželje pa nismo zasledili ustrezne podpore.

4 Diskusija in zaključki

Razvoj Gorenjske regije mora omogočiti mladim na podeželju pogoje, da bo videli priložnost, da ostajo doma in vieli priložnost v trajnostnem oziroma krožnem gospodarjenju, da bodo zniževali okoljska tveganja, skrbeli za revitalizacijo in renaturacijo degradiranih površin, ohranjali biotsko raznovrstnost in kulturno dediščino ter skrbeli za pestro ponudbo in inovacije.

Podjetništvo na podeželju temelji na povezovanju, močnih družinskih vezeh in medsebojnim vplivom v skupnosti (Harpa, 2014). Gospodarske enote so v velikem deležu majhne in razdrobljene. Številnim pomeni zgolj pridobivanje dodatnega

dohodka in uveljavitev drugotnih interesov, le majhen delež je tistih, ki vidijo priložnost v večanju obratov (Vidic, Pogačnik, 2016). Kmetijstvo se spreminja. Mala gospodarstva morajo iskati in prepoznati podjetniške priložnosti, se nanje odzvati, se osredotočiti, strokovno specializirati, ter hitro in učinkovito ukrepati.

Obstaja vrsta priložnosti za inovativne proizvode in storitve, les in voda sta strateški lastni surovini, edinstvena krajina omogoča oblikovanje močnih edinstvenih turističnih produktov, ki temeljijo na doživetjih in zgodbah. Razvoj zavisi več dejavnikov, kot so: gospodarska rast, rast prebivalstva in urbanizacija, okoljska politika, razvoj znanja ter tehnologije. Povezovanje tradicionalnih znanj s sodobnimi smernicami, digitalizacija (RRA Kranj, 2019) pa kaže na povsem nezaseden prostor za inovacije. Razvoj vključuje od varstva okolja, socialno-ekonomske odgovornosti, razvoja družbe ter zavedanja gospodarskega pomena omejene zmogljivosti ekosistemov. Zavedati pa se je potrebno omejitev povezanih s podnebnimi spremembami, pomanjkanjem naravnih virov, spremembah ekosistemov. Podjetja v dinamičnem svetu morajo predvidevati spremembe, se nanje odzvati in zadovoljevati potrebe in želje strank, oblikovati poslovne modele, ki omogočajo ustvarjanje dodane vrednosti, ohranjanje in krepitev socialnih vrednot, vrednot okolja ter soustvarjanje pozitivnih dolgoročnih učinkov za različne skupine deležnikov v gospodarskem, socialnem in okoljskem pogledu (Mitchell, et al., 2010). Isenberg (2011) predlaga več ukrepov za vzpodbujanje podjetništva na podeželju: 1) razvoj podjetništva na podeželju mora postati prednostna naloga, 2) razvojni cilji razvoja podjetništva morajo biti jasno opredeljeni, 3) treba je vzpostaviti klimo, ki ne slabi podjetniške iniciative, 4) treba je olajšati dostop do finančnih virov, 5) treba je vzpodbujati in omogočiti dostop do virov znanja čim večjemu številu posameznikov in skupin. Spodbuden podjetniški ekosistem prinaša podjetnikom številne koristi in povečuje konkurenčnost novih podjetij (Rebernik et al., 2018).

Pomembno razvojno vlogo na podeželju imajo male gospodarske enote, ki odpirajo delovna mesta, ohranjajo in razvijajo podeželje. Običajno so zelo heterogene, so v različnih stopnjah življenjskega cikla, upravljajo različne dejavnosti, razlikujejo se po inovativnosti in želji po rasti. V Sloveniji se večja delež ljudi, ki v svojem okolju zaznavajo obetavne poslovne priložnosti (Rebernik et al., 2018). Začetki podjetniške poti so za posameznike, ki se podajo na podjetniško pot, prvi izziv. Začeti morajo ne le s samo ustanovitvijo podjetja, ampak tudi začeti prodajati svoje proizvode, pridobivati prve kupce in ustvarjati prihodke (Peris-Ortizad et al., 2018). Ustvarjajo

dodano vrednost oz. dobiček na področju pridelave in predelave svojih pridelkov, ustvarijo ustrezne prihodke, status, se razvijajo trajnostno in gojijo podjetniško kulturo. Osredotočajo se na priložnosti, jih izkoriščajo, ustvarjajo konkurenčne prednosti in uresničujejo vizijo v skladu z vrednotami trajnostnega razvoja (Balashova et al., 2018). Večina izmed njih ne razpolaga s potrebnimi resursi, kljub temu pa prav te vplivajo na dolgoročni razvoj podeželja. Vsa podjetja ne rastejo, njihov prispevek pa je zaposlovanje na lokalni ravni, celovitejša izbira lokalno proizvedenih izdelkov in storitev. Pomemben je tudi vzor za posameznike, ki morda še razmišljajo o ustanovitvi in vodenju podeželskega podjetja.

