

Urednica zbirke
Barbara Bradač Hojnik

PODJETNIŠKA DEMOGRAFIJA IN ZNAČILNOSTI PODJETNIŠTVA MLADIH

Slovenski podjetniški observatorij 2023

Avtorji
Karin Širec
Barbara Bradač Hojnik
Dijana Močnik





Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta

Knjižna zbirka:

Slovenski podjetniški observatorij / Slovenian Entrepreneurship Observatory

Urednica zbirke:

Barbara Bradač Hojnik

Podjetniška demografija in značilnosti podjetništva mladih

Slovenski podjetniški observatorij 2023

Avtorji:

Karin Širec

Barbara Bradač Hojnik

Dijana Močnik



April, 2024

Naslov: Podjetniška demografija in značilnosti podjetništva mladih
Podnaslov: Slovenski podjetniški observatorij 2023
Title: Entrepreneurial Demographics and Characteristics of Youth Entrepreneurship
Subtitle: Slovenian Entrepreneurship Observatory 2023
Avtorji: Karin Širec, Barbara Bradač Hojnik (Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta),
Dijana Močnik (Univerza v Mariboru, Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko)
Knjižna zbirka: Slovenski podjetniški observatorij / Slovenian Entrepreneurship Observatory
ISSN: 3023-9818 (spletna izdaja) 1854-8040 (tiskana izdaja)
Urednica zbirke: Barbara Bradač Hojnik (Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta)
Recenzija: Mirela Alpeza (Univerza v Osijeku, Ekonomska fakulteta)
Katja Crnogaj (Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta)
Jezikovni pregled: Alenka Plos (Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta)
Grafične priloge: Viri so lastni, razen če ni navedeno drugače. Širec, Bradač Hojnik, Močnik (avtorice), 2024
Oblikovanje: Nebia, d.o.o.
Grafika na ovitku: iStock.com, 2024
Založnik: Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba, Slomškov trg 15, 2000 Maribor, Slovenija
<https://press.um.si>, zalozba@um.si
Izdajatelj: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Razlagova ulica 14, 2000 Maribor, Slovenija,
<https://www.epf.um.si>, epf@mb.si
Izdaja: Prva izdaja
Vrsta publikacije: E-knjiga
Dostopno na: <https://press.um.si/index.php/ump/catalog/book/865>
Izid: Maribor, april 2024



© Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba

University of Maribor, University Press

Besedilo / Text © Širec, Bradač Hojnik, Močnik (avtorice), 2024

To delo je objavljeno pod licenco Creative Commons Priznanje avtorstva 4.0 Mednarodna. / *This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License.*

Uporabnikom je dovoljeno tako nekomercialno kot tudi komercialno reproduciranje, distribuiranje, dajanje v najem, javna priobčitev in predelava avtorskega dela, pod pogojem, da navedejo avtorja izvirnega dela.

/ *This license allows reusers to distribute, remix, adapt, and build upon the material in any medium or format, so long as attribution is given to the creator. The license allows for commercial use.*

Vsa gradiva tretjih oseb v tej knjigi so objavljena pod licenco Creative Commons, razen če to ni navedeno drugače. Če želite ponovno uporabiti gradivo tretjih oseb, ki ni zajeto v licenci Creative Commons, boste morali pridobiti dovoljenje neposredno od imetnika avtorskih pravic. / *Any third-party material in this book is published under the book's Creative Commons licence unless indicated otherwise in the credit line to the material. If you would like to reuse any third-party material not covered by the book's Creative Commons licence, you will need to obtain permission directly from the copyright holder.*

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Slovenski podjetniški observatorij financirajo Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje investicij, podjetništva in internacionalizacije – SPIRIT Slovenija, Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport in Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije.

CIP - Kataložni zapis o publikaciji

Univerzitetna knjižnica Maribor

334.72-053.6(497.4)(0.034.2)

ŠIREC, Karin

Podjetniška demografija in značilnosti podjetništva mladih [Elektronski vir] : Slovenski podjetniški observatorij 2023 / avtorji Karin Širec, Barbara Bradač Hojnik, Dijana Močnik.

- 1. izd. - E-knjiga. - Maribor : Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba, 2024

Način dostopa (URL): <https://press.um.si/index.php/ump/catalog/book/865>

ISBN 978-961-286-847-5 (Pdf)

doi: 10.18690/um.epf.3.2024

COBISS-SI-ID 192621571

ISBN: 978-961-286-847-5 (pdf), 978-961-286-848-2 (mehka vezava)

DOI: <https://doi.org/10.18690/um.epf.3.2024>

Cena: Brezplačni izvod.

Odgovorna

oseba založnika: red. prof. dr. Zdravko Kačič, rektor Univerze v Mariboru

Citiranje: Širec, K., Bradač Hojnik, B., Močnik, D. (2024). *Podjetniška demografija in značilnosti podjetništva mladih: Slovenski podjetniški observatorij 2023*. Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba.

doi: 10.18690/um.epf.3.2024

Vsebina

Uvodni povzetek	1
Executive summary	11
Temeljne značilnosti slovenskega podjetništva in primerjava z evropskim	21
1 Temeljne značilnosti slovenskega podjetništva v letu 2022 ter primerjava Slovenije in EU-27 v letu 2021	23
1.1 Uvodni pregled stanja	23
1.2 Število podjetij in prihodek	27
1.2.1 Število podjetij	27
1.2.2 Ustvarjeni prihodek	34
1.3 Število zaposlenih oseb	40
1.3.1 Povprečno število zaposlenih na podjetje	40
1.3.2 Deleži zaposlenih	43
1.4 Dodana vrednost	44
1.4.1 Struktura ustvarjene dodane vrednosti	44
1.4.2 Dodana vrednost na zaposlenega	48
2 Sklepna spoznanja in ugotovitve	57
Literatura in viri	63
Priloga	66
Zbirni podatki ob zaključku poglavja	66
Podjetništvo mladih v Sloveniji in Evropi	69
1 Uvod	71
2 Okvir podjetništva mladih	74
2.1 Koncept podjetništva mladih	74
2.1.1 Problematika opredeljevanja mladih	75
2.1.2 Razlikovalne značilnosti podjetništva mladih od drugih starostnih skupin	76
2.2 Izbrane pojavne oblike podjetništva mladih	77
2.3 Vloga izobraževanja in usposabljanja pri spodbujanju podjetništva mladih	83
2.4 Vloga podpornega okolja pri razvoju podjetnosti mladih	85

3	Podjetništvo mladih v kontekstu nacionalne in globalne politike	88
3.1	Pregled podjetništva mladih v kontekstu globalne in evropske politike	88
3.1.1	Globalni kontekst	88
3.1.2	Evropski kontekst	89
3.2	Programi in instrumenti podpore za mlade podjetnike	91
3.2.1	Uvod v podporne programe za mlade podjetnike	91
3.2.2	Analiza trenutne podpore podjetništvu mladih na ravni EU	92
3.3	Nacionalne politike za spodbujanje podjetništva mladih v Sloveniji	94
3.3.1	Značilnosti mladih v Sloveniji	94
3.3.2	Politika za mlade v Sloveniji	95
3.3.3	Izbrane iniciative za spodbujanje podjetništva mladih	97
3.3.4	Analiza programov za podporo mladim podjetnikom v Sloveniji	99
4	Stanje podjetništva mladih v Sloveniji in EU	101
4.1	Samozaposlovanje mladih	101
4.2	Podjetniška aktivnost mladih po fazah podjetniškega procesa	104
4.3	Osnovne značilnosti podjetniške aktivnosti mladih	107
4.4	Socialno podjetništvo in družbena odgovornost mladih	110
4.5	Izzivi in ovire za mlade podjetnike	113
4.5.1	Strah pred neuspehom	113
4.5.2	Pomanjkanje vzornikov	114
4.5.3	Dostop do financiranja	114
4.5.4	Razlike med spoloma v podjetništvu mladih	117
5	Usmerjanje mladih v podjetništvo: izobraževanje, rast in podpora	121
5.1	Izobraževalni programi in veščine	121
5.2	Inovacije in rast med mladimi podjetniki	123
5.3	Ekspertna ocena podpornih sistemov za mlade podjetnike	127
5.3.1	Uvod in predstavitev orodja <i>Better Entrepreneurship Policy Tool</i>	127
5.3.2	Metodologija raziskave	127
5.3.3	Predstavitev rezultatov po modulih	127
5.3.4	Sklepna analiza podpornih mehanizmov za mlade podjetnike	133
6	Zaključek	136
6.1	Sklepna spoznanja	136
6.2	SWOT analiza podjetništva mladih	139
6.3	Priporočila podpornemu okolju	141
	Literatura in viri	143
	Avtorji	150
	Kazalo slik in tabel	166



UVODNI POVZETEK

V 23. ciklu raziskovanja v okviru Slovenskega podjetniškega observatorija smo na Inštitutu za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru izvedli raziskavo, katere cilj je bil proučiti demografijo slovenskih podjetij in značilnosti podjetništva mladih v Sloveniji in primerjalno z Evropo. Kot vsako leto, smo tudi tokrat v prvem delu raziskave Slovenskega podjetniškega observatorija analizirali demografske značilnosti slovenskih podjetij, medtem ko smo drugi del posvetili aktualni temi tako v slovenskem kot evropskem gospodarstvu, analizi podjetništva mladih. Demografska analiza je bila usmerjena v razumevanje profilov slovenskih podjetij na podlagi različnih kriterijev, kot so število podjetij, njihova velikost, ustvarjen prihodek, stroški dela in dodana vrednost, razčlenjeno po dejavnosti, regiji in velikosti podjetja. Proučevanje značilnosti podjetništva mladih je zagotovilo vpogled v dinamiko podjetništva v izbrani ciljni skupini z namenom oblikovanja učinkovitih ukrepov spodbujanja razvoja podjetništva mladih.

Demografija slovenskih podjetij

V prvem poglavju smo analizirali slovenska podjetja in samostojne podjetnike, ki so v letu 2022 opravljali gospodarske dejavnosti v vseh panogah SKD. Uporabili smo najnovejše dostopne podatke za primerjavo med nefinančnim sektorjem gospodarstva EU-27 in Slovenijo, temelječ na informacijah AJPES za leto 2022 in Eurostat za 2021. Analizirali smo 70.071 gospodarskih družb in 48.940 samostojnih podjetnikov. V nasprotju s Poslovnim registrom Slovenije (PRS), ki vključuje vse poslovne subjekte, AJPES zbira podatke le o tistih, ki predložijo letno poročilo. V letu 2022 je PRS zajemal 74.845 gospodarskih družb in 111.595 samostojnih podjetnikov. Razlike v številu prihajajo iz gospodarskih družb v postopku stečaja ali likvidacije in samostojnih podjetnikov, obdavčenih na podlagi ugotovljenega dobička z normiranimi odhodki, ki niso dolžni predložiti letnega poročila.

Analiza stanja slovenskih podjetij v letu 2022 razkriva rast gospodarskih družb za 1,4 % in upad števila samostojnih podjetnikov za 2,2 % v primerjavi z letom 2021. Kljub manjšim nihanjem v številu

podjetij je bilo opaženo povečanje števila novoustanovljenih gospodarskih družb in zmanjšanje števila stečajev. Analiza po velikostnih razredih, regijah in dejavnostih kaže, da struktura podjetij po velikostnih razredih ostaja nespremenjena.

V primerjavi z EU je v Sloveniji opazna podobna struktura gospodarskih dejavnosti, pri čemer slovenska podjetja beležijo rast zaposlenosti in finančnih kazalnikov. V letu 2022 je bilo zabeleženo povečanje števila zaposlenih in izboljšanje finančnih kazalnikov kot so prihodki poslovanja, dodana vrednost na zaposlenega in neto poslovni izid. Kljub pozitivnim trendom pa so prisotni tudi izzivi, kot so manjši delež velikih podjetij in visok delež stroškov dela v dodani vrednosti, ki imajo vpliv na konkurenčnost slovenskih podjetij. Za nadaljnjo krepitev gospodarskega okolja in podporo podjetništvu bi bilo potrebno spodbujati inovacije, izboljšati dostop do financiranja in dodatno razvijati ciljno usmerjeno podporno okolje za podjetnike.

Analiza števila podjetij

V letu 2022 je bilo v Sloveniji 119.011 podjetij, kar je primerljivo z letom prej (119.130). Med njimi prevladujejo mikro podjetja (72 %), najmanj pa je velikih podjetij (0,2 %). Opazno je povečanje deleža velikih podjetij za 4,6 % v primerjavi z letom 2021.

Največji delež podjetij na 1.000 prebivalcev je še vedno v osrednjeslovenski regiji (35,2 %), kar odraža njeno osrednjo gospodarsko pozicijo v Sloveniji. To nakazuje na potrebo po spodbujanju podjetništva in rasti na regionalni ravni, z možnostjo prilagojenih razvojnih ukrepov, ki bi lahko vključevali finančne spodbude, izobraževanje in infrastrukturne izboljšave, da bi se podprlo podjetniško aktivnost in zagotovilo bolj uravnotežen gospodarski razvoj po vseh regijah.

Analiza ustvarjenega prihodka podjetij

Ustvarjeni prihodek poslovanja slovenskih podjetij je leta 2022 znašal 150,1 milijarde evrov, kar predstavlja 22 % rast v primerjavi z letom 2021. Največji delež prihodka, 32,4 %, je prispevala trgovinska dejavnost, sledile so predelovalne dejavnosti z 28,3 %, kar odraža njihovo pomembnost in povezanost s tujimi trgi. Prihodki od prodaje na tujih trgih so znašali 65 milijarde evrov, predstavljali so 43,2 % celotnih prihodkov. Pri tem so v slovenskem izvozu pomembne predelovalne dejavnosti z 45,4 % deležem. Analiza prihodkov poslovanja na zaposleno osebo v različnih sektorjih razkriva, da so jih največ dosegle oskrbovalne dejavnosti z energenti, finančne storitve in trgovino, medtem ko so izobraževanje, zdravstvo in socialno varstvo imeli najnižji prihodek na zaposlenega, kar nakazuje na različne tržne dinamike in stopnje odvisnosti od javnega financiranja.

Analiza števila zaposlenih

Analiza števila zaposlenih in samozaposlenih v Sloveniji kaže na povečanje skupnega števila zaposlenih iz 2021 na 2022 s 598.039 na 609.979. Zanimivo je, da se je število zaposlenih zmanjšalo le v mikro podjetjih, medtem ko so mala, srednje velika in velika podjetja pokazala počasno rast zaposlovanja. MSP so predstavljala večino zaposlenih, kar nakazuje njihov ključni vpliv na slovensko gospodarstvo. Povprečna velikost podjetij se je rahlo povečala, pri čemer velika podjetja zaposlujejo največ ljudi (29,1 %). Analiza po dejavnostih kaže, da je največ zaposlenih v predelovalni dejavnosti, sledi trgovina, medtem ko rudarstvo zaseda zadnje mesto. Razlike v zaposlenosti po dejavnostih med Slovenijo in EU-27 odražajo različne stopnje gospodarske specializacije in strukturne razlike. Razvoj in spremembe v številu zaposlenih so posledica različnih dejavnikov, kot so gospodarska politika, vlaganja v infrastrukturo in razvoj ter trgovinske strategije držav.

Analiza dodane vrednosti podjetij

V Sloveniji je bilo leta 2022 ustvarjenih 33,8 milijarde evrov dodane vrednosti, kar predstavlja 9 % rast v primerjavi z letom 2021. Dodana vrednost na zaposlenega se z velikostjo podjetij povečuje, pri čemer so velika podjetja prispevala 35,5 % celotne dodane vrednosti. To poudarja njihovo zmožnost doseganja večje učinkovitosti in specializacije. Kljub temu je celotni delež dodane vrednosti, ki ga ustvarijo MSP, visok in kaže na njihovo pomembno vlogo v gospodarstvu.

Sicer so največji delež dodane vrednosti ustvarile predelovalne dejavnosti, sledijo trgovina, promet in skladiščenje ter gradbeništvo, kar odraža pomembnost industrijskega sektorja in infrastrukturnega razvoja v Sloveniji. Strokovne, znanstvene, tehnične ter informacijske in komunikacijske dejavnosti skupaj prispevajo pomemben delež, kar poudarja vlogo inovacij in tehnološkega napredka. Podatki kažejo na dinamičnost slovenskega gospodarstva, kjer inovacije, tehnološki napredek in sposobnost optimizacije procesov igrajo ključno vlogo pri ustvarjanju dodane vrednosti.

Skupne ugotovitve demografske analize podjetij

V letu 2022 je bilo v Sloveniji opaziti stabilno in pozitivno gospodarsko aktivnost, kljub nekaterim nihanjem. Število zaposlenih je naraslo za 2 %, ustvarjen prihodek poslovanja pa je zabeležil 21,5 % rast. Dodana vrednost se je povečala za 9 %, čeprav so stroški blaga, materiala in storitev zrasli za 26 %, kar kaže na to, da rast prihodka ni neposredno vplivala na enako rast dodane vrednosti.

Mala podjetja so bila še posebej dinamična, saj so zabeležila nadpovprečno rast zaposlenosti in dodane vrednosti. Rast dodane vrednosti v srednje velikih podjetjih je bila počasnejša. Analiza izvoza kaže, da so mala podjetja zabeležila največjo rast izvoznih prihodkov, medtem ko so mikro podjetja doživela zmanjšanje izvoza.

Analiza po regijah kaže, da je bila zaposlenost povečana v vseh regijah razen v jugovzhodni Sloveniji. Zasavska regija je izstopala z najvišjo rastjo zaposlenosti. Osrednjeslovenska regija pa je vodilna pri ustvarjenem prihodku (47,6 %).

Najvišjo rast dodane vrednosti so imele kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti. Oskrba z električno energijo, plinom in paro pa je doživela znatno zmanjšanje dodane vrednosti zaradi visokih stroškov blaga, materiala in storitev. Gostinstvo je zabeležilo največjo rast izvoznih prihodkov, kar kaže na okrevanje te dejavnosti.

Za izboljšanje učinkovitosti in povečanje dodane vrednosti v slovenskem gospodarstvu so ključni naložbe v izobraževanje in usposabljanje, spodbujanje inovacij in tehnološki razvoj ter povezovanje z globalnimi trgi.

Podjetništvo mladih

V drugem delu raziskave Slovenski podjetniški observatorij smo podrobneje preučili dinamiko podjetništva mladih v Sloveniji in po Evropski uniji, s posebnim poudarkom na identifikaciji specifičnih izzivov in priložnosti, s katerimi se mladi podjetniki srečujejo v današnjem hitro spreminjajočem se gospodarskem okolju. S tem smo želeli prispevati k boljšemu razumevanju potreb in aspiracij mladih podjetnikov ter ponuditi vpogled v načine, kako lahko oblikovalci politik, izobraževalne institucije in podporni ekosistem delujejo skupaj za ustvarjanje bolj spodbudnega okolja za podjetništvo mladih.

Podjetništvo mladih je ključnega pomena za ekonomsko vitalnost in inovacijsko zmogljivost v Sloveniji in po vsej Evropski uniji. Kljub svojemu pomenu pa se mladi podjetniki soočajo z mnogimi

izzivi, kot so finančne omejitve, pomanjkanje izkušenj in težave pri dostopu do finančnih virov. Ta raziskava se osredotoča na analizo trenutnega stanja podjetništva mladih v Sloveniji in EU ter proučuje vplive, ki spodbujajo ali zavirajo njihov podjetniški razvoj. Raziskava izpostavlja ključne dejavnike, ki vplivajo na odločitev mladih za vstop v podjetništvo, in proučuje obstoječe podpirne mehanizme ter politike, ki so namenjeni podpori in izboljšanju njihove podjetniške poti. Namenjena je identifikaciji ključnih izzivov in priložnosti ter razvoju strategij za izboljšanje podpornega okolja za mlade podjetnike.

Koncept podjetništva mladih

Podjetništvo mladih se odraža v vitalnosti, inovativnosti in edinstveni sposobnosti mladih, da povezujejo nove ideje z ekonomskim razvojem in družbenim napredkom. Mladi podjetniki, običajno med 18. in 24. ali 29. letom starosti, prispevajo k ekonomiji s svojo pripravljenostjo za sprejemanje tveganj, ustvarjanjem novih delovnih mest in vodenjem raznolikih podjetij, ki segajo od tehnoloških start-upov do socialnih podjetij. Kljub izzivom, kot so finančne omejitve in pomanjkanje izkušenj, mladi podjetniki ostajajo gonilna sila inovacij in gospodarske rasti. Njihova motivacija sega preko finančnih pričakovanj, saj so pogosto vodeni s strastjo do določenega področja ali želje po družbenem vplivu.

Definicije mladih se razlikujejo glede na različne institucionalne in kontekstualne okvire, kar poudarja raznolikost in kompleksnost populacije mladih. Pri preučevanju podjetništva mladih je pomembno upoštevati te razlike, ki odražajo širok spekter življenjskih razmer, interesov in potreb. Podjetništvo mladih se razlikuje od podjetništva v drugih starostnih skupinah, ki zato zahtevajo prilagojene strategije in inovativne rešitve za uspeh v dinamičnem in konkurenčnem okolju.

Vloga izobraževanja in podpornega okolja pri podjetništvu mladih

Izobraževanje in usposabljanje imata ključno vlogo pri spodbujanju podjetništva mladih, saj mladim podjetnikom nudita znanja in orodja, potrebna za uspeh v kompleksnem podjetniškem procesu. Razvoj podjetniških veščin, spodbujanje podjetniške miselnosti, pomen formalnega izobraževanja, vseživljenjsko učenje, pridobivanje praktičnih izkušenj ter pomen mentorstva in mreženja so ključni elementi, ki jih mora vsebovati izobraževalni sistem, da podpre mlade podjetnike. Podjetniško izobraževanje poudarja razvoj ključnih kompetenc, kot so samozavest, mreženje, obvladovanje tveganja, kreativnost, iniciativnost in reševanje problemov, kar mladim omogoča, da inovativno pristopajo k podjetništvu in se soočajo z izzivi.

Podporni ekosistem igra vitalno vlogo pri razvoju podjetnosti mladih, saj zagotavlja ugodno okolje za rast in razvoj mladih podjetnikov. Ključni dejavniki uspeha vključujejo politike in strategije, ki spodbujajo podjetniško izobraževanje, zagotavljanje potrebnih virov, učinkovito upravljanje in partnerstva med izobraževalnimi ustanovami in gospodarstvom, usposabljanje in podporo učiteljem ter razvoj učnih načrtov in pedagoških pristopov, ki so usklajeni s potrebami gospodarstva. Poudarek je na spodbujanju kritičnega mišljenja, fleksibilnosti, ustvarjalnosti in praktičnih izkušenj skozi neformalno učenje in projektno delo, kar mladim omogoča, da razvijejo realne izkušnje in kompetence, potrebne za uspeh v podjetništvu. Razvoj podpornega podjetniškega ekosistema, ki vključuje raznolike finančne in nefinančne ukrepe, kot so mentorstvo, mreženje in dostop do financiranja, je ključen za spodbujanje podjetniškega duha med mladimi in zagotavljanje, da se odločijo za podjetniško pot.

Kontekst globalne in nacionalne politike za podjetništvo mladih

Pregled podjetništva mladih v globalnem in evropskem kontekstu poudarja, da tako globalne kot evropske institucije vse bolj prepoznavajo pomembnost mladih podjetnikov za gospodarski razvoj, inovacije in ustvarjanje delovnih mest. Globalne politike so usmerjene v zmanjšanje ovir za mlade podjetnike, izboljšanje dostopa do financiranja in krepitev podjetniških kompetenc preko izobraževanja in mentorstva. Evropska unija sledi podobnim ciljem, z dodatnim poudarkom na boju proti brezposelnosti mladih in spodbujanju podjetniške miselnosti. Organizacije, kot so UNESCO, Svetovna banka, UNIDO in druge, igrajo ključno vlogo v podpori mladim podjetnikom z različnimi programi, ki spodbujajo izmenjavo znanja, inovativno izobraževanje in mednarodno sodelovanje.

V Sloveniji mladi podjetniki prejemajo podporo preko vrste različnih nacionalnih politik in programov, ki so usmerjeni v izboljšanje pogojev za podjetništvo, vključevanje mladih v gospodarske, kulturne in politične dejavnosti ter spodbujanje inovativnosti in podjetniških spretnosti. Različne iniciative zagotavljajo mentorstvo, finančno podporo in platforme za mreženje. Takšni programi ne le da krepijo podjetniško znanje in spretnosti mladih, ampak tudi spodbujajo njihovo vključenost v podjetniško skupnost.

Analiza programov za podporo mladim podjetnikom v Sloveniji razkriva širok spekter podpore, ki zajema usposabljanje, svetovanje, mentorstvo, finančno podporo in pobude za mreženje. Kljub temu se kažejo tudi potrebe po izboljšavah, zlasti v smislu regulativne podpore in bolj prilagojenega financiranja. Prihodnji razvoj politik bi moral nasloviti te vrzeli in še naprej graditi na obstoječih uspehih, da bi mladim podjetnikom v Sloveniji zagotovil celovito in učinkovito podporno okolje.

Stanje podjetništva mladih v Sloveniji in EU

Podjetništvo mladih v EU predstavlja vitalno komponento za inovacije in gospodarsko rast, saj približno 40 % do 45 % mladih, starih od 18 do 30 let, izkazuje zanimanje za podjetništvo. Kljub temu pa se v prakso preljuje le manjši del tega interesa, saj se le majhen odstotek teh mladih samozaposli ali ustanovi podjetje. To nakazuje na pomemben neizkoriščen podjetniški potencial, saj bi EU lahko pridobila dodatnih 800 tisoč mladih podjetnikov, če bi bili ti enako dejavni kot njihovi starejši kolegi, stari od 30 do 49 let.

V letu 2020 je bilo v EU zabeleženih približno dva milijona samozaposlenih mladih v starostni skupini 20 do 29 let, kar predstavlja 7 % delovno aktivnih v tej starostni skupini, a le polovico splošnega deleža samozaposlenih v celotni delovno aktivni populaciji, ki znaša 14 %. Delež samozaposlenih mladih se je v zadnjem desetletju v EU ohranjal na relativno stabilni ravni, kar odraža trajno nižjo odločanje mladih za samozaposlitev v primerjavi z odraslo populacijo.

Raziskava Globalni podjetniški monitor poudarja dinamiko podjetniške aktivnosti mladih skozi različne faze, pri čemer je v obdobju 2018–2022 okoli 5 % mladih bilo aktivno vključenih v ustanavljanje podjetij, medtem ko je bil delež tistih, ki so uspešno prešli v vodenje novih podjetij, manjši in znaša manj kot 4 %. Približno 23 % mladih podjetnikov je delovalo v podjetniških timih s tremi ali več člani, kar je več v primerjavi s celotno populacijo podjetnikov (20 %).

Kljub izrazitemu interesu za podjetništvo se mladi v EU soočajo z različnimi izzivi, vključno z dostopom do financiranja in tržnih priložnosti. Delež mladih, ki ustanovijo podjetja iz nujnosti zaradi težav pri iskanju zaposlitve, je v EU približno 17 %, kar je nekoliko manj v primerjavi s celotno populacijo podjetnikov, kjer ta delež znaša 20 %. Razlike v motivaciji za podjetništvo med državami članicami so obsežne, kar odseva različne ekonomske in družbene pogoje.

Mladi podjetniki v EU pogosteje kot splošna populacija samozaposlenih delujejo v sektorjih z nizko kapitalsko intenzivnostjo, kot so kmetijstvo, gozdarstvo in ribištvo, kjer je bila skoraj tretjina (30 %) mladih delavcev samozaposlenih. Približno 35 % samozaposlenih mladih ima terciarno izobrazbo, ki odraža velik pomen izobraževanja v podjetniškem procesu. Podjetniško izobraževanje, ki je vedno pogosteje vključeno v univerzitetne programe, igra ključno vlogo pri razvoju podjetniških veščin mladih, s čimer se povečuje njihov potencial za uspeh in inovativnost v podjetništvu.

Socialno podjetništvo in mladi

Socialno podjetništvo mladih se uveljavlja kot inovativen pristop k reševanju družbenih izzivov, združujoč podjetniške veščine z družbeno odgovornostjo in trajnostnim razvojem. Kljub visoki motiviranosti in inovativnosti mladih socialnih podjetnikov, se ti soočajo z več izzivi, med katerimi so pomanjkanje finančnih sredstev in izkušenj, omejene mreže in regulativne ovire. Merjenje družbenega vpliva je še ena izmed ključnih težav, s katerimi se srečujejo, poleg skepticizma in pomanjkanja razumevanja socialnega podjetništva.

Raziskava Mladina 2020 kaže, da je jasen cilj ali vizija pri delu pomemben za 5,4 % mladih v Sloveniji, 31,8 % jih poudarja družbeno koristnost dela kot pomembno, medtem ko 31,6 % mladim pomoč drugim skozi svoje delo predstavlja vrednoto. Presenetljivo je, da 48,1 % mladih meni, da znajo prepoznati poslovne priložnosti v družbenih problemih, vendar le 7 % mladih izraža, da so pri izbiri poklicne poti vodeni s pomočjo drugih in družbeno pomembnostjo dela.

Kljub temu raziskava Eurobarometer razkriva, da je seznanjenost s socialnim podjetništvom v Sloveniji na primerljivi ravni z EU, čeprav obstaja prostor za izboljšave v poglobljenem razumevanju tega koncepta. Približno 66 % mladih v Sloveniji in 64 % v EU ima omejeno razumevanje socialnega podjetništva. Koncept socialnega podjetništva relativno dobro pozna le 31 % mladih v Sloveniji in 34 % v EU, kar nakazuje na potrebo po nadaljnjih izobraževalnih prizadevanjih za širjenje znanja o socialnem podjetništvu.

Percepcija podpore Evropske unije socialnim podjetnikom je med mladimi v Sloveniji in EU precej uravnotežena, saj 42 % mladih v Sloveniji in 43 % v EU meni, da so prizadevanja EU omejena ali delna. Vendar pa 54 % mladih v Sloveniji in 48 % v EU ocenjuje prizadevanja EU kot pozitivna, kar kaže na razmeroma boljše vrednotenje podpore EU v Sloveniji. Kljub temu pa obstaja potreba po bolj ciljnih usmerjenih in vidnejših programih podpore za mlade socialne podjetnike, da bi se povečala njihova učinkovitost in doseg.

Izzivi in ovire za mlade podjetnike

Izzivi in ovire, s katerimi se soočajo mladi podjetniki, segajo od psiholoških dejavnikov, kot je strah pred neuspehom, do povsem praktičnih težav, kot so pomanjkanje vzornikov in otežen dostop do financiranja.

V obdobju med letoma 2018 in 2022 je kar 45 % mladih v EU navedlo, da jih strah pred neuspehom odvrča od ustanavljanja podjetja. To je posebej izrazito v državah kot so Grčija (69 %), Italija (58 %) in Poljska (57 %), kjer kljub visoki stopnji strahu opazimo tudi visoko podjetniško aktivnost. Ta paradoks kaže na družbene norme in kulturo, ki stigmatizirata podjetniški neuspeh. V Sloveniji je ta strah izražen v manjši meri (36,7 %), kar nakazuje na bolj podjetniško spodbudno okolje ali večjo toleranco do tveganja med mladimi.

Mladi pogosto ne najdejo dostopa do uspešnih podjetniških vzornikov, kar omejuje njihov vpogled v podjetniški svet in zmanjšuje možnosti za učenje iz neposrednih izkušenj. Raziskave kažejo, da ima neposredno mentorstvo in prisotnost podjetniških vzorcev v družinskem krogu pozitiven vpliv na podjetniške ambicije mladih. Pomembno vlogo igra tudi ozaveščenost o obstoječih podpornih programih in virih za mlade podjetnike.

Dostop do financiranja ostaja ključna ovira za mlade podjetnike. Skoraj 40 % mladih v EU je kot glavno oviro navedlo pomanjkanje kapitala. Ta problem je postal še bolj izrazit v času pandemije COVID-19, ko so se pogoji za pridobivanje financiranja na trgu dodatno zaostri. V Sloveniji je občutek pomanjkanja kapitala kot ovire pod povprečjem EU, kar lahko nakazuje na bolj dostopna sredstva za zagon podjetij. Mladi podjetniki se pogosto zanašajo na osebne prihranke, družinsko in prijateljsko pomoč ter podjetniške inkubatorje. Vendar pa je ključno tudi razumevanje in izkoriščanje razpoložljivih virov financiranja, kot so nepovratna sredstva, garancije za posojila, mikrofinanciranje in alternativni viri, kot so množično financiranje in poslovni angeli.

Za premagovanje teh izzivov in ovir je potrebno ustvariti okolje, ki mlade podjetnike podpira s potrebnimi viri, mentorstvom in dostopom do financiranja ter spodbuja kulturo, ki neuspeh vidi kot del učnega procesa in ne kot konec podjetniške poti ali osebni neuspeh.

Vrzel med spoloma med mladimi podjetniki

V podjetništvu mladih je opazna izrazita vrzel med spoloma, ki je prisotna tako v Sloveniji kot v EU. Mladi moški so bili leta 2022 v EU 1,6-krat bolj verjetno samozaposleni kot njihove vrstnice, kar odraža podobno razmerje kot v celotni populaciji, kjer so moški 1,7-krat bolj verjetno samozaposleni. Ta vrzel se dodatno pogloblja v start-up sektorju, kjer ima manj kot 15 % podjetij z visokim potencialom rasti vsaj eno (so)ustanoviteljico. Kljub temu imajo nekatere države, kot sta Madžarska in Portugalska, skorajda ničelno vrzel med spoloma med mladimi samozaposlenimi, medtem ko so na Cipru in v Luksemburgu mlade ženske celo pogostejše kot mladi moški izbrale samozaposlitev. Vendar je na Hrvaškem, Malti, Slovaškem in Švedskem opaziti znatno večjo verjetnost, da se bodo mladi moški odločili za samozaposlitev v primerjavi z mladimi ženskami.

Ambicije po rasti med mladimi močno variirajo glede na spol, pri čemer mlade ženske bistveno manj pogosto izražajo visoka pričakovanja glede rasti svojega podjetja v primerjavi z mladimi moškimi. To kaže na potrebo po spodbujanju mladih žensk, da razvijajo večje ambicije in jih motivirajo k uresničevanju svojih podjetniških ciljev.

Vrzel med spoloma v podjetništvu ima več vzrokov, med drugim omejen dostop do virov, družbene in kulturne norme, pomanjkanje mentorjev in mreženja, ter strah pred neuspehom, ki je pogostejše izražen pri ženskah. Ti dejavniki skupaj tvorijo kompleksen nabor ovir, ki jih je treba nasloviti, da bi zagotovili enakopravno podjetniško okolje za mlade ne glede na spol. Rezultati kažejo, da je pomembno, da se v strategijah za spodbujanje podjetništva med mladimi zagotavlja, da mlade ženske prejmejo posebno podporo in spodbude, ki jih potrebujejo za uspeh v podjetništvu.

Usmerjanje mladih v podjetništvo-izobraževanje, rast in podpora

Podjetniško izobraževanje igra ključno vlogo pri usmerjanju mladih v podjetništvo, saj ne le dviguje ozaveščenost o pomenu podjetništva v družbi, ampak tudi spodbuja razvoj ključnih podjetniških veščin. Več kot polovica študentov v nekaterih evropskih državah poroča o izobraževanju na področju podjetništva, kar kaže na naraščajoče zanimanje za to področje. Vendar pa študije kažejo različne rezultate o učinkovitosti podjetniškega izobraževanja. Medtem ko nekatere raziskave dokazujejo

pozitivni vpliv na podjetniške namere in potencial mladih, druge ugotavljajo, da izobraževanje samo po sebi ne zagotavlja vedno zelenih rezultatov v praksi. Pomembno je poudariti, da lahko izobraževanje prinese dolgoročne koristi, ki se morda pokažejo šele po nekaj letih, ko se mladi dejansko podajo na podjetniško pot.

Kljub vlaganjem v podjetniško izobraževanje pa samozavest mladih v EU glede lastnih podjetniških veščin zaostaja za odraslo populacijo, kar kaže na potrebo po nadaljnem spodbujanju in razvijanju teh veščin med mladimi. Slovenija izstopa z nižjim deležem mladih, ki menijo, da imajo potrebne veščine za ustanovitev podjetja, v primerjavi z evropskim povprečjem, kar odraža specifične kulturne ali izobraževalne dejavnike pri nas.

Mladi podjetniki v EU so nekoliko bolj nagnjeni k uvajanju novih izdelkov in storitev od povprečja vseh podjetnikov, kar kaže na njihov potencial za ustvarjanje dodane vrednosti v gospodarstvu. Hkrati pa je pomembno opozoriti, da mladi podjetniki v povprečju kažejo nekoliko nižja pričakovanja glede rasti svojih podjetij kot ostali, kar bi lahko bilo povezano z različnimi izzivi in ovirami, s katerimi se soočajo na svoji podjetniški poti.

V kontekstu globalizacije in digitalizacije mladi podjetniki kažejo mednarodno izvozno naravnost in iščejo priložnosti na mednarodnih trgih. To je še posebej izrazito v državah z manjšimi domačimi trgi, kot so Luksemburg, Avstrija in Irsko. Slovenija izstopa z visokim deležem mladih podjetnikov, ki poročajo o izvozni aktivnosti, kar kaže na močno usmerjenost mladih podjetnikov k mednarodnim trgih.

Usmerjanje mladih v podjetništvo preko izobraževanja, spodbujanja inovacij in podpore pri rasti podjetij predstavlja pomemben korak k spodbujanju podjetniškega duha in zagotavljanju trajnega razvoja gospodarstva.

Analiza ekspertov o podpornem sistemu za mlade podjetnike

Analiza ekspertnih ocen o podpornih sistemih za mlade podjetnike v Sloveniji, opravljena s pomočjo orodja Better Entrepreneurship Policy Tool, razkriva raznoliko sliko glede dostopnosti in učinkovitosti podpornega okolja. Orodje, ki sta ga razvila Evropska komisija in OECD, omogoča celovit vpogled v različne dimenzije podjetniške podpore, kot so izobraževanje, financiranje in regulativni okviri.

Eksperti so podali ocene za šest ključnih modulov, ki vplivajo na podjetniško okolje: spretnosti, kultura, predpisi, strategije, finance in mreže. Njihove ocene odražajo stanje podjetniške podpore za mlade v Sloveniji in so pomembne za oblikovanje prihodnjih politik.

Modul *Spretnosti* je prejel visoke ocene, kar kaže na razvitost podjetniškega usposabljanja in svetovanja v Sloveniji. Vendar pa poudarja potrebo po boljšem spremljanju in vrednotenju teh programov, da bi se zagotovila njihova največja učinkovitost. Modul *Kultura* razkriva, da je podjetništvo med mladimi v Sloveniji dobro promovirano. Modul *Predpisi* izkazuje pozitivno oceno glede predpisov in postopkov za zagon podjetij v Sloveniji, vendar izpostavlja potrebo po izboljšanju spodbud v socialno-varnostnih sistemih in boljšem spremljanju regulativnega okolja.

Modul *Strategije* poudarja potrebo po boljšem usklajevanju politik in programov, ki so namenjeni mladim podjetnikom, ter izboljšanju dostopnosti finančnih sredstev. Modul *Finance* kaže na dobro povezanost finančne podpore z nefinančnimi podpornimi ukrepi, a hkrati izpostavlja potrebo po izboljšanju finančnih ponudb za zagon in razvoj podjetij. Modul *Mreže* poudarja uspešnost javnih iniciativ za mreženje, a opozarja na potrebo po boljšem identificiranju vrzeli v obstoječih omrežjih in izboljšanju merjenja učinka mrež.

Na podlagi teh ugotovitev lahko sklepamo, da je podporno okolje za mlade podjetnike v Sloveniji razmeroma dobro razvito, vendar so potrebna nadaljnja prizadevanja za izboljšanje učinkovitosti in prilagodljivosti podpornih mehanizmov, s katerimi bi se bolje odzvali na potrebe in izzive mladih podjetnikov.

Skupne ugotovitve analize podjetništva mladih

Raziskava o podjetništvu mladih v Sloveniji in Evropski uniji poudarja pomembno vlogo, ki jo imajo mladi podjetniki pri gospodarskem razvoju, z inovacijami, ustvarjanjem novih delovnih mest in prispevkom k družbenemu napredku. Kljub temu se mladi podjetniki soočajo z izzivi, kot so finančne omejitve, pomanjkanje izkušenj in dostop do podpornih mrež. Analiza razkriva potrebo po celovitih strategijah in podpornih mehanizmih za spodbujanje podjetništva mladih.

Strategije EU in Slovenije so usmerjene v izboljšanje podjetniškega ekosistema za mlade, vključno s podporo inovacijam, izobraževanju, usposabljanju in dostopu do financiranja. Vendar pa obstajajo ovire, kot je strah pred neuspehom, pomanjkanje vzornikov in izzivi pri prilagajanju na spremenljive delovne pogoje. Prav tako je opazna vrzel med spoloma v podjetništvu, ki kaže na potrebo po posebnih strategijah za podporo mladim podjetnicam.

Podjetniško izobraževanje je osnovnega pomena pri oblikovanju podjetniških kompetenc in ambicij mladih, a je potrebna njegova nadaljnja integracija v izobraževalni sistem. Inovativnost in mednarodna usmerjenost mladih podjetnikov kažejo na njihov potencial za prispevek k ekonomskemu napredku, a izpostavljajo potrebo po večji podpori in spodbudah.

Pripravljena SWOT analiza razkriva prednosti mladih podjetnikov, kot so inoviranje, tehnično znanje in razumevanje segmenta mladih, ter opozarja na slabosti, kot so finančne omejitve in pomanjkanje izkušenj. Priložnosti za razvoj obstajajo v digitalizaciji, spodbujanju podjetništva in sodelovanju, medtem ko nevarnosti vključujejo konkurenco, gospodarske spremembe in regulativne ovire.

Priporočila za podporno okolje vključujejo vzpostavitev regionalnih središč za mlade podjetnike, organizacijo start-up vikendov, razvoj spletnih izobraževalnih tečajev, spodbujanje partnerstev med izobraževalnimi ustanovami in podjetji za zagotavljanje praktičnih izkušenj ter še intenzivnejšo integracijo podjetništva v formalno izobraževanje.

Zaključki raziskave sicer kažejo obstoj podpore in ukrepov za podjetništvo mladih, vendar opozarjajo na pomembnost celovite podpore mladim podjetnikom v Sloveniji, ki bi morala dodatno razviti finančno podporo, mentorstvo, izobraževanje in dostop do mrež.



EXECUTIVE SUMMARY

In the framework of the 23rd cycle of research for the Slovenian Entrepreneurship Observatory, we conducted a study at the Institute for Entrepreneurship and Small Business Management at the Faculty of Economics and Business at the University of Maribor. As is traditional, the first part of the Slovenian Entrepreneurship Observatory research analysed the demographic characteristics of Slovenian enterprises, while the second part was focused on a current issue in both the Slovenian and European economies, namely the analysis of youth entrepreneurship. The demographic analysis aimed to understand the profiles of Slovenian companies based on various criteria, such as the number of companies, their size, generated revenue, labour costs and added value, broken down by activity, region, and company size. The study of youth entrepreneurship characteristics provided insight into the dynamics of entrepreneurship in the selected target group, which can be used to design effective measures to promote the development of youth entrepreneurship.

Demographics of Slovenian companies

The first chapter analyses Slovenian companies and self-employed entrepreneurs who conducted economic activities across all SKD branches in 2022. The analysis is based on the latest available data and compares the non-financial sector of the EU-27 economy with Slovenia. The information used is from AJPES for 2022 and Eurostat for 2021. A total of 70,071 companies and 48,940 independent entrepreneurs were analysed. Unlike the Business Register of Slovenia (PRS), which encompasses all business entities, AJPES only gathers data from those who submit an annual report. In 2022, the PRS included 74,845 companies and 111,595 independent entrepreneurs. The variation in numbers is due to companies undergoing bankruptcy or liquidation and independent entrepreneurs, who are taxed based on the established profit with normalized expenses and are not required to submit an annual report.

The analysis of Slovenian companies in 2022 shows a 1.4% increase in the number of companies and a 2.2% decrease in the number of sole proprietors compared to 2021. The number of newly

established companies increased while the number of bankruptcies decreased. The structure of companies by size classes, regions, and activities remained unchanged.

Compared to the EU, Slovenia exhibits a similar economic structure, with Slovenian companies experiencing growth in employment and financial indicators. In 2022, there was an increase in the number of employees and an improvement in financial indicators, such as operating revenues, added value per employee, and net profit. Despite the positive trends, Slovenian companies face challenges such as a smaller share of large companies and high labour costs in added value, which impact their competitiveness. To strengthen the economic environment and support entrepreneurship, it is necessary to encourage innovation, improve access to financing, and develop a targeted support environment for entrepreneurs.

Analysis of the number of companies

In 2022, Slovenia had 119,011 companies, a number comparable to the previous year (119,130). Micro-enterprises make up the majority (72%), while large enterprises (0.2%) are the least frequent. Notably, there has been a 4.6% increase in the share of large companies compared to 2021.

The Central Slovenia region still has the highest number of companies per 1,000 inhabitants (35.2%), reflecting its central economic position in Slovenia. This suggests the need to promote entrepreneurship and growth at the regional level, with the possibility of tailored development measures that could include financial incentives, education, and infrastructure improvements to support entrepreneurial activity and ensure more balanced economic development across all regions.

Analysis of generated revenue of companies

In 2022, Slovenian companies generated 150.1 billion euros in business revenue, a 22% increase from 2021. Trading activities contributed the largest share of revenue at 32.4%, followed by manufacturing activities at 28.3%, highlighting their significance and connection with foreign markets. Sales on foreign markets accounted for 43.2% of total revenues, amounting to 65 billion euros. Slovenian exports heavily rely on manufacturing activities, which account for 45.4% of the total. An analysis of business revenue per employed person across various sectors shows that energy supply activities, financial services, and trade generated the highest revenue. Conversely, education, health, and social care had the lowest revenue per employee, indicating varying market dynamics and levels of dependency on public funding.

Analysis of the number of employees

The analysis of employee and self-employed numbers in Slovenia indicates a rise in total employees from 598,039 in 2021 to 609,979 in 2022. Notably, only micro-enterprises experienced a decrease in employee numbers, while small, medium-sized, and large enterprises showed slow employment growth. SMEs represented the majority of employees, highlighting their significant impact on the Slovenian economy. The average company size has slightly increased, with the majority of employees (29.1%) working in large companies. The analysis of activities reveals that the manufacturing sector employs the largest number of people, followed by trade, while mining has the lowest number of employees. The differences in employment by activity between Slovenia and the EU-27 reflect varying levels of economic specialization and structural differences. Changes in the number of employees are influenced by various factors, such as economic policy, investment in infrastructure and development, and trade strategies of countries.

Analysis of added value of companies

In 2022, Slovenia generated 33.8 billion euros of added value, a 9% increase from 2021. The added value per employee increases with the size of companies, with large companies contributing 35.5% of the total added value. This highlights their ability to achieve greater efficiency and specialization. However, SMEs play an important role in the economy, as they contribute a significant share of the added value.

Otherwise, the majority of added value was generated by manufacturing, followed by trade, transport, storage, and construction. This highlights the significance of the industrial sector and infrastructure development in Slovenia. Professional, scientific, technical, and information and communication activities also make a significant contribution, emphasizing the importance of innovation and technological progress. The data demonstrate the dynamism of the Slovenian economy, where innovation, technological progress, and process optimization play a crucial role in creating added value.

General findings of the companies' demographic analysis

In 2022, Slovenia experienced stable and positive economic activity, despite some fluctuations. The number of employees increased by 2%, and the generated operating income grew by 21.5%. Value added also increased by 9%, although the costs of goods, materials, and services grew by 26%, indicating that revenue growth did not directly lead to an equivalent increase in value added.

Small businesses were particularly dynamic, registering above-average growth in employment and value-added. The growth of value added in medium-sized companies was slower. An analysis of exports reveals that small firms have experienced the greatest growth in export earnings, while micro firms have seen a decrease in exports.

Employment increased in all regions except for Jugovzhodna Slovenia. The Zasavska region stood out with the highest employment growth. The Osrednjeslovenska region leads in generated revenue (47.6%).

The highest growth in added value was observed in cultural, entertainment, and recreational activities. Conversely, the supply of electricity, gas, and steam experienced a significant reduction in added value due to the high costs of goods, materials, and services. The hospitality industry recorded the largest growth in export revenue, indicating a recovery in this activity.

Optimising processes, investing in education and training, promoting innovation and technological development, and connecting with global markets are crucial for improving efficiency and increasing added value in the Slovenian economy.

Youth entrepreneurship

The second part of the Slovenian Entrepreneurship Observatory research focuses on the dynamics of youth entrepreneurship in Slovenia and the European Union. The research identifies specific challenges and opportunities that young entrepreneurs face in today's rapidly changing economic environment. Our aim was to enhance understanding of the needs and aspirations of young entrepreneurs and to provide insights into how policy makers, educational institutions and the support ecosystem can work together to create a more supportive environment for youth entrepreneurship.

Youth entrepreneurship is essential for economic vitality and innovation capacity in Slovenia and throughout the European Union. Despite their significance, young entrepreneurs face numerous challenges, including financial constraints, lack of experience, and difficulties in accessing financial resources. This research analyses the current state of youth entrepreneurship in Slovenia and the EU and examines the factors that promote or inhibit their entrepreneurial development. The research examines the key factors that influence young people's decision to enter entrepreneurship and evaluates existing support mechanisms and policies aimed at improving their entrepreneurial journey. The aim is to identify key challenges and opportunities and develop strategies to enhance the supportive environment for young entrepreneurs.

The concept of youth entrepreneurship

Youth entrepreneurship is characterised by the vitality, innovation, and unique ability of young people to connect new ideas with economic development and social progress. Young entrepreneurs, typically aged between 18 and 24 or 29, contribute to the economy through their willingness to take risks, create new jobs and run a variety of businesses ranging from technology start-ups to social enterprises. Despite facing financial constraints and lacking experience, young entrepreneurs continue to drive innovation and economic growth. Their motivation extends beyond financial gain, as they are often driven by a passion for a particular field or a desire to make a social impact.

It is important to note that definitions of youth vary depending on institutional and contextual frameworks, highlighting the diversity and complexity of the youth population. When studying youth entrepreneurship, it is important to consider the differences that reflect a wide range of living conditions, interests, and needs. Youth entrepreneurship differs from entrepreneurship in other age groups, requiring tailored strategies and innovative solutions to succeed in a dynamic and competitive environment.

The role of education and supportive environment in youth entrepreneurship

Education and training are crucial in promoting youth entrepreneurship as they equip young entrepreneurs with the knowledge and tools necessary to succeed in a complex entrepreneurial process. The education system must contain key elements to support young entrepreneurs, including the development of entrepreneurial skills, promotion of an entrepreneurial mindset, formal education, lifelong learning, practical experience, and mentoring and networking. It is important to maintain a clear and logical structure, use precise word choice, and avoid biased or ornamental language. Additionally, adherence to style guides and grammatical correctness is crucial. Entrepreneurship education focuses on developing key competencies such as self-confidence, networking, risk management, creativity, initiative, and problem-solving. These competencies enable young people to approach entrepreneurship innovatively and tackle challenges.

The supporting ecosystem plays a vital role in the development of youth entrepreneurship by providing a favourable environment for the growth and development of young entrepreneurs. Key success factors for promoting entrepreneurship education include policies and strategies, provision of necessary resources, effective management, partnerships between educational institutions and the economy, teacher training and support, and development of curricula and pedagogical approaches aligned with the needs of the economy. The focus is on promoting critical thinking, adaptability, innovation, and hands-on learning through informal education and project-based activities. This approach allows young individuals to acquire practical experience and skills essential for succeeding in entrepreneurship. The creation of a supportive entrepreneurial ecosystem is

crucial for fostering entrepreneurship among young people. This ecosystem should include diverse financial and non-financial measures such as mentoring, networking, and access to finance. To ensure that young people choose an entrepreneurial path, it is important to provide them with the necessary resources and support.

Global and national policy context for youth entrepreneurship

An overview of youth entrepreneurship in a global and European context reveals that both global and European institutions are increasingly acknowledging the significance of young entrepreneurs for economic development, innovation, and job creation. Global policies aim to reduce barriers for young entrepreneurs, improve access to financing, and enhance entrepreneurial competencies through education and mentoring. The European Union shares similar objectives, with an additional focus on addressing youth unemployment and fostering an entrepreneurial mindset. Various organizations, including UNESCO, the World Bank, and UNIDO, play a crucial role in supporting young entrepreneurs through programmes that encourage knowledge exchange, innovative education, and international collaboration.

In Slovenia, national policies and programs support young entrepreneurs by improving conditions for entrepreneurship, involving them in economic, cultural, and political activities, and promoting innovation and entrepreneurial skills. Initiatives offer mentoring, financial support, and networking platforms. Programs aimed at strengthening the entrepreneurial knowledge and skills of young people also encourage their involvement in the entrepreneurial community.

An analysis of programs supporting young entrepreneurs in Slovenia reveals a wide range of support, including training, counseling, mentoring, financial support, and networking initiatives. However, there is room for improvement, particularly in terms of regulatory support and more tailored financing. Future policy development should aim to address these gaps and build on existing successes to provide a comprehensive and effective support environment for young entrepreneurs in Slovenia.

The state of youth entrepreneurship in Slovenia and the EU

Youth entrepreneurship is a crucial factor for innovation and economic growth in the EU. Approximately 40% to 45% of young people aged 18-30 express an interest in entrepreneurship. However, only a small percentage of these individuals actually pursue self-employment or start a company. The EU has a significant untapped entrepreneurial potential, as it could gain an additional 800,000 young entrepreneurs if they were as active as their older counterparts aged 30 to 49.

In 2020, around two million self-employed young people in the age group of 20 to 29 years were recorded in the EU, which represents 7% of the employed in this age group. However, this is only half of the overall share of self-employed in the entire working population, which is 14%. The proportion of self-employed young people in the EU has remained relatively stable over the last decade. This reflects the consistently lower inclination of young people towards self-employment compared to the adult population.

The research conducted by the Global Entrepreneurship Monitor highlights the entrepreneurial activity of young people in different phases. From 2018 to 2022, approximately 5% of young people were involved in setting up companies, while less than 4% successfully transitioned to managing new companies. Around 23% of young entrepreneurs worked in entrepreneurial teams consisting of three or more members, which is higher than the proportion of the entire population of entrepreneurs (20%).

Despite the high level of interest in entrepreneurship, young people in the EU face several challenges, including limited access to finance and market opportunities. In the EU, around 17% of young people start businesses out of necessity due to difficulties in finding employment, which is slightly lower than the overall population of entrepreneurs, where this figure amounts to 20%. The motivation for entrepreneurship varies significantly among Member States, reflecting diverse economic and social conditions.

In the EU, young entrepreneurs are more inclined to operate in low capital-intensive sectors, such as agriculture, forestry, and fisheries. Almost a third (30%) of young workers in these sectors are self-employed. Around 35% of young self-employed individuals hold a tertiary education, highlighting the significant role of education in the entrepreneurial process. Entrepreneurial education has become an integral part of university curricula and is essential for developing the skills necessary for entrepreneurial success and innovation.

Social entrepreneurship and young people

Youth social entrepreneurship is an innovative approach to solving social challenges by combining entrepreneurial skills with social responsibility and sustainable development. However, young social entrepreneurs face several challenges, including a lack of financial resources and experience, a limited network, and regulatory barriers. Measuring social impact is a significant challenge faced by social entrepreneurs, who also encounter scepticism and a lack of understanding from traditional business circles.

According to the Youth 2020 survey, 5.4% of young people in Slovenia consider a clear goal or vision at work important, while 31.8% emphasise the social usefulness of work. Additionally, 31.6% of young people value the opportunity to help others through their work. Interestingly, while 48.1% of young people believe they can identify business opportunities in social problems, only 7% consider the social importance of work and helping others when choosing a career path.

The Eurobarometer survey shows that familiarity with social entrepreneurship in Slovenia is comparable to the EU, but there is room for improvement in understanding the concept. Around 66% of young people in Slovenia and 64% in the EU have a limited understanding of social entrepreneurship. Only 31% of young people in Slovenia and 34% in the EU are familiar with the concept of social entrepreneurship, indicating the need for further educational efforts to spread knowledge about it.

The perception of European Union support for social entrepreneurs is balanced among young people in Slovenia and the EU. According to a survey, 42% of young people in Slovenia and 43% in the EU believe that the EU's efforts are limited or partial. However, 54% of young people in Slovenia and 48% in the EU rate EU efforts positively, indicating a relatively better evaluation of EU support in Slovenia. However, targeted and visible support programs for young social entrepreneurs are necessary to enhance their effectiveness and reach.

Challenges and obstacles for young entrepreneurs

Young entrepreneurs face a range of challenges and obstacles, from psychological factors such as the fear of failure to practical problems such as a lack of role models and difficult access to finance.

According to a survey conducted between 2018 and 2022, 45% of young people in the EU stated that the fear of failure deters them from starting a business. This paradox is particularly evident in countries like Greece (69%), Italy (58%), and Poland (57%). Despite the high level of fear, these countries

also exhibit high levels of entrepreneurial activity. This phenomenon can be attributed to social norms and a culture that views the fear of failure as an integral part of the entrepreneurial process. In Slovenia, this fear is expressed to a lesser extent (36.7%), which suggests a more entrepreneurial environment or a greater tolerance for risk among young people.

Research indicates that young people often lack access to successful entrepreneurial role models, which limits their understanding of the entrepreneurial world and reduces opportunities to learn from direct experience. It is important to note that subjective evaluations have been excluded from this text to maintain objectivity. Direct mentoring and the presence of entrepreneurial role models in the family circle have been shown to have a positive impact on the entrepreneurial ambitions of young people. Additionally, awareness of existing support programs and resources for young entrepreneurs is crucial.

Access to finance is a significant challenge for young entrepreneurs, with almost 40% of young people in the EU citing a lack of capital as the primary obstacle. This issue was further exacerbated during the COVID-19 pandemic when the conditions for obtaining financing in the market were tightened. In Slovenia, the perception of a lack of capital as an obstacle is below the EU average, which may indicate more accessible funds for starting companies. Young entrepreneurs commonly rely on personal savings, assistance from family and friends, and business incubators. However, it is also crucial to comprehend and utilize available funding sources, including grants, loan guarantees, microfinance, and alternative sources such as crowdfunding and business angels.

To address these challenges, it is essential to establish an environment that provides young entrepreneurs with the required resources, mentoring, and access to financing. Additionally, it is crucial to foster a culture that views failure as a learning opportunity rather than the termination of the entrepreneurial journey.

The gender gap among young entrepreneurs

There is a notable gender disparity in youth entrepreneurship, evident in both Slovenia and the EU. In 2022, young men were 1.6 times more likely to be self-employed than their female counterparts in the EU, reflecting a similar ratio to the overall population, where men are 1.7 times more likely to be self-employed. This gap is even more pronounced in the start-up sector, where less than 15% of companies with high growth potential have at least one female (co)founder. However, there are some countries, such as Hungary and Portugal, where the gender gap among young self-employed individuals is almost non-existent. Conversely, in Cyprus and Luxembourg, young women are even more likely than young men to choose self-employment. In Croatia, Malta, Slovakia, and Sweden, however, young men are significantly more likely to choose self-employment than young women.

Growth ambitions among young people vary significantly by gender, with young women less likely than young men to express high expectations for the growth of their business. This highlights the need to encourage young women to develop greater ambitions and motivate them to achieve their entrepreneurial goals.

The causes of the gender gap in entrepreneurship are multifaceted, including limited access to resources, social and cultural norms, lack of mentors and networks, and a greater fear of failure among women. To ensure an equal entrepreneurial environment for all youth, regardless of gender, it is necessary to address these complex barriers. The results indicate that it is crucial to take into account the gender dimension in strategies aimed at promoting youth entrepreneurship. This will ensure that young women receive the necessary support and incentives to succeed in the field of entrepreneurship.

Guiding young people to entrepreneurship - education, growth, and support

Entrepreneurship education is crucial in guiding young people towards entrepreneurship. It raises awareness of the importance of entrepreneurship in society and encourages the development of key entrepreneurial skills. In some European countries, more than half of students report studying entrepreneurship, indicating a growing interest in this field. However, studies show mixed results on the effectiveness of entrepreneurship education. While some research indicates a positive impact on the entrepreneurial intentions and potential of young people, other studies suggest that education does not always yield the desired results in practice. It is important to note that education can bring long-term benefits, which may only become apparent after a few years when young people embark on their entrepreneurial journey.

Despite investments in entrepreneurship education, young people in the EU still lack self-confidence in their entrepreneurial skills compared to adults. This highlights the need for further encouragement and development of these skills among young people. Slovenia has a lower percentage of young people who believe they have the necessary skills to start a business compared to the European average, which may be due to specific cultural or educational factors in the country.

Young entrepreneurs in the EU are slightly more likely to introduce new products and services than the average of all entrepreneurs. This indicates their potential to create added value in the economy. However, it is important to note that, on average, young entrepreneurs have somewhat lower expectations regarding the growth of their companies than others. This could be related to the various challenges and obstacles they face on their entrepreneurial journey.

In the context of globalization and digitization, young entrepreneurs exhibit an international export orientation and seek opportunities in foreign markets. This trend is particularly evident in countries with smaller domestic markets, such as Luxembourg, Austria, and Ireland. Slovenia stands out with a high proportion of young entrepreneurs who report engaging in export activities, indicating a strong inclination of young entrepreneurs towards international markets.

Directing young people towards entrepreneurship through education, promoting innovation, and supporting the growth of companies is an important step towards encouraging the entrepreneurial spirit and ensuring the sustainable development of the economy.

Analysis of experts on the support system for young entrepreneurs

The analysis of expert assessments of support systems for young entrepreneurs in Slovenia, carried out using the Better Entrepreneurship Policy Tool, reveals a mixed picture regarding the accessibility and effectiveness of the support environment. The tool, developed by the European Commission and the OECD, provides a comprehensive insight into various dimensions of business support, such as education, financing, and regulatory frameworks.

Experts provided ratings for six key modules that affect the business environment: skills, culture, regulations, strategies, finance, and networks. Their evaluations reflect the state of entrepreneurial support for young people in Slovenia and are important for shaping future policies.

The skills module received high marks, indicating the development of entrepreneurial training and consulting in Slovenia. However, it emphasises the necessity for improved monitoring and evaluation of these programmes to ensure their maximum effectiveness. The culture module indicates that entrepreneurship is well-promoted among young people in Slovenia. The regulation module provides a positive assessment of regulations and procedures for starting businesses in

Slovenia but highlights the need to improve incentives in social security systems and monitor the regulatory environment more effectively.

The strategy module highlights the importance of improving the coordination of policies and programs aimed at young entrepreneurs, as well as enhancing the availability of financial resources. The finance module demonstrates a strong correlation between financial and non-financial support measures, while also underscoring the necessity of improving financial offerings for start-up and company development. The networks module highlights the success of public networking initiatives but suggests the need to better identify gaps in existing networks and improve the measurement of their impact.

On the basis of these findings, it can be concluded that the support environment for young entrepreneurs in Slovenia is relatively well developed, but that further efforts are needed to improve the efficiency and adaptability of support mechanisms to better respond to the needs and challenges of young entrepreneurs.

General findings of the analysis of youth entrepreneurship

Research on youth entrepreneurship in Slovenia and the European Union highlights the important role that young entrepreneurs play in economic development. They contribute to innovation, job creation, and social progress. However, young entrepreneurs face challenges such as financial constraints, lack of experience, and limited access to support networks. The analysis reveals the need for comprehensive strategies and support mechanisms to promote youth entrepreneurship.


The EU and Slovenia aim to improve the entrepreneurial ecosystem for young people by providing support for innovation, education, training, and access to financing. However, there are barriers to entry, such as fear of failure, lack of role models, and challenges in adapting to changing working conditions. Additionally, there is a gender gap in entrepreneurship, highlighting the need for specific strategies to support young female entrepreneurs.

Entrepreneurial education is crucial in developing the entrepreneurial competencies and ambitions of young people. However, its integration into the educational system needs to be further improved. The innovativeness and international orientation of young entrepreneurs demonstrate their potential to contribute to economic progress and also emphasize the necessity for increased support and incentives.

The SWOT analysis presented highlights the strengths of young entrepreneurs, such as their capacity for innovation, their technical knowledge and their understanding of the youth segment, but also identifies weaknesses, such as financial constraints and lack of experience. Growth opportunities can be found in digitalisation, fostering entrepreneurship, and collaboration. However, there are also threats to consider, such as competition, economic changes, and regulatory barriers.

Recommendations for creating a supportive environment for young entrepreneurs include establishing regional centres, organizing start-up weekends, developing online educational courses, promoting partnerships between educational institutions and companies to provide practical experience, and integrating entrepreneurship more intensively into formal education.

The research findings indicate that support and measures for youth entrepreneurship exist in Slovenia, but it is important to provide comprehensive support for young entrepreneurs, which should include financial support, mentoring, training and access to networks.



1

TEMELJNE ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA IN PRIMERJAVA Z EVROPSKIM

Ključne ugotovitve

- ▶ Leta 2022 je bilo v Sloveniji 119.011 podjetij, kar je bilo enako kot leta 2021. Najbolj se je povečal delež števila velikih podjetij, in sicer za 4,6 % (za 11 podjetij), ki pa jih je bilo najmanj (0,2 %). Po številu je bilo največ mikro podjetij z 1–9 zaposlenimi (72 %).
- ▶ V Sloveniji je bila v letu 2022 skoraj ena petina (18,7 %) vseh podjetij v dejavnosti trgovine; vzdrževanja in popravil motornih vozil. Drugi največji delež podjetij je bil v gradbeništvu (15,8 %). Na tretjem mestu sledijo s 15,2 % deležem strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti.
- ▶ Ustvarjeni prihodek poslovanja slovenskega gospodarstva je leta 2022 znašal 150,1 milijarde evrov, kar je bilo 21,5 % več kot leta 2021. 43,2 % te vrednosti (65 milijard evrov) so predstavljali čisti prihodki od prodaje na tujem trgu, ki so bili v primerjavi z letom 2021 večji za 25 %. Prihodek poslovanja se je v letu 2022 v primerjavi z letom 2021 povečal v vseh dejavnostih.
- ▶ Prihodek poslovanja se je v letu 2022 glede na leto 2021 najbolj povečal (za 26 %) v osrednjeslovenski in posavski regiji. Največji delež k ustvarjenemu prihodu poslovanja je v letu 2022 prispevala osrednjeslovenska regija (47,6 %), sledila je savinjska (10,4 %) in na tretjem mestu podravska (9,6 %) regija. Najmanjši delež v ustvarjenem prihodu je imela zasavska regija (1 %).

- ▶ Vsa slovenska podjetja so v letu 2022 zaposlovala 609.979 ljudi (vključno s 34.051 samozaposlenimi samostojnimi podjetniki), kar je bilo 11.940 ljudi ali 2 % več kot leta 2021. Največ ljudi so zaposlovala velika podjetja (29,1 %, kar je bilo 2 % več kot leta 2021).
- ▶ Število zaposlenih v letu 2022 glede na leto 2021 se je zmanjšalo v petih in povečalo v trinajstih dejavnostih (od 18). Največji porast števila zaposlenih je bil zaznan v dejavnosti javne uprave in obrambe, dejavnosti obvezne socialne varnosti (14,5 %) in v gostinstvu (6,4 %), največji upad (–8,2 %) pa v kmetijstvu in lovu, gozdarstvu, ribištvu.
- ▶ Leta 2022 je bilo v slovenskem gospodarstvu po tekočih cenah ustvarjenih 33,8 milijarde evrov dodane vrednosti (9 % več kot leta 2021). Največji delež dodane vrednosti so ustvarila velika podjetja (35,5 %). Predelovalne dejavnosti so ustvarile največ dodane vrednosti (34,9 %). Velika podjetja so ustvarila najvišjo dodano vrednost na zaposlenega, ki je presegala slovensko povprečje (55.430 evrov) v letu 2022 za 22,2 % in se je v primerjavi z letom 2021 povečala za 5,5 %. Najmanj produktivna je bila v povprečju zaposlena oseba v mikro podjetju z 1–9 zaposlenimi, ki je ustvarila 40.125 evrov dodane vrednosti ali 27,6 % manj od slovenskega povprečja.
- ▶ Ustvarjeni neto poslovni izid slovenskega gospodarstva je leta 2022 znašal 6,5 milijarde evrov (leta 2021 pa 6,1 milijarde evrov), kar pomeni, da se je povečal za 6,6 %. Leto 2022 so vse dejavnosti, razen rudarstva (1,6 milijona evrov izgube) in oskrbe z električno energijo, plinom in paro (195,9 milijona evrov izgube), zaključile s pozitivnim neto poslovnim izidom (dobičkom). Tudi vse regije so leto 2022 zaključile s pozitivnim neto poslovnim izidom. Najbolj se je povečal v jugovzhodni Sloveniji (za 39,4 %), najbolj zmanjšal pa v goriški regiji (–20,8 %).

1 Temeljne značilnosti slovenskega podjetništva v letu 2022 ter primerjava Slovenije in EU-27 v letu 2021

1.1 Uvodni pregled stanja

Najprej smo analizirali značilnosti slovenskih gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov, ki so se leta 2022 ukvarjali s podjetniškimi aktivnostmi vseh dejavnosti SKD.¹ Po analizi posameznih značilnosti podjetij v Sloveniji za leto 2022 smo podali tudi primerjavo med EU-27 in Slovenijo za leto 2021, ker so to najnovejši razpoložljivi podatki. Za slovenska podjetja smo podatke prejeli od Agencije Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (AJPES) in jih analizirali po velikostnih razredih podjetij, slovenskih statističnih regijah in dejavnostih (AJPES, 2023b). Podatke iz svojih letnih poročil za leto 2022 je AJPES-u predložilo 70.071 gospodarskih družb in 48.940 samostojnih podjetnikov. Gospodarskih družb je bilo za 1,4 % (995) več kot leta 2021, medtem ko se je v primerjavi z letom 2021 število samostojnih podjetnikov zmanjšalo za 2,2 % (za 1.114 subjektov). Po podatkih Poslovnega registra Slovenije (PRS) je bilo v letu 2022 ustanovljenih 3.778 gospodarskih družb (3,4 % več kot leta 2021), s poslovanjem je prenehalo 2.781 (20,7 % manj kot leta 2021), začelih je bilo 838 stečajnih postopkov gospodarskih družb (7 % manj kot leta 2021) in pet prisilnih poravnav (37 % manj kot leta 2021) ter 13 poenostavljenih postopkov prisilnih poravnav (32 % manj kot v letu 2021) (AJPES, 2022). Ustanovljenih je bilo 19.267 podjetnikov (7,2 % več kot leta 2021), s poslovanjem pa je prenehalo 13.710 podjetnikov (25 % več kot leta 2021). V letu 2022 je bilo uvedenih 68 stečajnih postopkov podjetnikov (17 % manj kot v letu 2020). Začet ni bil noben postopek prisilne poravnave podjetnika, začelih pa je bilo deset postopkov poenostavljene prisilne poravnave (trije več kot leta 2020) (AJPES, 2022). Na manjše število predloženih letnih poročil so vplivali samostojni podjetniki, obdavčeni na podlagi ugotovljenega dobička z upoštevanjem normiranih odhodkov, ki niso dolžni predložiti letnega poročila.

V Poslovnem registru Slovenije (PRS), ki predstavlja celovito evidenco vseh poslovnih subjektov (ne le gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov), je bilo v letu 2022 zajetih 74.845 gospodarskih družb in 111.595 samostojnih podjetnikov². Razliko med številom gospodarskih družb, ki so predložile poročilo, in številom gospodarskih družb v PRS predstavljajo gospodarske družbe v stečajnem ali likvidacijskem postopku ter prekrškariji (4.774). Gospodarske družbe v stečajnem ali likvidacijskem postopku ne predložijo letnega poročila, temveč zaključno poročilo, ki ga izdelajo na dan pred začetkom tega

¹ Gospodarske družbe so kapitalske družbe, osebne družbe, podružnice tujega podjetja, gospodarska interesna združenja in druge organizacijske oblike, ki vodijo poslovne knjige in sestavijo letna poročila, kot velja za gospodarske družbe. Med samostojne podjetnike so zajeti vsi samostojni podjetniki, razen samostojnih podjetnikov, ki so obdavčeni na podlagi ugotovljenega dobička z upoštevanjem normiranih stroškov. Takšnih samostojnih podjetnikov (t. i. normirancev) je bilo v letu 2022 61.597, kar je bilo za 6.479 več kot leta 2021 (AJPES, 2023a); (Rus, Močnik, & Crnogaj, 2023).

Standardna klasifikacija dejavnosti (SKD), ki velja od začetka leta 2008, je naslednja: A: Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo; B: Rudarstvo; C: Predelovalne dejavnosti; D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro; E: Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja; F: Gradbeništvo; G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil; H: Promet in skladiščenje; I: Gostinstvo; J: Informacijske in komunikacijske dejavnosti; K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti; L: Poslovanje z nepremičninami; M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti; N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti; O: Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti; P: Izobraževanje; Q: Zdravstvo in socialno varstvo; R: Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti; S: Druge dejavnosti; T: Dejavnost gospodinjstev z zaposlenim hišnim osebjem, proizvodnja za lastno rabo. Kadar je analiza narejena po vrsti za dejavnosti, smo jo naredili po zaporedju teh črk SKD klasifikacije.

² V PRS je bilo sicer v letu 2022 skupaj z gospodarskimi družbami in samostojnimi podjetniki 235.266 vseh poslovnih subjektov. Poleg gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov PRS zajema še naslednje poslovne subjekte: zadruga (469), pravne osebe javnega prava (2.765), nepridobitne organizacije – pravne osebe zasebnega prava (9.071), društva (23.490), druge fizične osebe, ki opravljajo registrirane oziroma s predpisom določene dejavnosti (13.031) (AJPES, 2022).

postopka. Razlika pri številu samostojnih podjetnikov (62.655), ki so predložili letno poročilo, in evidenco PRS pa nastane predvsem zaradi samostojnih podjetnikov, ki so obdavčeni na podlagi ugotovljenega dobička z upoštevanjem normiranih odhodkov. Preostanek razlike predstavljajo prekrškarji. V našo analizo je bilo tako vključenih 64 % skupnega števila gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov v letu 2022 (94 % gospodarskih družb in 44 % samostojnih podjetnikov) iz PRS (*tabela 1*).

Tabela 1. Podjetja, zajeta v analizo v primerjavi s podatki Poslovnega registra Slovenije, 2022

	Podatkovni vir		Razlika	Delež AJPES glede na PRS (%)
	PRSa	AJPES		
Gospodarske družbe	74.845	70.071	4.774	94
Samostojni podjetniki	111.595	48.940	62.655	44
SKUPAJ	186.440	119.011	67.429	64

Vir: IPMMP – EPF UM, 2022. Po podatkih AJPES (AJPES, 2023b) (za leto 2022); ^a(AJPES, 2022).

Za primerjavo med EU-27 in Slovenijo smo zajeli predelovalne dejavnosti (industrijo), gradbeništvo in storitve (vključno s trgovino) (Eurostat, b.d.(a)).³ Tako so zajete dejavnosti, ki sodijo v Eurostatovo strukturno statistiko podjetij (angl. Structural Business Statistics, SBS). Za strukturno statistiko podjetij zbirajo podatke nacionalni statistični uradi in jih posredujejo Eurostatu. Strukturna statistika podjetij zagotavlja mednarodno primerljive podatke, ob upoštevanju evropskih standardov o strukturni statistiki podjetij in evropskega sistema nacionalnih računov.⁴ Podatke za primerjavo smo črpali iz spletne baze podatkov za leto 2021 (Eurostat, b.d.(a)). Podatki Eurostata se nekoliko razlikujejo od podatkov AJPES-a. Poleg prej omenjenih manjkajočih SKD zajemajo namreč vse oblike podjetij (tudi podjetja, med katerimi so samostojni podjetniki, ki ne oddajo letnega poročila (normiranci), kakor tudi podjetja, ki so poslovala krajši čas ali niso oddala letnih poročil). Ker podatki strukturne statistike niso neposredno primerljivi s podatki AJPES-a, smo za primerjavo med Slovenijo in EU-27 uporabljali podatke Eurostatove strukturne statistike za leto 2021.

Velikostni razredi za slovenske podatke za leto 2022 so oblikovani po kriteriju povprečnega števila zaposlenih v podjetju in so naslednji: z 0 (nič) zaposlenimi, z 1 do 9 zaposlenimi, z 10 do 49 zaposlenimi, s 50 do 249 zaposlenimi ter z 250 in več zaposlenimi delavci. Podjetja z manj kot 10 zaposlenimi ljudmi imenujemo *mikro podjetja*, podjetja z 10 do 49 zaposlenimi imenujemo *mala podjetja*, podjetja s 50 do 249 zaposlenimi imenujemo *srednje velika podjetja*, podjetja z 250 ali več zaposlenimi pa *velika podjetja*. Kadar prikazujemo podatke za mikro, mala in srednje velika podjetja skupaj, smo jih združili in označili s kratico MSP ali velikostnim razredom od 0 do 249 zaposlenih. V analizi slovenskih podjetij za leto 2022 smo celotni razred z 0 zaposlenimi med samostojnimi podjetniki priključili v velikostni razred z 1–9 zaposlenimi. V velikostnem razredu z 1–9 zaposlenimi ljudmi pa so med zaposlene osebe prišteti tudi samozaposleni samostojni podjetniki. Analizo slovenskih gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov v letu 2022 smo naredili za število podjetij, število zaposlenih, prihodke poslovanja in dodano vrednost. Nekatere podatke smo predstavili za petletno obdobje od leta 2018 do leta 2022.

³ Med podatke niso zajete dejavnosti kmetijstva in lova, gozdarstva, ribištva (SKD A); dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti (SKD O); druge dejavnosti (SKD S) ter dejavnosti gospodinjstev z zaposlenim hišnim osebjem, proizvodnjo za lastno rabo (SKD T). Strukturna statistika podjetij torej pokriva dejavnosti B do N in P do R. Podatki SBS za leto 2021 so prvič razširjeni še na finančne in zavarovalniške dejavnosti, izobraževanje, zdravstvo in socialno varstvo ter kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti. Te storitvene dejavnosti v analizah prejšnjih let niso bile zajete.

⁴ Analizo smo naredili na osnovi agregiranih podatkov za **industrijo** (od rudarstva do oskrbe z vodo; ravnanja z odpadki in saniranja okolja, to so SKD B, C, D in E), **gradbeništvo** (SKD F) in **storitve** (od trgovine, vzdrževanja in popravil motornih vozil do kulturnih, razvedrilnih in rekreacijskih dejavnosti), to so SKD G, H, I, J, K, L, M, N, P, Q in R) (razlaga črk je podana v opombi 1). Kadar so dejavnosti navedene v zaporedju, je upoštevan abecedni vrstni red klasifikacije SKD.

Preden smo predstavili podjetja po posameznih sklopih, smo navedli še nekaj pomembnejših podatkov o podjetjih v Sloveniji v letu 2022 v primerjavi s predhodnim letom po velikostnih razredih podjetij (tabela 2).

Tabela 2. Ključni podatki po velikosti podjetja v Sloveniji, 2021 in 2022

Ključni podatki za slovenske gospodarske družbe in samostojne podjetnike vseh SKD dejavnosti		Velikostni razredi podjetij						SKUPAJ
		MSP					Velika 250 in več	
		Mikro podjetja		Mala 10 do 49	Srednja 50 do 249	MSP skupaj		
		0	1 do 9					
Število podjetij	2022	24.698	85.691	7.033	1.340	118.762	249	119.011
	2021	24.234	86.604	6.755	1.299	118.892	238	119.130
Delež števila podjetij v populaciji vseh podjetij (v %)	2022	20,8	72,0	5,9	1,1	99,8	0,2	100,0
	2021	20,3	72,7	5,7	1,1	99,8	0,2	100,0
Število zaposlenih	2022	0	130.229	135.514	132.930	398.673	177.255	575.928
	2021	0	128.742	130.252	130.423	389.417	173.612	563.030
Število zaposlenih in samozaposlenih	2022	0	164.280	135.514	132.930	432.724	177.255	609.979
	2021	0	163.751	130.252	130.423	424.426	173.612	598.039
Delež zaposlenih velikostnega razreda v vseh zaposlenih (v %)	2022		22,6	23,5	23,1	69,2	30,8	100,0
	2021		22,9	23,1	23,2	69,2	30,8	100,0
Delež zaposlenih in samozaposlenih velikostnega razreda v vseh zaposlenih (v %)	2022		26,9	22,2	21,8	70,9	29,1	100,0
	2021		27,4	21,8	21,8	71,0	29,0	100,0
Povprečno število zaposlenih na podjetje	2022		1,5	19,3	99,2	3,4	711,9	4,8
	2021		1,5	19,3	100,4	3,3	729,5	4,7
Povprečno število zaposlenih in samozaposlenih na podjetje	2022		1,9	19,3	99,2	3,6	711,9	5,1
	2021		1,9	19,3	100,4	3,6	729,5	5,0
Povprečni prihodki poslovanja na podjetje (v 1.000 evrih)	2022	124	314	4.700	27.973	847	199.222	1.262
	2021	108	293	3.932	22.336	703	168.150	1.037
Povprečni čisti prihodki od prodaje nerezidentom na podjetje (v 1.000 evrih)	2022	44	85	1.836	11.938	314	110.624	545
	2021	36	96	1.370	9.074	254	91.477	436
Povprečna dodana vrednost na zaposlenega in samozaposlenega (v evrih)	2022		40.125	53.355	55.554	50.389	67.738	55.430
	2021		36.631	49.148	54.687	47.316	64.211	52.221
Povprečni neto poslovni izid na zaposlenega in samozaposlenega (v evrih)	2022		9.653	10.779	8.006	10.586	10.928	10.685
	2021		9.099	9.420	9.285	9.963	10.974	10.257
Povprečna neto donosnost kapitala (v %)	2022	9,2	13,5	13,5	7,8	11,1	8,2	10,0
	2021	7,0	13,6	11,9	9,8	11,1	8,7	10,3
Povprečna neto donosnost sredstev (v %)	2022	3,6	6,4	6,7	3,9	5,3	4,3	4,9
	2021	2,8	6,6	5,9	4,9	5,4	4,6	5,1
Povprečna neto donosnost prihodkov poslovanja (v %)	2022	15,3	5,9	4,4	2,8	4,6	3,9	4,3
	2021	11,5	5,9	4,6	4,2	5,1	4,8	5,0
Povprečni delež kapitala v financiranju (v %)	2022	38,9	47,5	49,4	49,6	47,4	52,6	49,1
	2021	40,2	48,3	49,4	50,4	48,1	52,7	49,7
Povprečna dobičkovnost [(DV-stroški dela)/DV]* (v %)	2022	95,6	47,4	40,3	37,1	42,9	47,2	44,4
	2021	95,9	47,3	39,5	40,3	43,6	48,2	45,3
Povprečni delež stroškov dela v dodani vrednosti (v %)	2022	4,4	52,6	59,7	62,9	57,1	52,8	55,6
	2021	4,1	52,7	60,5	59,7	56,4	51,8	54,7

Opomba: * DV = dodana vrednost

Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJPEŠ (AJPEŠ, 2023b) (za leto 2022).

Glavne ugotovitve iz *tabele 2* so:

1. Število podjetij:

- Skupno število podjetij je v letu 2022 znašalo 119.011, kar je bilo praktično enako kot v letu 2021.
- Mikro podjetja so še vedno predstavljala večino (92,8 %), vendar je opazen blag porast števila velikih podjetij. V letu 2022 je bilo 11 velikih podjetij več (skoraj 5 %) kot leto prej. Za 4 % več je bilo tudi malih in za 3 % več srednje velikih podjetij.

2. Zaposleni:

- Skupno število zaposlenih se je povečalo na 575.928 v letu 2022, kar je 12.898 več kot v letu 2021 (563.030).
- Za več kot 2 % se je zvišalo število zaposlenih tako v MSP kot v velikih podjetjih.
- Delež zaposlenih v velikih podjetjih je znašal 31 %, v MSP pa 69 %, kar je bilo enako kot v letu 2021.

3. Finančni kazalniki:

- Povprečni prihodki poslovanja na podjetje so se povečali na 1,262 milijona evrov v letu 2022, kar predstavlja 21,6-odstotno rast v primerjavi z letom 2021 (1,037 milijona evrov). Povprečni prihodki poslovanja so se najbolj povečali v srednje velikih podjetjih (za 25,2 %).
- Povprečni čisti prihodki od prodaje nerezidentom (izvoz) so se zvišali še nekoliko bolj, in sicer za 25 %.
- Povprečna dodana vrednost na zaposlenega in samozaposlenega se je povišala za več kot 3.000 evrov, na 55.430 evrov v letu 2022. Najbolj produktiven je bil delavec v velikem podjetju, saj je ustvaril 67.738 evrov dodane vrednosti, kar je 5,5-odstotni porast glede na leto 2021. Produktivnost v MSP, ki je bila sicer pod slovenskim povprečjem (50.389 evrov), pa se je tudi povečala (za 6,5 %).

4. Donosnost in financiranje:

- Povprečna neto donosnost kapitala je v letu 2022 znašala 10 %, kar je zmanjšanje za 0,3 o. t. glede na leto 2021 (10,3 %).
- Delež kapitala v financiranju se je v letu 2022 nekoliko znižal na 49,1 %, vendar je ostajal na precej visoki ravni.

5. Delovna učinkovitost:

- Povprečna dobičkovnost se je nekoliko zmanjšala v letu 2022 (44,4 %) v primerjavi z letom 2021 (45,3 %), kar je bilo posledica povečanja deleža stroškov dela v dodani vrednosti za skoraj 1 o. t. (55,6 %).
- Najvišji delež stroškov dela v dodani vrednosti so imela srednje velika podjetja (62,9 %), kjer se je povečal za 3,2 o. t. glede na leto 2021.

6. Trendi:

- Kljub nekaterim nihanjem je večina kazalnikov nakazovala pozitivne trende v gospodarski aktivnosti in finančni učinkovitosti podjetij med letoma 2021 in 2022.
- Povečanje števila zaposlenih, prihodkov in neto poslovnega izida kaže na rast in stabilnost gospodarstva v Sloveniji.
- Podatki kažejo na pozitiven trend v gospodarski aktivnosti, s povečanjem prihodkov in zaposlenosti ter solidno finančno učinkovitostjo podjetij v letu 2022.