Priložnosti so. Pri izkoriščanju priložnosti sta pomembna dejavnika: motivacija in znanje. Biti morajo podjetni in obvladati potrebne standarde, zakonodajo, strokovne detajle, procese in tehnologijo. Zato pa potrebujejo ustrezno znanje. Znanje je vzvod napredka, omogoča boljšo učinkovitost in prilagoditev razmeram na trgu, predstavlja pomemben element iskanja poslovnih priložnosti in uspešnosti (Autio, et al., 2000). Usposobljeni in motivirani ljudje bodo skrbeli za konkurenčno ponudbo, produktivnost, učinkovitost in za razvoj.

K celostnemu razvoju prispeva multidisciplinarno sodelovanje. Mreža svetovalnih in izobraževalnih storitev mora zagotavljati kvalitetno podjetniško usposabljanje posameznikov za medsebojno sodelovanje, za spremljanje verige posredovane vrednosti in rezultatov dela. Kljub na prvi pogled pestri ponudbi izobraževalnih možnosti, pa pregled ponudbe izobraževalnih in svetovalnih storitev kaže nazadovoljivo stanje.

Infrastrukturno opremljeno in demografsko dinamično slovensko podeželje predstavlja prostor, kjer se oblikujejo nove poslovne priložnosti (dopolnilne dejavnosti na kmetiji in druge tržno zanimive podjetniške dejavnosti in storitve), ki pa jih (ne)kmečko prebivalstvo še ne uspeva izkoriščati v zadostnem obsegu (ali zaradi nezadostne in neustrezne usposobljenosti, motiviranosti in informiranosti ali pa hitrejšega razvoja ne omogočajo tudi nekateri zunanji dejavniki, na katere posamezna kmetija nima velikega vpliva (Potočnik Savič, 2012). Balashova (Balashova et al., 2018) predlaga uvedbo ekosistemskih storitev z nemenom ustvarjanja priložnosti za razvoj podjetij: zmanjšanje proizvodnih stroškov z uvajanjem izboljšav in tehnologij, ki varčujejo z viri; ustvarjanje in promocija novih okolju prijaznih izdelkov in storitev; razvoj projektov in modelov upravljanja za

zmanjšanje negativnega vpliva na okolje; zmanjšanje tveganj, povezanih z izpostavljenostjo okolja.

Ni realno pričakovati zagona velikega števila inovativnih rastnih podjetij in ne trdimo, da se inovacije v tem kontekstu ne dogajajo. McKelvey in Zaring (2015) kažeta, da podjetništvo, ki je izpostavljeno velikemu tveganju, niti ni najmočnejše orodje za razvoj podeželskih območij. Namesto tega menimo, da je razvoj podeželskih gospodarstev pomemben in je potrebno novim in uveljavljenim malim gospodarstvom pomembno olajšati dostop do razpoložljivih znanj in veščin, trgov in financ. To lahko delno dopolnimo z razvojnim inkubatorjem kjer bodo mladi razvijali svoj podjetniško naravnost, svoje gospodarsko zanesljive ideje s trajnostnim poudarkom, tako na ekološkem kot na družbenem področju. Olajšan im dostop do strokovnih znanj, financ in trgov. Ciljna skupina so mladi gospodarji in podjetniki v novih podjetjih in organizacijah. Ideja je ustvariti platformo za razvoj poslovnih priložnosti v kmetijstvu in lesarski industriji ter sčasoma postati središče – center odličnosti za podeželje. S tem poudarkom bo trajnostni inkubator eden izmed pomembnih centrov razvoja na Gorenjskem.