1.2 Število podjetij in prihodek

1.2.1 Število podjetij

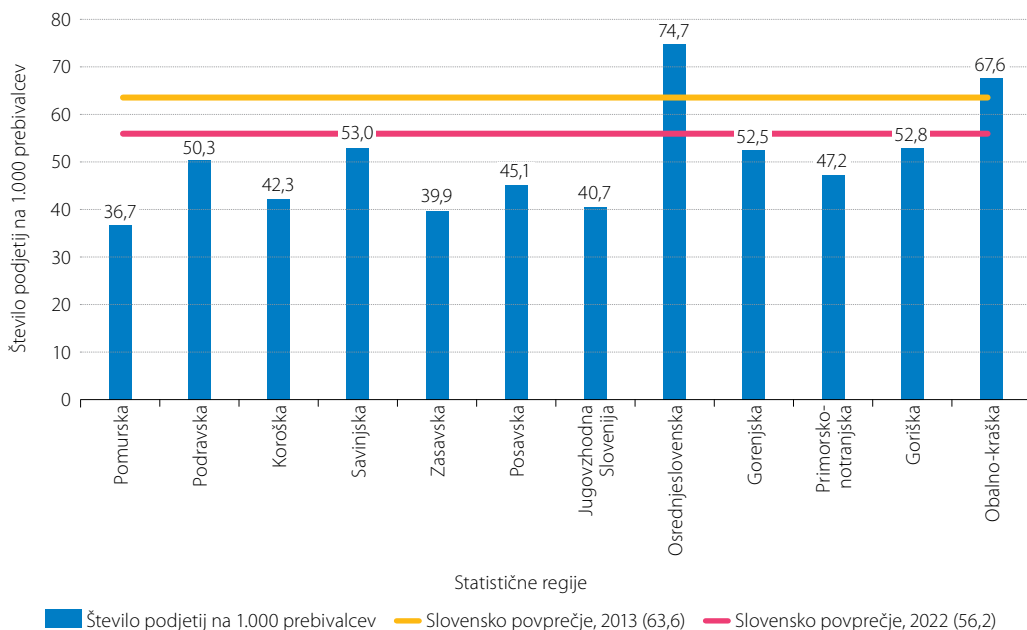
V letu 2022 je skupno število podjetij v Sloveniji znašalo 119.011, kar pomeni manj podjetij kot pred 10 leti (leta 2013 je bilo 130.938 podjetij). Kazalnik števila podjetij na 1.000 prebivalcev se je zmanjšal v vseh regijah, razen v zasavski, kjer je ostal nespremenjen (39,9 podjetja na 1.000 prebivalcev). Padec števila podjetij je bil precejšen v osrednjeslovenski (–3.408), gorenjski (–1.648) in goriški (–1.543) regiji. Razlog za zmanjšanje bi lahko bil prekomeren konkurenčni pritisk, omejena rast ali selitev podjetij v druge regije, deloma pa tudi prehod nekaterih samostojnih podjetnikov med normirance.

Najmanj podjetij na 1.000 prebivalcev je imela pomurska regija (36,7), v kateri je bilo leta 2013 41,4 podjetja na 1.000 prebivalcev. Zmanjšanje števila podjetij nasploh in zmanjšanje podjetij na 1.000 prebivalcev v pomurski regiji nakazuje na morebitne izzive v gospodarskem okolju in tudi potrebo po spodbujanju podjetništva.

Kljub zmanjšanju števila podjetij v osrednjeslovenski regiji je imela ta regija najvišje število podjetij na 1.000 prebivalcev (74,7). Tudi obalno-kraška regija kljub zmanjšanju števila podjetij ostaja še vedno ena izmed najbolj podjetniško aktivnih regij v državi. To kaže na močno gospodarsko aktivnost v regiji, vendar pa bi se lahko zmanjšanje števila podjetij štelo kot opozorilo.

Zmanjšanje števila podjetij na 1.000 prebivalcev kaže na izzive pri spodbujanju podjetništva in rasti. To bi lahko vplivalo na lokalno gospodarstvo, zaposlovanje in razvoj regij, zato je potrebno razmišljati o prilagojenih razvojnih ukrepih za pospeševanje podjetništva na regionalni ravni. Za spodbujanje gospodarske rasti bi bilo koristno povečati podporo podjetjem, še posebej v regijah z izrazitim padcem podjetij. To lahko vključuje finančne spodbude, izobraževanje in infrastrukturne ukrepe.

Slika 1. Število podjetij na 1.000 prebivalcev po statističnih regijah v Sloveniji, 2022



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Vir podatkov o številu prebivalcev 1. 1. 2023 Statistični urad Republike Slovenije (SiStat, b.d.); AJPES, 2023b; Rebernik, Širec, & Močnik, 2014.

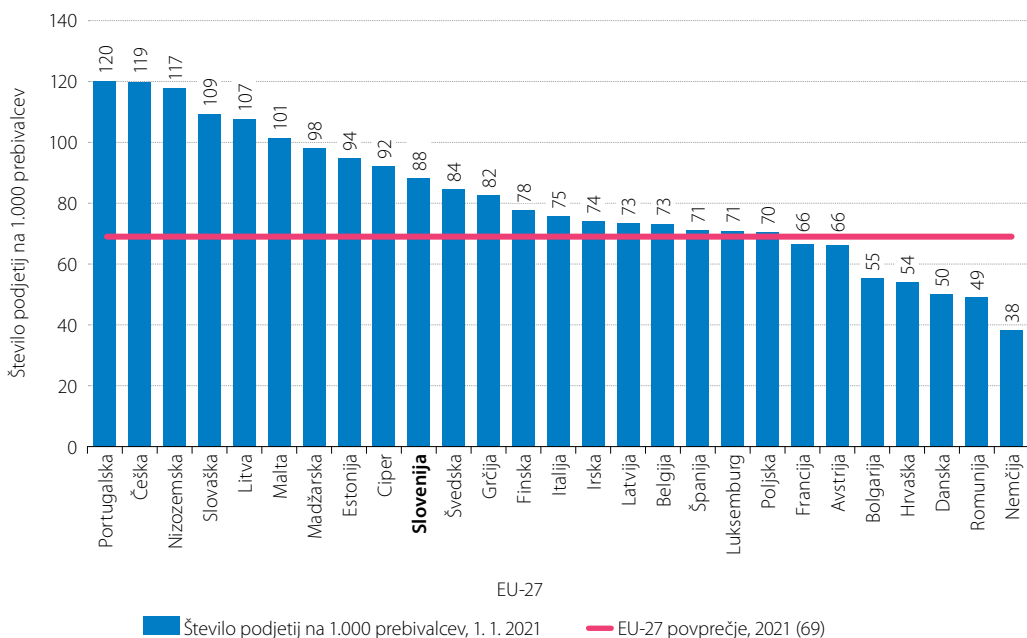
Zmanjšanje števila podjetij na 1.000 prebivalcev ni nujno slabo. Dejansko lahko kaže na proces konsolidacije, kjer manjša podjetja združujejo moči ali pa večja podjetja absorbirajo manjša (Deans, Kroeger, & Zeisel, 2002). To je lahko posledica strategije rasti, povečanja učinkovitosti, izboljšanja konkurenčnosti in pridobivanja večjih tržnih deležev (Gaughan, 2017). Ni enoznačnega odgovora na to, ali so za gospodarstvo boljše velika ali mala podjetja, saj imata obe vrsti podjetij svoje prednosti in slabosti, kar je odvisno od več dejavnikov (Cefis, Marsili, & Schenk, 2008). Velika podjetja imajo večji razvojni potencial, saj imajo pogosto več sredstev za raziskave, razvoj in inovacije, bolje so opremljena za soočanje z mednarodno konkurenco (Armario, Ruiz, & Armario, 2008; Akben-Selcuk, 2016). Ljudem lahko zagotavljajo večjo stabilnost zaposlitve, ker pogosto zagotavljajo bolj stabilna delovna mesta. Hkrati pa so lahko velika podjetja manj agilna in odzivna na hitre spremembe v okolju, lahko se soočajo z birokratskimi izzivi, kar lahko zavira hitre odločitve.

Po drugi strani pa so mala podjetja bolj prilagodljiva, ker se lahko hitreje prilagajajo spremembam. Bolj so povezana z lokalnim okoljem in potrebami. Lahko so bolj inovativna in agilna v procesu uvajanja novih idej. Slabost malih podjetij pa so njihovi omejeni človeški in finančni viri za raziskave in razvoj ter njihov manjši tržni delež, ki lahko pomeni omejeno konkurenčnost (Vermeulen, 2005).

Raznolikost velikosti podjetij je skratka ključna za zdravo in uravnoteženo gospodarstvo. Velika podjetja lahko poganjajo gospodarstvo in zagotavljajo stabilnost, medtem ko mala podjetja prispevajo k inovacijam in agilnosti. Za optimalno gospodarsko rast je pomembno, da obstaja ravnotežje med različnimi velikostmi podjetij in da se ustvarjajo pogoji, ki spodbujajo konkurenčnost in inovacije, ne glede na velikost podjetij (Yadav, Pahi, & Gangakhedkar, 2022).

Podatek o podjetniški aktivnosti smo analizirali še za industrijo, gradbeništvo in storitve v EU-27 (*slika 2*).

Slika 2. Število podjetij na 1.000 prebivalcev v industriji, gradbeništvo in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih Eurostata (Eurostat, b.d.(a)) (za leto 2021); Eurostat, b.d.(b).

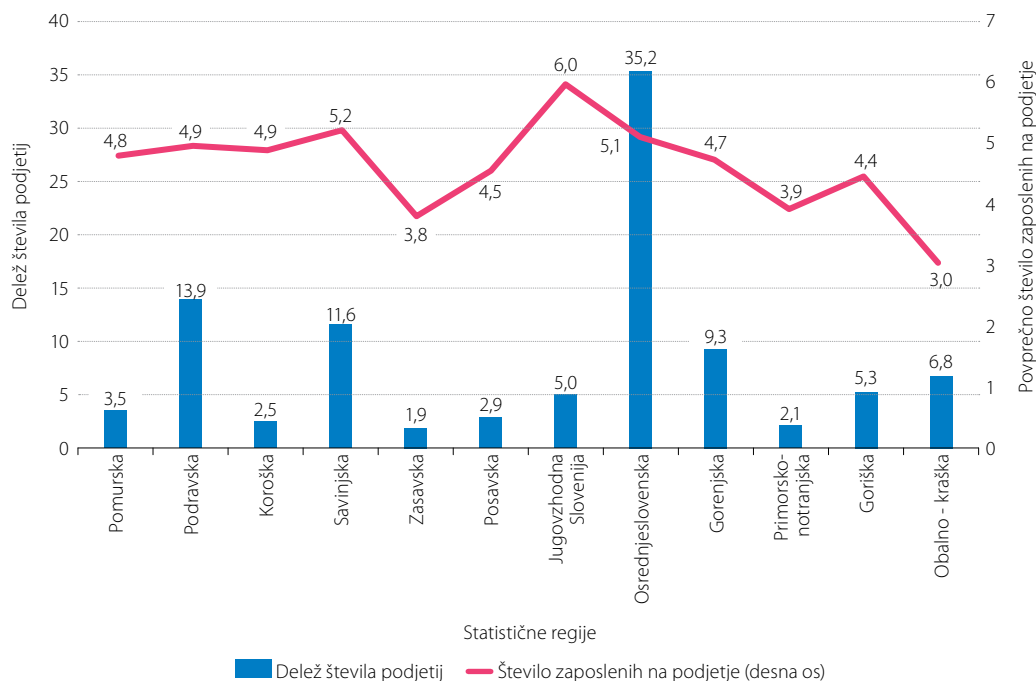
V EU-27 je bilo leta 2021 31 milijonov podjetij in 447 milijonov prebivalcev. Največ podjetij na 1.000 prebivalcev je imela Portugalska (120), sledili sta Češka (119) in Nizozemska (117). Najmanj podjetij na 1.000 prebivalcev pa so imele Nemčija (38), Romunija (49) in Danska (50). Razlike med državami v številu podjetij na 1.000 prebivalcev so lahko posledica različnih ekonomskih, kulturnih in zakonodajnih dejavnikov.

Na število podjetij članic EU-27 gotovo vplivajo razlike v strukturi gospodarstev članic, na kar vplivajo dejavnosti, ki so za določeno članico pomembne. Na primer, države z močnim poudarkom na tehnologiji in inovacijah lahko privabijo več start-up podjetij. Države z bolj razvitimi gospodarstvi imajo pogosto več podjetij, saj obstajajo boljše priložnosti za podjetništvo. Na ustanavljanje in delovanje podjetij vpliva tudi regulativno okolje z različnimi predpisi in administrativnimi zahtevami. Države z manjšo birokracijo in manjšimi ovirami za podjetnike pogosto privabljajo več podjetij. Podjetniška aktivnost oziroma ustanavljanje novih podjetij je pogojena tudi s kulturnimi dejavniki, kot je odnos do tveganja, s katerim se sooča podjetnik. Države, kjer je podjetništvo bolj spodbujano, lahko imajo zato relativno več podjetij (Dheer, 2017).

Razlogi za najmanjše vrednosti v Nemčiji, Romuniji in na Danskem se tako lahko nanašajo na dejavnike, kot so manjša podjetniška kultura, strožja regulativa ali druge specifične značilnosti omenjenih gospodarstev. Nasprotno pa lahko visoke vrednosti na Portugalskem, Češkem in Nizozemskem odražajo ugodno poslovno okolje, boljše priložnosti za podjetništvo ter spodbujanje inovacij, dostop do finančnih sredstev, ki so ključni dejavnik pri ustanavljanju in delovanju podjetij. Države z ugodnim poslovnim okoljem in dostopom do finančnih virov so lahko podjetniško aktivnejše (Charfeddine & Zaouali, 2022).

Na *sliki 3* je za Slovenijo za leto 2022 prikazan delež števila podjetij po regijah v povezavi s kazalnikom povprečnega števila zaposlenih v podjetju, ki je eden izmed pokazateljev povprečne velikosti podjetja.

Slika 3. Delež števila podjetij in njihova povprečna velikost po regijah v Sloveniji, 2022



Na *sliki 3* lahko vidimo, da je imela osrednjeslovenska regija največ podjetij, in sicer 41.945, kar je predstavljalo 35,2 % delež vseh podjetij v Sloveniji. Najmanj podjetij pa je delovalo v zasavski regiji (2.276 ali 1,9 %). Podobno velja tudi za število zaposlenih. Največ zaposlenih ljudi je bilo v osrednjeslovenski regiji (213.593 ali 37,1 %), najmanj pa v zasavski regiji (8.641 ali 1,5 %). Povprečna velikost podjetja pa je bila največja v jugovzhodni Sloveniji (6) in najmanjša v obalno-kraški regiji (3).

Da je bilo število zaposlenih in podjetij največje v osrednjeslovenski regiji, ne preseneča, saj ta regija vključuje glavno mesto Ljubljano in je gospodarsko, kulturno ter izobraževalno središče države. Ta geografski položaj privablja večje število podjetij in zaposlenih. K večji podjetniški aktivnosti in zaposlenosti prispeva tudi dobro razvita infrastruktura osrednjeslovenske regije, vključno s prometnimi povezavami in dostopnostjo. Svoj delež prispevajo tudi izobraževalne ustanove v Ljubljani, ki lahko spodbujajo nastanek podjetij, zlasti v visokotehnoških sektorjih.

Po drugi strani pa najmanjše vrednosti za zasavsko in obalno-kraško regijo lahko pomenijo, da se regija sooča z gospodarskimi izzivi, vključno z zapiranjem industrije. V preteklosti so bile v zasavski regiji prisotne različne industrije, povezane zlasti z rudarstvom, metalurgijo in energetiko, katerih razvoj pa je bil upočasnen ali ustavljen (z zapiranjem obratov) zaradi gospodarskih sprememb in strukturnih prilagoditev (sprememb v povpraševanju, konkurenčnosti ali globalnih gospodarskih razmer).⁵

V obalno-kraški regiji je lahko razlog za manjšo povprečno velikost podjetja to, da je v tej regiji izrazit turistični poudarek zaradi obale in turističnih destinacij, kot je Piran. In čeprav turizem prinaša gospodarske koristi, se pogosto povezuje z manjšo prisotnostjo stalnih delovnih mest (sezonske zaposlitve). Turizem in določene druge panoge v tej regiji morda ne zahtevajo velikega števila zaposlenih na podjetje v primerjavi z drugimi regijami, kar lahko vpliva na povprečno velikost podjetja. V regijah z bolj razvitim turizmom zato delujejo relativno manjša podjetja. V obalno-kraški regiji je bilo po podatkih AJPES-a v prometu in skladiščenju zaposlenih več kot petina vseh zaposlenih ljudi v tej regiji (AJPES, 2023b). Ker uporaba avtomatiziranih sistemov za sledenje in upravljanje logistike lahko zmanjša potrebo po ročnem delu, je lahko tudi to razlog za manjšo povprečno velikost podjetja v tej regiji.

Razlike v številu podjetij in zaposlenih v posameznih regijah so pogosto rezultat kombinacije geografskih, ekonomskih, kulturnih in sektorskih dejavnikov (Armario, Ruiz, & Armario, 2008). Število zaposlenih v določeni dejavnosti pa je odvisno od več dejavnikov, vključno s stopnjo avtomatizacije, tehnološkim napredkom, vrsto opravil in potrebno specializacijo. Manj zaposlenih je potrebnih v panogah, kjer so procesi avtomatizirani in so zato manjše potrebe po ročnem delu. Na splošno se v proizvodnji s tehnološkim napredkom in avtomatizacijo pogosto zmanjšuje potreba po ročnem delu. Tudi digitalizacija bančnih storitev in finančnih procesov je pripeljala do zmanjšanja zaposlovanja. Po drugi strani pa zdravstvena nega in socialno varstvo običajno zahteva veliko število zaposlenih, vključno z zdravstvenim osebjem, negovalci in podpornim osebjem. Za upravljanje restavracij, hotelov in drugih turističnih oziroma gostinskih storitev, ki sodijo med delovno intenzivne dejavnosti, je prav tako potrebnih več ljudi. Tudi izobraževalne ustanove, vse od vrtcev do univerz, zahtevajo znatno število učiteljev, predavateljev in drugih strokovnjakov. Kljub modernizaciji kmetijstva in uporabi tehnologije ostaja kmetijski sektor pogosto delovno intenziven (Deichmann, Goyal, & Mishra, 2016). Omenjene splošne trende so močno oblikovali tehnološki napredek in družbeni kontekst in pričakujemo lahko, da se bodo te dinamike še naprej spreminjale s tehnološkim napredkom in družbenimi spremembami, tako da je za natančnejše razumevanje

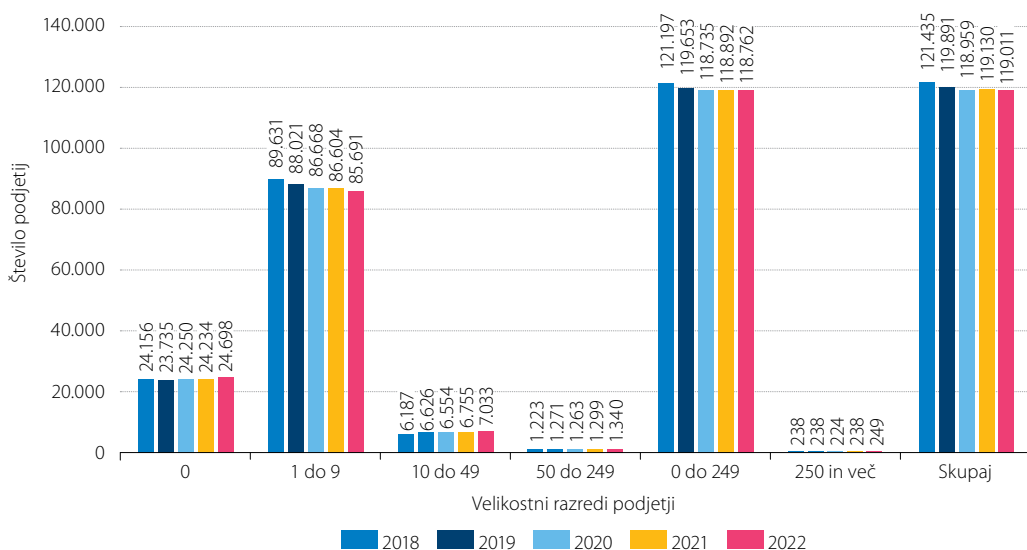
⁵ Podatki AJPES-a kažejo, da je bilo v celotni zaposlenosti zasavske regije v letu 2022 v predelovalnih dejavnostih zaposlenih največ ljudi (46,5 %), kar nakazuje možnost potrjuje (AJPES, 2023b). Vendar pa lahko gospodarske spremembe vplivajo tudi na nastajanje novih podjetij v dejavnostih, ki postanejo zaradi sprememb podjetniško zanimive.

razmer v regijah treba preučiti tudi lokalne razvojne strategije, ukrepe za spodbujanje podjetništva ter trenutne trende v gospodarstvu.

V EU-27 je bilo leta 2021 29 milijonov podjetij in 156,7 milijona zaposlenih ljudi. V povprečnem podjetju je bilo tako zaposlenih pet oseb. Največ ljudi je zaposlovalo povprečno nemško podjetje (12 oseb), najmanj pa češko, madžarsko, portugalsko in slovaško podjetje (tri osebe). Po povprečni velikosti podjetja se je Slovenija med članicami EU-27 uvrstila na 22. mesto (štiri osebe). V EU-27 je bilo največje povprečno podjetje po številu zaposlenih v rudarstvu (22 osebe), najmanjše (dve osebi) pa v treh dejavnostih: v poslovanju z nepremičninami; strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih ter v kulturnih, razvedrilnih in rekreacijskih dejavnostih (Eurostat, b.d.(a)). V Sloveniji je bila v letu 2021 večja povprečna velikost podjetja kot v EU-27 v treh dejavnostih: v rudarstvu (EU-27: 22 oseb, Slovenija: 26 oseb), v oskrbi z vodo; ravnanju z odpadki in odpadki; saniranju okolja (EU-27: 20 oseb, Slovenija: 26 oseb) in v finančnih in zavarovalniških dejavnostih (EU-27: 6 oseb, Slovenija: 10 oseb). Enaka kot v EU-27 je bila povprečna velikost podjetja v gradbeništvu (štiri osebe), v trgovini, vzdrževanju in popravilih motornih vozil (pet oseb) in v strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih (dve osebi). V preostalih 11 dejavnostih pa je bilo v slovenskem povprečnem podjetju zaposlenih manj ljudi kot v EU-27 (Eurostat, b.d.(a)).

Na *sliki 4* je prikazano, kako se je število podjetij v Sloveniji spreminjalo v obdobju od 2018 do 2022. Skupno število podjetij v Sloveniji se je v tem obdobju malenkostno zmanjšalo, z 121.435 v letu 2018 na 119.011 v letu 2022. Leta 2022 je bilo največ mikro podjetij z 1–9 zaposlenimi, a se je njihovo število v primerjavi z letom 2018 zmanjšalo za dobre 4 %, kar bi lahko bilo posledica konsolidacije, združevanja ali morda tudi izzivov, s katerimi se soočajo manjša podjetja. Določen vpliv pa so lahko imeli tudi drugi dejavniki, kot na primer prehod nekaterih samostojnih podjetnikov med t. i. normirance. Število malih podjetij se je povečalo za 14 %. Povečalo se je tudi število srednje velikih podjetij (za 9 %), kar lahko odraža spodbudno poslovno okolje, vlaganja, pa tudi podporo države za razvoj srednje velikih podjetij. Število velikih podjetij je bilo relativno stabilno, z majhnimi nihanjem v opazovanem obdobju, kar odraža učinkovito in trdno pozicionirano poslovno okolje v Sloveniji.

Slika 4. Pregled števila podjetij po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2018–2022

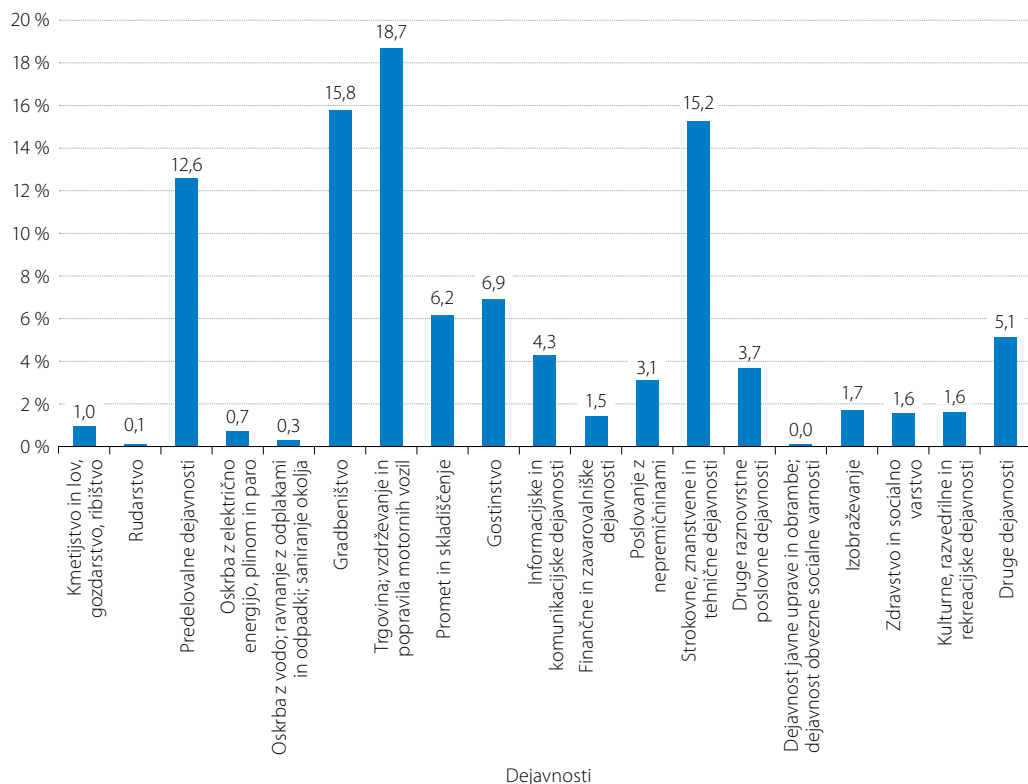


Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJPES (AJPES, 2023b) (za leto 2022); Rus, Močnik, & Črnogaj, 2023 (za leta 2018–2021).

V Sloveniji je bilo v letu 2022 največ podjetij v trgovinski dejavnosti (22.215 podjetij, 18 %), kar odraža pomembnost trgovine v slovenskem gospodarstvu. Veliko število podjetij v trgovini je odziv na potrošniško povpraševanje in poudarja ključno vlogo te dejavnosti v distribuciji in ponudbi storitev. Sledilo je gradbeništvo z 18.773 podjetji (16 %), kar kaže na aktivno vlogo gradbeništva v gospodarstvu. Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti so imele prav tako veliko število podjetij (18.130 podjetij ali 15 %). Veliko število podjetij v strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih odraža rast storitvenega sektorja in poudarja vlogo specializiranih storitev v sodobnem gospodarstvu. Razporeditev podjetij po dejavnostih v Sloveniji odraža gospodarsko strukturo države in kaže na to, da se Slovenija uvršča med razvitejšje države, v katerih pogosto prevladujejo podjetja v trgovini, gradbeništvu in storitvenih dejavnostih.

Najmanjše število podjetij je delovalo v dejavnosti javne uprave in obrambe; dejavnosti obvezne socialne varnosti (26 podjetij), kar je pričakovano, saj gre za sektor, ki se ne uvršča med tržne dejavnosti in je pogosto v domeni javnega sektorja, kjer je konkurenca manjša. Tudi rudarstvo (85 podjetij) je imelo relativno nizko število podjetij, kar odraža omejeno aktivnost te dejavnosti (slika 5).

Slika 5. Delež števila podjetij po dejavnostih v Sloveniji, 2022



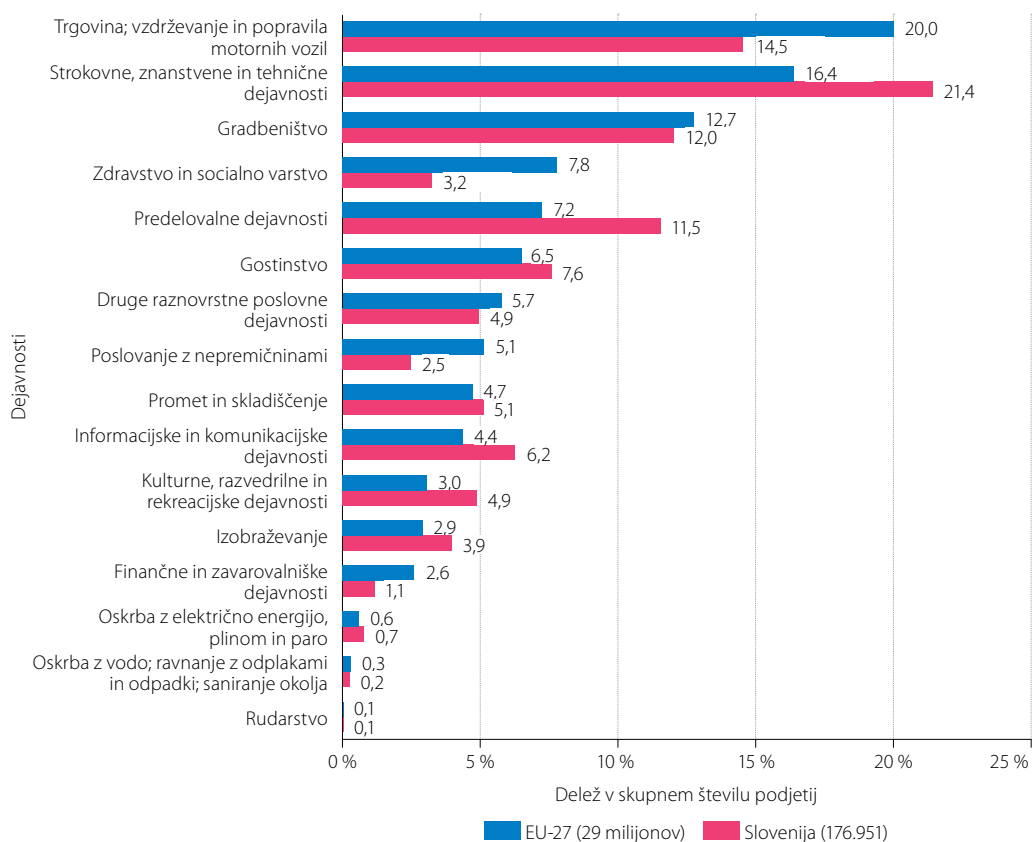
Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJ PES (AJ PES, 2023b) (za leto 2022).

Največ podjetij v EU-27 je leta 2021 delovalo v dejavnosti trgovine, vzdrževanja in popravil motornih vozil (20 %). Sledile so dejavnosti strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnosti (16,4 %) ter gradbeništvo (12,7 %). Najmanj podjetij je bilo v dejavnosti rudarstva (0,1 %) in oskrbe z vodo; ravnanja z odpadki in odpadki; saniranja okolja (0,3 %). V Sloveniji je bilo največ podjetij v strokovnih, znanstvenih in tehničnih

dejavnostih (21,4 %), sledili so trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil (14,5 %) in gradbeništvo (12 %) (slika 6). Podobno kot v EU-27 je bilo najmanj podjetij v dejavnosti rudarstva (0,1 %) in oskrbe z vodo; ravnanja z odpadki in odpadki; saniranja okolja (0,2 %). Primerjava med EU-27 in Slovenijo je tako pokazala, da je bilo v trgovini, vzdrževanju in popravilih motornih vozil v EU-27 za 5,5 o. t. več podjetij kot v Sloveniji. Ravno obratno pa je bilo v strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih, kjer je bilo za 5 o. t. več podjetij v Sloveniji kot v EU-27. V gradbeništvu pa sta bila oba deleža zelo izenačena (okrog 12 %). Primerjava je pokazala, da se Slovenija osredotoča na strokovne storitve in ima nekoliko manjše zastopanje v trgovini glede na povprečje EU-27. Razlike pa seveda odražajo tako velikost kot tudi naravo gospodarskega okolja vsakega članice. Velika zastopanost podjetij v trgovini, vzdrževanju in popravilih motornih vozil je pokazatelj povečanega števila potrošnikov in večjih potreb po distribuciji blaga, v strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih pa delovanja raznolikih storitev, ki jih zahteva sodobno poslovanje.

Gradbeništvo v EU-27 je prispevalo k infrastrukturnim projektom in stanovanjski gradnji, s čimer je spodbujalo gospodarsko rast. Tudi v Sloveniji je gradbeni sektor doživljal rast zaradi potreb po novih stanovanjih, poslovnih prostorih in infrastrukturnih projektih. Tako v EU-27 kot v Sloveniji je gradbeni sektor zagotavljal zaposlitve velikemu številu ljudi, vključno s tistimi, ki so specializirani za gradbene materiale (Paul, 2023).

Slika 6. Analiza števila podjetij v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih Eurostata (Eurostat, b.d.(a)) (za leto 2021).

Manjše število podjetij v rudarstvu in oskrbi z vodo, ravnanju z odpadki in saniranju okolja pa je posledica dejstva, da so te dejavnosti pogosto bolj specializirane in regulirane (OECD iLibrary, 2023; Royal HaskoningDHV, 2023).

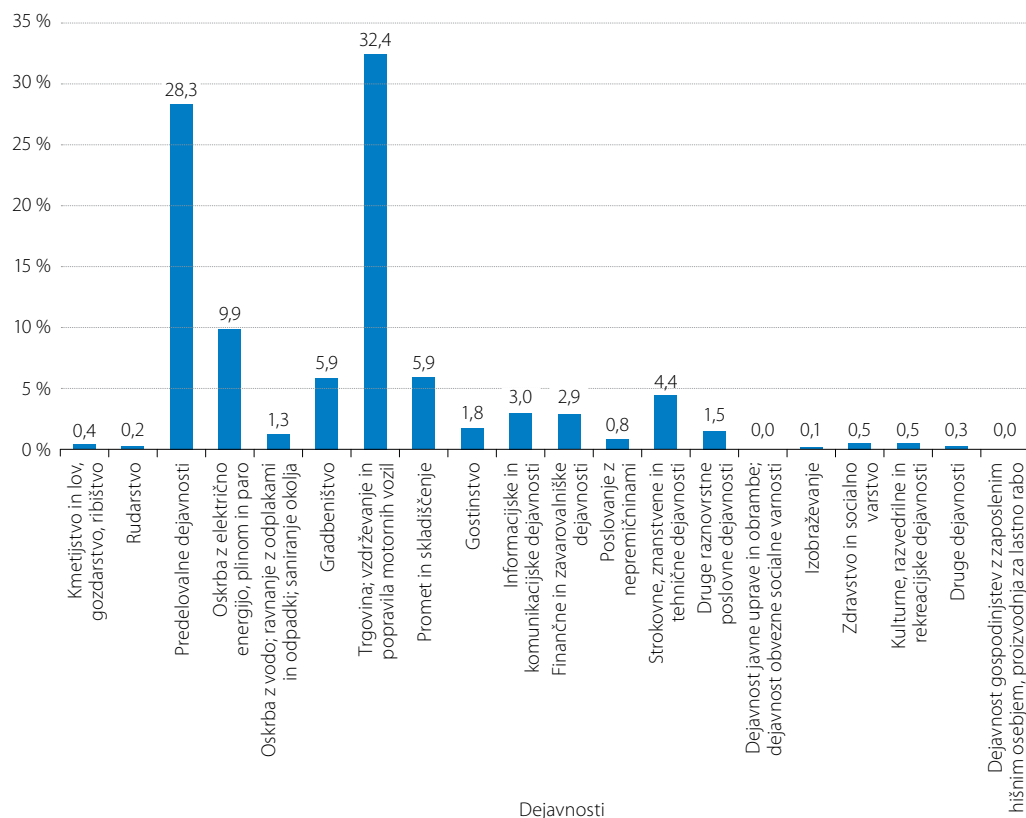
Boljšo vsebinsko sliko o stanju v slovenskem gospodarstvu kot število podjetij nam pokaže ustvarjeni prihodek, zato smo ga predstavili v nadaljevanju.

1.2.2 Ustvarjeni prihodek

Ustvarjeni prihodek poslovanja slovenskega gospodarstva je leta 2022 znašal 150,1 milijarde evrov, kar je bilo za 22 % več kot leta 2021. Na *sliki 7* lahko vidimo, da je bil prispevek k ustvarjenemu prihodu poslovanja po posameznih dejavnostih zelo različen, na kar vplivajo različni dejavniki, kot so spremembe v povpraševanju (specifičnost trga), konkurenčnost, regulativa, tehnološki napredek in makroekonomske razmere.

Največji delež je prispevala dejavnost trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil (32,4 %). To kaže na pomembnost trgovine in povezanih dejavnosti v slovenskem gospodarstvu, je pa tudi odraz sprememb v trgovini, ki se lahko pojavijo zaradi sprememb potrošniških navad in razvoja e-trgovine.

Slika 7. Deleži prihodka poslovanja dejavnosti v skupnih prihodkih poslovanja v Sloveniji, 2022



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJPES (AJPES, 2023b) (za leto 2022).

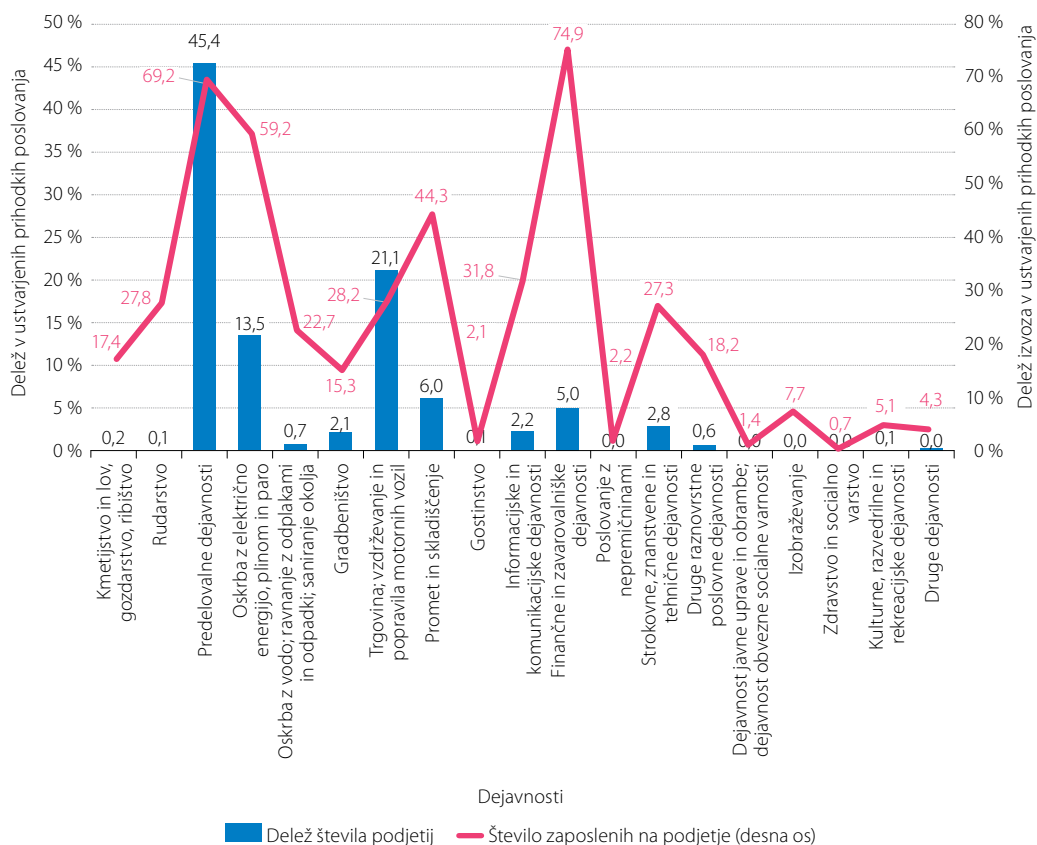
Predelovalne dejavnosti so prispevale drugi največji delež (28,3 %), kar je posledica tradicije, razvitosti teh dejavnosti in močnega povezovanja s tujimi trgi, kjer se dogajajo spremembe v globalnem povpraševanju po industrijskih proizvodih v predelovalnih dejavnostih (Piyush, 2023).

Pomembne dejavnosti glede na delež ustvarjenega prihodka poslovanja so bile še oskrba z električno energijo, plinom in paro (9,9 %), gradbeništvo (5,9 %), strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti (4,4 %) ter informacijske in komunikacijske dejavnosti (3 %).

Dejavnosti z najmanjšimi deleži prihodka poslovanja so bile dejavnost javne uprave in obrambe, dejavnost obvezne socialne varnosti, izobraževanje, kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti ter dejavnost gospodinjstev z zaposlenim hišnim osebjem in proizvodnja za lastno rabo. Nižji deleži teh dejavnosti odražajo njihovo manjšo tržno naravnost oziroma večjo odvisnost od javnega financiranja.

Na *sliki 8* pa smo še prikazali prispevek k ustvarjenemu izvozu po dejavnostih. Izvozni prihodki v letu 2022 so znašali 64,9 milijarde evrov in so predstavljali 43,2 % vseh ustvarjenih prihodkov poslovanja. Izvoz je bil leta 2022 za eno četrtno večji kot leta 2021, njegov delež v skupnih prihodkih poslovanja pa se je v primerjavi s predhodnim letom povečal za 1 o. t.

Slika 8. Deleži izvoznih prihodkov v prihodu poslovanja dejavnosti ter v skupnem izvozu v Sloveniji, 2022



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJPES (AJPES, 2023b) (za leto 2022).

Največ so k izvoznim prihodkom prispevale predelovalne dejavnosti (29,5 milijarde evrov), to je predstavljalo 45,4 % skupnega izvoza Slovenije v letu 2022, kar je posledica močnega industrijskega sektorja v Sloveniji, pa tudi visoke stopnje tehnološke razvitosti nekaterih podjetij predelovalne industrije ter njihove usmerjenosti v mednarodno trgovanje (Nenadič, 2023). Glede na leto 2021 se je delež predelovalnih dejavnosti v skupnem izvozu zmanjšal za 3,6 o.t.

Trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil je bila dejavnost z drugim največjim deležem (21,1 %) v izvoznih prihodkih Slovenije. Ta delež se je glede na leto 2021 povečal za 2,6 o. t. Izvoz v dejavnosti trgovine, vzdrževanja in popravil motornih vozil je povezan z izvozom motornih vozil, rezervnih delov, opreme in dodatkov za avtomobile, vključno s storitvami mehaničnih popravil, popravil karoserij in popravil elektronike, izvozom dodatne opreme za motorna vozila, kot so avtomobilska elektronika, navigacijske naprave, varnostne naprave itd., izvozom storitev, ki so povezane z vzdrževanjem in servisiranjem vozil, vključno z rednim vzdrževanjem, menjavo olja, menjavo pnevmatik, ter drugimi tehničnimi storitvami. Izvoz v dejavnosti so predstavljali tudi prodaja rabljenih avtomobilov, kar je lahko zanimivo za tuje trge, ki iščejo kakovostna in cenovno ugodna rabljena vozila, in izvoz rezervnih delov za motorna vozila, kar vključuje originalne dele, nadomestne dele ter dodatke (Koprivnikar Šušteršič, 2023).

Najmanjši prispevek k izvoznim prihodkom je bil v dejavnosti javne uprave in obrambe, dejavnosti obvezne socialne varnosti, izobraževanju, kulturnih, razvedrilnih in rekreacijskih dejavnostih, drugih dejavnostih, zdravstvu in socialnem varstvu ter v dejavnosti gospodinjstev z zaposlenim hišnim osebjem in proizvodnji za lastno rabo.

Največji delež izvoza v svojem prihodku poslovanja so imele finančne in zavarovalniške dejavnosti (74,9 %). Njihovi prihodki so znašali 4,3 milijarde evrov, izvoz pa 3,2 milijarde evrov. Finančne in zavarovalniške dejavnosti pogosto vključujejo storitve, ki so transakcijske narave in so manj odvisne od lokalnih trgov. Finančne institucije lahko ponujajo investicijske storitve za mednarodne stranke, kot so upravljanje premoženja, investiranje v mednarodne finančne trge in druge oblike finančnega svetovanja. Na primer, bančne institucije lahko ponujajo mednarodne transakcijske storitve, kot so mednarodna nakazila, valutne menjave, odprtje in vzdrževanje tujih bančnih računov ter druge storitve za poslovne stranke. Banke lahko zagotavljajo posojila in finančno podporo tujim podjetjem ali posameznikom za različne namene, vključno s financiranjem poslovanja, projektov ali nepremičnin. Morebitne inovacije in tehnološki napredek v finančno tehnološkem sektorju v Sloveniji lahko privabljajo mednarodne stranke, ki iščejo napredne finančne rešitve na mednarodni ravni, kot so digitalna plačila, tehnologije veriženja blokov, posojilne platforme (peer-to-peer posojila) ipd. Zavarovalniške družbe pa lahko ponujajo različne oblike zavarovanja, vključno z življenjskim, premoženjskim, zdravstvenim in drugimi zavarovanji na mednarodni ravni.

Po deležu izvoza v ustvarjenem prihodku poslovanja so drugo mesto zasedle predelovalne dejavnosti (69,2 %). Ključni sektorji in izdelki, ki so prispevali k visokemu izvozu v predelovalnih dejavnostih, so proizvodnja avtomobilov, avtomobilskih komponent in povezane avtomobilske industrije. Proizvodnja zdravil, medicinskih pripomočkov in farmacevtskih izdelkov ima visok izvozni potencial. K izvozu so prispevali še proizvodnja elektronskih komponent, naprav in opreme, vključno z računalniško opremo, telekomunikacijsko opremo in drugo elektronsko opremo, proizvodnja kemičnih izdelkov, kot so kemikalije za industrijo, gnojila, barvila in drugi kemični izdelki, proizvodnja jekla, aluminija in drugih kovinskih izdelkov, proizvodnja prehrabnih izdelkov, proizvodnja različnih strojev in naprav, kot so industrijski stroji, orodja, in oprema ter gumarska in plastična Industrija. Omenili smo tiste proizvodnje, ki so pogosto bolj usmerjene na mednarodne trge in v sodelovanje s tujimi partnerji (Nenadič, 2023).

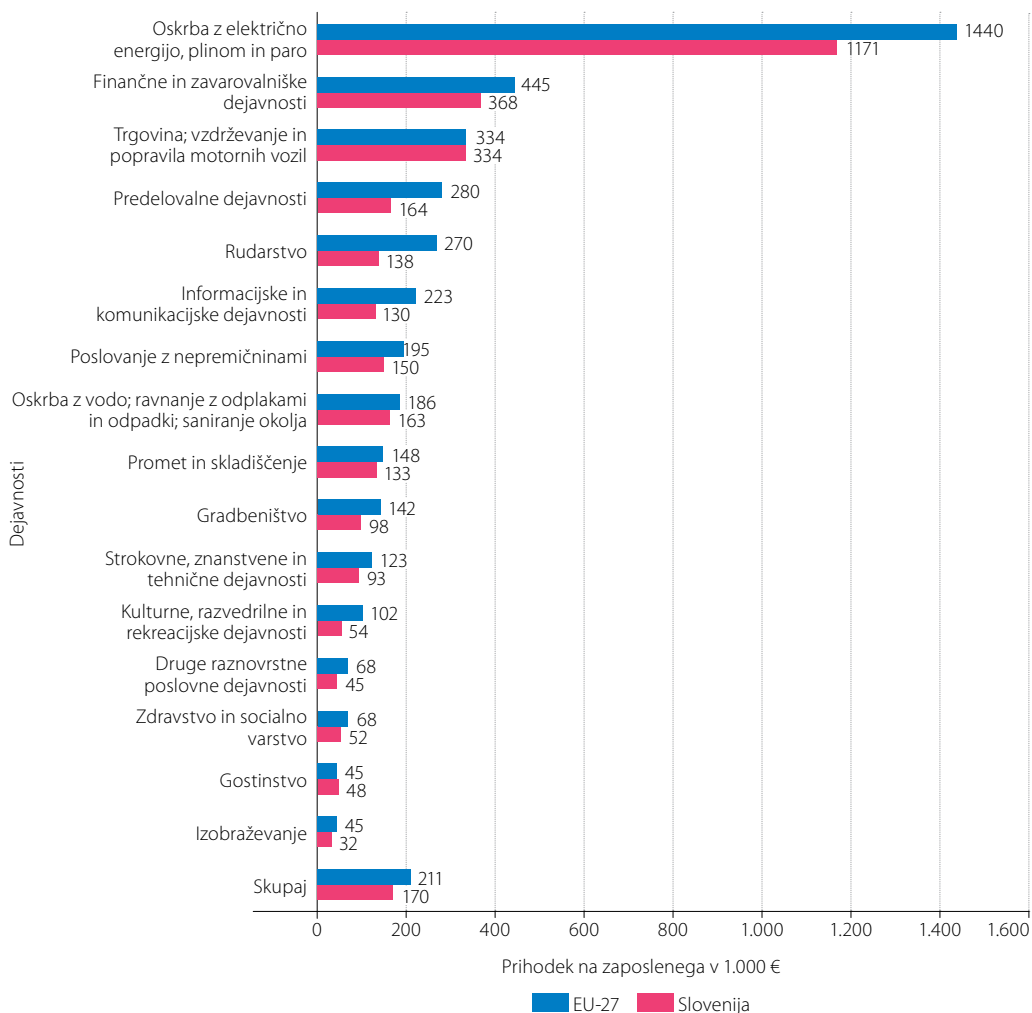
Zdravstvo in socialno varstvo je izkazalo relativno nizek delež izvoza v prihodku poslovanja (0,7 %), kar so lahko v pretežni meri prihodki lokalne narave, kot na primer privabljanje tujih pacientov za izvajanje kakovostnih zdravstvenih storitev in specializiranih zdravstvenih postopkov, saj je praviloma dostop do mednarodnih trgov zaradi regulativnih ovir ali standardov v zdravstvenem sektorju omejen (European Council, Council o. t.e European Union, b.d.).

Ker smo želeli ugotoviti višino ustvarjenega prihodka poslovanja na osebo, ki je pokazatelj delovne produktivnosti, smo pripravili *sliko 9*. V EU-27 je bilo leta 2021 ustvarjenih 32.239 milijard evrov (32,2 bilijona evrov) prihodkov poslovanja, število zaposlenih oseb pa je znašalo 153 milijonov. Analiza podatkov o prihodku poslovanja na zaposleno osebo v različnih dejavnostih v EU-27 in Sloveniji za leto 2021 omogoča nekaj ključnih ugotovitev. Najvišji prihodek poslovanja na zaposleno osebo je bil dosežen v oskrbi z električno energijo, plinom in paro z 1,4 milijona evrov v EU-27 in 1,2 milijona evrov v Sloveniji, kjer je bil torej manjši od EU-27 za skoraj petino. Ta dejavnost ima najvišje prihodke na osebo zaradi visokih infrastrukturnih stroškov in potreb po visokotehnološki opreми v tej dejavnosti. Dejavnosti z visoko tehnološko kompleksnostjo, kot so oskrba z električno energijo, plinom in paro ter informacijske in komunikacijske dejavnosti, pogosto zahtevajo specializirano znanje in imajo posledično višji prihodek poslovanja na zaposlenega.

Sledile so finančne in zavarovalniške dejavnosti, kar lahko pripisujemo kompleksnosti finančnih storitev in potrebi po visoko usposobljenem kadru. Tudi v tej dejavnosti so bili prihodki na osebo v Sloveniji manjši kot v EU-27 (za 17 %). Tretja je bila trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil, kjer je bil prihodek poslovanja na osebo praktično izenačen.

Najmanjši prihodek poslovanja na zaposleno osebo je bil dosežen v dejavnostih izobraževanja, gostinstva, zdravstva in socialnega varstva, drugih raznovrstnih poslovnih dejavnostih, kulturnih, razvedrilnih in rekreacijskih dejavnosti in v strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih. Razlogi za nižje prihodke v teh dejavnostih so lahko povezani z večjim deležem storitvenih dejavnosti, ki imajo nižje kapitalske naložbe in višje število zaposlenih ter ustvarjajo manjšo dodano vrednost v primerjavi s tehnološko bolj kompleksnimi dejavnostmi. Vendar pa na ustvarjene prihodke pomembno vplivata tudi povpraševanje in ponudba – dejavnosti, kjer je povpraševanje večje od ponudbe, imajo lahko višje prihodke na zaposlenega zaradi možnosti postavljanja višjih cen. Na prihodek poslovanja na zaposlenega vpliva tudi stopnja fluktuacije zaposlenih v podjetju, pri čemer je fluktuacija opredeljena kot odstotek celotne delovne sile, ki vsako leto prostovoljno odide (ali je odpuščen) in jo je treba nadomestiti. V slovenskih podjetjih je fluktuacija težava, saj tožijo o rekordno visoki fluktuaciji delovne sile. Fluktuacija je posledica pomanjkanja delovne sile, ne samo v Sloveniji, ampak tudi v pretežnem delu razvitega dela Evrope. Izstopajoči razlog zanjo je bilo boljše plačilo pri konkurenčnih podjetjih (Bedene, 2023). Fluktuacija zaposlenih običajno zahteva dodatne aktivnosti v podjetju, da podjetje opravi predstavitvene razgovore, zaposli in usposobi nove delavce. Med postopki uvajanja v delo podjetja pogosto postanejo manj produktivna, saj morajo obstoječi delavci mentorirati novo zaposlene in si deliti del delovnih obremenitev. Med procesom uvajanja se pogosto povečajo tudi stroški podjetja, saj podjetje povabi zunanje strokovnjake, plača posebne tečaje ali seminarje za usposabljanje in plača zaposlenim, da preživijo več časa na delovnem mestu, čeprav so manj produktivni. Zagonska podjetja, ki zaposlujejo za ključna delovna mesta, imajo morda še vedno razmeroma majhne prihodke, kar pomeni, da so prihodki na zaposlenega v teh podjetjih tudi manjši. Takšna podjetja imajo običajno nižje razmerje med prihodki in zaposlenimi kot bolj uveljavljena podjetja, ki lahko zaposlujejo za ista ključna delovna mesta, ki prinašajo večji prihodek poslovanja (Kenton, 2020).

Slika 9. Prihodek na zaposleno osebo v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih Eurostata (Eurostat, b.d.(a)) (za leto 2021).

Analiza podatkov o prihodku poslovanja na zaposleno osebo v 1.000 evrov po članicah EU-27 omogoča ugotavljanje razlik med državami in razumevanje dejavnikov, ki vplivajo na te razlike. Najvišje vrednosti prihodka na zaposleno osebo so imele članice Luksemburg, Irska in Belgija. Luksemburg s 784.000 evrov je predstavljal izjemno visoke prihodke, kar je povezano z visoko stopnjo gospodarske aktivnosti, finančnim sektorjem in prisotnostjo multinacionalk v državi. Irska je sledila s 547.000 evri, kar je bilo deloma posledica nizke stopnje brezposelnosti, prisotnosti tehnoloških podjetij ter nizkega davčnega bremena za korporacije. Belgija s 345.000 evri je imela visok prihodek na zaposlenega deloma zaradi razvitosti industrije, prisotnosti sedežev institucij EU in globalnih podjetij. Visoke ravni dohodka na prebivalca so bile zabeležene tudi v osrednjih (Nemčija, Avstrija, Francija, Nizozemska) in nordijskih državah članicah EU.

Med države z najnižjimi vrednostmi prihodka na zaposlenega so se uvrstile Romunija, Bolgarija, Hrvaška, Grčija in Latvija. Te države pogosto kažejo nižje prihodke zaradi manjše razvitosti gospodarstva, nižje stopnje industrijske specializacije, v nekaterih primerih pa tudi zaradi socialno

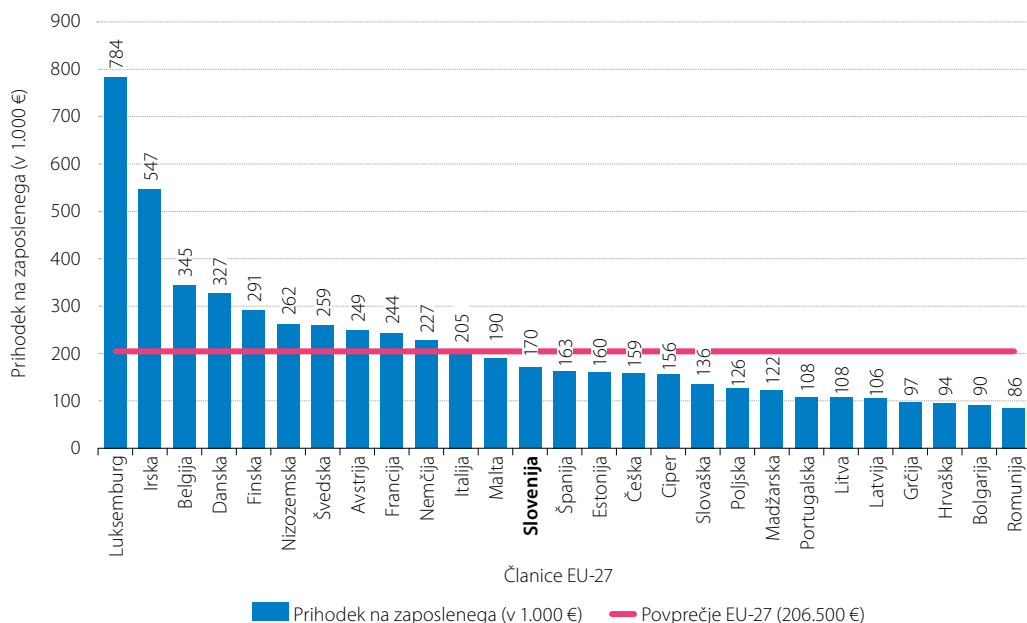
ekonomskih izzivov. Na primer, mediana letnega razpoložljivega dohodka na prebivalca v EU je leta 2022 znašala 18.706 SKM (standard kupne moči). V državah članicah EU se je razpoložljivi dohodek precej razlikoval in je znašal od 9.671 SKM v Bolgariji do 33.214 SKM v Luksemburgu.

V državah z nižjim razpoložljivim dohodkom na prebivalca se kaže tudi večja neenakost, izražena z Ginijevim koeficientom⁶. Leta 2022 je Ginijev koeficient za EU znašal 29,6. Leta 2022 so bile najvišje stopnje neenakosti glede na razpoložljivi dohodek zabeležene v Bolgariji (38,4), Litvi (36,2) in Latviji (34,3). Po drugi strani je bil med državami članicami EU dohodek najbolj enakomerno porazdeljen na Slovaškem (21,2), v Sloveniji (23,1), na Češkem (24,8) in v Belgiji (24,9) (Eurostat, 2023).

Luksemburg, Irska, Belgija, Danska, Finska, Nizozemska, Švedska, Avstrija, Francija in Nemčija so bile države, kjer je bil prihodek na zaposleno osebo nad povprečjem EU-27. Razlogi za to so povezani z večjo razvitostjo gospodarstva, specializacijo v visokotehnoloških industrijah, stabilnostjo zaposlovanja ter visoko dodano vrednostjo na zaposlenega.

Države, kjer je bil prihodek na zaposlenega pod povprečjem EU-27, so bile še Litva, Portugalska, Madžarska, Poljska, Slovaška, Ciper, Češka, Estonija, Španija, Slovenija in Malta. Italija pa je bila edina članica, katere povprečno zaposlena oseba je dosegla prihodek, ki je bil enak kot evropsko povprečje. Države z nižjimi vrednostmi se pogosto soočajo z izzivi glede gospodarske razvitosti, zaposlenosti in konkurenčnosti. Na produktivnost dela, izraženo s prihodkom na zaposleno osebo, vpliva namreč več dejavnikov, vključno z gospodarsko strukturo, nivojem tehnološke razvitosti, s stopnjo zaposlenosti, davčno politiko, s socialnimi pogoji in drugimi dejavniki. Države z visokimi prihodki na zaposlenega pogosto izkazujejo visoko raven produktivnosti, specializacijo v visokotehnoloških sektorjih ter ugodno poslovno okolje za podjetja (slika 10).

Slika 10. Prihodek na zaposleno osebo v industriji, gradbeništvu in storitvah po članicah v EU-27, 2021



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih Eurostata (Eurostat, b.d.(a)) (za leto 2021).

⁶ Ginijev koeficient meri, v kolikšni meri porazdelitev dohodka v državi odstopa od popolnoma enake porazdelitve. Koeficient 0 izraža popolno enakost, ko imajo vsi enak dohodek, koeficient 100 pa popolno neenakost, ko ima samo ena oseba ves dohodek (Eurostat, 2021).

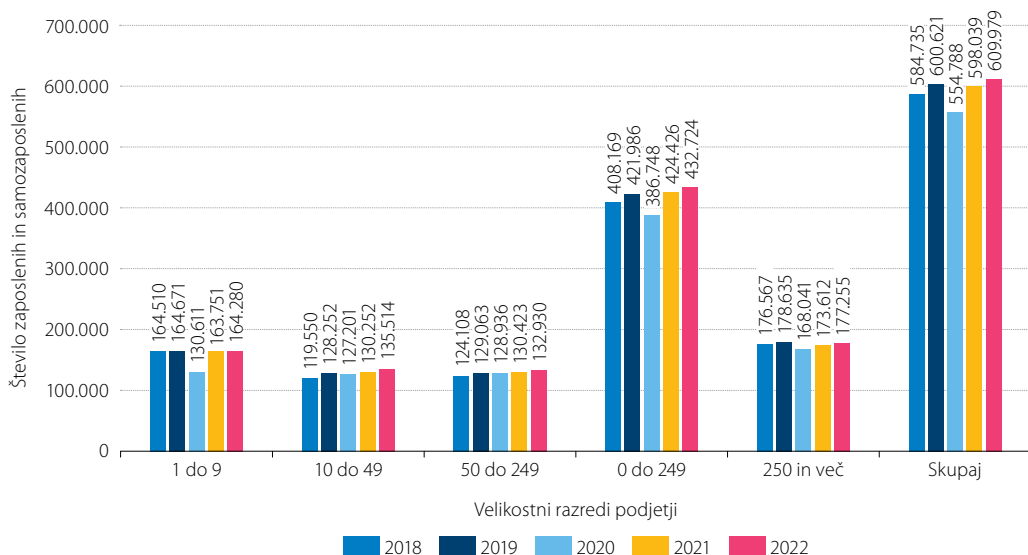
1.3 Število zaposlenih oseb

Primerjalna analiza zaposlenih in samozaposlenih v Sloveniji med leti 2018 in 2022 (slika 11) po velikostnih razredih podjetij omogoča ugotavljanje trendov in strukturnih sprememb v gospodarstvu. Skupno število zaposlenih in samozaposlenih se je povečalo s 584.735 v letu 2018 na 609.979 v letu 2022. Število zaposlenih in samozaposlenih se je v tem obdobju zmanjšalo samo v mikro podjetjih (s 164.510 v letu 2018 na 164.280 v letu 2022). Kljub manjšim nihanjem v tem obdobju so bila mikro podjetja drugi največji zaposlovalci za velikimi podjetji. Mala, srednje velika in velika podjetja so imela trend stanovitne počasne rasti.

V letu 2022 so MSP skupaj zaposlovala večji del zaposlenih oseb (432.724 ali 71 %), velika podjetja pa 177.255 zaposlenih oseb ali 29 %.

Ugotovimo lahko, da so mikro, mala in srednje velika podjetja predstavljala pomemben temelj gospodarstva pri zaposlovanju, kar kaže na pozitivno gospodarsko dinamiko v opazovanem obdobju.

Slika 11. Pregled števila zaposlenih in samozaposlenih po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2018–2022



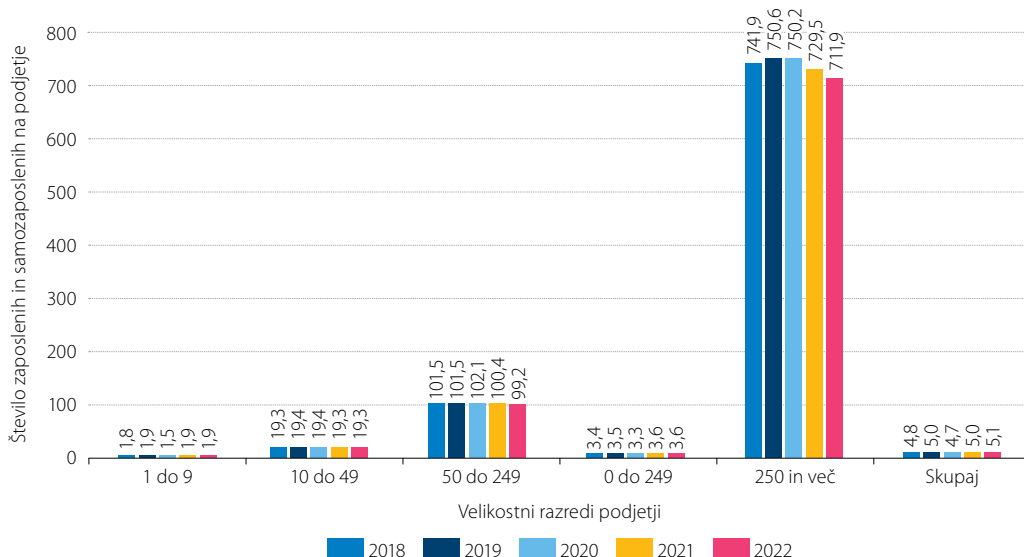
Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJPEs (AJPEs, 2023b) (za leto 2022); Rus, Močnik, & Crnogaj, 2023 (za leta 2018–2021).

1.3.1 Povprečno število zaposlenih na podjetje

Skupno število zaposlenih in samozaposlenih na podjetje se je postopno povečevalo s 4,8 v letu 2018 na 5,1 v letu 2022. Povprečna velikost mikro podjetij je ostala relativno konstantna, vendar se je v letu 2020 zmanjšala na 1,5 in se v naslednjih letih vrnila na 1,9. Povprečna velikost malih podjetij je ostala stabilna okoli 19,3 v vseh petih letih. Povprečna velikost srednje velikih podjetij se je rahlo zmanjšala s 101,5 v letu 2018 na 99,2 v letu 2022. Povprečna velikost velikih podjetij se je zmanjšala s 741,9 v letu 2018 na 711,9 v letu 2022. Povprečna velikost MSP se je povečala s 3,4 v letu 2018 na 3,6 v letu 2022 (slika 12). Velika podjetja imajo še vedno veliko večjo povprečno velikost v primerjavi z MSP.

Zaključimo lahko, da je kljub rasti zaposlenosti povprečna velikost podjetij ostala relativno stabilna. Velika podjetja so ohranila precejšnjo velikost, medtem ko so se MSP spopadala z večjo variabilnostjo. Nekolikšno povečanje povprečne velikosti MSP kaže na določeno stopnjo koncentracije zaposlenih v manjših podjetjih.

Slika 12. Pregled povprečne velikosti podjetja po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2018–2022



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJPES (AJPES, 2023b) (za leto 2022); Rus, Močnik, & Crnogaj, 2023 (za leta 2018–2021).

Slovensko povprečno podjetje je zaposlovalo 4,8 osebe. Število zaposlenih na podjetje pa se precej razlikuje po dejavnostih, kar je pogojeno z naravo in zahtevami posamezne dejavnosti (*slika 13*).

Večjo velikost podjetja od slovenskega povprečja je imela s 25,8 zaposlene osebe na podjetje dejavnost oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja. To je lahko posledica potrebe po specializiranem znanju in večjem obsegu operativnih nalog. S 23,8 zaposlenega je bilo po velikosti na drugem mestu povprečno rudarsko podjetje. Razlogi za to so posledica kompleksnosti operacij in regulativne zahteve v rudarstvu. V povprečnem predelovalnem podjetju je bilo zaposlenih 13,4 osebe, v oskrbi z električno energijo, plinom in paro pa 8,8 osebe. Tudi v teh dejavnostih je delo kompleksnejše in urejeno z regulativnimi predpisi, kar vpliva na relativno večjo velikost podjetja.

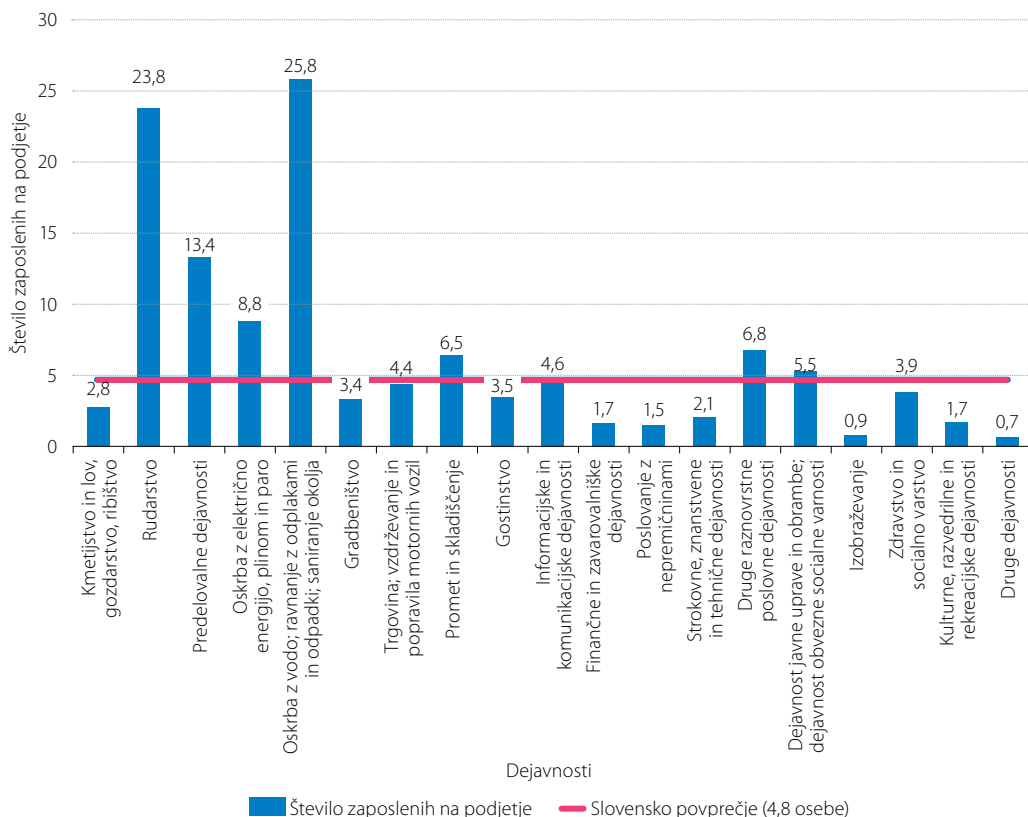
Nadpovprečno velikost podjetja so imele še druge raznovrstne poslovne dejavnosti (6,8 osebe), promet in skladiščenje (6,5 osebe) in dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti (5,5 osebe), kar je odraz raznolikosti nalog in s tem potrebne specializacije v teh dejavnostih. Dejavnosti, v katerih se zahteva specializirano znanje ali vsebujejo kompleksne operacije, ki zahtevajo večje število zaposlenih, pogosto zaposlujejo večje število ljudi. Prav tako zaposlujejo več ljudi dejavnosti, ki so podvržene strožjim regulativnim standardom.

Najmanjšo in tudi podpovprečno velikost podjetja so imele druge dejavnosti (0,7 osebe), ki se ukvarjajo z manj specializiranimi aktivnostmi. Sem sodijo še izobraževanje (0,9 zaposlenega) in poslovanje z nepremičninami (1,5 osebe). To je lahko posledica sezonske narave dela in specifičnosti

nalog v teh dejavnostih. Z 1,7 zaposlenega na podjetje so izkazovala podpovprečno velikost tudi podjetja v finančnih in zavarovalniških dejavnostih ter tudi v kulturni, razvedrilni in rekreacijski dejavnosti. V slednjih je manjša velikost podjetja lahko pogojena s sezonsko naravo dela. V teh dejavnostih je dokaj pogosto tudi t. i. svobodno delo.

Aktivnosti, za opravljanje katerih podjetja praviloma najemajo pogodbene delavce, so računovodstvo in finance, administrativne storitve, pisanje, storitve za stranke, računalništvo in informacijske tehnologije, medicina in zdravstvo, urejanje, kadrovska služba in zaposlovanje, izobraževanje in usposabljanje (Flexjobs, 2023). Ljudje, ki opravljajo pogodbeno delo za naročnika, niso zajeti med zaposlene podjetja. Relativno majhna je bila tudi povprečna velikost podjetja v kmetijstvu in lov, gozdarstvu, ribištvu, gradbeništvu, trgovini, vzdrževanju in popravilih motornih vozil in gostinstvu (slika 13). To je lahko posledica razmeroma nizke potrebe po delavcih v primerjavi z drugimi dejavnostmi.

Slika 13. Povprečna velikost podjetja po dejavnostih v Sloveniji, 2022



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJPES (AJPES, 2023b) (za leto 2022).

1.3.2 Deleži zaposlenih

Na *sliki 14* lahko vidimo, da je bilo največ ljudi zaposlenih v predelovalnih dejavnostih. V EU-27 je v predelovalnih dejavnostih delalo 29,7 milijona ljudi ali 19,4 %, v Sloveniji pa 218.971 ljudi ali 29,6 %. Na drugem mestu sledi dejavnost trgovine, vzdrževanja in popravil motornih vozil, ki je v EU-27 prav tako zaposlovala okrog eno petino ljudi (29,5 milijona ljudi), v Sloveniji pa precej manj, in sicer 16,4 % (121.694 ljudi).

Najmanj zaposlenih je bilo v dejavnosti rudarstva s 378.248 v EU-27 in 2.335 v Sloveniji, kar je predstavljalo le 0,2 % zaposlenih v EU-27 oziroma 0,3 % zaposlenih v Sloveniji.

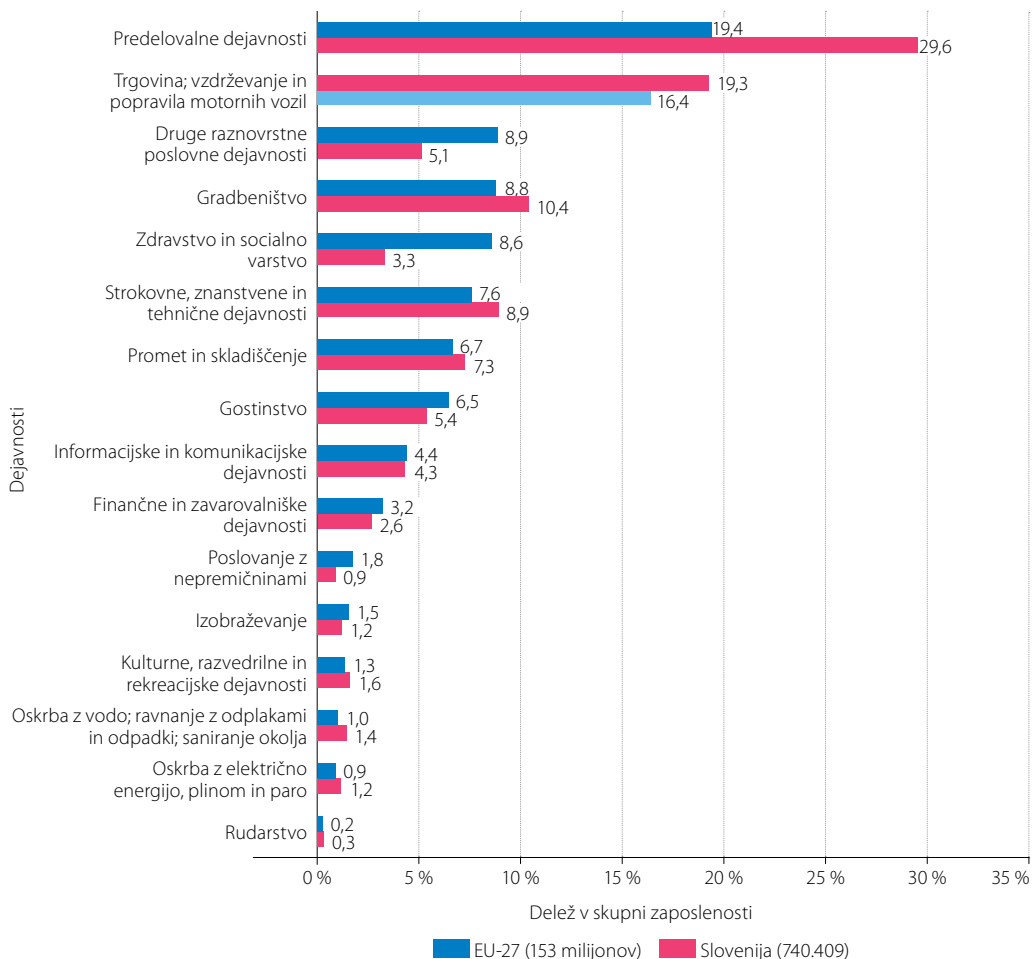
Razlike v deležih zaposlenih po dejavnostih med EU-27 in Slovenijo so opazne. Na primer, v predelovalnih dejavnostih je bil v EU-27 delež 19,4 %, medtem ko je v Sloveniji znašal 29,6 %. Delež zaposlenih v strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih je bil v Sloveniji (8,9 %) večji kot v EU-27 (7,6 %). Nasprotno pa je bil delež zaposlenih v poslovanju z nepremičninami v Sloveniji manjši (0,9 %) kot v EU-27 (1,8 %).

Skupno gledano odražajo podatki različne stopnje gospodarske specializacije in strukturne razlike med EU-27 in Slovenijo. Največje število zaposlenih v predelovalnih dejavnostih v EU-27 je posledica več dejavnikov, ki vključujejo gospodarsko zgodovino, razvoj, specializacijo in strukturo gospodarstev posameznih članic EU. V zgodovini nekaterih članic EU so predelovalne dejavnosti igrale ključno vlogo v industrijskem razvoju. Nekatere od članic EU-27 so imele močno industrijsko osnovo že od prve industrijske revolucije naprej. Belgija je bila ena izmed prvih držav, ki je industrializacijo sprejela v 19. stoletju. Charleroi in Liège sta bili ključni mestni središči za razvoj jeklarske in premogovniške industrije (Mokyr, 1972).⁷ Nemčija je bila ključna pri razvoju kemične, jeklarske in avtomobilске industrije. Mesto Ruhr je znano po svoji zgodovini jeklarske in premogovniške industrije (Siebert, 2005). Francija je bila prav tako med pomembnimi akterji industrijske revolucije, s poudarkom na metalurgiji, tekstilu in infrastrukturnih projektih. Pariz je bil osrednji kraj za razvoj različnih industrijskih sektorjev (Roehl, 1976). Tako so določene članice razvile specializacijo v posameznih industrijskih sektorjih, kjer imajo še danes komparativne prednosti. To pomeni, da so bolj učinkovite in konkurenčne v določenih panogah, kar spodbuja zaposlovanje v teh sektorjih. Širjenje globalizacije je privedlo do vzpostavitve globalnih dobavnih verig, kjer so določene države specializirane za določene faze proizvodnje. Če je določena država ključna pri proizvodnji določenih izdelkov, bo imela večje število zaposlenih v predelovalnih dejavnostih. Skratka, razlike v zaposlovanju po dejavnostih so posledica različnih struktur gospodarstva. Nekatera so bolj usmerjena v storitveni sektor, druga pa imajo še vedno močan industrijski sektor. Na splošno pa nekatere države slovijo po močnem storitvenem sektorju. Francija ima razvit storitveni sektor, zlasti v turizmu, finančnih storitvah in kulturnih dejavnostih. Tudi Nemčija, za katero smo omenili, da ima močan industrijski sektor, je razvila svoj storitveni sektor, zlasti v poslovnih in finančnih storitvah, Nizozemska slovi po močnem logističnem sektorju, prevozu in storitvah na področju trgovine in Luksemburg po finančnih storitvah, zlasti bančništvu in zavarovalništvu (U.S. Department of State, b.d.(b)).

Dejstvo pa je, da se struktura gospodarstva sčasoma spreminja. Na strukturo gospodarstva in zaposlovanje pomembno vplivajo tudi politika posameznih držav, vlaganja v infrastrukturo, izobraževanje in raziskave ter razvoj. Poleg tega se razlike v zaposlovanju po dejavnostih med članicami EU-27 odražajo v njihovi različni stopnji gospodarskega razvoja, njihovem geografskem položaju in dostopu do surovin ter trgovinskih poti ipd.

⁷ Omenjene države so imele pomembno vlogo pri oblikovanju zgodovinskega razvoja industrije v Evropi. Navedeni viri ponujajo poglobljene analize in informacije o industrijskem razvoju teh držav.

Slika 14. Deleži zaposlenosti v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021



Vir: IPMMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih Eurostata (Eurostat, b.d.(a)) (za leto 2021).

1.4 Dodana vrednost

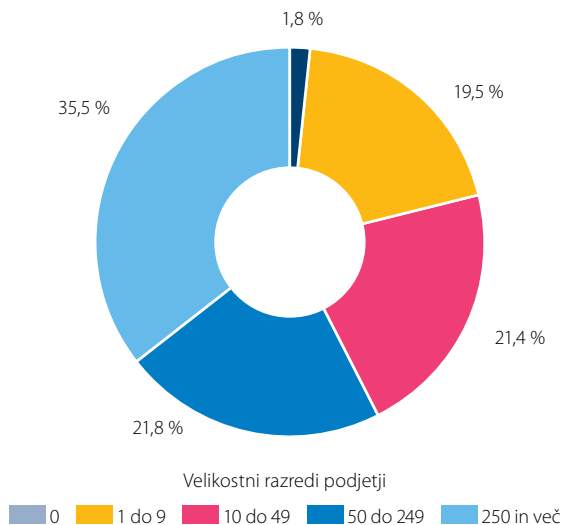
1.4.1 Struktura ustvarjene dodane vrednosti

V Sloveniji je bilo leta 2022 ustvarjenih 33,8 milijarde evrov dodane vrednosti, kar je bilo za 8,3 % več kot leta 2021. Največji delež dodane vrednosti so ustvarila velika podjetja (35,5 %), MSP pa 64,5 % (slika 15). Mikro in mala podjetja imajo primerljive deleže ustvarjene dodane vrednosti. Pri primerjavi za leti 2021 in 2022 po velikostnih razredih podjetij lahko opazimo nekatere pomembne trende. Deleži dodane vrednosti so se v letu 2022 povečali mikro in malim podjetjem. To kaže na pozitiven gospodarski trend mikro in malih podjetij, k čemur so prispevale tudi inovacije in tehnološki napredek. Podjetja, ki vlagajo v inovacije in uporabljajo najnovejše tehnologije, lahko povečajo svojo učinkovitost in dodano vrednost (Sewell, 2023; Narasimhan, 2023).

Delež dodane vrednosti srednje velikih podjetij se je zmanjšal v letu 2022 v primerjavi z letom 2021 za 1 o. t. To lahko kaže na izzive, s katerimi se soočajo srednje velika podjetja, ki so lahko posledica

različnih dejavnikov, kot so nestabilne in neugodne razmere na trgu, podporna zakonodaja in politike, tehnološki napredek ali globalne razmere. Skupni delež dodane vrednosti za MSP je ostal relativno stabilen in predstavlja kontinuiteto v ustvarjanju vrednosti v gospodarstvu.

Slika 15. Deleži ustvarjene dodane vrednosti po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2022



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJ PES (AJ PES, 2023b) (za leto 2022).

Največ dodane vrednosti so v Sloveniji leta 2022 ustvarila velika podjetja (12 milijard evrov ali 35,5 %). Sledila so srednje velika podjetja, mala in nato mikro podjetja (tabela 3). Delež dodane vrednosti v prihodku poslovanja se razlikuje med velikostnimi razredi podjetij. Najvišji delež so imela velika podjetja (24,2 %), najnižjega pa mikro podjetja z nič zaposlenimi (19,5 %). Velika podjetja so torej izkazovala visoko učinkovitost pri ustvarjanju dodane vrednosti glede na prihodek poslovanja, kar lahko kaže na večjo specializacijo ali dejavnosti z višjo dodano vrednostjo. Večja podjetja pogosto izvajajo specializirane dejavnosti z visoko dodano vrednostjo, medtem ko se manjša podjetja morda bolj osredotočajo na specifične trge ali inovacije. Velika podjetja so pogosto bolj vpeta v globalne trgovinske mreže, kar spet prispeva k večji dodani vrednosti. Večja podjetja imajo pogosto boljše možnosti za učinkovito upravljanje proizvodnje in distribucije, kar lahko vpliva na njihovo sposobnost ustvarjanja višje dodane vrednosti. Večja podjetja pogosto tudi lažje dostopajo do financiranja in drugih virov, kar zagotavlja stabilnost in sposobnost ustvarjanja višje dodane vrednosti (Fernandez, Iglesias-Antelo, Lopez-Lopez, Rodrigues-Rey, & Fernandez-Jardon, 2019).

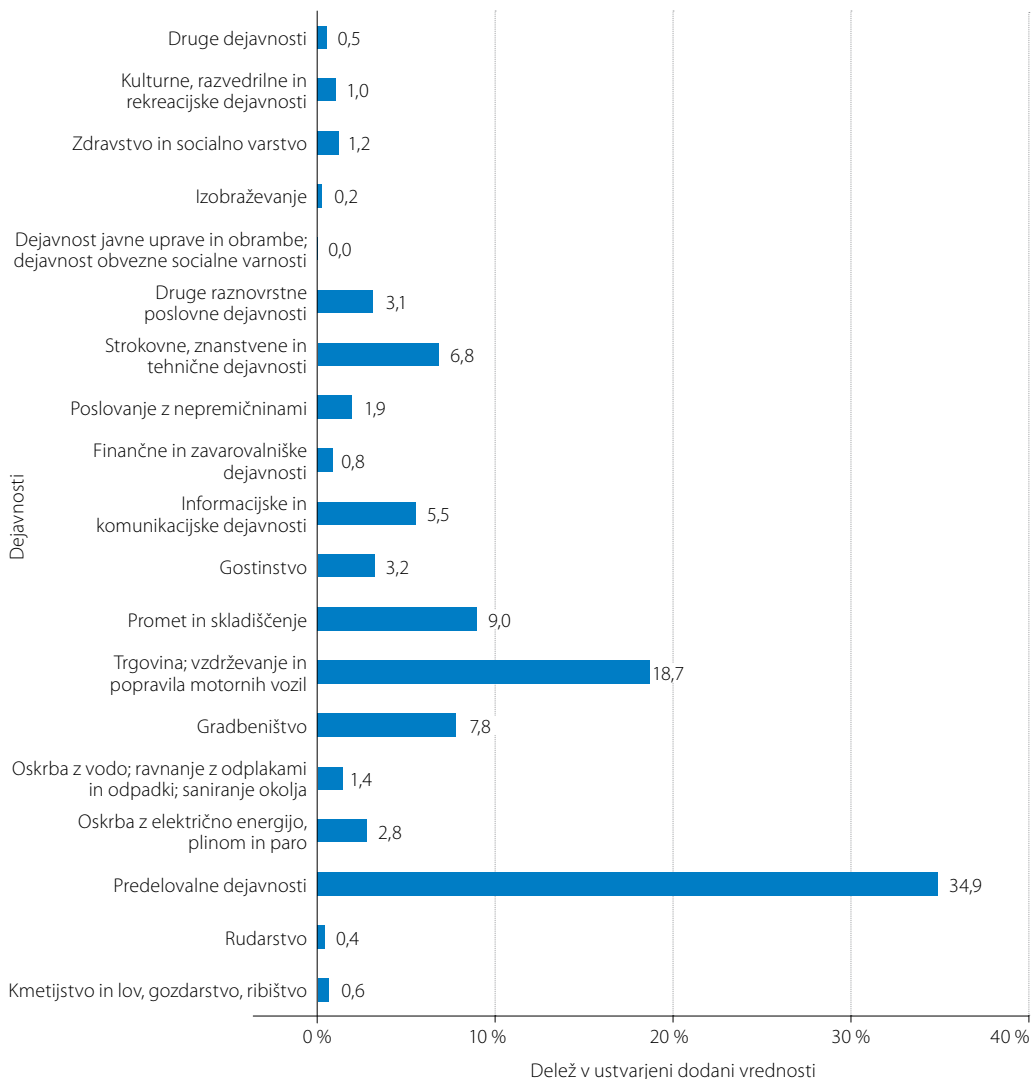
Tabela 3. Dodana vrednost in prihodek poslovanja po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2022

	Velikostni razredi podjetij						SKUPAJ
	0	1 do 9	10 do 49	50 do 249	MSP	250 in več	
Dodana vrednost v milijardah evrov	0,598	6,592	7,230	7,385	21,805	12,007	33,811
Prihodek poslovanja v milijardah evrov	3,066	26,931	33,057	37,484	100,539	49,606	150,145
Delež dodane vrednosti v prihodku poslovanja	19,5 %	24,5 %	21,9 %	19,7 %	21,7 %	24,2 %	22,5 %

Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJ PES (AJ PES, 2023b) (za leto 2022).