Literatura

- Autio, E., Sapienza, H.J. & Almeida, J.G. (2000). Effects of age at entry, knowledge intensity, and immutability on international growth. *Academy of management journal*, 43, 909–924.
- Balashova, E, & Sharipova, S. (2018). Impact of ecosystem services on a sustainable business strategy in urban conditions. MATEC Web of Conferences 170. Dostopno na https://www.matec-conferences.org/articles/mateconf/pdf/2018/29/mateconf_spbwosce2018_01012.pdf
- Bešter, J. (2017). Ekonomsko učinkovito krožno gospodarstvo. Ljubljana: Inštitut za ekonomsko raziskovanje.
- CEPS (2017). Research Report No 2017/8, April 2017
- Chabra, D. (2010). Sustainable marketing of cultural and heritage tourism. London: *Routledge*.
- Caiazza, R. (2013) Benchmarking of business incubators. *Benchmarking an international journal*, 21 (6), 1062-1069.
- Conner, K.R. & Prahalad, C.K. (1996). A resource based theory of the firm: knowledge versus opportunism. *Organization science*, 7(5), 477-501.
- Covin, J.G. & Slevin, D.P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, 7-25.
- EMF. Ellen MacArthur Foundation. (2013). Towards the Circular Economy. Economic and business rationale for an accelerated transition. Cowes: Ellen MacArthur Foundation

- EMF. Ellen MacArthur Foundation. (2015). Towards the Circular Economy. Business rationale for an accelerated transition. Cowes: Ellen MacArthur Foundation.
- EU (2016). EU data open portal. Flash Eurobarometer 441: European SMEs and the circular economy. Dostopno na: <https://data.europa.eu/euodp/en/home>
- European Commission (2010). Importance of rural areas - Rurality according to the definition of rural areas as agreed by the European commission. Dostopno na http://ec.europa.eu/agriculture/statistics/rural-development/2013/ch31_en.pdf
- Eurostat (2013). Diversification and quality of live in rural areas. Eurostat – *Labor force survey*, 2013. Dostopno na http://ec.europa.eu/agriculture/statistics/rural-development/2013/ch35_en.pdf
- Evropska komisija (2017). Poročilo komisije evropskemu parlamentu, svetu, evropskemu ekonomskosocialnemu odboru in odboru regij o izvajanju akcijskega načrta za krožno gospodarstvo, COM(2017) 33 final, Bruselj. Dostopno na <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2017/SL/COM-2017-33-F1-SL-MAIN-PART-1.PDF>
- Felzensztein, C. & Gimmon, E. (2009). Social networks and marketing cooperation in entrepreneurial clusters: An international comparative study. *Journal of international entrepreneurship*.
- Flecho, R. & Santa Cruz. I. (2011). Cooperation for economic success: The Modragon case. *Analyse and kritike*, 01/2011, 157-170.
- Hamari, M., Sjöklint, M. & Ukkonen, A. (2015). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the association for information science and technology*. Dostopno na https://www.researchgate.net/publication/255698095_The_Sharing_Economy_Why_People_Participate_in_Collaborative_Consumption
- Harpa, E. Sorina, M. & Rus, D. (2015). A predictive model of innovation in rural entrepreneurship. *Procedia Technology* 19, 471-478.
- Heller, K.A., Perleth, C., & Lim, T.K. (2005). The Munich model of giftedness designed to identify and promote gifted students. R. J., Sternberg, J. E., Davidson: *Conceptions of Giftedness*, 2 ed., Cambridge university press, 147-171.
- Heller, K.A. & Perleth, C. (2008). The Munich High Ability Test Battery (MHBT): A multidimensional, multimethod approach. *Psychology Science Quarterly*, Volume 50 (2), 173-188.
- Hirschi, C. (2009). Strengthening regional Cohesion: Local collaboration networks and sustainable development in Swiss rural areas. Institute for environmental decisions ETH Zurich.
- Hitt, M.A., Bierman, L., Shimizu, K. & Kochha, R. (2001). Direct and moderating effects of human capital on strategy and performance in professional service firms: a resource based perspective. *Academy of management journal*, 44(1), 13-28.
- Isenberg, D. (2011). The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. Babson College. Dostopno na http://www.wheda.com/uploadedFiles/Website/About_Wheda/Babson%20Entrepreneurship%20Ecosystem%20Project.pdf
- Karaev, A., Koch, S.C. & Szamosi, L.T. The cluster approach and SME competitiveness: a review. *Journal of manufacturing technology management*, 2007: 18(7), 818-835.