Vendar pa se skupni delež ustvarjene dodane vrednosti MSP z leti večja in je visok (64,5 %), kar poudarja pomembno vlogo mikro, malih in srednje velikih podjetij v gospodarstvu. Raznolikost gospodarskih subjektov pri ustvarjanju dodane vrednosti v Sloveniji je prav tako pomembna.

Slika 16. Deleži ustvarjene dodane vrednosti po dejavnostih v Sloveniji, 2022



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJPEs (AJPEs, 2023b) (za leto 2022).

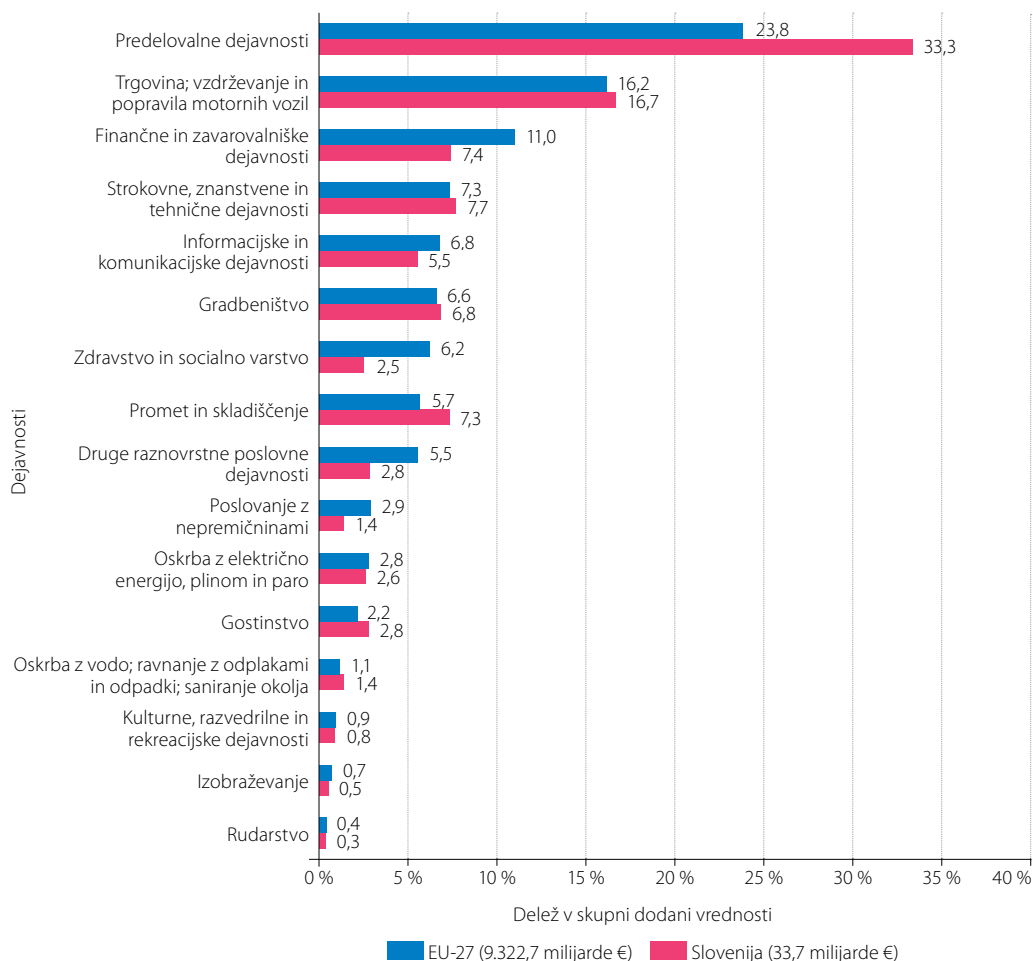
V Sloveniji so leta 2022 predelovalne dejavnosti ustvarile največji delež dodane vrednosti (34,9 %) (slika 16), kar je pokazatelj pomembnosti industrijskega sektorja v gospodarstvu Slovenije. Trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil so imeli drugi največji delež v dodani vrednosti (18,7 %), kar poudarja tudi pomembno vlogo teh dejavnosti v slovenskem gospodarstvu in vključenost Slovenije v globalne trgovinske verige. Promet in skladiščenje ter gradbeništvo so pomembne dejavnosti s sorazmerno visokimi deleži ustvarjene dodane vrednosti (9 % in 7,8 %), kar kaže na infrastrukturni razvoj in potrebne premike blaga in storitev ter je odraz morebitnih naložb v infrastrukturo, ki

spodbujajo rast teh sektorjev. Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti so skupaj z informacijskimi in komunikacijskimi dejavnostmi k ustvarjeni dodani vrednosti prispevale 12,3 %, kar je lahko odraz inovacij in tehnološkega napredka, ki vplivajo na storitvene dejavnosti in gospodarsko rast.

Poudarjena raznolikost med industrijskimi, trgovinskimi in preostalimi storitvenimi dejavnostmi kaže na razvejanost gospodarske strukture v Sloveniji in pomembnost različnih dejavnosti pri ustvarjanju dodane vrednosti.

Deleže ustvarjene dodane vrednosti v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji v letu 2021 smo prikazali na *sliki 17*. V EU-27 je bilo leta 2021 ustvarjenih 9.322 milijard evrov dodane vrednosti. To je predstavljalo 29 % ustvarjenih prihodkov (32.239 milijard evrov).

Slika 17. Deleži dodane vrednosti v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih Eurostata (Eurostat, b.d.(a)).

Na *sliki 17* lahko vidimo, da so predelovalne dejavnosti ustvarile največji delež dodane vrednosti (EU-27: 23,8 %; Slovenija: 33,3 %), kar kaže na pomembnost industrijskega sektorja v gospodarstvu EU-27 kot celote in v Sloveniji. Trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil je imela drugi,

največji delež, ki je bil praktično izenačen (EU-27: 16,2 %; Slovenija: 16,7 %). Finančne in zavarovalniške dejavnosti so prispevale tretji največji delež v EU-27 (11 %), medtem ko v Sloveniji četrtega (7,4 %). V Sloveniji je tretje mesto po ustvarjeni dodani vrednosti zasedla dejavnost prometa in skladiščenja (7,7 %). Ugotovitve analize podatkov so bolj ali manj podobne, kot smo jih podali v komentarju za *sliko 16*, zato jih na tem mestu nismo ponavljali. Razlika je ta, da so med podjetji zajeta tudi tista, ki so poslovala krajši čas, in da so poleg gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov v analizo zajete tudi druge pravno organizacijske oblike podjetij.

1.4.2 Dodana vrednost na zaposlenega

V letu 2022 je bila dodana vrednost na zaposlenega in samozaposlenega v vseh velikostnih razredih podjetij višja v primerjavi z letom 2021. To kaže na pozitiven gospodarski trend in izboljšano učinkovitost v ustvarjanju vrednosti na zaposlenega. Opazen je trend naraščanja dodane vrednosti na zaposlenega z naraščajočo velikostjo podjetij. Velika podjetja imajo najvišjo dodano vrednost na zaposlenega, medtem ko mikro podjetja beležijo najnižje vrednosti. To je pričakovano, saj večja podjetja pogosto lahko dosežejo večjo učinkovitost in specializacijo. Velika podjetja so pokazala nenehno rast dodane vrednosti na zaposlenega od leta 2018 do leta 2022. To lahko odraža njihovo sposobnost optimizacije procesov, večje vključenosti v globalne verige vrednosti ter inovacij. Kljub nihanju vrednosti v letih 2018–2020 so se MSP v letu 2022 izboljšala, pri čemer so srednje velika podjetja zabeležila najvišjo dodano vrednost na zaposlenega (*slika 18*). Splošen trend naraščanja dodane vrednosti na zaposlenega od leta 2018 do leta 2022 velja tudi za povprečno slovensko podjetje, kar je pozitiven znak za celotno gospodarstvo.

Na ta ugodni trend so lahko vplivali tako gospodarsko okolje kot vlaganja v tehnologijo, politike zaposlovanja, globalni trgovinski dejavniki in sektorske razlike v razvutosti. Raznolikost vrednosti med različnimi velikostnimi razredi podjetij ponazarja kompleksnost slovenskega gospodarstva in vpliv različnih dejavnikov na poslovno uspešnost.

Slika 18. Pregled dodane vrednosti na zaposleno osebo po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2018–2022



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJPES (AJPES, 2023b) (za leto 2022); Rus, Močnik, & Crnogaj, 2023 (za leta 2018–2021).

Na *sliki 19* so prikazane relativne dodane vrednosti na osebo. Relativne dodane vrednosti na zaposleno osebo v Sloveniji za leta 2018 do 2022 ponujajo zanimiv vpogled v učinkovitost poslovanja glede na velikost podjetja. Relativna dodana vrednost v mikro podjetjih je bila okrog 30 % pod slovenskim povprečjem, le v letu 2020 je bil zaostanek relativno manjši, in sicer 19 %. Razlogi za zaostajanje dodane vrednosti na zaposlenega in samozaposlenega v mikro podjetjih za slovenskim povprečjem v letu 2020 v primerjavi z drugimi leti bi lahko vključevali več dejavnikov, od katerih so nekateri povezani s specifičnimi okoliščinami tega obdobja. V letu 2020 so se pojavile gospodarske težave zaradi pandemije covid-19. Mikro podjetja so tudi prejela posebno podporo, ki je pripomogla k ohranjanju produktivnosti in zaposlenosti. Določena mikro podjetja pa so tudi delovala v dejavnostih, ki so doživele povečano povpraševanje v času pandemije, kar je lahko prispevalo k ohranjanju ali povečanju dodane vrednosti na zaposlenega. Prav tako so se mikro podjetja lahko hitreje odzvala na spremenjene razmere in prilagodila svoje poslovne modele, kar je lahko prispevalo k večji učinkovitosti. Mikro podjetja, ki so delovala v lokalnih skupnostih in so bila manj odvisna od mednarodnih trgovinskih tokov, so lažje ohranila stabilnost. Vlada Republike Slovenije in druge institucije so uvedle različne ukrepe za pomoč podjetjem v času pandemije, kar bi lahko pozitivno vplivalo na ohranjanje produktivnosti v mikro podjetjih.

Po zaostanku dodane vrednosti na zaposlenega za slovenskim povprečjem so sledila mala podjetja, ki so še leta 2018 dosegala slovensko povprečje, a se je njihova produktivnost v naslednjih letih zmanjšala in nihala. Najmanjši je bil zaostanek v srednje velikih podjetjih, kjer je bila dosežena dodana vrednost primerljiva s slovenskim povprečjem. V tem velikostnem razredu podjetij je bila produktivnost nadpovprečna leta 2019 (ko je slovensko povprečje presegala za 6 %) in leta 2021 (5-odstotno preseganje). V MSP, ki jih lahko štejemo za ključno gonilno silo gospodarstva, je, kot smo lahko videli pri analizi števila podjetij, zaposlenosti in prihodkov, delovna produktivnost zaostajala za slovenskim povprečjem za 9 %.

Relativna dodana vrednost v velikih podjetjih je bila najvišja in ves čas nadpovprečna, kar je lahko bila posledica močne globalne prisotnosti, večjih naložb v tehnologijo ter učinkovitejšega upravljanja proizvodnih in poslovnih procesov.

Povečanje produktivnosti, izražene z dodano vrednostjo na zaposlenega, v MSP v Sloveniji zahteva celovit pristop ter sodelovanje med vladnimi institucijami, podjetji in drugimi deležniki. K izboljšanju produktivnosti bi lahko prispevala vlaganja v izobraževanje in usposabljanje zaposlenih v mikro, malih in srednje velikih podjetjih, saj bi to povečalo njihove spretnosti in znanja ter izboljšalo njihovo produktivnost. Pomembno pa ni le izobraževanje zaposlenih, temveč tudi izobraževanje podjetnikov o pomenu produktivnosti in učinkovitega upravljanja, kar lahko prispeva k spremembi poslovnih praks in k večji ozaveščenosti o pomembnosti dviga dodane vrednosti na zaposlenega. Spodbujanje mreženja med podjetji in sodelovanje na poslovnem nivoju lahko izboljša prenos znanja, poveča dostop do trgov ter omogoči izmenjavo izkušenj in najboljših praks. Vključevanje socialnih partnerjev, kot so sindikati in delodajalske organizacije, v oblikovanje politik in strategij za povečanje produktivnosti lahko vodi do bolj celovitega pristopa in večje podpore.

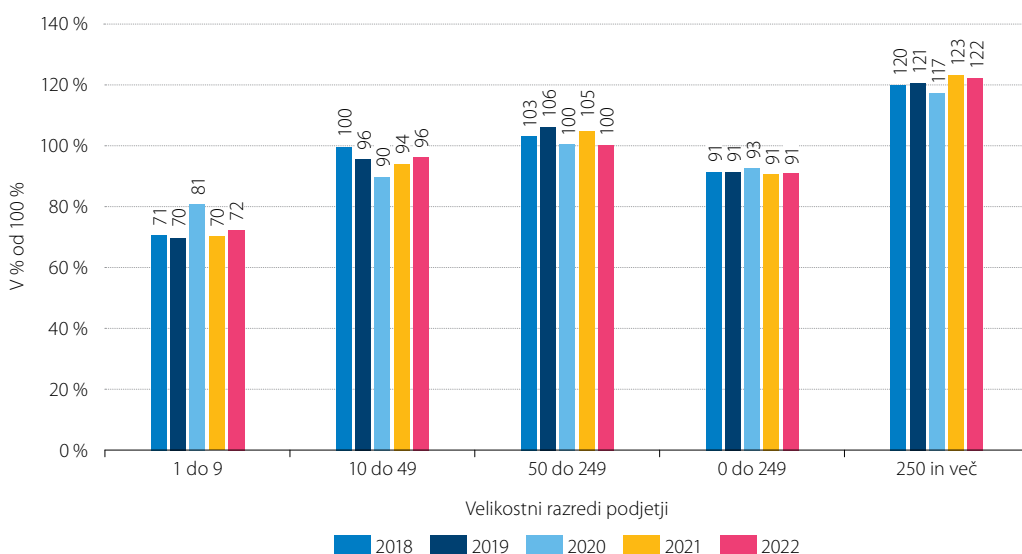
Vlada bi lahko pomagala s finančnimi spodbudami, subvencijami ali davčnimi olajšavami za inovacije v podjetjih. Zagotavljanje enostavnega dostopa do ugodnih finančnih virov za MSP namreč spodbuja investicije v tehnologijo, izobraževanje in razvoj novih produktov in tehnologij, kar povečuje dodano vrednost na zaposlenega. Uvedba ali povečanje davčnih olajšav za naložbe v tehnologijo, razvoj zaposlenih in drugi ukrepi lahko spodbudijo podjetja k vlaganjem in prispevajo k večji učinkovitosti.⁸ Spodbujanje MSP k digitalizaciji procesov bi povečalo operativno učinkovitost in omogočilo boljše

⁸ Poleg davčnih olajšav, ki so že predvidene z Zakonom o dohodnini in Zakonom o davku od dohodkov pravnih oseb.

izkoriščanje digitalnih orodij za povečanje produktivnosti. Povečanje sodelovanja med podjetji in raziskovalnimi institucijami lahko privede do prenosa znanja in tehnologij ter spodbudi inovacije in razvoj v podjetjih.

Ukrepi bi morali biti prilagojeni posebnostim vsakega velikostnega razreda podjetij in upoštevati razlike po dejavnostih ter spodbujati trajnostno rast in konkurenčnost slovenskega gospodarstva. Sodelovanje med javnim sektorjem, podjetji in drugimi deležniki je ključnega pomena za uspeh takšnih prizadevanj. Gledano v celoti relativna dodana vrednost na zaposlenega kaže na dinamičnost slovenskega gospodarstva, kjer so inovacije, prilagodljivost ter učinkovito upravljanje ključni dejavniki za doseganje dobrih rezultatov v vseh velikostnih razredih podjetij.

Slika 19. Pregled relativne dodane vrednosti na zaposlenega in samozaposlenega po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2018–2022

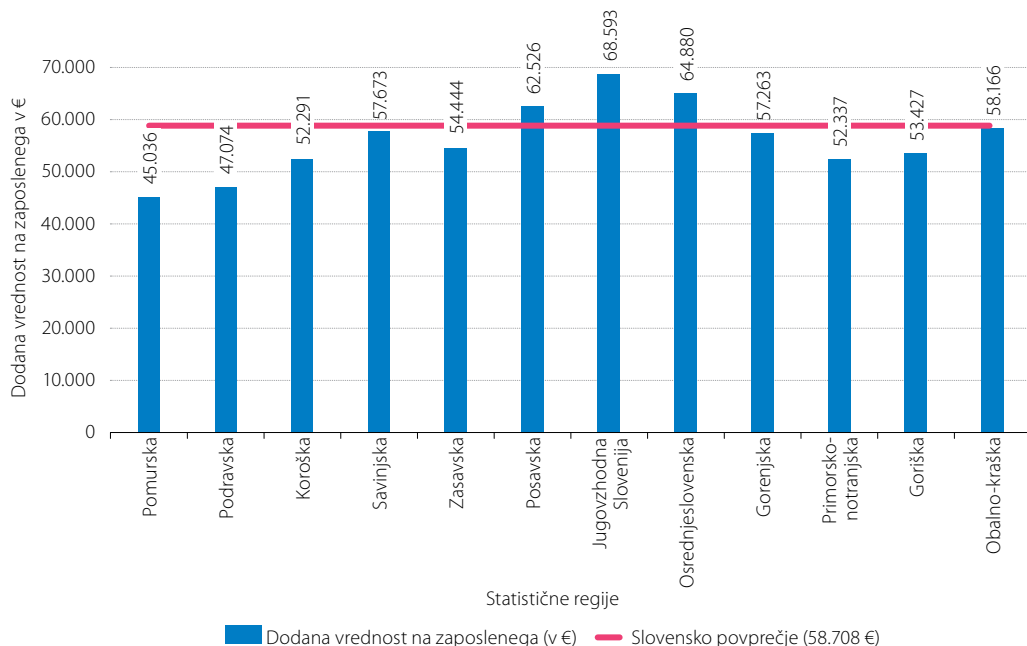


Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJPEŠ (AJPEŠ, 2023b) (za leto 2022); Rus, Močnik, & Crnogaj, 2023 (podatki za leta 2018–2021).

Na *sliki 20* smo predstavili dodano vrednost na zaposlenega po slovenskih regijah v letu 2022.

Najvišjo produktivnost je dosegala jugovzhodna Slovenija (68.593 evrov na zaposlenega), kar je posledica prisotnosti visoko produktivnih dejavnosti v tej regiji (*slika 20*). Največji delež podjetij se v tej regiji ukvarja s predelovalnimi dejavnostmi, ki so močno usmerjene v izvoz. Najpomembnejši trg so bile države Evropske unije (AJPEŠ, 2023d). Med podjetji v predelovalnih dejavnostih so imela največjo težo podjetja, katerih glavna dejavnost je proizvodnja farmacevtskih surovin in preparatov ter proizvodnja motornih vozil, prikolic in polprikolic. S prodajo na tujih trgih so podjetja ustvarila večino vseh svojih prihodkov (59 %). Jugovzhodna Slovenija je z 2.675 km² po površini največja statistična regija. Je približno 6-krat večja od zasavske, po površini najmanjše regije. V letu 2021 je v jugovzhodni Sloveniji živelo 7 % prebivalcev Slovenije, kar je bil peti največji delež med regijami. Starostna sestava tukajšnjega prebivalstva je bila ugodnejša kot v večini drugih regij. Povprečna mesečna neto plača je v jugovzhodni Sloveniji leta 2021 znašala 1.284 EUR in je bila samo v tej in v osrednjeslovenski regiji višja od slovenskega povprečja (v tej za 1 %, v osrednjeslovenski pa za 9 %) (Statistični urad Republike Slovenije, b.d.(a)).

Slika 20. Dodana vrednost na zaposlenega po regijah v Sloveniji, 2022



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJPES (AJPES, 2023b) (za leto 2022).

Nadpovprečno produktivnost je izkazovala le še posavska regija. V tej regiji so k uspešnosti poslovanja najbolj prispevala predvsem podjetja v predelovalnih dejavnostih, v oskrbi z električno energijo, plinom in paro ter v dejavnosti trgovine, vzdrževanja in popravil motornih vozil (AJPES, 2023e). Krško, Brežice, Sevnica, Kostanjevica na Krki, Radeče in Bistrica ob Sotli so gospodarsko živahna in kulturno zanimiva urbana središča v obsejni posavski regiji, ki je prometno dobro razvita ter naravno in gospodarsko povezana. Skozi posavsko regijo poteka avtocesta Ljubljana – Zagreb in ob njej je vojaško-civilno letališče Cerklje ob Krki. Energetski bazen z nuklearno elektrarno v Krškem, termoelektrarno v Brestanici in verigo hidroelektrarn na spodnji Savi zadosti kar 38 % celotnih potreb po električni energiji v Sloveniji. V regiji so zastopane vse najpomembnejše industrijske panoge – široka paleta papirne, kovinske, tekstilne, lesne in živilske industrije. V regiji si tudi prizadevajo, da bi z učinkovito štipendijsko politiko v lokalnem okolju zadržali mlade izobražene kadre. Največji delež prebivalstva živi na podeželju, kjer so ugodne danosti za razvoj kmetijstva, sadjarstva, vinogradništva, gostinstva in turizma. Pristna kulinarična ponudba privablja številne obiskovalce, ki prosti čas lahko preživljajo v Termah Čatež, Termah Paradiso, kolesarijo, igrajo golf, se ukvarjajo z lovom in s športnim ribolovom (Regionalna razvojna agencija Posavje, b.d.).

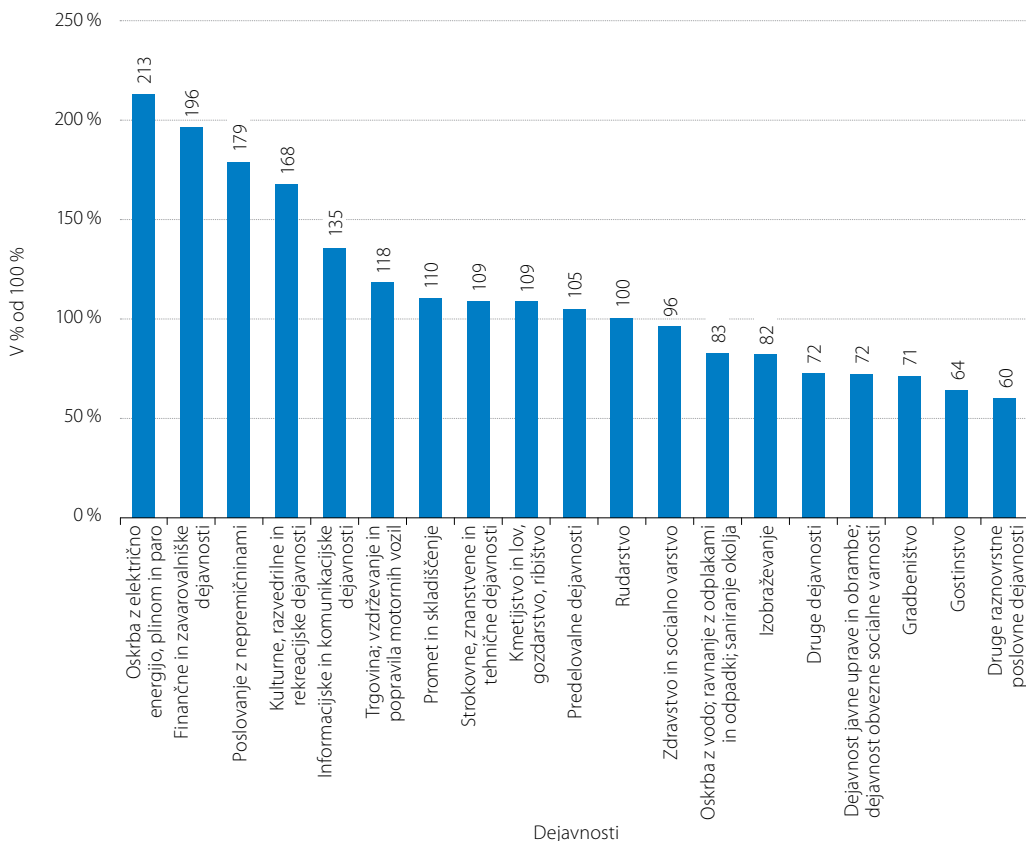
Pomurska regija je beležila najnižjo dodano vrednost na zaposlenega (45.036 evrov). Ta regija je zgodovinsko močno povezana z nekaterimi tradicionalnimi dejavnostmi, kot so kmetijstvo in predelovalne dejavnosti. Čeprav so te dejavnosti pomembne, lahko njihov prevladujoči delež omejuje razvoj in inovacije. Raznolikost gospodarstva namreč lahko povečuje odpornost regije na spremembe. Razvojni potencial podjetij je tudi tesno povezan z usposobljenostjo delovne sile. Na razvitost regije vpliva ustrezno izobraževanje in usposabljanje, kar povečuje možnosti za razvoj visokotehnoloških industrij in storitev. Pomurska regija v Sloveniji velja za povprečno najstarejšo regijo z manj ugodno izobrazbeno sestavo. Izstopa tudi z najnižjim naravnim prirastom. Skoraj tretjina

prebivalcev (29,4 %) je imela dokončano največ osnovnošolsko izobrazbo, kar je najvišji odstotek med regijami. Regija ima tudi najnižji delež prebivalcev starih nad 14 let z višje- ali visokošolsko izobrazbo (18,4 %) ter najmanjše število študentov med regijami (29 na 1.000 prebivalcev) (Statistični urad Republike Slovenije, b.d.(b)).

Regije s pod povprečno produktivnostjo so bile poleg že omenjene pomurske regije še podravska, koroška, primorsko-notranjska, goriška, zasavska, gorenjska, savinjska in obalno-kraška regija (slika 20).

Sliko produktivnosti slovenskega gospodarstva smo dopolnili še s podatki o relativni dodani vrednosti na zaposlenega po dejavnostih. Relativna dodana vrednost na zaposlenega v dejavnosti je podana kot odstotek dosežene slovenske povprečne dodane vrednosti na zaposlenega (slika 21).

Slika 21. Relativna dodana vrednost na zaposlenega po dejavnostih v Sloveniji, 2022



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJPES (AJPES, 2023b) (za leto 2022).

Razumevanje relativne dodane vrednosti na zaposlenega v različnih dejavnostih ponuja vpogled v konkurenčnost in učinkovitost različnih dejavnosti v primerjavi s slovenskim povprečjem. V oskrbi z električno energijo, plinom in paro je bila dosežena najvišja dodana vrednost na zaposlenega, ki je presegala slovensko povprečje za 113 %. Proizvodnja in distribucija električne energije ter drugih energetskih virov običajno zahtevata visoko stopnjo tehnologije in avtomatizacije. Oskrba z energijo ima ključno vlogo v gospodarstvu, družbi in industriji, zato je stabilnost oskrbe z energijo odločilnega

pomena za nemoteno delovanje drugih sektorjev, kar povečuje strateško pomembnost tega sektorja. Energetski sektor je običajno močno reguliran tudi zaradi varnostnih in okoljskih razlogov. Izpolnjevanje teh regulativnih zahtev zahteva naložbe v varnostne ukrepe in okoljske tehnologije ter upoštevanje standardov kakovosti, kar povečuje stroške in kapitalne naložbe v dejavnost z relativno manjšo potrebo po zaposlovanju v primerjavi s storitvenimi dejavnostmi, to pa posledično vpliva na relativno višjo dodano vrednost na zaposlenega.

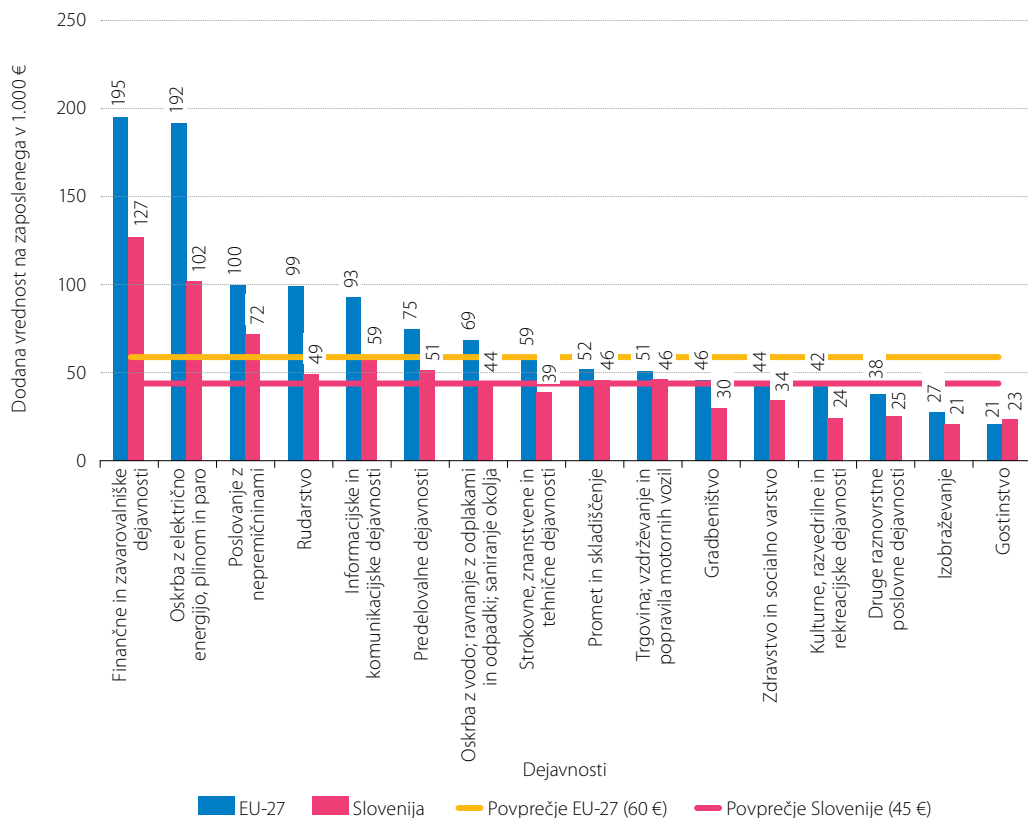
V poslovanju z nepremičninami je bila dosežena druga najvišja dodana vrednost na zaposlenega, kar nakazuje na stabilen nepremičninski trg in potencialne donosne naložbe v tej dejavnosti. Nad slovenskim povprečjem so bile tudi kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti (179 %). Kulturne in razvedrilne dejavnosti so pogosto povezane s kreativnostjo in inovacijami. Podjetja, ki spodbujajo inovativnost v oblikovanju in izvajanju kulturnih vsebin, dogodkov ter storitev, imajo pogosto višjo dodano vrednost. Dejavnosti, ki se osredotočajo na specializirane in zelo kakovostne storitve, lahko ustvarijo višjo dodano vrednost, zahtevajo pa na splošno tudi višjo stopnjo izobrazbe (Eurostat, 2023). Specializirane umetniške produkcije, ekskluzivni dogodki in visokokakovostni kulturni projekti lahko privabljajo večjo pozornost potrošnikov in podporo. Visoka raven izobrazbe in strokovnost v kulturnih sektorjih lahko prispeva k ustvarjanju kompleksnejših in bogatejših kulturnih produktov. Strokovnjaki v umetnosti, glasbi, gledališču in drugih podobnih panogah lahko dodajo visoko vrednost s svojim znanjem in spretnostmi.

Visoka dodana vrednost je bila ustvarjena tudi v finančnih in zavarovalniških dejavnostih (168 %), kar je posledica visoke stopnje specializacije, storitev in donosnosti. Čeprav nižje od prej omenjenih dejavnosti, so imele informacijske in komunikacijske dejavnosti še vedno nadpovprečno dodano vrednost, kar odraža njihov prispevek k digitalni ekonomiji in tehnološkemu razvoju (135 %). Tudi relativno visoka dodana vrednost v rudarstvu (118 %) kaže na pomemben prispevek tega sektorja h gospodarstvu, čeprav se mora soočati s specifičnimi izzivi in odvisnostjo od svetovnih cen surovin. Nekoliko nad slovenskim povprečjem so bile še trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil (110 %), promet in skladiščenje (109 %) ter strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti (105 %).

Najbolj pod slovenskim povprečjem so bile uvrščene druge raznovrstne poslovne dejavnosti (60 %). V tej dejavnosti se je prihodek poslovanja povečal za 25 %, a dodana vrednost le za 12 %, medtem ko so se stroški blaga, materiala in storitev povečali za 40 %, kar lahko kaže na izzive glede specializacije in konkurence v različnih poslovnih storitvah. Podatki so pokazali, da so bili v EU drugi najslabše plačani delavci (za gostinstvom) prav delavci v raznovrstnih poslovnih dejavnostih, kar je posledično vplivalo tudi na nižjo doseženo dodano vrednost (Eurostat, 2020). Relativno nizka dodana vrednost v gostinstvu je pokazatelj izzivov v tej dejavnosti, ki se lahko nanašajo na konkurenco, stroške dela in sezonsko naravo poslovanja. Podpovprečna produktivnost je bila dosežena še v dejavnosti javne uprave in obrambe; dejavnosti obvezne socialne varnosti, v drugih dejavnostih, izobraževanju ter zdravstvu in socialnem varstvu.

Razlike v ustvarjeni dodani vrednosti med dejavnostmi so posledica kompleksnih različnih dejavnikov, kot so stopnja tehnologije in specializacije v poslovanju, regulativno okolje, potrebe trga, konkurenca in globalni ekonomski trendi. Dejavnosti z visoko dodano vrednostjo običajno vlagajo v raziskave, razvoj, tehnologijo in usposabljanje zaposlenih, kar pripomore k njihovi večji konkurenčnosti. Nasprotno pa sektorji z nižjo dodano vrednostjo konkurenčno zaostajajo v teh ključnih elementih.

Za primerjavo med EU-27 in Slovenijo smo v nadaljevanju podali še dodano vrednost na zaposlenega (slika 22). Povprečno je zaposleni delavec v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 leta 2021 ustvaril 59.710 evrov dodane vrednosti, v Sloveniji pa 45.040 evrov ali 24,6 % manj.

Slika 22. Dodana vrednost na zaposleno osebo v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021

Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih Eurostata (Eurostat, b.d.(a)) (za leto 2021).

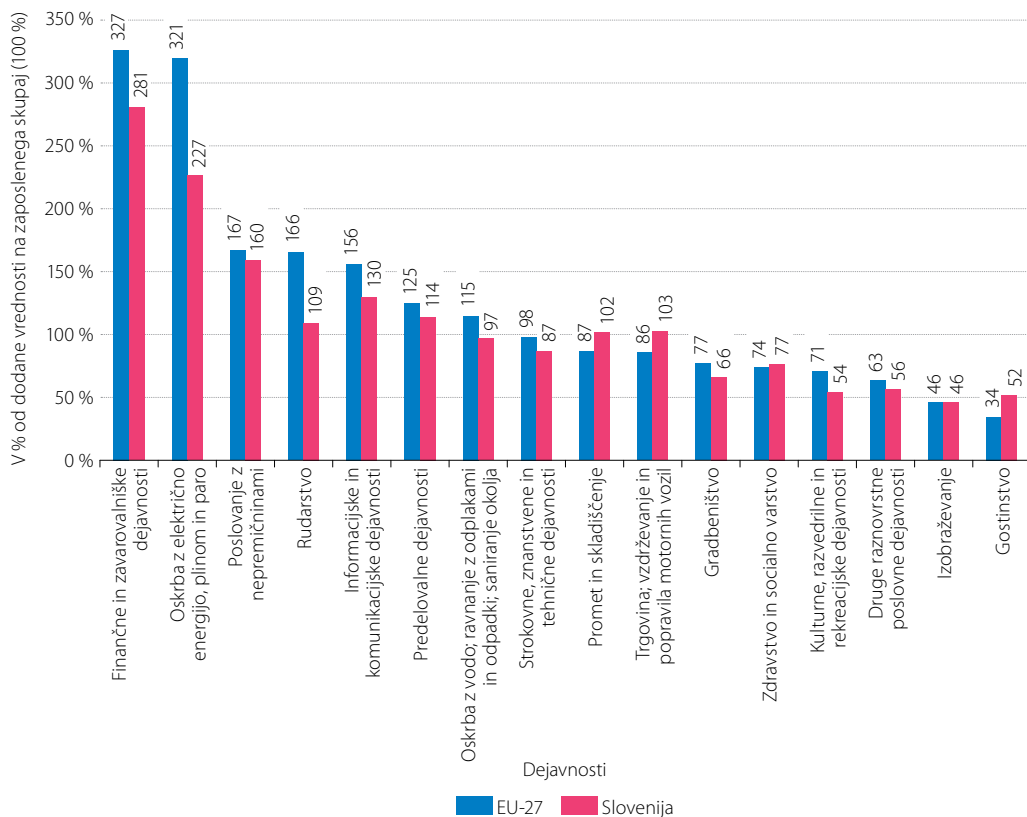
Povprečna dodana vrednost na osebo v vseh dejavnostih je bila višja v EU-27 kot v Sloveniji, razen v gostinstvu. V EU-27 je bila dosežena najnižja dodana vrednost na osebo v gostinstvu, v Sloveniji pa v izobraževanju. V gostinstvu je zaradi sezonske narave dela težje ustvarjati stabilne prihodke in dobičke. Prihodek gostinstva je namreč odvisen o. t.rizma in turističnih sezon. V gostinstvu so tudi precejšnji stroški blaga, materiala in storitev. V dejavnosti je tudi prisotna potreba po večjem številu zaposlenih in večji stroški za vzdrževanje opreme, kar se posledično odraža na produktivnosti. Ker se za pripravo hrane in izvajanje storitev v gostinstvu pogosto zahteva ročno delo, so tudi omejene možnosti za povečanje učinkovitosti in produktivnosti s pomočjo standardizacije in avtomatizacije. V primerjavi z nekaterimi drugimi dejavnostmi, kot so informacijske in komunikacijske dejavnosti ali strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti, gostinstvo pogosto ne zahteva visoke stopnje specializacije in tehničnega znanja (analiza podatkov, računalniški programski jeziki, finančno upravljanje, vodenje knjigovodstva, grafično oblikovanje, pisanje ipd.), kar prav tako vpliva na višino dodane vrednosti (UNESCO International Centre for Technical and Vocational Education and Training, b.d.). Nižja kot je stopnja izobrazbe, večja je verjetnost, da bo oseba prejela nizko plačo. Najvišji delež oseb z niskimi plačami je v EU delal prav v gostinstvu (Eurostat, 2020).

Nizka dodana vrednost na zaposlenega v izobraževanju je odraz naložb v izobraževalne vire, učitelje, opremo in infrastrukturo. V izobraževalnem sektorju je pogosto veliko število učiteljev glede na število slušateljev. Cene šolnin in drugih izobraževalnih storitev so velikokrat regulirane in omejene zaradi

omogočanja dostopnosti do izobraževanja. Izobraževalni sektor je pogosto odvisen od državnih sredstev in proračunskih omejitev, kar ima vpliv na naložbe in dobičkonosnost izobraževanja in vpliva na njegovo manjšo konkurenčnost v primerjavi z drugimi dejavnostmi. V nekaterih družbah se izobraževanju ne pripisuje dovolj visoke vrednosti in se zato vanj ne vlaga dovolj sredstev, kar pa vpliva na kakovost izobraževanja in posledično na dodano vrednost. Izobraževanje opravlja tudi socialno funkcijo, ki ni vedno merljiva s tržnimi kazalniki. Vlaganja v izobraževanje so lahko usmerjena v doseganje socialnih ciljev, kar pa vpliva na razmerje med prihodki in stroški ter s tem na dodano vrednost na zaposlenega.

Višja dodana vrednost v praktično vseh dejavnostih EU-27 je lahko povezana z večjim trgom, večjo raznolikostjo dejavnosti, večjimi naložbami v raziskave in razvoj ter različnimi regulativnimi in poslovnimi okolji. Poleg tega so lahko tudi globalni in regionalni dejavniki, kot so trgovinski pogoji in ekonomska rast, vplivali na razlike med članicami.

Slika 23. Relativna dodana vrednost na zaposleno osebo v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021



Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih Eurostata (Eurostat, b.d.(a)) (za leto 2021).

V EU-27 in Sloveniji so finančne in zavarovalniške dejavnosti ustvarile najvišjo dodano vrednost na osebo. Razlog za višjo produktivnost v EU-27 je lahko večje število velikih finančnih centrov v EU-27, ki ustvarjajo visoko dodano vrednost. Po produktivnosti je zasedala drugo mesto v obeh

primerih dejavnost oskrbe z električno energijo, plinom in paro. Tudi v tej dejavnosti je bila dodana vrednost na osebo v EU-27 višja, kar je povezano z različnimi ravni razvitosti energetskega sektorja in velikostjo trga v EU-27. Tretjo najvišjo produktivnost je v obeh primerih imela dejavnost poslovanja z nepremičninami, vendar spet precej višjo v EU-27, kjer je igrala pomembno vlogo za to večja potencialna baza strank, širša ponudba nepremičninskih produktov in večja konkurenca. Manjši trg v Sloveniji vpliva na manjše število transakcij in poslov in posledično produktivnost. Večja raznolikost nepremičninskih storitev, kot so prodaja, najem, upravljanje in svetovanje, lahko poveča obseg poslovanja in možnosti za ustvarjanje dodane vrednosti. Število transakcij in ustvarjanje dodane vrednosti je povezano tudi s stopnjo gospodarske aktivnosti in posledično naložbami v nepremičninske projekte. Na produktivnost prav tako vplivajo različna regulativna okolja in poslovna klima v članicah EU-27 ter specifični pogoji poslovanja, kot so davčna politika, vladna regulativa in administrativne zahteve oziroma ovire.

Relativne dodane vrednosti na zaposlenega v letu 2021 za EU-27 in Slovenijo, ki ponazarjajo razmerje med dodano vrednostjo na zaposlenega v dejavnosti glede na evropsko oziroma slovensko povprečje, so prikazane na *sliki 23*.

Posebnosti na *sliki 23*, ki jih velja izpostaviti, so bile naslednje. V dejavnosti oskrba z vodo; ravnanje z odplakami in odpadki; saniranje okolja je bil zaposleni delavec v Sloveniji podpovprečno, v EU-27 pa nadpovprečno produktiven. V dveh dejavnostih je bilo ravno obratno. V Sloveniji je bila produktivnost v prometu in skladiščenju ter v trgovini, vzdrževanju in popravilih motornih vozil za malenkost nad slovensko povprečno produktivnostjo, medtem ko je dodana vrednost na zaposleno osebo v teh dejavnostih v EU-27 zaostajala za 13 % oziroma 14 % za evropsko povprečno produktivnostjo.

2 Sklepna spoznanja in ugotovitve

V letu 2022 je v Republiki Sloveniji 70.071 gospodarskih družb in 48.940 samostojnih podjetnikov skupaj zaposlovalo 609.979 ljudi, vključno s 34.051 samozaposlenih (2 % več kot leta 2021). Ustvarjenih je bilo 150,1 milijarde evrov prihodka poslovanja (21,5 % povečanje glede na predhodno leto) in 33,8 milijarde evrov dodane vrednosti (9 % več kot leta 2021). Izvozni prihodki so bili večji za 25 % in so znašali 65 milijard evrov ali skoraj 45 % ustvarjenega prihodka poslovanja. Dodana vrednost se je torej povečala za bistveno manj kot prihodek poslovanja. Pomemben razlog za to je rast stroškov blaga, materiala in storitev v letu 2022, ki so se povečali za kar 26 % v primerjavi z letom 2021. Tudi če so podjetja zvišala cene izdelkov in storitev in so lahko povečala prihodek, to ni povzročilo enake stopnje rasti dodane vrednosti. Kljub nekaterim nihanjem je mogoče reči, da je večina kazalnikov nakazovala stabilnost gospodarstva v Sloveniji in pozitiven trend gospodarske aktivnosti.

Analiza po velikostnih razredih podjetij je pokazala, da se je število zaposlenih v letu 2022 glede na leto 2021 najbolj povečalo v malih podjetjih (za 4 %). To je bil edini velikostni razred podjetij, v katerem je bila rast zaposlenih večja od slovenskega povprečja (2,3 %). Najmanj se je število zaposlenih povečalo v mikro podjetjih z 1 do 9 zaposlenimi (1,2 %). Prihodek poslovanja se je v enem letu najbolj povečal v srednje velikih podjetjih (za 29,2 %), kar je presegalo slovensko povprečje za 7,7 o. t. Mikro podjetja z 1 do 9 zaposlenimi so imela najmanjšo rast prihodka poslovanja (6,2 %). Najvišjo rast dodane vrednosti v enem letu so dosegla mala podjetja (12,9 %), kar je presegalo slovensko povprečje (8,3 %). Najmanj se je povečala dodana vrednost v srednje velikih podjetjih (3,5 %). Najvišjo rast izvoza (39,6 %), ki je bila za skoraj 15 o. t. višja od slovenskega povprečja, so dosegla mala podjetja. Izvoz v mikro podjetjih z 1 do 9 zaposlenimi se je v enem letu zmanjšal za skoraj 12 %. Rast izvoznih prihodkov velikih podjetij je bila malenkost nad slovenskim povprečjem (26,5 %). Velika podjetja so ustvarila tudi največ svojega prihodka poslovanja z izvozom (55,5 %). Najmanjši in podpovprečni delež izvoza pa so imela mikro podjetja z 1 do 9 zaposlenimi (27,2 %). V povprečnem slovenskem podjetju so izvozni prihodki predstavljali 43,2 % prihodka poslovanja (tabela 4).

Tabela 4. Izbrani kazalniki podjetij po velikostnih razredih v Sloveniji v letu 2022

	Indeks rasti števila zaposlenih (2022/2021)	Indeks rasti dodane vrednosti (2022/2021)	Indeks rasti prihodka poslovanja (2022/2021)	Indeks rasti izvoza (2022/2021)	Delež izvoza v prihodu poslovanja v posameznem velikostnem razredu podjetij (2022) (%)
0 zaposlenih		108,7	117,6	125,9	35,5
1–9 zaposlenih	101,2	109,9	106,2	88,4	27,2
10–49 zaposlenih	104,0	112,9	124,5	139,6	39,1
50–249 zaposlenih	101,9	103,5	129,2	135,7	42,7
0–249 zaposlenih	102,4	108,6	120,4	123,7	37,1
250 ali več zaposlenih	102,1	107,7	124,0	126,5	55,5
Skupaj	102,3	108,3	121,5	124,9	43,2

Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJ PES (AJ PES, 2023b) (za leto 2022); Rus, Močnik, & Crnogaj, 2023.

Analiza po statističnih regijah Slovenije je pokazala, da se je v letu 2022 glede na leto 2021 število zaposlenih povečalo v vseh regijah, razen v jugovzhodni Sloveniji, kjer se je zmanjšalo za 1,7 %.

Najbolj se je zaposlenost povečala v zasavski regiji (za 4,6 %), kar je bilo več od slovenskega povprečja (2,3 %). Višjo rast prihodka poslovanja od slovenskega povprečja (21,5 %) so imele le tri regije: osrednjeslovenska (26,6 %), posavska (26,1 %) in obalno-kraška (23,2 %). Za najmanj (5,5 %) se je prihodek poslovanja povečal v jugovzhodni Sloveniji. Osem od 12 regij je imelo nadpovprečno rast dodane vrednosti, medtem ko je bila rast dodane vrednosti v preostalih štirih regijah (goriška, savinjska, pomurska in osrednjeslovenska) počasnejša od slovenskega povprečja (8,3 %). Najbolj se je dodana vrednost povečala v zasavski (za 16,9 %), najmanj (3,8 %) pa v goriški regiji. Vse regije so imele podpovprečno rast svojih izvoznih prihodkov, razen osrednjeslovenske regije (39 % rast). Izvozni prihodki so predstavljali največji delež prihodka poslovanja v posavski regiji (59,5 %), kar je občutno presegalo slovenski povprečni delež izvoznih prihodkov (43,2 %) (tabela 5).

Tabela 5. Ekonomski kazalniki in izvozna uspešnost v regijah v Sloveniji v letu 2022

Regije	Indeks rasti števila zaposlenih (2022/2021)	Indeks rasti dodane vrednosti (2022/2021)	Indeks rasti prihodka poslovanja (2022/2021)	Indeks rasti izvoza (2022/2021)	Delež izvoza v prihodku poslovanja v posameznem velikostnem razredu podjetij (2022) (%)
Pomurska	102,8	106,9	116,4	1,09	34,1
Podravska	103,8	112,1	121,3	1,23	42,4
Koroška	102,0	111,3	115,6	1,16	51,3
Savinjska	101,3	104,1	114,3	1,14	42,8
Zasavska	104,6	116,9	114,9	1,20	38,7
Posavska	110,2	109,7	126,1	1,20	59,5
Jugovzhodna Slovenija	98,3	108,4	105,5	1,00	58,5
Osrednjeslovenska	101,9	107,1	126,6	1,39	40,0
Gorenjska	104,4	113,6	118,2	1,20	44,0
Primorsko-notranjska	102,1	114,6	119,9	1,20	48,2
Goriška	100,5	103,8	116,3	1,13	39,8
Obalno-kraška	101,5	109,8	123,2	1,24	46,7
Skupaj	102,3	108,3	121,5	1,25	43,2

Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJPES (AJPES, 2023b) (za leto 2022); Rus, Močnik, & Crnogaj, 2023.

Analiza po dejavnostih je pokazala, da je imela višjo rast zaposlenosti od slovenskega povprečja dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti (za 14,5 %) (tabela 6). Število zaposlenih se je zmanjšalo v petih od 19 dejavnosti, in sicer najbolj v kmetijstvu in lov, gozdarstvu, ribištvi (–8,2 %). Prihodek poslovanja se je povečal v vseh dejavnostih, najbolj v oskrbi z električno energijo, plinom in paro (za 41,2 %), najmanj pa v zdravstvu in socialnem varstvu (za 1,4 %). Svojo dodano vrednost so v letu 2022 najbolj povečale kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti (za 32 %). Dodana vrednost se je najbolj zmanjšala v oskrbi z električno energijo, plinom in paro (–40 %). K temu je predvsem prispevala velika rast stroškov blaga, materiala in storitev, ki so se v tej dejavnosti v enem letu povečali najbolj, in sicer za 55,3 %. Zmanjšanje dodane vrednosti so v letu 2022 doživele le še finančne in zavarovalniške dejavnosti (–17 %), kjer so se stroški blaga, materiala in storitev v enem letu povečali za 37,4 %. Svoje izvozne prihodke je v enem letu najbolj povečalo gostinstvo (za 47,3 %). Izvoz je bil v letu 2022 manjši kot v letu 2021 v zdravstvu in socialnem varstvu (za 58,1 %), v drugih dejavnostih (za 8 %) in v poslovanju z nepremičninami (za 5,7 %). Izvozni prihodki so predstavljali največji delež prihodka poslovanja v predelovalnih dejavnostih (69,2 %) (tabela 6).

Tabela 6. Pregled izbranih kazalnikov rasti po dejavnostih v Sloveniji v letu 2022

	Indeks rasti števila zaposlenih (2022/2021)	Indeks rasti dodane vrednosti (2022/2021)	Indeks rasti prihodka poslovanja (2022/2021)	Indeks rasti izvoza (2022/2021)	Delež izvoza v prihodku poslovanja v posameznem velikostnem razredu podjetij (2022) (%)
Kmetijstvo in lov; gozdarstvo, ribištvo	91,8	104,9	109,8	113,5	17,4
Rudarstvo	95,5	123,4	113,9	109,0	27,8
Predelovalne dejavnosti	102,3	111,0	116,5	115,8	69,2
Oskrba z električno energijo, plinom in paro	100,0	60,4	141,2	140,4	59,2
Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja	102,7	102,2	112,1	118,7	22,7
Gradbeništvo	105,8	118,3	120,5	118,7	15,3
Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	101,3	107,3	124,1	142,6	28,2
Promet in skladiščenje	101,6	114,7	117,8	121,4	44,3
Gostinstvo	106,4	119,1	130,8	147,3	2,1
Informacijske in komunikacijske dejavnosti	104,3	106,1	110,4	118,9	31,8
Finančne in zavarovalniške dejavnosti	102,7	82,8	131,3	130,4	74,9
Poslovanje z nepremičninami	102,2	112,0	110,0	94,3	2,2
Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti	102,5	112,0	112,4	111,5	27,3
Druge raznovrstne poslovne dejavnosti	99,2	111,9	125,3	140,0	18,2
Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti	114,5	121,9	119,4	135,7	1,4
Izobraževanje	103,1	105,8	112,3	111,1	7,7
Zdravstvo in socialno varstvo	94,1	100,2	101,4	41,9	0,7
Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti	101,8	132,0	132,3	128,0	5,1
Druge dejavnosti	99,8	106,0	109,7	92,0	4,3
Skupaj	102,3	108,3	121,5	124,9	43,2

Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJPES (AJPES, 2023b) (za leto 2022); Rus, Močnik, & Crnogaj, 2023.

Primerjava med državami članicami EU-27 in Slovenijo je pokazala, da je bila ena četrtnina vseh oseb, ki so delale v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 v letu 2021, zaposlena v Nemčiji, najmanj ljudi pa je zaposlovala Malta (0,1 %). V posameznih dejavnostih je bil največji delež zaposlenih prav tako v Nemčiji, razen v rudarstvu, kjer je prednjačila Poljska (38,6 %). Slovenski delež zaposlenih po dejavnostih se je gibal od najmanj 0,2 % (v poslovanju z nepremičninami ter v zdravstvu in socialnem varstvu) do največ 0,7 % (v predelovalnih dejavnostih in v dejavnosti oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja) (tabela 7).

Nemčija je leta 2021 ustvarila 30 % dodane vrednosti v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27. Deleži Nemčije v dodani vrednosti so bili večji od deležev zaposlenosti v vseh dejavnostih. Za razliko pa je Poljska v rudarstvu, kjer je imela največji delež zaposlenih, ustvarila le 22,2 % dodane vrednosti. Manjši delež v dodani vrednosti kot v zaposlenosti so izkazovale praktično vse manj razvite članice EU-27. Tudi slovenski delež v ustvarjeni dodani vrednosti EU-27 (0,4 %) je bil manjši od deleža v zaposlenosti (0,5 %). V vseh dejavnostih je bil slovenski delež v dodani vrednosti manjši od deleža v zaposlenosti. Delež v dodani vrednosti je bil tudi za polovico manjši od deleža v zaposlenosti (na

Tabela 7. Deleži zaposlenosti v industriji, gradbeništvu in storitvah po članicah EU-27, 2021

	EU-27 skupaj	Belgija	Bolgarija	Češka	Danska	Nemčija	Estonija	Irsko	Grčija
Članica skupaj	100	2,4	1,4	2,6	1,4	24,7	0,3	1,3	2,1
Rudarstvo	100	0,6	5,2	5,2	1,1	10,1	0,6	0,8	1,4
Predelovalne dejavnosti	100	1,7	1,7	4,3	1,1	26,8	0,4	0,8	1,2
Oskrba z električno energijo, plinom in paro	100	1,6	2,4	3,0	0,9	28,7	0,4	0,9	2,3
Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja	100	1,6	2,0	3,6	0,9	18,6	0,2	0,7	1,0
Gradbeništvo	100	2,4	1,1	2,9	1,4	19,5	0,4	1,3	1,2
Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	100	2,2	1,7	2,5	1,6	21,6	0,3	1,3	2,7
Promet in skladiščenje	100	2,2	1,5	2,8	1,4	22,5	0,4	1,0	1,6
Gostinstvo	100	1,6	1,3	1,7	1,3	20,3	0,2	1,7	6,4
Informacijske in komunikacijske dejavnosti	100	2,3	1,9	2,4	1,8	22,8	0,5	2,0	1,4
Finančne in zavarovalniške dejavnosti	100	2,4	1,3	1,8	1,8	23,6	0,3	2,3	1,5
Poslovanje z nepremičninami	100	3,0	1,5	2,6	2,4	24,8	0,6	1,1	0,9
Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti	100	3,1	1,0	2,5	1,5	22,7	0,3	1,6	2,3
Druge raznovrstne poslovne dejavnosti	100	3,5	0,8	1,8	1,1	24,0	0,3	1,1	1,1
Izobraževanje	100	0,9	0,6	1,4	2,3	18,9	0,2	2,6	5,7
Zdravstvo in socialno varstvo	100	4,1	0,5	1,0	0,9	42,9	0,1	1,4	1,3
Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti	100	2,4	1,2	1,7	2,7	21,4	0,3	1,7	3,0

Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih Eurostata (Eurostat, b.d.(b)).

Tabela 8. Deleži dodane vrednosti v industriji, gradbeništvu in storitvah po članicah EU-27, 2021

	EU-27 skupaj	Belgija	Bolgarija	Češka	Danska	Nemčija	Estonija	Irsko	Grčija
Članica skupaj	100	3,5	0,4	1,5	2,1	29,5	0,2	4,0	0,8
Rudarstvo	100	0,6	2,8	3,0	3,9	11,5	0,4	1,5	0,6
Predelovalne dejavnosti	100	3,1	0,4	2,1	1,8	33,2	0,2	6,9	0,6
Oskrba z električno energijo, plinom in paro	100	3,0	0,8	2,4	1,7	27,6	0,2	1,6	1,4
Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja	100	3,7	0,4	1,9	2,1	28,5	0,2	0,6	0,6
Gradbeništvo	100	3,3	0,4	1,4	2,3	25,7	0,2	1,4	0,4
Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil	100	4,0	0,5	1,5	2,2	29,0	0,2	1,8	1,0
Promet in skladiščenje	100	3,4	0,4	1,6	4,7	26,2	0,3	0,9	1,0
Gostinstvo	100	2,4	0,5	0,7	1,3	21,3	0,1	2,3	2,4
Informacijske in komunikacijske dejavnosti	100	3,0	0,8	1,6	2,0	24,2	0,2	11,8	0,8
Finančne in zavarovalniške dejavnosti	100	2,8	0,5	0,9	1,6	20,6	0,3	3,5	0,9
Poslovanje z nepremičninami	100	3,2	0,3	1,8	2,7	32,9	0,4	0,7	0,5
Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti	100	4,5	0,3	1,3	2,4	29,8	0,1	3,1	0,8
Druge raznovrstne poslovne dejavnosti	100	4,5	0,3	0,9	1,6	28,1	0,2	4,4	0,5
Izobraževanje	100	1,6	0,2	0,8	1,1	27,6	0,1	3,7	1,0
Zdravstvo in socialno varstvo	100	4,7	0,2	0,8	1,0	46,2	0,1	1,2	0,5
Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti	100	2,6	0,3	1,5	1,8	26,8	0,2	2,0	1,1

Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih Eurostata (Eurostat, b.d.(b)).

	Španija	Francija	Hrvaška	Italija	Ciper	Latvija	Litva	Luksemburg	Madžarska	Malta	Nizozemska	Avstrija	Poljska	Portugalska	Romunija	Slovenija	Slovaška	Finska	Švedska
	9,6	12,6	0,8	11,2	0,2	0,4	0,8	0,2	2,1	0,1	5,3	2,3	7,3	2,6	3,0	0,5	1,1	1,1	2,6
	4,8	4,2	0,5	4,5	0,1	0,9	0,8	0,1	1,0	0,0	2,0	1,8	38,6	2,5	7,1	0,6	1,4	1,7	2,4
	7,1	10,6	0,9	12,8	0,1	0,4	0,8	0,1	2,6	0,1	2,5	2,4	9,7	2,4	3,8	0,7	1,6	1,1	2,2
	3,2	16,8	1,1	7,0	0,2	0,7	0,9	0,1	2,6	0,0	2,4	2,6	10,6	1,0	4,6	0,6	1,3	1,0	2,8
	11,7	13,5	2,0	13,9	0,1	0,5	0,8	0,1	2,9	0,1	2,0	1,4	9,9	2,4	5,6	0,7	1,4	0,8	1,5
	9,8	14,9	1,0	10,9	0,3	0,5	0,9	0,4	2,4	0,1	3,9	2,6	8,7	2,8	3,7	0,6	1,4	1,3	3,4
	10,4	12,4	0,8	11,5	0,2	0,5	0,8	0,2	2,0	0,1	5,4	2,4	8,2	2,7	3,4	0,4	1,1	0,9	2,3
	8,9	14,0	0,7	11,3	0,2	0,7	1,6	0,2	1,9	0,2	4,2	2,1	8,9	1,9	4,2	0,5	1,2	1,2	2,7
	14,3	12,7	1,1	14,6	0,5	0,3	0,5	0,2	1,4	0,2	4,5	2,8	3,2	3,6	1,9	0,4	0,6	0,7	2,0
	8,3	14,6	0,9	9,2	0,2	0,6	0,7	0,3	2,4	0,2	5,3	2,1	7,0	2,2	3,6	0,5	1,2	1,6	4,0
	9,4	16,3	0,8	10,9	0,4	0,3	0,4	0,9	1,8	0,2	5,8	2,5	6,8	1,9	2,0	0,4	0,9	1,0	2,2
	9,9	12,8	0,4	10,3	0,1	1,1	1,2	0,2	2,8	0,2	3,0	2,2	7,4	3,2	2,1	0,2	1,3	0,9	3,6
	9,3	11,9	0,8	11,9	0,3	0,4	0,7	0,4	2,7	0,2	6,5	2,4	6,6	2,6	2,2	0,6	1,4	1,1	3,1
	11,3	15,7	0,4	10,8	0,1	0,3	0,5	0,3	1,8	0,2	7,4	1,9	4,3	3,8	2,4	0,3	0,9	1,3	2,6
	21,5	10,9	0,5	5,1	0,5	0,5	0,9	0,1	2,0	0,2	5,2	1,9	6,8	4,3	1,4	0,4	0,5	0,5	4,5
	6,4	9,2	0,2	7,6	0,1	0,2	0,3	0,2	0,6	0,1	11,9	1,8	3,2	1,6	0,7	0,2	0,4	1,0	2,1
	16,6	9,2	0,7	8,5	0,3	0,5	0,8	0,1	2,3	0,6	8,9	2,9	3,0	3,1	3,0	0,6	0,8	1,1	2,6

	Španija	Francija	Hrvaška	Italija	Ciper	Latvija	Litva	Luksemburg	Madžarska	Malta	Nizozemska	Avstrija	Poljska	Portugalska	Romunija	Slovenija	Slovaška	Finska	Švedska
	7,2	14,6	0,4	10,6	0,2	0,2	0,3	0,5	1,0	0,1	8,7	2,7	3,5	1,3	1,2	0,4	0,6	1,4	3,2
	4,3	4,5	0,1	7,2	0,1	0,4	0,3	0,1	0,9	0,0	14,0	2,9	22,2	1,8	3,2	0,3	0,4	2,7	10,4
	6,0	11,5	0,3	12,3	0,1	0,2	0,3	0,2	1,3	0,0	4,1	3,0	4,3	1,1	1,2	0,5	0,8	1,4	3,1
	9,0	15,8	0,4	12,6	0,1	0,3	0,3	0,2	1,0	0,0	3,2	2,8	6,7	1,3	1,3	0,3	0,8	1,8	3,2
	10,0	13,3	0,7	16,9	0,2	0,2	0,4	0,1	0,9	0,1	3,7	2,4	5,6	1,6	1,5	0,4	0,6	1,4	2,1
	7,9	18,1	0,4	11,4	0,2	0,2	0,4	0,6	1,1	0,1	6,4	3,7	3,9	1,4	1,4	0,4	0,4	2,0	4,8
	8,5	14,9	0,4	10,8	0,2	0,2	0,4	0,4	1,0	0,1	7,4	2,9	4,1	1,4	1,6	0,4	0,6	1,1	3,4
	8,0	17,9	0,4	11,4	0,2	0,3	0,8	0,7	0,9	0,1	6,7	2,8	3,5	1,2	1,3	0,5	0,6	1,3	3,1
	13,6	19,0	0,9	13,1	0,5	0,1	0,3	0,4	0,8	0,2	4,9	4,7	1,9	2,6	1,0	0,5	0,2	1,0	3,4
	6,3	16,2	0,4	8,5	0,3	0,3	0,3	0,6	1,0	0,2	5,9	2,0	3,1	1,3	1,5	0,3	0,6	1,8	5,0
	4,8	13,5	0,5	9,6	0,3	0,1	0,2	1,7	0,6	0,1	25,0	1,7	1,8	1,2	0,9	0,2	0,3	1,1	5,4
	5,9	15,4	0,2	7,3	0,1	0,3	0,4	0,5	1,1	0,1	7,1	3,7	3,6	1,2	1,1	0,2	0,5	1,5	7,3
	7,4	15,3	0,3	10,3	0,2	0,1	0,3	0,8	1,0	0,2	8,9	2,3	2,6	1,2	0,8	0,4	0,5	1,4	3,9
	8,3	17,2	0,2	9,9	0,1	0,1	0,3	0,5	0,8	0,1	10,0	2,6	2,3	1,5	0,9	0,2	0,4	1,3	2,9
	19,8	14,8	0,2	5,1	0,5	0,2	0,3	0,1	0,6	0,2	7,1	1,6	2,2	2,2	0,4	0,3	0,3	0,7	7,5
	4,6	13,0	0,1	6,4	0,1	0,1	0,1	0,3	0,2	0,0	12,4	2,0	1,3	0,8	0,4	0,1	0,3	1,0	2,1
	16,7	10,9	0,5	9,6	0,2	0,2	0,2	0,1	2,4	2,2	6,1	2,3	1,7	1,5	0,9	0,3	2,4	1,9	3,5

primer, rudarstvo v Sloveniji je ustvarilo 0,3 % dodane vrednosti rudarstva v EU-27, medtem ko je znašal delež v zaposlenosti v rudarstvu 0,6 %, enako je bilo tudi v oskrbi z električno energijo, plinom in paro) (tabela 8). V Sloveniji sta bila oba deleža enaka le v trgovini, vzdrževanju in popravilih motornih vozil (0,4 %) ter v prometu in skladiščenju (0,5 %). To sta bili dejavnosti, v katerih je bila produktivnost, izražena z dodano vrednostjo na zaposlenega, nad povprečjem slovenske produktivnosti, v EU-27 pa sta bili ti dejavnosti precej podpovprečno produktivni.

Da so deleži v dodani vrednosti v razvitejših članicah EU-27 večji od deležev v zaposlenosti, gre zasluga višji stopnji učinkovitosti in produktivnosti. To pomeni, da je manjše število zaposlenih ustvarilo večjo dodano vrednost v primerjavi s podobnimi dejavnostmi v drugih državah. Razvitejše članice v svoje poslovanje pogosto uvajajo naprednejše tehnologije in avtomatizirajo proizvodne procese, kar omogoča, da se z manjšim številom delavcev doseže večja učinkovitost. Bolj razvite in večje članice, kot je na primer Nemčija, so specializirane v proizvodnji visokotehnoloških izdelkov in industrijskih rešitev, kar omogoča višje marže in dodano vrednost na enoto proizvoda. Nemška industrija je pogosto del globalnih vrednostnih verig, kjer se določene faze proizvodnje lahko izvajajo v različnih državah.

Za povečanje učinkovitosti poslovanja podjetij v Sloveniji je napore treba usmeriti v optimizacijo procesov in zmanjšanje stroškov. Ker k večji dodani vrednosti prispeva svoj delež tudi kvalificirana delovna sila, so potrebne tudi naložbe v izobraževanje in usposabljanje zaposlenih za njihovo večjo produktivnost in kakovost dela. Da bi povečali dodano vrednost v gospodarstvu, je potrebno spodbujanje inovacij in razvijanje novih tehnologij za ustvarjanje visokotehnoloških izdelkov in storitev z večjo dodano vrednostjo, tudi v obliki naložbenih spodbud za inoviranje, učinkovitost proizvodnje, kakovost, izobraževanje kadrov ter povezovanje z globalnimi trgi.

Literatura in viri

1. AJPES. (2022). Poslovni subjekti v Poslovnem registru Slovenije po skupinah, po četrletjih (2008 - 2022). Pridobljeno 13. november 2023 iz https://www.ajpes.si/Registri/Poslovni_register/Porocila
2. AJPES. (maj 2023a). Informacija o poslovanju samostojnih podjetnikov posameznikov v Republiki Sloveniji v letu 2022. Ljubljana. Pridobljeno 13. november 2023 iz https://www.ajpes.si/doc/LP/Informacije/Informacija_LP_SP_2022.pdf
3. AJPES. (2023b). Posredovani elektronski podatki za slovenske gospodarske družbe in samostojne podjetnike za leto 2022.
4. AJPES. (maj 2023c). Informacija o poslovanju gospodarskih družb v Republiki Sloveniji v letu 2022. Ljubljana. Pridobljeno 13. november 2023 iz https://www.ajpes.si/doc/LP/Informacije/Informacija_LP_GD_zadruga_2022.pdf
5. AJPES. (maj 2023d). Informacija o poslovanju gospodarskih družb, samostojnih podjetnikov in zadrug v jugovzhodni Sloveniji v letu 2022. Novo mesto. Pridobljeno 21. november 2023
6. AJPES. (maj 2023e). Informacija o poslovanju gospodarskih družb, samostojnih podjetnikov posameznikov in zadrug v posavski regiji v letu 2022. Krško. Pridobljeno 21. november 2023
7. Akben-Selcuk, E. (2016). Factors affecting firm competitiveness: evidence from an emerging market. *International Journal of Financial Studies*, 4(2). doi:<https://doi.org/10.3390/ijfs4020009>
8. Armario, J., Ruiz, D., & Armario, E. (2008). Market orientation and internationalization in small and medium-sized enterprises. *Journal of Small Business Management*, 46(4), 485-511. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2008.00253.x>
9. Bedene, P. (14. julij 2023). Trg dela: fluktuacija in 'neskladja' - kdaj lahko pričakujemo osip? Bloomberg Adria. Pridobljeno 28. november 2023 iz <https://si.bloombergadria.com/posel/kariera/34403/na-trgu-dela-veliko-fluktuacije-in-neskladij/news/>
10. Cefis, E., Marsili, O., & Schenk, H. (12. junij 2008). The effects of mergers and acquisitions o. t.e firm size distribution. *Journal of Evolutionary Economics*, 19, 1-20. Pridobljeno 27. november 2023 iz <https://link.springer.com/article/10.1007/s00191-008-0105-9>
11. Charfeddine, L., & Zaouali, S. (april 2022). The effects of financial inclusion and the business environment in spurring the creation of early-stage firms and supporting established firms. *Journal of Business Research*, 143, 1-15. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.014>
12. Deans, G., Kroeger, F., & Zeisel, S. (2002). The consolidation curve. Harvard Business Review. Pridobljeno 27. november 2023 iz <https://hbr.org/2002/12/the-consolidation-curve>
13. Deichmann, U., Goyal, A., & Mishra, D. (2016). Will digital technologies transform agriculture in developing countries? *The Journal o. t.e International Association of Agricultural Economists*, 47(S1), 21-33. doi:<https://doi.org/10.1111/agec.12300>
14. Dheer, R. (2017). Cross-national differences in entrepreneurial activity: role of culture and institutional factors. *Small Business Economics*, 48, 813-842. doi:<https://doi.org/10.1007/s11187-016-9816-8>
15. EUR-Lex. (b.d.). Izstop Združenega kraljestva: odnosi med EU in Združenim kraljestvu. Pridobljeno 13. november 2023 iz <https://eur-lex.europa.eu/content/news/Brexit-UK-withdrawal-from-the-eu.html?locale=sl>
16. European Council, Council o. t.e European Union, b.d. (brez datuma). EU health policy. Pridobljeno 13. december 2023 iz <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/eu-health-policy/>
17. Eurostat. (14. december 2020). 15% of all EU employees are low-wage earners. Pridobljeno 29. november 2023 iz <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20201214-1>
18. Eurostat. (13. april 2021). Glossary: Gini coefficient. (Statistics Explained). Eurostat. Pridobljeno 28. november 2023 iz https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Gini_coefficient

19. Eurostat. (maj 2023). Culture statistics - cultural employment. Pridobljeno 28. november 2023 iz https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment#Cultural_employment_E2.80.93_current_state_and_latest_developments
20. Eurostat. (31. oktober 2023). Living conditions in Europe - income distribution and income inequality. Pridobljeno 20. november 2023 iz https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Living_conditions_in_Europe_-_income_distribution_and_income_inequality#Key_findings
21. Eurostat. (b.d.(a)). Structural business statistics (sbs). Pridobljeno 13. november 2023 iz https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/explore/all/all_themes?lang=en&display=list&sort=category
22. Eurostat. (b.d.(b)). Population on 1 January. Pridobljeno 14. november 2023 iz <https://www.stat.si/StatWeb/StaticPages/Index/europeandata>
23. Fernandez, E., Iglesias-Antelo, S., Lopez-Lopez, V., Rodrigues-Rey, M., & Fernandez-Jardon, M. (January-March 2019). Firm and industry effects on small, medium-sized and large firms' performance. *BRQ Business Research Quarterly*, 1, str. 25-35.
24. Flexjobs. (2023). Job listings for most wanted jobs. Pridobljeno 10. november 2023 iz <https://www.flexjobs.com/>
25. Gaughan, P. (2017). *Mergers, acquisitions, and corporate restructurings*. Hoboken, New Jersey, US: Wiley.
26. Ilič, V. (2022). Dodana vrednost v prihodkih od prodaje znova najvišja v drugih raznovrstnih poslovnih dejavnostih. Si-Stat. Pridobljeno iz <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/10546>
27. Kenton, W. (23. november 2020). Revenue per employee: definition and factors that affect it. Investopedia. Pridobljeno 28. november 2023 iz <https://www.investopedia.com/terms/r/revenueperemployee.asp>
28. Koprivnikar Šušteršič, M. (julij 2023). Poslovanje trgovinskih gospodarskih družb do leta 2022. (Kratke analize). UMAR. Pridobljeno 25. november 2023 iz https://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/kratke_analize/2023_7_Koprivnikar/Analiza_poslovanja_trgovskih_gospodarskih_druzbo_doleta_2022.pdf
29. Mokyr, J. (1. november 1972). The industrial revolution in the low countries in the first half o. t.e 19th century: a comparative case study. (EliScholar - a digital platform for scholarly publishing at Yale). Yale University. Pridobljeno 1. november 2023 iz <https://elischolar.library.yale.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1174&context=egcenter-discussion-paper-series#:~:text=In%201850%2C%20thus%2C%20Belgium%20emerges,industrialized%20country%20on%20the%20Continent.>
30. Narasimhan, S. (27. september 2023). 4 reasons why your business should invest in technology. hurixdigital. Pridobljeno 20. december 2023 iz <https://www.hurix.com/reasons-why-your-business-should-invest-in-technology/>
31. Nenadič, T. (avgust 2023). Analiza poslovanja predelovalnih družb v letu 2022. (Kratke analize). UMAR. Pridobljeno 25. november 2023 iz https://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/kratke_analize/2023_8_Nenadic/Analiza_poslovanja_predelovalnih_druzbo_v_letu_2022.pdf
32. OECD iLibrary. (2023). Mining regulation in selected countries. Pridobljeno 10. november 2023 iz <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/b12ca2a9-en/index.html?itemId=/content/component/b12ca2a9-en>
33. Paul, E. (13. junij 2023). 15 careers in construction (with salaries and duties). Pridobljeno 2. november 2023 iz <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/construction-careers>
34. Piyush, V. (17. november 2023). The difference between market and non market activities. (M - marketing, Business tech). techjournal. Pridobljeno 27. november 2023 iz <https://techjournal.org/difference-between-market-and-non-market-activities/>
35. Rebernik, M., Širec, K., & Močnik, D. (2014). *Stanje slovenskega podjetništva in izzivi izobraževanja za podjetnost*. Maribor: Univerzitetna založba Univerze v Mariboru.
36. Regionalna razvojna agencija Posavje, b.d. (brez datuma). Posavska regija. Pridobljeno 13. december 2023 iz <https://www.rra-posavje.si/o-posavju.html>

37. Roehl, R. (1976). French industrialization: a reconsideration. *Explorations in Economic History*, 13(3), 233-281. doi:[https://doi.org/10.1016/0014-4983\(76\)90009-7](https://doi.org/10.1016/0014-4983(76)90009-7)
38. Royal HaskoningDHV. (2023). Solidify your water strategy. Pridobljeno 5. november 2023 iz [water supply; sewage and waste management](https://www.royalhaskoningdhv.com)
39. Rus, M., Močnik, D., & Crnogaj, K. (2023). *Podjetniška demografija in značilnosti startup in scaleup podjetij*. (B. Bradač Hojnik, Ured.) Maribor: Univerzitetna založba Univerze v Mariboru.
40. Sewell, D. (31. marec 2023). The importance of investing in technology for business growth. The CFO. Pridobljeno 20. december 2023 iz <https://the-cfo.io/2023/03/31/the-importance-of-investing-in-technology-for-business-growth/>
41. Siebert, H. (2005). *The German economy: beyond the social market*. Princeton University Press. Pridobljeno 28. november 2023 iz <http://www.jstor.org/stable/j.ctt6wpz91>
42. SiStat, b.d. (brez datuma). Izbrani podatki po statističnih regijah, Slovenija, letno. Pridobljeno 14. november 2023 iz <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/2640005S.px>
43. Statistični urad Republike Slovenije. (b.d.(a)). Regija jugovzhodna Slovenija. Pridobljeno 21. november 2023 iz <https://www.stat.si/obcine/sl/Region/Index/7>
44. Statistični urad Republike Slovenije. (b.d.(b)). Pomurska regija. Pridobljeno 21. november 2023 iz <https://www.stat.si/obcine/sl/Region/Index/1>
45. U.S. Department of State, b.d.(a). (brez datuma). 2022 investment climate statements: The Netherlands. Pridobljeno 30. november 2023 iz <https://www.state.gov/reports/2022-investment-climate-statements/the-netherlands/>
46. U.S. Department of State, b.d.(b). (brez datuma). 2022 investment climate statements: Luxembourg. Pridobljeno 1. december 2023 iz <https://www.state.gov/reports/2022-investment-climate-statements/luxembourg/>
47. UNESCO International Centre for Technical and Vocational Education and Training, b.d. (brez datuma). TVETipedia glossary - specialised skills. Pridobljeno 14. november 2023 iz <https://unevoc.unesco.org/home/TVETipedia+Glossary/lang=en/show=term/term=Specialised+skills>
48. Vermeulen, P. (2005). Uncovering barriers to complex incremental product innovation in small and medium-sized financial services firms. *Journal of Small Business Management*, 43(4), 432-452. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2005.00146.x>
49. Yadav, I., Pahi, D., & Gangakhedkar, R. (2022). The nexus between firm size, growth and profitability: new panel data evidence from Asia-Pacific markets. *European Journal of Management and Business Economics*, 31(1). Pridobljeno 30. november 2023 iz <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EJMBE-03-2021-0077/full/html>

Priloga

Zbirni podatki ob zaključku poglavja

V naslednji tabeli so predstavljeni podatki o podjetjih, zaposlenih in dodani vrednosti v Sloveniji leta 2022 (AJPES, 2023b).

Ključni pokazatelji po vseh dejavnostih v Sloveniji, 2022

	Podjetja		Zaposleni		Dodana vrednost		Dodana vrednost na zaposleno osebo	
	Število	%	Število	%	V milijonih evrov	%	V evrih	Relativna (od skupaj = 100)
SKUPAJ	119.011	100,0	575.928	100,0	33.811	100,0	58.708	100
A1	1.157	1,0	3.231	0,6	207	0,6	63.917	109
B	85	0,1	2.025	0,4	141	0,4	69.386	118
C	14.989	12,6	200.419	34,8	11.799	34,9	58.872	100
D	849	0,7	7.490	1,3	937	2,8	125.085	213
E	377	0,3	9.733	1,7	473	1,4	48.621	83
F	18.773	15,8	63.193	11,0	2.635	7,8	41.700	71
G	22.215	18,7	97.610	16,9	6.322	18,7	64.773	110
H	7.351	6,2	47.483	8,2	3.029	9,0	63.785	109
I	8.233	6,9	28.754	5,0	1.079	3,2	37.519	64
J	5.093	4,3	23.506	4,1	1.868	5,5	79.474	135
K	1.732	1,5	2.901	0,5	285	0,8	98.352	168
L	3.697	3,1	5.682	1,0	654	1,9	115.142	196
M	18.130	15,2	37.365	6,5	2.300	6,8	61.551	105
N	4.401	3,7	29.868	5,2	1.055	3,1	35.337	60
O	26	0,0	143	0,0	6	0,0	42.285	72
P	2.023	1,7	1.721	0,3	83	0,2	48.092	82
Q	1.861	1,6	7.192	1,2	406	1,2	56.456	96
R	1.911	1,6	3.339	0,6	351	1,0	104.996	179
S	6.106	5,1	4.272	0,7	182	0,5	42.488	72
T	2	0,0	0		0			

Opomba: ¹A: Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo; B: Rudarstvo; C: Predelovalne dejavnosti; D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro; E: Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja; F: Gradbeništvo; G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil; H: Promet in skladiščenje; I: Gostinstvo; J: Informacijske in komunikacijske dejavnosti; K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti; L: Poslovanje z nepremičninami; M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti; N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti; O: Dejavnost javne uprave in obrambe; dejavnost obvezne socialne varnosti; P: Izobraževanje; Q: Zdravstvo in socialno varstvo; R: Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti; S: Druge dejavnosti; T: Dejavnost gospodinjstev z zaposlenim hišnim osebjem, proizvodnja za lastno rabo

Vir: IPMMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih AJPES (AJPES, 2023b) (za leto 2022).

V naslednjih dveh tabelah so predstavljeni podatki o podjetjih, zaposlenih in dodani vrednosti v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 v letu 2021.

Ključni pokazatelji v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021

	Število podjetij		Število oseb, ki delajo		Prihodek poslovanja		Dodana vrednost	
	(v 1.000)		(v 1.000)		(v milijonih evrov)		(v milijonih evrov)	
	EU-27	Slovenija	EU-27	Slovenija	EU-27	Slovenija	EU-27	Slovenija
SKUPAJ	100,0	100,0	100,0	100,0	32.239.415	128.216	9.322.743	33.719
B ¹	0,1	0,1	0,2	0,3	33.145.546	129.841	37.425	115
C	7,2	11,5	19,4	29,6	101.889	321	2.221.051	11.244
D	0,6	0,7	0,9	1,2	8.317.067	35.949	256.672	886
E	0,3	0,2	1,0	1,4	1.930.091	10.153	107.045	466
F	12,7	12,0	8,8	10,4	290.522	1.739	614.617	2.305
G	20,0	14,5	19,3	16,4	1.903.057	7.592	1.507.695	5.618
H	4,7	5,1	6,7	7,3	9.855.924	40.608	527.493	2.465
I	6,5	7,6	6,5	5,4	1.506.681	7.177	203.572	929
J	4,4	6,2	4,4	4,3	446.035	1.899	629.412	1.870
K	2,6	1,1	3,2	2,6	1.501.712	4.163	1.024.398	2.486
L	5,1	2,5	1,8	0,9	2.179.054	7.212	267.513	470
M	16,4	21,4	7,6	8,9	521.484	981	681.761	2.590
N	5,7	4,9	8,9	5,1	1.433.338	6.157	513.003	956
P	2,9	3,9	1,5	1,2	924.259	1.701	65.162	185
Q	7,8	3,2	8,6	3,3	106.647	286	579.455	848
R	3,0	4,9	1,3	1,6	887.066	1.282	86.470	286

Opomba: ¹B: Rudarstvo; C: Predelovalne dejavnosti; D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro; E: Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja; F: Gradbeništvu; G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil; H: Promet in skladiščenje; I: Gostinstvo; J: Informacijske in komunikacijske dejavnosti; K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti; L: Poslovanje z nepremičninami; M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti; N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti; P: Izobraževanje; Q: Zdravstvo in socialno varstvo; R: Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti

Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih Eurostat (Eurostat, b.d.(a)).