- Korsgaard, S., Müller, S. & Tanvig, H. (2015), "Rural entrepreneurship or entrepreneurship in the rural – between place and space", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(1), 5-26. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2013-0205>
- Kuratko, D.,F. & LaFollete, W.R. (1987). Small business incubators for local economic development. *Economic development review*, 5 (2), 49-55.
- McKelvey, M., Zaring, Ljungberg, D. (2015). Creating innovative opportunities through collaborative research. *Technovaation*, 39-40.
- MOP. Ministrstvo za okolje in prostor (2015). Okvirni program za prehod v zeleno gospodarstvo. Dostopno na http://www.vlada.si/fileadmin/dokumenti/si/projekti/2016/zeleno/opzg_akcijski_nacrt_in_nacrt_aktivnosti.pdf
- Morris, M.H. (1998). *Entrepreneurial intensity: sustainable advantages for individuals, organizations, and societies*. Westport, CT: Quorum books.
- Mitchell, R.W., Woolischcroft, B. & Higham, J. (2010). Sustainable market orientation: A new approach to managing marketing strategy. *Journal of Macromarketing* 30(2), 160-170.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2011). The wise leader. *Harvard Business Review*, 89(5), 58–67.
- Nonaka, I., Toyama, R. & Hirata, T. (2008). Managing flow. *Palgrave MacMillan*. Basingstoke: UK. p.7.
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company*. Oxford university press.
- OECD (2015). Dostopno na <http://www.oecd.org/governance/regional-policy/oecdworkonruraldevelopment.htm>
- Ozdemir, O.C., Sehitoglu, Y. (2013). Assessing the impact of technology business incubators. A framework for technology development centers in Turkey, *Procedia – social and behaviour sciences*, 75, 281-91.
- Paris-Ortiz, M., Devece-Carañana, C., A. & Navarro-Garcia, A.(2018). Organizational learning capability and open innovation. *Management decision*. Dostopno na: <https://doi.org/10.1108/MD-02-2017-0173>
- Polanyi, M. (1966). *The tacit dimension*. Routledge and Kegan Paul.
- Porter, M. (1990). The competitive advantage of nations. *The free press*, New York, NY.
- Porter, E.M. & Kramer, M.R. (2011). Creating shared value. *Harvard business review*, January-february, 2011.
- Potočnik Slavič, I. (2012). Potenciali dopolnilnih dejavnosti in podjetništva na podeželju. Oddelek za geografijo Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani
- Program razvoja podeželja RS 2014-2020 (2015). Dostopno na <http://www.program-podezelja.si/sl/>
- Rebernik, M, Tominc, P., Širec, K., Bradač Hojnik, B., Rus, M. & Crnogaj, K. (2018). Neizkoriščen podjetniški potencial, GEM Slovenija, 2018.
- Rizos, V., Tuokko, K. in Behrens, A. (2017). The Circular Economy: A review of definitions, processes and impacts. CEPS Research Report No 2017/8, April 2017.
- RRA Gorenjske (2019). Regionalni razvojni program Gorenjske regije. Dostopno na http://www.bsc-kranj.si/library/files/upload/RRP%20GORENJSKE%2020212027_strateški%20del.pdf
- SURS, (2019). Republika Slovenija Statistični urad. Dostopno na <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/8621>

- Senoo, D., Magnier-Watanabe, R. & Salmador, M.P. (2007). Workplace reformation, active ba and knowledge creation. From conceptual to a practical framework. *European journal of management*, 10 (3), 296-315
- Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D., Skuras, D. (2004) Rural entrepreneurship in Europe. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research. Vol. 10
- Širec, K., Bradač Hojnik, B., Denac, M., Močnik, D. (2018). Slovnska podeja in krožno gospodarstvo. Slovenski podjetniški observatorij. Dostopno na <https://ipmmp.um.si/slovenski-podjetniski-observatorij/spo-monografije/>
- UN (2019). United Nations. Sustainable development goals. Dostopno na <http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals>
- Vidic, F. (2018). Entrepreneurial orientation and knowledge creation and their impact on company performance. *Socioeconomic challenges*, ISSN, 2, (3), 37-48. Dostopno na <http://armgpublishing.sumdu.edu.ua/journals/sec/volume-2-issue-3/article-3/>.
- Vidic, F., Pogačnik, M. (2016). Medsebojno povezovanje institucij in razvoj znanja na podeželju. 35. mednarodna konferenca o razvoju organizacijskih znanosti 16. –18. marec 2016, Portorož, str. 889 – 901.
- Vidic, F. (2014). Lokalna omrežja in trajnostni razvoj podeželja. 3.konferenca z mednarodno udeležbo-konferenca VIVUS s področja kmetijstva, naravovarstva, hortikulture in floristike ter živilstva in prebrane, Strahinj, 14.-15.november 2014.
- Wiklund, J. (1999). The sustainability of the entrepreneurial orientation-performance relationship. *Entrepreneurship theory and practice*, 37-48.
- Zakon o kmetijstvu s spremembami (Uradni list RS, št. 45/08, 57/12, 90/12 – ZdZP VH VVR, 26/14, 32/15, 27/17 in 22/18).