Relativni pomen dejavnosti v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021

	Delež števila oseb, ki delajo (v %)		Delež dodane vrednosti (v %)		Dodana vrednost na zaposleno osebo v 1.000 evrov		Relativna dodana vrednost na zaposleno osebo (od skupaj = 100)	
	EU-27	Slovenija	EU-27	Slovenija	EU-27	Slovenija	EU-27	Slovenija
Skupaj EU-27	100,0	100,0	100,0	100,0	59,7	45,0	100,0	100,0
B ¹	0,2	0,3	0,4	0,3	99,0	49,2	165,8	109,3
C	19,4	29,6	23,8	33,3	74,7	51,4	125,2	114,0
D	0,9	1,2	2,8	2,6	191,6	102,1	320,8	226,7
E	1,0	1,4	1,1	1,4	68,5	43,6	114,8	96,8
F	8,8	10,4	6,6	6,8	45,8	29,9	76,8	66,4
G	19,3	16,4	16,2	16,7	51,1	46,2	85,6	102,5
H	6,7	7,3	5,7	7,3	51,8	45,8	86,8	101,6
I	6,5	5,4	2,2	2,8	20,6	23,3	34,4	51,7
J	4,4	4,3	6,8	5,5	93,3	58,6	156,2	130,1
K	3,2	2,6	11,0	7,4	195,4	126,8	327,2	281,4
L	1,8	0,9	2,9	1,4	99,8	71,9	167,1	159,5
M	7,6	8,9	7,3	7,7	58,7	39,2	98,2	87,1
N	8,9	5,1	5,5	2,8	37,8	25,3	63,3	56,1
P	1,5	1,2	0,7	0,5	27,5	20,7	46,0	45,9
Q	8,6	3,3	6,2	2,5	44,2	34,5	73,9	76,5
R	1,3	1,6	0,9	0,8	42,2	24,4	70,6	54,1

Opomba: ¹B: Rudarstvo; C: Predelovalne dejavnosti; D: Oskrba z električno energijo, plinom in paro; E: Oskrba z vodo; ravnanje z odpadki in odpadki; saniranje okolja; F: Gradbeništvo; G: Trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil; H: Promet in skladiščenje; I: Gostinstvo; J: Informacijske in komunikacijske dejavnosti; K: Finančne in zavarovalniške dejavnosti; L: Poslovanje z nepremičninami; M: Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti; N: Druge raznovrstne poslovne dejavnosti; P: Izobraževanje; Q: Zdravstvo in socialno varstvo; R: Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti

Vir: IPMMP – EPF UM, 2023. Po podatkih Eurostat (Eurostat, b.d.(a)).



2

PODJETNIŠTVO MLADIH V SLOVENIJI IN EVROPI

Ključne ugotovitve

- ▶ **Podjetništvo mladih kot politična prioriteta:** EU aktivno spodbuja podjetništvo med mladimi kot del reševanja brezposelnosti in socialne izključenosti, kar zahteva stalno evalvacijo in prilagajanje politik ter programov podpore.
- ▶ **Izzivi mladih podjetnikov:** med ključnimi izzivi so finančne omejitve, pomanjkanje izkušenj in težave pri dostopu do financiranja. Prilagojene rešitve, kot so specializirani finančni produkti, programi mentorstva in praktično usmerjene izobraževalne vsebine, bi lahko te ovire omilile.
- ▶ **Zanimanje mladih za podjetništvo:** približno 40–45 % mladih v EU kaže zanimanje za podjetništvo, vendar se samo majhen delež dejansko poda v samozaposlitev ali ustanovi lastno podjetje. To nakazuje na potrebo po bolj učinkovitih podpornih programih, ki bi mlade spodbudili k prehodu od ideje do realizacije.
- ▶ **Delež samozaposlenih mladih:** v EU je samozaposlenih okoli 7 % mladih med 20. in 29. letom, kar je znatno nižje v primerjavi s celotno delovno aktivno populacijo. To kaže potencial za rast samozaposlitev med mladimi in poudarja potrebo po okrepljenih spodbudah.
- ▶ **Vloga podjetniškega izobraževanja:** več kot polovica študentov v EU se med študijem seznanja s podjetništvom, kar kaže na visoko stopnjo zanimanja in potencial za nadaljnji razvoj podjetniških kompetenc.
- ▶ **Podjetniška aktivnost in motivacija:** mladi se za podjetništvo odločajo zaradi različnih motivov, med katerimi prevladujejo želja po neodvisnosti in boljših dohodkovnih možnostih. Povečanje dostopa do podjetniškega izobraževanja in mentorstva bi lahko dodatno okrepilo njihovo pripravljenost za vstop v podjetništvo.

- ▶ **Krepitev podjetniške kulture v izobraževalnem sistemu:** nujna je integracija podjetniškega izobraževanja v šolske programe na vseh stopnjah, s poudarkom na razvoju kreativnega razmišljanja, inovativnosti in podjetniškega duha.
- ▶ **Podpora pri prehodu iz ideje na trg:** ponuditi je potrebno programe, ki mladim podjetnikom pomagajo pri testiranju, razvoju in trženju njihovih idej, vključno s pilotnimi projekti in dostopom do testnih trgov.
- ▶ **Razvoj digitalnih platform za podjetniško usposabljanje:** vzpostaviti je potrebno spletne platforme, ki bi mladim podjetnikom omogočale dostop do podjetniških tečajev, seminarjev in delavnic, s poudarkom na praktičnih veščinah, kot so finančno planiranje, marketing in upravljanje z ljudmi.
- ▶ **Podjetniški inkubatorji in coworking prostori:** nujna je ustanovitev in podpora podjetniških inkubatorjev in coworking prostorov, ki mladim podjetnikom nudijo ugodno okolje za razvoj njihovih podjetij.
- ▶ **Vzpostavitev mentorstva iz izkušenimi podjetniki:** razviti je potrebno programe mentorstva, ki mlade povezujejo z izkušenimi podjetniki in strokovnjaki, ki bi lahko ponudili dragocene vpoglede, nasvete in mreženje, ki so ključni za uspeh na začetku podjetniške poti.
- ▶ **Izboljšanje dostopa do začetnega kapitala:** razviti je potrebno finančne produkte, ki so prilagojeni potrebam mladih podjetnikov, kot so mikrokrediti, subvencije in investicijski skladi z nižjimi zahtevami za zavarovanje.
- ▶ **Regulativne olajšave in svetovanje:** razviti in ponuditi je potrebno pravno in davčno svetovanje za mlade podjetnike, skupaj z regulativnimi olajšavami, ki bi zmanjšale administrativne ovire pri ustanavljanju in vodenju podjetja.
- ▶ **Povečanje ozaveščenosti o pomenu intelektualne lastnine:** mlade podjetnike je potrebno izobraziti o pomenu zaščite intelektualne lastnine in ponuditi pomoč pri registraciji patentov, blagovnih znamk in avtorskih pravic.
- ▶ **Podpora za socialno podjetništvo:** nujna sta spodbujanje in podpora mladih v socialnem podjetništvu, ki naslavljata družbene, okoljske ali kulturne izzive preko posebnih programov financiranja, izobraževanja in mentorstva.

1 Uvod

Podjetništvo mladih je vitalnega pomena za spodbujanje inovativnosti, ustvarjanje delovnih mest in ekonomsko okrevanje, zlasti v obdobjih gospodarskih izzivov. Kljub njegovemu pomenu mladi podjetniki v Sloveniji in širšem okolju Evropske unije (EU) pogosto naletijo na številne ovire, ki otežujejo njihov vstop in uspeh v podjetniškem svetu. Te ovire vključujejo finančne omejitve, pomanjkanje izkušenj, dostop do financiranja in spodbud ter prilagajanje spremenljivim delovnim razmeram, ki jih odraža premik k bolj fleksibilnim oblikam zaposlitve. S študijo podjetništva mladih v Sloveniji in EU želimo prispevati k razumevanju trenutnega stanja in dejavnikov, ki vplivajo na razvoj podjetništva med mladimi, ter politike in pobud, ki spodbujajo podjetniško kulturo na nacionalni in evropski ravni. Cilji te študije vključujejo analizo primarnih in sekundarnih podatkov, identifikacijo ključnih izzivov in priložnosti ter oblikovanje priporočil za izboljšanje podjetniškega ekosistema za mlade.

Podjetništvo mladih je visoko na politični agendi EU kot sredstvo za boj proti brezposelnosti mladih, socialni izključenosti ter za spodbujanje inovativnosti med mladimi. To se odraža v ciljih *Strategije Evropa 2030*, osredotočenih na spodbujanje podjetništva mladih, in v okviru *Strategije EU za mlade*, ki poudarja zaposlovanje in podjetništvo kot eno od ključnih področij delovanja. Podjetniške veščine pa so prepoznane kot osnovna kompetenca v *Evropskem referenčnem okviru za ključne kompetence*, ki so pomembne za vseživljenjsko učenje.

Mladi podjetniki so spoznani kot nosilci velikega potenciala za krepitev gospodarstev EU, zato zaslužijo politično podporo in pomoč. Kriza, ki jo je povzročila pandemija covid-19, je dodatno utemeljila potrebo po celoviti strategiji za spodbujanje podjetniške kulture na različnih ravneh. Mladinsko delo in neformalno učenje igrata pomembno vlogo pri razvijanju ustvarjalnega in inovativnega potenciala mladih, vključno s podjetniškimi veščinami.

Spodbujanje podjetništva mladih je ključnega pomena za ustvarjanje delovnih mest in okrevanje po krizi. Pandemija covid-19 je pokazala ranljivost trga dela mladih. Do tretjega četrtletja 2022 je bilo brezposelnih približno 11 % 15–24-letnikov v državah OECD in 15 % v EU, kar bi lahko zanje imelo posledice za vse življenje. V odziv na te izzive je OECD izdal priporočila za izboljšanje možnosti za mlade ter spodbujanje socialne in solidarnostne ekonomije ter inovacij v socialni sferi. Hkrati Evropska komisija izvaja konkretne ukrepe v okviru pobude za zaposlovanje mladih, akcijskega načrta za socialno ekonomijo in evropske *Agende za razvoj spretnosti*. Podjetništvo ima neizkoriščen potencial in zato predstavlja pomemben del rešitve. Skoraj polovica mladih se zanima za samozaposlitev, vendar jih le 12 % v državah članicah OECD aktivno dela na ustanavljanju ali upravljanju novega podjetja.

Rezultati brezposelnosti mladih v Sloveniji za april 2023 (Eurostat, 2023), kjer je stopnja znašala zgolj 5,6 %, predstavljajo izjemen uspeh v primerjavi s povprečjem Evropske unije, ki je v istem obdobju znašalo 13,8 %. Ta razlika nakazuje, da Slovenija izvaja učinkovite politike in prakse na področju zaposlovanja mladih, ki močno odstopajo od evropskega povprečja. Nizka stopnja brezposelnosti mladih v Sloveniji lahko izhaja iz več dejavnikov. Uspešna integracija izobraževalnega sistema z delovnim trgom, ki mladim omogoča pridobivanje relevantnih veščin in znanj, lahko prispeva k večji zaposljivosti mladih. Aktivne politike trga dela, ki se osredotočajo na mlade, vključno z vajeniškimi programi, pripravništvu in spodbudami za delodajalce, ki zaposlujejo mlade, lahko igrajo ključno vlogo. Stabilno gospodarsko okolje in rast, ki spodbuja ustvarjanje delovnih mest, je bistvenega pomena za zmanjševanje brezposelnosti mladih. Sposobnost trga dela, da se hitro prilagaja spremembam v gospodarstvu in tehnologiji, lahko prav tako pomaga pri ohranjanju nizke stopnje

brezposelnosti mladih. Zaskrbljujoči pa so podatki o dolgotrajno brezposelnih med mladimi. V starostni skupini 15–19 let je med brezposelnimi 20 % dolgotrajno brezposelnih, v skupini 20–24 let je dolgotrajno brezposelnih 27 %, v starostni skupini 25–29 let pa že 32 % vseh brezposelnih (Zavod RS za zaposlovanje, 2023). Tak delež dolgotrajno brezposelnih med mladimi lahko kaže na težave pri prehodu iz izobraževanja v zaposlitev ali na neustrezno usklajenost izobraževalnega sistema s potrebami trga dela. Nakazuje tudi, da se mladi soočajo z izzivi pri iskanju stabilne zaposlitve, tudi po nekaj letih aktivnega iskanja dela.

V EU je bilo leta 2021 več kot dve tretjini (68,4 %) ljudi, starih od 15 do 64 let, zaposlenih. Med mladimi je ta delež znašal 47,4 %, kar odraža dejstvo, da so bili mnogi mladi ljudje še vedno v procesu izobraževanja. V Sloveniji je stopnja zaposlenosti mladih (15–29 let) znašala 48 %, kar je nekoliko višje od evropskega povprečja. To kaže, da je Slovenija med državami EU, kjer je mladim lažje najti zaposlitev, čeprav je ta številka še vedno nižja od skupne stopnje zaposlenosti (15–64 let), ki je v Sloveniji znašala okoli 70 %. Razmerje med zaposlenostjo mladih in splošno zaposlenostjo pa nakazuje, da so mladi v Sloveniji soočeni z določenimi izzivi pri vstopu na trg dela, kar je verjetno povezano z obdobjem prehoda iz izobraževanja v zaposlitev. Več mladih kot v populaciji pa je v Sloveniji tudi zaposlenih za določen čas, ker niso našli zaposlitve za nedoločen čas (5,2 %) ali ker je bila na voljo samo zaposlitev za določen čas (3,8 %).

Analiza samozaposlenosti med mladimi (15–29 let) v EU za leto 2021 kaže, da je bila splošna stopnja samozaposlenih v EU 5,9 %, med osebami, starih od 15 do 64 let, pa 13,0 %. To nakazuje, da se mladi v EU redkeje odločajo za samozaposlitev, kar bi lahko bila posledica različnih dejavnikov, kot so manjša dostopnost do finančnih virov, manj izkušenj ali večje tveganje, povezano s samozaposlitvijo. V Sloveniji je delež samozaposlenih mladih znašal okrog 6 %. To pomeni, da se mladi v Sloveniji odločajo za samozaposlitev približno enako pogosto kot v povprečju drugih evropskih držav. Kljub temu da je samozaposlitev lahko pot do inovacij in podjetništva, pa nižji delež samozaposlenosti med mladimi v Sloveniji in drugod v EU lahko kaže tudi na obstoječe izzive, ki vplivajo na odločitev mladih za takšen korak v svoji karieri.

Mladi v Evropi so že desetletja pomembna družbena skupina v politiki EU. Podpora podjetništvu mladih v Evropi ima bogato zgodovino, ki se je skozi desetletja razvijala in prilagajala spreminjajočim se gospodarskim in družbenim okoliščinam. Kljub temu je v preteklosti dlje časa ostala osredotočena na pomoč mladim Evropejcem pri iskanju zaposlitvenih priložnosti. Šele kasneje je v okviru široke strategije za spopadanje z izzivi brezposelnosti podjetništvo mladih postalo ključna politična strategija. Tako aktualne strategije, kot so na primer *Evropa 2030* in *Strategija EU za mlade*, poudarjajo pomen podjetniškega izobraževanja in spodbujanja podjetniške kulture med mladimi.

V okviru širše strategije za spodbujanje razvoja podjetništva v državah članicah EU se politike osredotočajo na raziskovanje neizkoriščenega podjetniškega potenciala različnih družbenih skupin. Sem spadajo tudi mladi podjetniki, ki zaradi svoje starosti in omejenih izkušenj predstavljajo skupino, ki potrebuje posebno pomoč in podporo, hkrati pa so ključni za prihodnost gospodarstva EU, saj se bo v prihodnjih letih upokojila cela generacija podjetnikov.

V Sloveniji je podjetništvo mladih prav tako postalo prednostno področje političnih prizadevanj, s ciljem izboljšanja podjetniškega ekosistema in spodbujanja gospodarske rasti. Kljub nekaterim napredkom v zaposlovanju mladih pa še vedno obstajajo izzivi, ki zahtevajo celovite strategije in pristope za podporo mladim podjetnikom na njihovi podjetniški poti. Pretekla in sedanja prizadevanja na nacionalni in evropski ravni ponujajo dragocena izhodišča za razumevanje in nadaljnje izboljšanje podjetniškega okolja za mlade. Mladi v Sloveniji večinoma vstopajo na trg dela po zaključku izobraževanja, zato večina mladih aktivno išče zaposlitev po dopolnjenem 20. letu,

predvsem v drugi polovici 20-ih let. Zaradi njihovega aktivnega vključevanja v izobraževalni sistem je zelo malo zaposlenih oseb mlajših od 20 let. Tradicionalne oblike zaposlitve za nedoločen čas so postopoma zamenjale manj varne in bolj prožne oblike zaposlitve, pri čemer je študentsko delo postalo najpogostejša oblika fleksibilnega zaposlovanja mladih, prav tako se zaposlitve za določen čas (s pogodbami, ki običajno trajajo o. t.eh mesecev do enega leta) vse bolj uveljavljajo med delodajalci.

Pričujoča raziskava podjetništva mladih v Sloveniji in EU temelji na kombinaciji kvantitativnih in kvalitativnih metod. Analiza primarnih in sekundarnih podatkov vključuje pregled obstoječe znanstvene in strokovne literature, vladnih poročil, študij EU/OECD ter drugih relevantnih virov. Študija vključuje anketo med podpornim okoljem za mlade podjetnike v Sloveniji. Uporabljena metodologija omogoča poglobljeno razumevanje različnih dejavnikov, ki vplivajo na podjetništvo mladih, od demografskih značilnosti in razvoja podjetniških veščin do izzivov in podpornega okolja, ki vpliva na uspešnost mladih podjetnikov.

Pri proučevanju podjetništva mladih se osredotočamo na izbrane vidike, ki omogočajo temeljito razumevanje tega področja. Eden od pomembnih elementov analize so demografske značilnosti mladih podjetnikov, vključno z njihovo starostjo, spolom, izobrazbo, izkušnjami in drugimi demografskimi spremenljivkami, ki nam omogočajo boljši vpogled v pristope izkoriščanja podjetniških priložnosti. Poleg tega je ključnega pomena za uspeh mladih podjetnikov razvoj podjetniških veščin. Preučevanje tega, kako mladi razvijajo in pridobivajo podjetniške veščine, vključno s kreativnostjo, inovativnostjo, vodstvenimi sposobnostmi, komunikacijo in reševanjem problemov, nam razkriva, kako se razvijajo kot podjetniki. Izzivi in ovire, s katerimi se srečujejo mladi podjetniki, predstavljajo še en ključni element naše raziskave. To vključuje preučevanje finančnih omejitev, pomanjkanja izkušenj, težav pri pridobivanju finančnih sredstev in drugih dejavnikov, ki lahko vplivajo na uspešnost podjetij, ki jih ustanavljajo mladi.

Družbeni in kulturni okvir imata pomemben vpliv na podjetništvo mladih na globalni ravni. Raziskovanje teh vplivov v različnih družbenih in kulturnih kontekstih, vključno z različnimi vrednotami, pričakovanji in normami, nam omogoča celovit vpogled v podjetništvo mladih. Znotraj najširšega okolja ima pomemben vpliv na mlade podjetnike podjetniško okolje, ki vključuje različne vidike, od zakonodaje in davčnih politik do podpornih programov in družbenih mrež, ki lahko bodisi spodbujajo bodisi ovirajo podjetništvo mladih. Družbena odgovornost in trajnost postajata v današnjem času vse bolj ključna elementa v podjetništvu mladih, zlasti preko prizadevanj za socialno in družbeno odgovorno podjetništvo. Na ta način mladi prispevajo k reševanju družbenih in okoljskih problemov.

2 Okvir podjetništva mladih

2.1 Koncept podjetništva mladih

Podjetništvo mladih se odlikuje po svoji živahnosti, neizmerni energiji in edinstvenem položaju na presečišču inovacij, gospodarske vitalnosti ter družbenega razvoja. Praviloma vključuje iniciative in podjetja, ki jih vodijo mladi posamezniki, katerih starostni razpon se lahko razlikuje glede na kontekst in definicije, ki jih uporabljajo različne institucije ali gospodarstva.

Podjetništvo mladih se nanaša na dejavnosti, ki jih izvajajo mladi posamezniki, običajno v starosti med 18. in 35. letom, z namenom ustvarjanja in upravljanja lastnega posla ali podjetja. Vključuje razvoj poslovnih idej, vzpostavitev in vodenje podjetij ter prevzem tveganja z upanjem na dobiček. Podjetništvo mladih je ključnega pomena, saj prispeva k ustvarjanju novih delovnih mest, spodbuja inovacije ter prispeva h gospodarskemu razvoju države.

Mladost je večinoma opredeljena kot „prehod iz odvisnega otroštva v samostojno odraslost“, ko mladi prehajajo iz relativno varnega okolja razvoja v svet izbire in tveganja (Eurostat, 2009: str. 17). Mladi se nedvomno znajdejo v posebnem družbenem položaju, saj niso več upravičeni do otroških dodatkov in zaščite, hkrati pa potrebujejo dodatno skrb, saj še ne uživajo vseh možnosti in priložnosti, ki so na voljo odraslim. Ne obstaja enotna opredelitev, kdo točno je mlada oseba, saj mladi predstavljajo zelo heterogeno skupino z različnimi socialnimi, ekonomskimi, kulturnimi in izobraževalnimi ozadji, interesi, izzivi in potrebami. Pri opredeljevanju mladih je opredeljevanje po starosti večinoma veljalo za prevladujoč pristop pri opredeljevanju mladine, vendar ne smemo zanemariti, da lahko pomembno vlogo igrajo tudi družbeni položaj in življenjske razmere posameznika.

Za to starostno skupino je značilno, da je na vrhuncu svoje ustvarjalnosti in prilagodljivosti, ki sta ključni lastnosti v poslovnem okolju, zaznamovanem s hitrimi spremembami in tehnološkim napredkom. Mladi podjetniki pogosto prednjačijo pri sprejemanju novih tehnologij in družbenih trendov ter uporabljajo svoja spoznanja in perspektive za identifikacijo in izkoriščanje novih poslovnih priložnosti (Lewis in Massey, 2018). Izkoriščanje priložnosti sega v različne sektorje in panoge, o. t. hnoških start-upov in socialnih podjetij do tradicionalnih maloprodajnih in proizvodnih podjetij, oblikovanih za sodobni svet.

Področje podjetništva mladih ni omejeno le na ustanavljanje malih podjetij ali start-upov; zajema širok spekter dejavnosti, vključno z inovativnimi pristopi k samozaposlitvi, razvojem podjetniških podjetij ter izvajanjem projektov z okoljskimi in družbenimi cilji (Zhartay et al., 2020). Mladi podjetniki igrajo ključno vlogo tudi pri uvajanju in širjenju novih poslovnih modelov, zlasti tistih, ki preoblikujejo obstoječe stanje in si prizadevajo reševati neizpolnjene potrebe družbe.

Motivacija za podjetništvo med mladimi se razlikuje in je pogosto gnana z željo po neodvisnosti, strastjo do določene ideje ali željo po družbenem vplivu, bolj kot zgolj z možnostjo finančnega dobička (Toscher et al., 2020; Holienka et al., 2016). Podjetništvo mladih ni zgolj zbir posameznih uspešnih zgodb, temveč predstavlja skupni vpliv na svetovno gospodarstvo. Mladi podjetniki so bistvena demografska skupina v ekosistemu start-upov, saj pogosto vodijo na področju inovacij in svežih poslovnih konceptov (Olugbola, 2017). Prispevajo k ustvarjanju delovnih mest, ne le z ustanavljanjem novih podjetij, temveč tudi s spodbujanjem podjetnosti in kreativnosti, ki lahko vodita k bolj dinamičnemu in odpornemu trgu dela.

Poleg tega podjetništvo mladih poudarja potencial za kataliziranje sprememb zunaj gospodarske sfere. Mladi podjetniki imajo pogosto progresivno miselnost ter se zavzemajo za trajnost, vključenost in etične poslovne prakse (Ahrari et al., 2019). Posledično njihova podjetja pogosto odražajo zavezanost tem vrednotam, kar pritegne vedno večje število potrošnikov, ki dajejo prednost blagovnim znamkam z družbeno ali okoljsko odgovornostjo.

2.1.1 Problematika opredeljevanja mladih

Pri opredelitvi mladih se pojavlja problematika različnih definicij, ki se uporabljajo za potrebe raziskovanja in statističnega analiziranja. Ker temelji naša raziskava tudi na analizi različnih statističnih podatkov, vsakokrat uporabljamo opredelitev mladih, ki jo uporablja posamezen vir. Razlike v opredelitvah lahko izhajajo iz različnih kriterijev, kot so starost, družbeni položaj, izobraževanje, zaposlitveni status in druge demografske značilnosti, ki lahko vplivajo na interpretacijo in primerljivost rezultatov.

Obstajajo različne opredelitve mladih, ki so odvisne od konteksta in organizacije, ki posamezno definicijo uporablja. Organizacije, kot so Organizacija za ekonomsko sodelovanje in razvoj (OECD), EUROSTAT, Združeni narodi (ZN), Svetovna zdravstvena organizacija (WHO), Svetovna banka in Evropska unija (EU), uporabljajo svoje specifične definicije, ki temeljijo na različnih starostnih razponih. V Sloveniji se kot mlade običajno kategorizira posameznike, stare od 15 do 29 let, tako kategorizacijo na primer uporablja *Resolucija o Nacionalnem programu za mladino 2013–2022*. Definicije se lahko razlikujejo tudi glede na posebne poudarke študij ali cilje organizacij in držav v različnih kontekstih.

Nekatere ključne opredelitve mladih so naslednje (OECD, 2021; European Union, 2022; WorldBank, 2023; International Labour Organization, 2023; WHO, 2023; Office of National Statistics, 2019; Government of Canada, 2021; Youth Policy, 2015):

- **Organizacija za ekonomsko sodelovanje in razvoj (OECD)** mlade opredeljuje kot osebe, stare od 15 do 29 let;
- **EUROSTAT in Evropska unija** mlade običajno opredeljujeta kot osebe, stare od 15 do 24 let, vendar EUROSTAT v določenih analizah uporablja drugačne starostne razpone;
- **Svetovna banka** mlade opredeljuje kot osebe, stare od 15 do 24 let, mladi odrasli so osebe, stare od 25 do 29 let, odrasli pa so osebe, stare 29 let in več;
- **Mednarodna organizacija dela (ILO)** opredeljuje mlade kot osebe, stare od 15 do 29 let, uporablja pa tudi druge starostne razpone v posameznih analizah;
- **Svetovna zdravstvena organizacija (WHO)** opredeljuje mlade v razponu od 15 do 24 let, z dodatnimi podkategorijami za zgodnje in pozno mladostništvo ter mlado odraslost;
- **nacionalne opredelitve** temeljijo na družbeno-kulturnih, institucionalnih in drugih dejavnikih, značilnih za posamezno državo. Slovenija mlade generalno opredeljuje kot osebe, stare med 15 in 29 let. Medtem ko na primer Velika Britanija uporablja razpon od 13 do 29 let za mlade glede na posamezne vsebine, Kanada ima razpon od 15 do 34 let, Nemčija od 12 do 27 let, Avstrija od 14 do 29 let, Italija pa nima opredeljenega fiksnega starostnega razpona za mlade.

Različne opredelitve mladih kažejo na kompleksnost in večplastnost mlade populacije ter potrebo po prilagodljivih definicijah, ki odražajo različne kontekste in cilje raziskav ali politik.

2.1.2 Razlikovalne značilnosti podjetništva mladih od drugih starostnih skupin

Podjetništvo med mladimi se lahko razlikuje od podjetništva v drugih starostnih skupinah na več načinov. *Tabela 2.1* prikazuje ključne razlike v primerjavi med podjetništvom mladih in podjetništvom v drugih starostnih skupinah, konkretno s podjetništvom starejših, podjetništvom v srednjih letih in podjetništvom žensk (Bazyl in Orlov, 2023; Pilková in Rehák, 2017; Stypinska, 2018; Liang et al., 2018; Matos et al., 2018).

Tabela 2.1. Primerjava podjetništva mladih s podjetništvom v drugih starostnih skupinah

	Podjetništvo mladih	Podjetništvo starejših	Podjetništvo v srednjih letih	Podjetništvo žensk
Tveganje in odgovornost	Mladi imajo manj izkušenj in finančnih sredstev, kar lahko poveča občutek tveganja in odgovornosti na začetku podjetja. Kljub temu so pogosto bolj pripravljeni sprejeti tveganje in se soočiti z izzivi, saj nimajo dolgega delovnega izkustva v korporativnem okolju.	Starejši posamezniki imajo običajno več izkušenj, finančnih sredstev in poslovnih stikov, kar lahko zmanjša občutek tveganja. Prav tako so bolj verjetno že razvili strokovno znanje in veščine, ki jih lahko uporabijo pri ustanavljanju in vodenju podjetja.	Podjetniki srednjih let običajno imajo stabilno kariero in družinske obveznosti, kar lahko vpliva na njihovo pripravljenost za prevzemanje tveganja. Imajo pa izkušnje in sredstva za uravnoteženo odločanje.	Podjetnice se lahko soočajo s posebnimi izzivi, kot so stereotipi in težji dostop do kapitala. Kljub temu pogosto kažejo visoko stopnjo inovativnosti in vztrajnosti.
Viri in mreža	Mladi podjetniki pogosto iščejo podporo v obliki pospeševalnikov, mentorskih programov in subvencij, saj jim primanjkuje izkušenj in finančnih virov. Imajo pa običajno dober dostop do tehnoloških virov in digitalnih platform, kar jim lahko pomaga pri trženju in širjenju poslovanja.	Starejši podjetniki imajo več izkušenj in bolj razvito poslovno mrežo, kar jim omogoča lažji dostop do virov, vključno s finančnimi sredstvi in partnerstvi. Prav tako imajo pogosto večjo finančno stabilnost in zmožnost financiranja svojih projektov.	Podjetniki srednjih let pogosto uporabljajo obstoječe poslovne stike in izkušnje. Lahko imajo dostop do raznolikih virov, vključno s poslovnimi partnerstvi.	Podjetnice lahko gradijo mreže z drugimi podjetnicami in organizacijami, ki podpirajo žensko podjetništvo. Pogosto izkoriščajo digitalne platforme za širjenje poslovanja.
Motivacija	Mladi podjetniki se pogosto motivirajo z željo po uresničitvi svojih idej, inovacijah in kreativnosti. Njihova motivacija je lahko povezana tudi z željo po neodvisnosti, hitrem napredku in priložnostih za rast.	Starejši podjetniki se lahko odločijo za podjetništvo kot način za prehod v upokožitev ali kot odgovor na spremembe v svoji karierni poti. Njihova motivacija je lahko bolj povezana z željo po finančni stabilnosti ali izkoriščanju dolgoletnih izkušenj.	Motivacija podjetnikov v srednjih letih je pogosto povezana z željo po osebnem in profesionalnem razvoju ter uravnoteženju dela in družinskega življenja.	Ženske so motivirane z željo po dokazovanju v poslovnem svetu, uresničevanju edinstvenih idej in prispevanju k družbenim spremembam.
Toleranca do neuspeha	Mladi podjetniki so pogosto bolj pripravljeni na tveganje in sprejemanje neuspeha kot dela učnega procesa. To jim omogoča, da se hitreje učijo in prilagajajo.	Starejši podjetniki se lahko bojijo večjega tveganja, ker imajo večje družinske ali finančne obveznosti. Poleg tega imajo lahko manjšo strpnost do neuspeha, saj so že ustvarili svojo kariero.	Podjetniki v srednjih letih pogosto izražajo uravnotežen pristop do tveganja. Neuspeh je lahko bolj problematičen zaradi obstoječih obveznosti.	Podjetnice pogosto kažejo visoko stopnjo odpornosti in prilagodljivosti. Kljub soočanju z dodatnimi izzivi, kot so diskriminacija in omejen dostop do virov, pogosto sprejemajo neuspeh kot del učnega procesa in možnost za nadaljnji razvoj.

Tabela 2.1 prikazuje, kako se različne skupine podjetnikov razlikujejo v ključnih vidikih podjetništva, kot so tveganje in odgovornost, viri in mreža, motivacija ter toleranca do neuspeha. Razlike so pogosto povezane s starostjo, izkušnjami, spolom in življenjskim slogom. Pri mladih podjetnikih opazimo

večjo pripravljenost za tveganje in inovacije, kar je posledica manjše finančne obremenitve in manj družinskih obveznosti. Po drugi strani pa starejši podjetniki kažejo večjo previdnost, vendar imajo prednost v bogatejših izkušnjah in bolj razviti poslovni mreži. Podjetniki srednjih let predstavljajo skupino, ki združuje nekatere lastnosti mladih in starejših podjetnikov. Imajo stabilnost in izkušnje, hkrati pa se lahko soočajo z dodatnimi omejitvami, kot so družinske obveznosti. Podjetnice se soočajo s specifičnimi izzivi, kot so dostop do kapitala in premagovanje stereotipov. Kljub tem izzivom pa pogosto pokažejo visoko stopnjo inovativnosti in vztrajnosti, kar jih lahko loči od drugih skupin podjetnikov. Skupna lastnost vsem tem skupinam je, da vsaka od njih prinaša edinstvene prispevke in perspektive v poslovni svet. Razumevanje teh razlik lahko prispeva k oblikovanju bolj učinkovitih strategij podpore za vsako skupino, kar na koncu lahko vodi do večje raznolikosti in uspešnosti v podjetniškem okolju.

2.2 Izbrane pojave oblike podjetništva mladih

Tako kot v svetu podjetništva na splošno se tudi v sferi podjetništva mladih odražajo različni modeli in pristopi. Nekateri mladi podjetniki začnejo svojo podjetniško kariero z ustanovitvijo podjetja iz nič, medtem ko drugi razmišljajo o možnostih franšiz, se vključujejo v pospeševalnike, iščejo investitorje in se udeležujejo različnih podjetniških programov ali prevzemajo podjetja starejše generacije.

Za mlade podjetnike je ključnega pomena, da se zavedajo izzivov, ki jih lahko srečajo na svoji poti, vključno s finančnimi, pravnimi in tržnimi vprašanji (Obschonka et al., 2017; Pardo-Garcia in Barac, 2020). Prav tako je bistveno razvijanje veščin vodenja in inovativnosti, kot tudi oblikovanje trdne poslovne strategije, ki omogoča uspešno rast in razvoj njihovih podjetij.

Podjetništvo mladih lahko pozitivno vpliva na družbo, saj spodbuja kreativnost, zaposlovanje in ekonomsko rast (Edelman et al., 2016). Dodatno mladi podjetniki s svojimi svežimi idejami in pristopi prinašajo nov zagon različnim sektorjem in prispevajo k raznolikosti podjetniškega ekosistema. Podjetništvo običajno vključuje ustvarjanje in vodenje podjetij, ki rastejo preko osebnih zmogljivosti posameznika in pogosto vključujejo zaposlovanje drugih. Podjetništvo je pogosto povezano z inovacijami, razvojem novih izdelkov ali storitev in hitro rastjo.

Samozaposlovanje mladih opisuje scenarij, v katerem se mladi posamezniki, običajno stari med 18 in 35 let, odločijo za delovanje kot samostojni podjetniki ali samozaposleni, namesto da bi bili zaposleni pri delodajalcu (Sheehan in Mc Namara, 2015). To pomeni, da prevzemajo odgovornost za svoje delo, upravljanje, financiranje in samostojno ustvarjanje dohodka preko svojih poslovnih aktivnosti. Samozaposlovanje mladih lahko pokriva širok spekter dejavnosti, vključno z različnimi svobodnimi poklici. Mladi se za samozaposlitev odločajo iz različnih razlogov, kot so želja po večji neodvisnosti, kreativni svobodi, možnosti za večjo dobičkonosnost ali priznanje v določeni panogi. Samozaposleni posamezniki nosijo odgovornost za upravljanje svojega poslovanja, kar vključuje vse, od načrtovanja in izvajanja dejavnosti do skrbi za finance, davčno poročanje in trženje. Delajo torej zase, ne da bi zaposlovali druge, med njimi pa najdemo svobodne novinarje, svetovalce, obrtnike in ponudnike profesionalnih storitev. Ključnega pomena je, da se samozaposleni mladi podrobno seznanijo z zakonodajo in predpisi, ki urejajo samozaposlovanje v njihovi državi, saj se ti lahko razlikujejo (MacDonald in Giazitzoglu, 2019).

Samozaposlovanje mladih prinaša številne prednosti, kot so večja samostojnost, prilagodljiv urnik, možnost uresničevanja lastnih idej in priložnost za večjo dobičkonosnost. Vendar pa se lahko soočajo tudi z izzivi, kot so finančna negotovost, potreba po trženju svojih storitev ali izdelkov ter odgovornost za celovito upravljanje poslovnih vidikov (Premand et al., 2016; Franjković et al., 2015).

Pomembno je, da se mladi, ki razmišljajo o samozaposlovanju, temeljito pripravijo, premislijo o svojih ciljih in razvijejo relevantne poslovne veščine, ki jim bodo omogočile uspešno vodenje svojega podjetja. Koristno je tudi, če si prizadevajo za podporo in nasvete izkušenih podjetnikov ali pa se obrnejo na organizacije, ki spodbujajo podjetništvo med mladimi.

Podjetništvo mladih in samozaposlovanje mladih sta dve različni obliki izvajanja poslovne dejavnosti, ki ju uresničujejo mladi posamezniki in te razlike prikazujemo v *tabeli 2.2* (Olugbola, 2017; Ogamba, 2018).

Tabela 2.2. Primerjava podjetništva in samozaposlovanja mladih

	Podjetništvo mladih	Samozaposlovanje mladih
Narava dejavnosti	Mladi podjetniki ustanavljajo in vodijo lastna podjetja ali start-upe, kjer običajno razvijajo in prodajajo izdelke ali storitve na trgu. Podjetništvo vključuje ustvarjanje in rast podjetja s ciljem ustvarjanja dobička in tržne rasti.	Samozaposleni mladi posamezniki delujejo v različnih sektorjih, pri čemer se odločajo za samozaposlitev namesto zaposlitve pri drugem delodajalcu. To lahko vključuje svobodne poklice, kot so novinarstvo, oblikovanje, fotografija, svetovanje itd., kjer ponujajo storitve svojim strankam.
Odgovornosti in tveganja	Podjetniki prevzemajo večje tveganje, saj morajo razvijati poslovno idejo, pridobiti finančna sredstva, zaposlovati ljudi, upravljati operacije in odgovarjati za uspeh podjetja. Imajo večji nadzor nad svojim poslovanjem, vendar se soočajo s kompleksnimi izzivi.	Samozaposleni posamezniki običajno prevzemajo manjše tveganje, saj delujejo kot posamezniki in največkrat nimajo zaposlenih. Vendar so še vedno odgovorni za vse vidike svojega dela, vključno s pridobivanjem strank, izvajanjem storitev in obvladovanjem financ.
Finančni model	Podjetniki pogosto potrebujejo večje začetne naložbe za razvoj svojega podjetja, vključno z iskanjem investitorjev ali pridobivanjem posojil. Njihovi cilji vključujejo ustvarjanje dolgoročne vrednosti in dobička za podjetje.	Samozaposleni posamezniki običajno potrebujejo manjše začetne naložbe, saj lahko začnejo opravljati storitve s svojim znanjem in veščinami. Njihovi cilji se pogosto osredotočajo na doseganje osebnega dohodka in kariernega razvoja.
Razvoj in rast	Podjetniki običajno stremijo k razvoju in rasti svojega podjetja, vključno z zaposlovanjem več ljudi, razširitev tržišča in uvajanjem novih izdelkov ali storitev.	Samozaposleni posamezniki se ne nujno osredotočajo na rast svojega posla, ampak običajno želijo ohraniti manjši obseg dela in osebnostno avtonomijo.

Med tema dvema pristopoma obstaja tudi precejšnje prekrivanje, saj se mnogi mladi, ki začnejo kot samozaposleni, kasneje odločijo svoje poslovanje nadgraditi v podjetniško pot. Oba pristopa sta legitimna in lahko pozitivno vplivata na karierno pot ter ekonomske možnosti mladih, odvisno od njihovih ciljev in interesov.

Podjetništvo in samozaposlovanje mladih zajema različne oblike in pristope, ki se osredotočajo na različno izkoriščanje priložnosti, inovativnost in edinstvene perspektive, ki jih mladi prinašajo v podjetništvo. Vsaka o. t.h oblika ima posebne značilnosti, ki odražajo različne cilje, vire in stopnje tveganja. V nadaljevanju podajamo pregled izbranih ključnih oblik podjetništva in samozaposlovanja mladih, to so start-upi, družinska podjetja, franšize in socialno podjetništvo.

Start-up podjetniki

Start-upi so podjetja, ki jih ustanovijo mladi z namenom hitre rasti in razvoja inovativnih izdelkov ali storitev. Ključni dejavniki odločanja za razvoj start-up podjetja med mladimi so kritično razmišljanje, mednarodna izpostavljenost, ustvarjalnost in udeležba na podjetniških dogodkih (Caputo et al., 2016), ključna ovira pa je pomanjkanje idej.

Ta podjetja pogosto ciljajo na reševanje kompleksnih problemov z uporabo tehnologije, ustvarjalnega razmišljanja in inovativnih poslovnih modelov. Start-upi so običajno inovativni, temeljijo na razvoju prelomnih tehnologij ali ustvarjanju novih trgov. Pogosto so povezani z visokotehnološkimi sektorji, kot so biotehnologija, umetna inteligenca ali obnovljivi viri energije. Zahtevajo več začetnega

kapitala in dostop do investorjev ali inkubatorjev, specializirano znanje ter dostop do raziskav in razvoja. Kljub temu da start-upi nosijo večje tveganje za neuspeh, lahko uspešni start-upi prinesejo pomembne inovacije in visoke donose za ustanovitelje in investitorje. Ne glede na potrebo po dolgoročnih investicijah imajo potencial za pomembne tehnološke preboje in globalni vpliv (Olugbola, 2017).



IMPLIKACIJE:

start-upi zahtevajo od mladih, da so pripravljeni tvegati in vlagati v dolgoročno vizijo. Prav tako zahtevajo sposobnost hitrega prilagajanja in učenja iz napak, da presežejo konkurenco in izkoristijo potencial za rast. Mladi inovativni podjetniki morajo biti pripravljeni na dolgotrajen razvojni cikel in potrebo po kontinuiranem učenju in prilagajanju tehnološkim trendom.

Družinska podjetja

Družinska podjetja so tista, kjer mladi prevzamejo vodenje ali so aktivno vključeni v podjetje, ki je že v lasti njihove družine. To je lahko trgovina, obrt ali katero koli podjetje, ki se prenaša iz roda v rod (Aronoff in Ward, 2016). Družinska podjetja omogočajo mladim, da nadaljujejo družinsko tradicijo in prinašajo sveže ideje ter inovacije v uveljavljeno podjetje. Vendar pa lahko pride do izzivov pri upravljanju družinskih odnosov in nasledstvenega planiranja (Horčičková in Stasiulis, 2019; Stanley et al., 2017).

Prednosti

Slabosti

Družinska podjetja

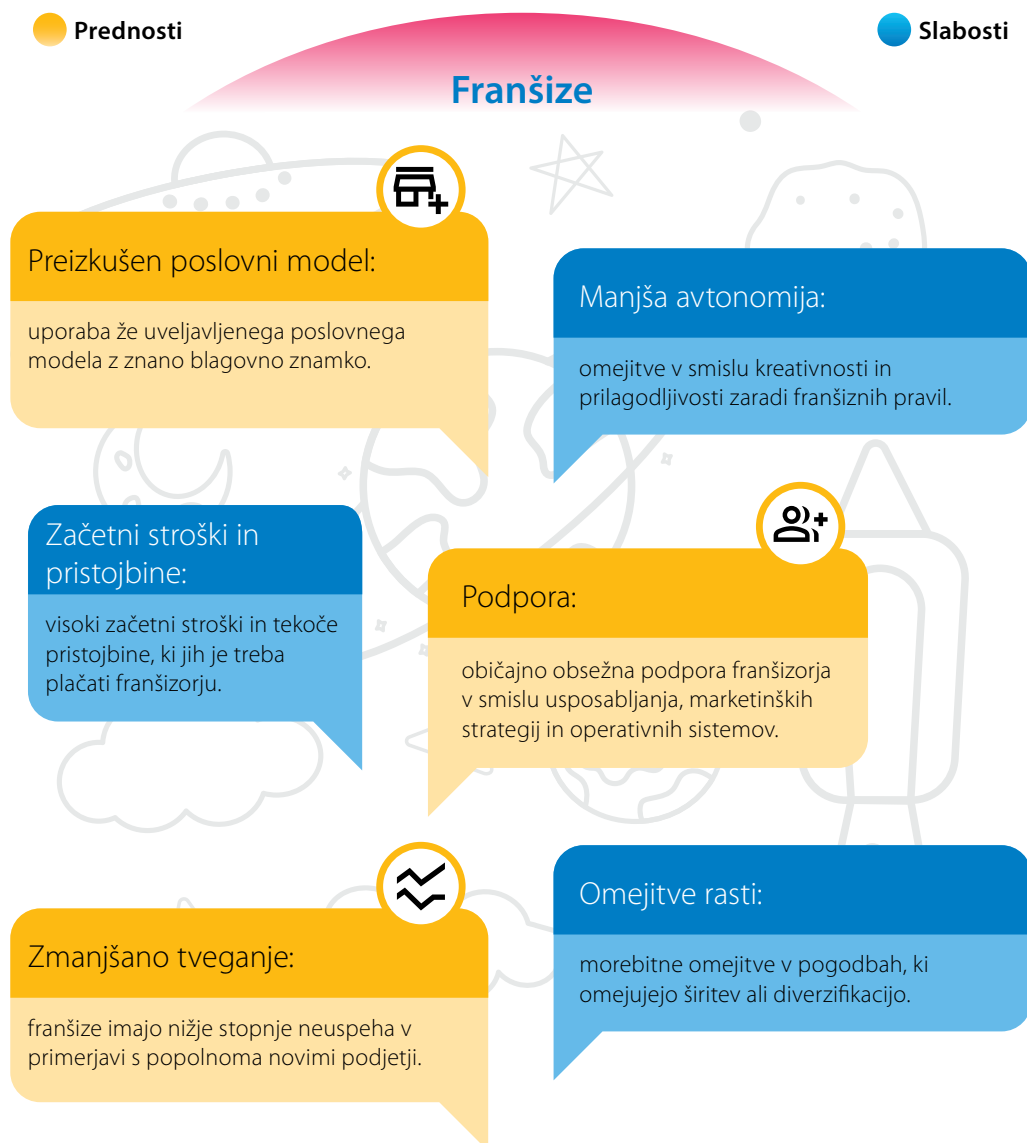


IMPLIKACIJE:

za mlade, ki vstopajo v družinska podjetja, je ključnega pomena, da najdejo ravnovesje med spoštovanjem tradicije in uvajanjem inovacij. Potrebno je razviti mehanizme za upravljanje družinskih in poslovnih odnosov.

Franšize

Franšizno podjetništvo vključuje mlade, ki vlagajo v pridobitev pravic za upravljanje podjetja, ki posluje pod uveljavljeno blagovno znamko. To jim omogoča, da izkoristijo prepoznavnost in poslovni model franšize, hkrati pa ohranijo nekaj samostojnosti pri upravljanju svoje enote. Franšizing lahko mladim podjetnikom zagotovi strukturiran pristop k poslovanju z dokazanim sistemom podpore. Vendar pa franšize zahtevajo začetne investicije in pogosto vključujejo stroge smernice, ki jih je treba upoštevati (Brookes et al., 2016; Ortlieb in Weiss, 2015).



IMPLIKACIJE:

franšize lahko mladim podjetnikom ponudijo hitrejši vstop v podjetništvo z nižjim tveganjem, vendar morajo biti pripravljeni delovati znotraj določenega sistema in sprejemati določen nadzor nad poslovnimi odločitvami.

Socialno podjetništvo mladih

Mladi so pogosto vodilni v socialnem podjetništvu, kjer je glavni cilj ustvarjanje družbenega vpliva skupaj z gospodarskim dobičkom. To vključuje podjetja, ki se osredotočajo na okoljske težave, izobraževanje, zdravstvo in druge družbene izzive. Socialno podjetništvo mladim omogoča, da združijo svojo strast do družbenih vprašanj s podjetniškimi pristopi, da bi dosegli trajnostne spremembe. To zahteva uravnoteženje med družbenim vplivom in finančno vzdržnostjo (Lewis, 2019; Hockerts, 2018).

Prednosti

Slabosti

Socialno podjetništvo mladih



Družbeni vpliv:

osredotočenost na reševanje družbenih problemov lahko prinese zadovoljstvo in pozitivno družbeno priznanje.

Finančna omejitev:

socialna podjetja se lahko soočajo z izzivi pri doseganju finančne vzdržnosti, medtem ko ohranjajo svoje poslanstvo

Merjenje učinka:

težavnost pri merjenju družbenega učinka in njegovem uravnoteženju z ekonomskimi cilji.



Dostop do alternativnih virov financiranja:

socialna podjetja so pogosto upravičena do subvencij, donacij in drugih oblik financiranja, ki niso na voljo tradicionalnim podjetjem.



Inovativni poslovni modeli:

možnost eksperimentiranja z novimi poslovnimi modeli, ki združujejo dobiček in namen.

Zanašanje na financiranje:

velika odvisnost od zunanjega financiranja, ki je lahko nestabilno.

IMPLIKACIJE:

mladi socialni podjetniki morajo biti inovativni in osredotočeni na poslanstvo, hkrati pa razviti trdne poslovne temelje, ki zagotavljajo dolgoročno vzdržnost.

Vsaka od predstavljenih oblik podjetništva, za katere se mladi najpogosteje odločajo, ima svoj nabor pristopov in metod, ki jih mladi podjetniki uporabljajo za navigacijo v podjetniškem procesu. Ne glede na izbrano obliko je ključnega pomena, da mladi podjetniki razvijejo trden poslovni načrt, se nenehno učijo in prilagajajo ter vzpostavijo podporno mrežo, ki lahko pomaga pri premagovanju izzivov na njihovi podjetniški poti.

2.3 Vloga izobraževanja in usposabljanja pri spodbujanju podjetništva mladih

Izobraževanje in usposabljanje igrata ključno in večplastno vlogo v oblikovanju podjetniških poti mladih. Ustrežno strukturiran izobraževalni sistem mladim podjetnikom nudi ključna orodja in znanja, ki so nujna za uspešno navigacijo v zapletenem svetu podjetništva. Vpliv izobraževanja in usposabljanja na mlade podjetnike se kaže skozi različne aspekte, med katerimi so najpomembnejši razvoj podjetniških veščin, vzpodbujanje podjetniške miselnosti, vloga formalnega izobraževanja, vseživljenjsko učenje, praktične izkušnje ter pomen mentorstva in mreženja (Shah et al., 2020).

Podjetniške kompetence pomembno prispevajo k agendi Združenih narodov za trajnostni razvoj, zlasti k četrtemu cilju trajnostnega razvoja, ki se nanaša na dostojno izobraževanje, in osmemu cilju trajnostnega razvoja, ki se nanaša na dostojno delo in gospodarsko rast. Poleg tega zagotavljajo ustrezne spretnosti, ki jih državljani po vsem svetu potrebujejo za inovacije in pobude za ukrepe, usmerjene k doseganju vseh sedemnajstih ciljev (Lindner, 2018; Rashid, 2019).

Podjetniško učenje ali učenje za podjetništvo in podjetnost se pogosto uporablja izmenično z drugimi izrazi, od podjetniškega izobraževanja do izobraževanja o vodenju podjetij, od podjetnosti do zaposljivosti, od mehkih veščin do veščin zaposljivosti. Podjetniške kompetence se običajno opredeljujejo kot kombinacija znanja, spretnosti in medosebnih odnosov. To vključuje samozavest, mreženje, obvladovanje tveganja, sodelovanje z drugimi, kreativnost, iniciativnost, reševanje problemov, sposobnost pridobivanja virov ter poznavanje finančnih in tehnoloških vidikov (OECD, 2018; UN, 2016).

Izobraževanje in usposabljanje imata ključno vlogo pri odpravljanju vrzeli v znanju in spretnostih, ki so pogosto izziv za mlade podjetnike. Razvoj mehkih veščin, kot so komunikacija, vodenje in upravljanje skupin, je bistven za poslovni uspeh. Te spretnosti so pogosto poudarjene v podjetniškem izobraževanju in so ključne za izgradnjo uspešnih poslovnih odnosov in učinkovitega timskega dela. Zaradi vse večje globalnosti podjetij so potrebne tudi kulturne kompetence (Ndfirepi in Rambe, 2017). Razumevanje medkulturne komunikacije in mednarodnih poslovnih praks je ključno za uspeh v sodobnem, globaliziranem poslovnem svetu (Hasan et al., 2017). To vključuje tudi razumevanje globalnih tržnih trendov, mednarodne zakonodaje in etike ter prilagajanje različnim kulturnim kontekstom. Obstaja veliko načinov učenja o podjetništvu in pridobivanja podjetniških kompetenc (Tatila, 2010; Ilonen in Heinonen, 2018; Neck in Corbett, 2018), ki jih prikazuje *tabela 2.3*.

Tabela 2.3. Načini pridobivanja znanja in učenja o podjetnosti in podjetništvu

Vloga formalnega izobraževanja	Formalne izobraževalne ustanove, od srednjih šol do univerz, so začele vključevati podjetništvo v svoje učne načrte. To omogoča študentom, da pridobijo osnovno znanje o ustanavljanju in vodenju podjetij. Nekatere ustanove ponujajo tudi specializirane programe za podjetništvo, ki omogočajo globlje razumevanje in razvoj specifičnih spretnosti.
Izobraževanje in usposabljanje za razvoj podjetniških veščin	Izobraževanje in usposabljanje sta ključna za razvoj podjetniških veščin, vključno s poslovnim upravljanjem, financami, trženjem in strategijo. Ta pristop zagotavlja teoretično znanje, ki je osnova za uspešno podjetništvo. Poleg tega podjetniško izobraževanje poudarja kritično razmišljanje in sposobnost reševanja problemov, ki sta ključna za premagovanje izzivov v podjetništvu.
Spodbujanje podjetniške miselnosti	Izobraževanje igra pomembno vlogo pri razvijanju podjetniške miselnosti, vključno z inovativnostjo, odpornostjo in sposobnostjo sprejemanja preišljenih tveganj. Programi za učenje spodbujajo ustvarjalno razmišljanje, inovacije ter spodbujajo študente k razmišljanju izven ustaljenih okvirov in razvoju inovativnih poslovnih idej.
Pridobivanje praktičnih izkušenj in praks	Praktične izkušnje, ki jih študenti pridobijo skozi pripravništva, vajeništva in sodelovanje v podjetniških inkubatorjih in pospeševalnikih, ter dostop do mentorstva in podpore so ključni za razvoj pristnih izkušenj mladih.
Mentorstvo in mreženje kot gradnika uspeha	Programi izobraževanja in usposabljanja lahko služijo kot platforme za mentorstvo in mreženje. Alumni, ki so postali uspešni podjetniki, nudijo študentom mentorstvo, nasvete in priložnosti za povezovanje mladih. Sodelovanje med izobraževalnimi ustanovami in industrijo omogoča vpogled v trenutne tržne trende in zahteve.
Vseživljenjsko učenje kot ključ do trajnega razvoja	Podjetniško izobraževanje se ne omejuje zgolj na formalno izobraževanje, ampak je trajni proces, ki posameznika spremlja vse življenje. Delavnice, seminarji in spletne učne platforme omogočajo prilagodljivo in neprekinjeno učenje, kar je ključno za sledenje hitremu razvoju v podjetniškem svetu.

Različne organizacije so razvile raznolike modele podjetniškega učenja. Enega izmed široko sprejetih v Evropi predstavlja okvir podjetniških kompetenc, imenovan model *EntreComp*, ki ga je razvila Evropska komisija kot referenčni vodnik za države članice EU (Evropska komisija, 2016a). *EntreComp* ponuja prilagodljiv model, ki podjetniško učenje razčlenjuje na petnajst kompetenc na treh kompetenčnih področjih (slika 2.1), ki jih povezuje z življenjskim, delovnim in poslovnim okoljem. Namenjen je predstavitvi kompetenc za državljane in omogoča izobraževalnim sistemom ter ustanovam, da bolje razumejo in izvajajo praktični razvoj podjetniških kompetenc z učenjem v okviru šolskih in obšolskih dejavnosti. Okviri, kot je *EntreComp*, zagotavljajo prilagodljive strukture, ki se lahko prilagajajo ali uporabijo v okviru tako formalnih kot neformalnih učnih okolij. V njem so opredeljene kompetence in njihova uporabnost v različnih življenjskih situacijah v zvezi s podjetnostjo in podjetništvom.

Model sestavlja 15 kompetenc, ki skupaj tvorijo podjetnost kot glavno kompetenco. Ta se razpira kot cvet s tremi glavnimi področji, ki so ključnega pomena za podjetniško delovanje, in sicer ideje in priložnosti, viri ter ukrepi, ki jih v nadaljevanju opisujemo natančneje:

- *ideje in priložnosti*: področje se osredotoča na prepoznavanje in razvoj novih priložnosti ter inovativnega razmišljanja. Ta segment poudarja ustvarjalni in vizionarski vidik podjetništva. Vključuje sposobnosti, kot so prepoznavanje priložnosti, kreativnost, vizija, vrednotenje idej ter etično in trajnostno razmišljanje;
- *viri*: področje se osredotoča na upravljanje in mobilizacijo potrebnih virov za izvedbo podjetniških prizadevanj. Sem spadajo finančna pismenost, mobilizacija virov, mobilizacija drugih, vztrajnost in samozavest. Viri zajemajo sposobnost pridobivanja in upravljanja s finančnimi, materialnimi in človeškimi viri;
- *ukrepi*: ta segment se nanaša na realizacijo idej, upravljanje z dejavnostmi in spoprijemanje z negotovostjo ter tveganji, tudi na sposobnost, da ideje implementiramo v prakso. To vključuje načrtovanje in sprejemanje pobude, delo z drugimi in učenje skozi izkušnje.

Vsako izmed teh področij je podprto s petimi različnimi kompetencami ali veščinami, potrebnimi za uspeh v podjetništvu.

Slika 2.1. Model podjetniških kompetenc



Vir: European Commission, 2018; Zavod Republike Slovenije za šolstvo, 2019.

Model je uporaben tako za posameznike, ki razvijajo svoje podjetniške veščine, kot tudi za izobraževalne institucije in organizacije, ki želijo spodbujati podjetniško miselnost in kompetence. Ta pristop poudarja, da je podjetništvo večplastno in zahteva širok spekter veščin in zmožnosti, ki morajo delovati skupaj, da bi bilo uspešno. Model je uporaben kot referenčna točka za oblikovanje izobraževalnih programov in politik, ki ciljajo na razvoj podjetniškega duha in veščin.

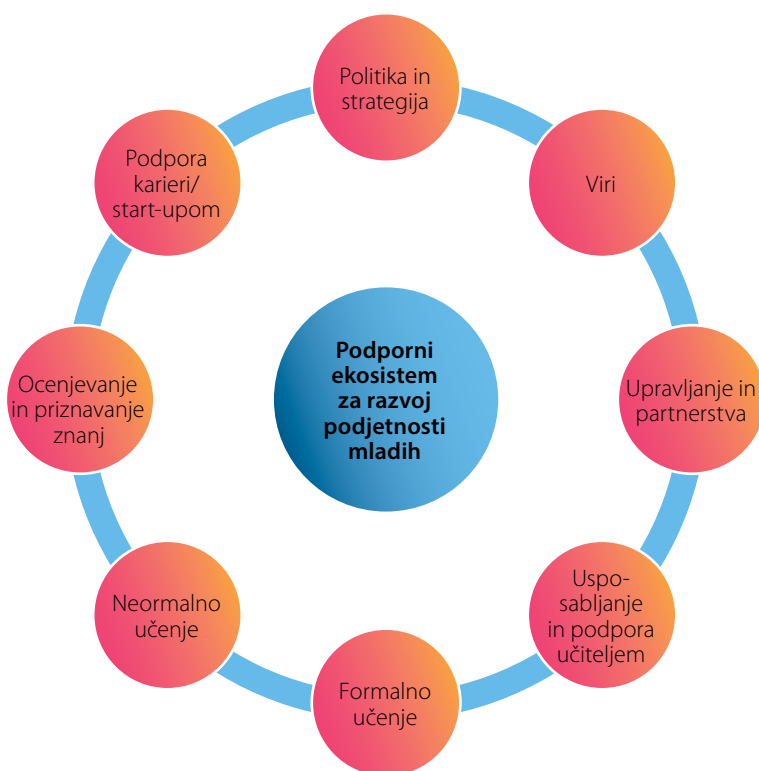
2.4 Vloga podpornega okolja pri razvoju podjetnosti mladih

Vse večje priznavanje vrednosti podjetništva je privedlo do pomembnih sprememb na politični ravni. Vlade in izobraževalni organi izvajajo politike, ki podpirajo podjetniško izobraževanje kot ključno sestavino strategij gospodarskega razvoja. To vključuje podporo podjetniškim iniciativam, financiranje podjetniških programov in vzpostavljanje partnerstev med izobraževalnimi ustanovami in gospodarstvom. Te politike priznavajo, da je podjetništvo ključni generator rasti in zaposlovanja, zato so usmerjene v ustvarjanje okolja, ki mlade spodbuja in jim omogoča, da razvijejo podjetniške projekte.

Izobraževalna reforma se osredotoča na prilagoditev izobraževalnih sistemov potrebam podjetniškega gospodarstva. To vključuje spodbujanje kritičnega mišljenja, prožnosti in prilagodljivosti, pa tudi vključevanje praktičnih izkušenj in projektne delo v učne programe. Poudarek je na razvijanju spretnosti, kot so ustvarjalnost, inovativnost, timsko delo in podjetniški duh (Ho et al., 2021; Schou et al., 2022). V ta namen so oblikovani specializirani programi in delavnice, ki mladim omogočajo, da pridobijo realne izkušnje, ki jih bodo potrebovali v podjetniškem svetu.

Vloga izobraževanja in usposabljanja v podjetništvu mladih je zagotoviti mladim podjetnikom nabor spretnosti, znanja in virov, ki jim omogočajo, da svoje zamisli spremenijo v uspešna podjetja. S spodbujanjem ugodnega učnega okolja, ki vključuje inovativnost, praktične izkušnje in podporno mrežo, lahko izobraževalne ustanove služijo kot močni katalizatorji za razvoj naslednje generacije podjetnikov (Cai in Ahmad, 2023). Ključna sta tudi mentorstvo in svetovanje, ki mladim podjetnikom pomagata pri navigaciji skozi začetne izzive in jih učita, kako biti odporni in prilagodljivi na poti podjetništva.

Slika 2.2. Podporni ekosistem za uspešen razvoj podjetnosti mladih



Vir: UNESCO-UNEVOC, 2019.

Razvoj podpornega podjetniškega ekosistema za mlade je zato ključnega pomena za sprostitve potenciala podjetništva mladih. To ne vključuje samo formalnega izobraževanja, temveč tudi ustvarjanje mrež podpore, ki nudijo praktično pomoč in dostop do financiranja in tržnih priložnosti. Takšen ekosistem mora biti prilagodljiv, da lahko hitro odgovori na spreminjajoče se gospodarske razmere in zagotovi, da mladi podjetniki ostanejo v ospredju inovacij in konkurenčnosti (UNCTAD, 2015).

Slika 2.2 prikazuje konceptualni model s ključnimi komponentami, potrebnimi za razvijanje podjetniških zmožnosti mladih. V središču je razvoj podjetniških kapacitet mladih, okrog katerih so potrebna podporna področja: politika in strategija, viri, upravljanje in partnerstva, usposabljanje in podpora učiteljem, razvoj učnih načrtov in pedagoških pristopov, načini učenja zunaj formalnih učnih načrtov, ocenjevanje in priznanje ter podpora za kariero ali zagon novih podjetij. Ta model poudarja celostni pristop k izobraževanju, kjer sta podpora učiteljev in ustrezna politika ključnega pomena za uspešno vključevanje podjetniškega učenja v izobraževalne sisteme. Na sliki so prikazana

področja, ki skupaj sestavljajo podporni sistem za razvijanje podjetniških sposobnosti mladih (UNESCO-UNEVOC, 2019):

1. *Politika in strategija*: vzpostavitev trdnih politik in strategij, ki spodbujajo podjetniško vzdušje, je temelj za uspeh podjetniškega izobraževanja. To zahteva sodelovanje in zavezanost različnih političnih sektorjev, vključno z izobraževanjem, delom, okoljem in gospodarstvom. Agencije, ki skrbijo za zagotavljanje kakovosti izobraževanja in razvoj poklicnih standardov, igrajo vitalno vlogo v tem procesu.
2. *Viri*: zagotavljanje potrebnih finančnih in nefinančnih virov je bistveno za izvajanje podjetniških programov. To ne vključuje samo dodeljevanja sredstev, temveč tudi zagotavljanje časa in materialov, ki podpirajo podjetniške pobude, ter koriščenje tako javnih kot zasebnih investicij.
3. *Upravljanje in partnerstva*: učinkovito upravljanje in razvoj partnerstev so ključni za delovanje izobraževalnih institucij v sinergiji z drugimi organizacijami. Partnerstva med šolami, podjetji in skupnostmi prinašajo dragocene realne in praktične izkušnje, ki so pomembne za vse mlade in še posebej za podjetniško učenje.
4. *Usposabljanje in podpora učiteljem*: razvoj in izvajanje usposabljanj za učitelje sta nujna, da bi lahko le-ti učinkovito poučevali podjetniške veščine. Učitelji so ključni v zagotavljanju dostopa do visokokakovostnega podjetniškega izobraževanja, zato morajo imeti možnosti za stalen profesionalni razvoj in podporo.
5. *Formalno učenje*: prilagoditev učnih načrtov in pedagoških pristopov je potrebna za integracijo podjetniškega izobraževanja. Učni načrti morajo biti oblikovani tako, da spodbujajo podjetniško miselnost in zagotavljajo, da se podjetniško učenje ne omejuje zaradi zastarelih ali neprilagodljivih pristopov.
6. *Neformalno učenje*: alternativni in praktični načini učenja, ki presegajo tradicionalne učne načrte, so vitalni za podjetniško izobraževanje. To vključuje občolske dejavnosti, projekte v skupnosti in spletno učenje, ki lahko ponudijo bogate izkušnje in kontekst podjetniškemu znanju.
7. *Ocenjevanje in priznavanje*: sistemi za ocenjevanje in priznavanje podjetniških veščin so pomembni za povečanje zaposljivosti in za potrditev učinkovitosti podjetniškega izobraževanja. Javno priznavanje teh veščin lahko poveča motivacijo in priznanje mladih podjetnikov.
8. *Podpora za kariero/start-upe*: zagotavljanje podpore mladim pri zagonu njihovih podjetij ali pri razvoju kariere v podjetništvu je bistvenega pomena. To lahko vključuje mentorstvo, dostop do mrež, finančno podporo in druge storitve, ki podpirajo mlade podjetnike na njihovi poti.

3 Podjetništvo mladih v kontekstu nacionalne in globalne politike

3.1 Pregled podjetništva mladih v kontekstu globalne in evropske politike

V zadnjih desetletjih so tako globalne kot evropske institucije prepoznale izjemen potencial mladih podjetnikov in njihovo sposobnost, da prinesejo sveže ideje na trg, ustvarjajo nova delovna mesta in spodbujajo konkurenčnost. V pregledu globalne in evropske politike za podporo podjetništva mladih bomo raziskali, kako različne organizacije, politike in programi podpirajo mlade podjetnike, od zagotavljanja dostopa do financiranja, mentorstva in usposabljanja do ustvarjanja podpornih ekosistemov, ki mladim omogočajo, da razvijajo svoje poslovne ideje.

3.1.1 Globalni kontekst

V dobi globalizacije in hitrih tehnoloških sprememb se podjetništvo mladih uveljavlja kot ključni steber v strategijah za spodbujanje trajnostne gospodarske rasti in zmanjševanje brezposelnosti mladih. Globalne politike in podporne strukture so vse bolj osredotočene na izkoriščanje podjetniškega duha mladih, ki imajo potencial, da s svežimi idejami in inovativnimi pristopi prispevajo k reševanju sodobnih izzivov. Od ukrepov za zmanjševanje ovir pri vstopu na trg do programov za izgradnjo zmogljivosti in zagotavljanja dostopa do financiranja – globalna podpora podjetništvu mladih je večplastna in se nenehno razvija.

Za učinkovito podporo podjetništvu mladih je potreben sistematičen pristop, ki naslavlja ekonomske, izobraževalne in socialne dimenzije podjetniškega ekosistema. Mednarodne organizacije, kot so Svetovna banka, Mednarodna organizacija dela (ILO), Program Združenih narodov za razvoj (UNDP) in mnoge druge, so vzpostavile širok spekter programov in pobud, ki služijo kot temeljna platforma za podporo podjetniškim ambicijam mladih. Te pobude segajo od direktnega financiranja in mikrokreditov do usposabljanj, mentorstev in omrežij za izmenjavo znanja. Pomemben del globalne podpore podjetništvu mladih je tudi poudarek na inovativnih izobraževalnih pristopih. Izobraževalni sistemi po vsem svetu so pod pritiskom, da prilagodijo svoje kurikule in pedagoške metode, da bi ustvarili okolje, ki je naklonjeno podjetništvu. To vključuje integracijo podjetniških konceptov v šolske programe, razvoj posebnih podjetniških tečajev in delavnic ter spodbujanje učenja temelječega na realnih poslovnih primerih. Ti pristopi so bistveni za razvoj ključnih veščin, kot so kreativno reševanje problemov, kritično mišljenje in sposobnost prilagajanja na hitro spreminjajoče se trge.

Pri spodbujanju in podpiranju podjetništva mladih sodeluje več svetovnih organizacij.

UNESCO deluje na globalni ravni, pri čemer sodeluje z različnimi partnerji, vključno z nacionalnimi vladami, nevladnimi organizacijami, zasebnim sektorjem in izobraževalnimi ustanovami po vsem svetu. UNESCO spodbuja podjetništvo in podjetnost mladih predvsem preko UNESCO-UNEVOC, ki se osredotoča na tehnično in poklicno izobraževanje ter usposabljanje (angl. *technical and vocational education and training – TVET*) in njegovo izboljšanje, kar pomaga pri krepitvi podjetniških veščin mladih na lokalni, regionalni in globalni ravni. Organizacija zagovarja integracijo podjetniškega učenja v tehnično in poklicno izobraževanje, da bi mladim zagotovila potrebne veščine za uspeh v spreminjajočem se svetovnem gospodarstvu. UNESCO-UNEVOC nudi smernice, orodja in platforme za izmenjavo znanja, ki podpirajo razvoj podjetniške kulture in spodbujajo inovativnost

ter ustvarjalnost med mladimi. To pomaga pri oblikovanju nove generacije mladih, ki so pripravljeni na prevzemanje vodilnih vlog v gospodarstvu in družbi (UNESCO-UNEVOC, 2024).

Svetovna banka (The World Bank, 2023) z različnimi pobudami in programi podpira in financira podjetništvo mladih, pri čemer se osredotoča na izobraževanje, usposabljanje in finančno podporo za spodbujanje podjetniških ekosistemov.

Organizacija Združenih narodov za industrijski razvoj (United Nations Industrial Development Organization – UNIDO) ima programe, namenjene spodbujanju industrijskega razvoja za zmanjšanje revščine, vključujočo globalizacijo in okoljsko trajnost, ki vključujejo podporo mladinskemu podjetništvu (UNIDO, 2023).

Mednarodna organizacija dela (International Labour Organization – ILO) s programom za zaposlovanje mladih posebej obravnava izziv zaposlovanja mladih in vključuje podjetništvo kot ključno področje, na katerega se osredotoča (ILO, 2023).

Svetovna podjetniška mreža (Global Entrepreneurship Network – GEN) upravlja platformo programov in pobud, namenjenih oblikovanju enotnega globalnega podjetniškega ekosistema (GEN, 2023).

Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (Organization for Economic Co-operation and Development – OECD) izvaja raziskave ter zagotavlja platformo za izmenjavo izkušenj in dobrih praks na področju podjetniških politik za mlade (OECD, 2021).

Konferenca Združenih narodov za trgovino in razvoj (United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD) podpira države v razvoju pri pravičnejšem in učinkovitejšem dostopu do prednosti globaliziranega gospodarstva s programi, ki vključujejo podjetništvo mladih (UNCTAD, 2015).

Junior Achievement Worldwide (JAW) (JAW, 2023) je ena največjih svetovnih nevladnih organizacij, ki se ukvarja s temeljnimi družbenimi in gospodarskimi izzivi mladih, z njihovim izobraževanjem in opolnomočenjem za spreminjanje njihove prihodnosti in lasten gospodarski uspeh.

Youth Business International (YBI) je svetovna mreža neodvisnih neprofitnih pobud, ki mladim pomagajo pri ustanavljanju in razvoju lastnih podjetij ter ustvarjanju delovnih mest (YBI, 2023).

Te organizacije se ukvarjajo z različnimi vidiki podjetništva mladih, vključno z zastopanjem politike, krepitvijo zmogljivosti, izobraževanjem in usposabljanjem, mentorskimi programi, dostopom do financiranja in ustvarjanjem mrež, ki mladim podjetnikom zagotavljajo vire, potrebne za uspeh.

3.1.2 Evropski kontekst

Podjetništvo mladih je pomembna tema tudi v politični agendi EU, saj je prepoznano kot orodje za boj proti brezposelnosti mladih in socialni izključenosti ter za spodbujanje inovacij med mladimi.

VEU so bile uvedene različne pobude za spodbujanje podjetniške miselnosti in kulture med mladimi, odstranjevanje zaznanih praktičnih in logističnih ovir ter za zagotavljanje informacij, nasvetov, coachinga in mentorstva mladim bodočim podjetnikom. Politike za spodbujanje podjetništva mladih vključujejo tudi aktivnosti za ozaveščanje (npr. vloga zgledov, poslovna tekmovanja), izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, izboljšanje dostopa do financiranja in razvoj podjetniških mrež.

Okvir za sodelovanje EU na področju mladinske politike za obdobje 2019–2027 predstavlja *Strategija EU za mlade* (Evropska unija, 2024). Njen cilj je spodbujati in podpirati mlade, da postanejo aktivni, samostojni in sposobni državljani, ki prispevajo k razvoju in blaginji Evrope. Strategija se osredotoča na tri ključne teme: angažiranje, povezovanje in opolnomočenje mladih (Uradni list Evropske unije, 2018). Strategija temelji na enajstih evropskih ciljih, ki so jih oblikovali mladi sami med dialogom z EU.

Enega od ciljev, ki so vključeni v *Strategijo EU za mlade*, predstavlja tudi podjetništvo. Podjetništvo pomeni ne le ustvarjanje novih podjetij, ampak tudi razvijanje inovativnih rešitev za družbene izzive, spodbujanje kulture tveganja in učenja iz napak ter krepitev ustvarjalnosti, pobude in sodelovanja med mladimi. Nekateri ukrepi, ki jih strategija predlaga za spodbujanje podjetništva med mladimi, so (Evropska unija, 2024):

- podpiranje mladinskega socialnega podjetništva in solidarnostnih gospodarskih pobud;
- spodbujanje podjetniškega izobraževanja in usposabljanja na vseh ravneh izobraževanja in usposabljanja;
- zagotavljanje dostopa do finančnih virov, mentorstva in mreženja za mlade podjetnike;
- priznavanje in nagrajevanje podjetniških dosežkov mladih;
- spodbujanje sodelovanja med mladimi, izobraževalnimi ustanovami, podjetji in drugimi deležniki na področju podjetništva.

V EU so se različne organizacije in institucije zavezale k ustvarjanju okolij, ki omogočajo mladim, da izkoristijo svoje podjetniške aspiracije. Med njimi Evropska komisija prednjači z iniciativami, kot so *Evropski program za zaposlovanje in socialne inovacije* (angl. *EaSI – European Program for Employment and Social Innovation*) in program *Erasmus za mlade podjetnike* (angl. *Erasmus for Young Entrepreneurs*), ki mladim Evropejcem zagotavljajo orodja in znanje za začetek in razvoj podjetniških prizadevanj. Program *Erasmus za mlade podjetnike* spodbuja čezmejno učenje in izmenjavo izkušenj, tako da novi ali bodoči podjetniki pridobivajo znanje in veščine neposredno od izkušenih podjetnikov v drugih državah EU. Pobude za izobraževanje o podjetništvu se izvajajo po vseh državah članicah, s ciljem zgodnjega vključevanja podjetniških konceptov v šolske kurikulumne in spodbujanja podjetniške miselnosti med mladimi.

S programom *COSME* EU namenja posebna sredstva za povečanje konkurenčnosti malih in srednje velikih podjetij, vključno s tistimi, ki jih vodijo mladi. Program nudi dostop do finančnih virov in podporo podjetniškim mrežam. *Evropski socialni sklad* (angl. *ESS – European Social Fund*) je ključni instrument za financiranje projektov, ki se osredotočajo na usposabljanje in izobraževanje mladih podjetnikov, s čimer jim pomagajo pridobiti potrebne veščine in znanje.

Pod okriljem OECD in EU je nastala nova iniciativa, imenovana *Akademija za politike mladinskega podjetništva* (angl. *YEPA – Youth Entrepreneurship Policy Academy*) (YEPA, 2024), to je mreža za učenje o politikah za krepitev podjetništva mladih v evropskih državah, ki vključuje 150 udeležencev, med njimi oblikovalce politik, mreže in organizacije za mladinsko podjetništvo, mreže za socialno podjetništvo, vodje programov in raziskovalce. Cilj akademije YEPA je okrepiti politike in programe podjetništva mladih z razširjanjem znanja o ovirah, s katerimi se soočajo mladi pri podjetništvu, in omogočanjem izmenjav med oblikovalci politik, mladimi podjetniki in strokovnjaki o tem, „kaj deluje“ na področju politike podjetništva mladih.

Evropski investicijski sklad (angl. EIF – European Investment Fund) pomaga zagotavljati dostop do financiranja, ključnega za zagonska podjetja.

Evropski mladinski forum (angl. European Youth Forum) deluje kot platforma za zastopanje mladinskih pravic v mednarodnih institucijah, medtem ko Evropske službe za zaposlovanje (angl. EURES – European Employment Services) podpirajo mobilnost delovne sile in delodajalce.

Evropska fundacija za usposabljanje (angl. ETF – European Training Foundation) podpira izobraževalne reforme v kontekstu zunanje politike EU, Eurochambres pa zastopa zbornice in industrijo z namenom podpore poslovni skupnosti, vključno z mladimi podjetniki.

Mreža za podjetništvo v Evropi (angl. Enterprise Europe Network) in Evropski svet za mala podjetja in podjetništvo (angl. ECSB – European Council for Small Business and Entrepreneurship) ponujata mreženje in podporo za mala in srednja podjetja (MSP) ter spodbujata raziskave in izobraževanje na področju podjetništva. Letno tekmovanje za evropske socialne inovacije, ki ga organizira Evropska komisija, pa išče inovativne ideje z družbenim vplivom, vključno na področju podjetništva mladih.

EU vzpodbuja razvoj in krepitev mladinskih podjetniških mrež, ki so ključne za spodbujanje sodelovanja med mladimi podjetniki, mentorji in investitorji. Prav tako EU vzdržuje stalen dialog z deležniki, vključno z mladinskimi organizacijami, izobraževalnimi institucijami in poslovnimi združenji, da bi oblikovala celovite in učinkovite politike, ki so prilagojene aktualnim in prihodnjim potrebam mladih podjetnikov v hitro spreminjajočem se gospodarskem okolju.

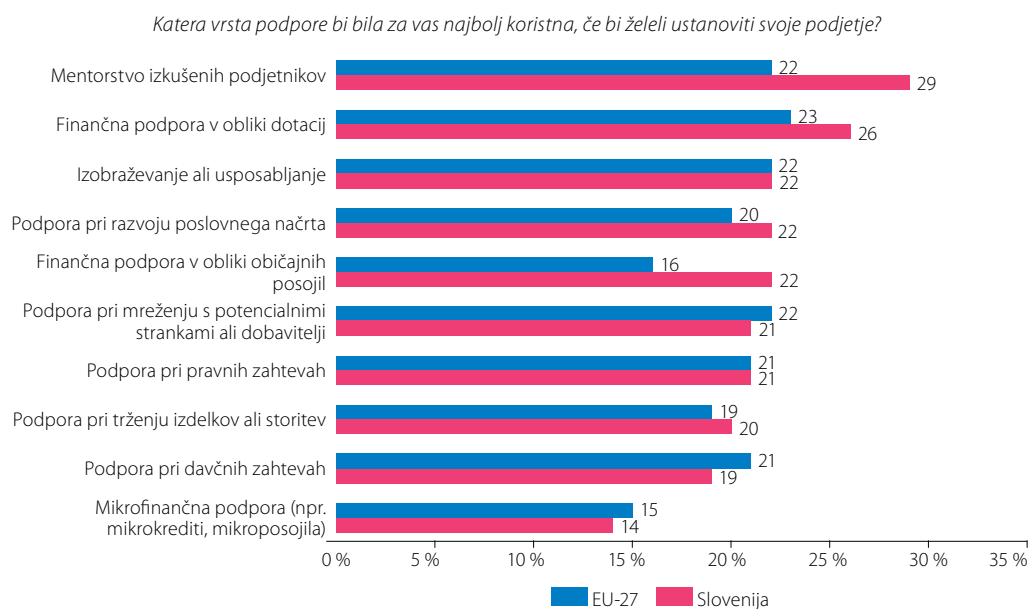
Te organizacije skupaj z evropskimi politikami tvorijo močan ekosistem podpore, ki mladim Evropejcem pomaga uresničiti njihove podjetniške ideje. Kljub številnim pobudam in programom pa se mladi v EU še vedno soočajo z izzivi, kot so pomanjkanje dostopa do financiranja, zapleteni birokratski postopki in pomanjkanje mentorstva.

3.2 Programi in instrumenti podpore za mlade podjetnike

3.2.1 Uvod v podporne programe za mlade podjetnike

Ko govorimo o mladih podjetnikih in njihovem vstopu v svet podjetništva, je eden izmed ključnih dejavnikov uspeha ustrezna podpora, ki jim je na voljo v različnih fazah razvoja njihovega podjetja. Pomembno je razumeti, kakšno podporo mladi dejansko potrebujejo in kaj jih najbolj nagovarja, ko se odločajo za samostojno podjetniško pot. V nadaljevanju bomo predstavili rezultate raziskave *Flash Eurobarometer* (European Commission, 2023), ki prikazujejo, kateri programi in instrumenti so najbolj iskani med mladimi v državah EU. Podatke za Slovenijo prikazujemo primerjalno s povprečjem EU na *sliki 3.1*.

Slika 3.1. Podporna infrastruktura za ustanovitev podjetja



Vir: Flash Eurobarometer #513 (2023).

Na podlagi predstavljenih podatkov je mogoče opaziti, da Slovenija na več področjih presega povprečje EU, kar se tiče zelenih vrst podpore pri ustanavljanju podjetij med mladimi. Posebej izstopajoči sta dve:

- **mentorstvo izkušenih podjetnikov:** v Sloveniji je večji delež mladih podjetnikov, ki iščejo mentorstvo izkušenih podjetnikov v primerjavi s povprečjem EU. To kaže na pomen izmenjave znanja in izkušenj v slovenskem podjetniškem ekosistemu. Mentorji lahko ponudijo neprecenljivo znanje, izkušnje in mreže, ki jih začetniki potrebujejo pri zagonu in rasti svojega posla. Shittu (2017) potrjuje pomen mentorstva v podjetništvu, zlasti za mlade. Avtor ugotavlja, da mentorstvo igra ključno vlogo pri spodbujanju podjetništva med mladimi, saj jim pomaga premostiti vrzeli v znanju in povečuje njihovo mrežo;
- **finančna podpora:** v Sloveniji je višja stopnja zanimanja za finančno podporo v obliki dotacij in običajnih posojil, kar kaže na potencialno večjo potrebo po zagonskem kapitalu med slovenskimi mladimi začetniki.

Po drugi strani je Slovenija rahlo pod povprečjem EU na področju mikrofinančne podpore in podpore pri davčnih zahtevah, kar kaže na razlike v regulativnem okolju ali dostopnosti do takšnih virov.

3.2.2 Analiza trenutne podpore podjetništvu mladih na ravni EU

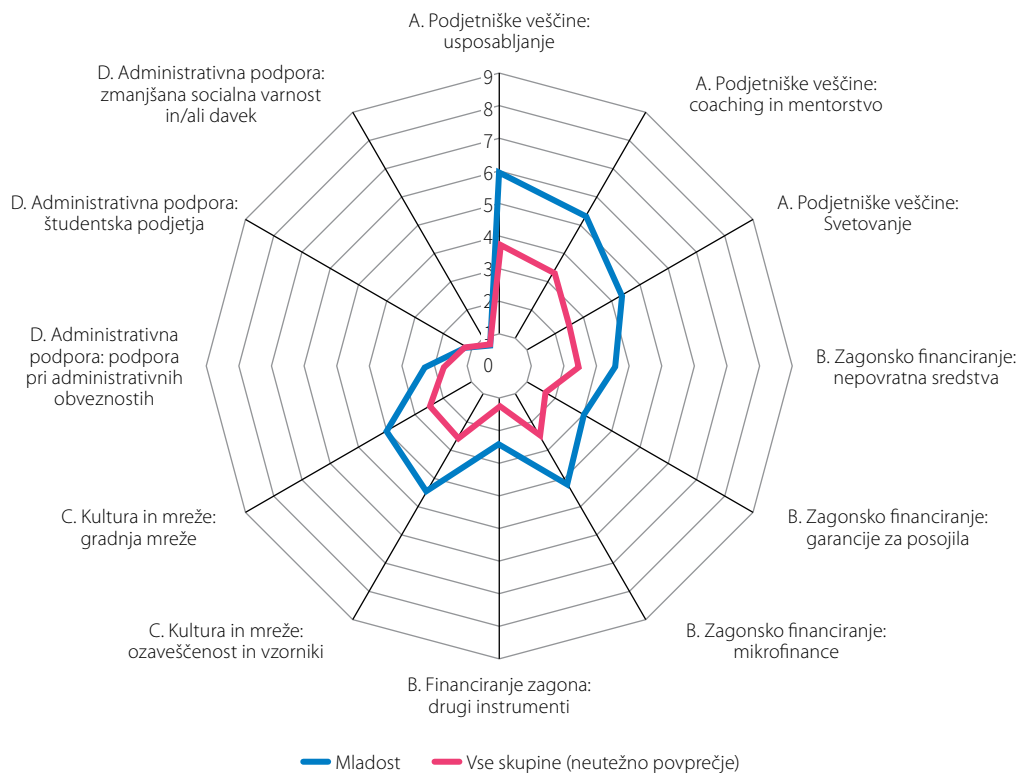
Podpora podjetništvu mladih v EU je doživela znaten razvoj v zadnjem desetletju, predvsem kot odgovor na finančno krizo v letih 2008 in 2009 in izzive brezposelnosti mladih, ki so se po krizi pojavili. Države članice EU so uvedle različne ukrepe za soočanje s to krizo, med katerimi izstopa tudi jamstvo za mlade (angl. Youth Guarantee). Slednje zagotavlja, da mladi do 30. leta starosti prejmejo kakovostno ponudbo zaposlitve, izobraževanja ali vajeništva v štirih mesecih po izgubi zaposlitve ali koncu izobraževanja. Leta 2020 je bila to zaveza še okrepljena.

Evropska komisija je dodatno prispevala k podpori mladim preko pobude za zaposlovanje mladih (angl. Youth Employment Initiative), ki je bila uvedena leta 2012. Ta pobuda je bila v letih 2021–2023 okrepljena, predvsem zaradi vpliva pandemije covid-19, s ciljem pomoči mladim, ki so se soočili s posledicami te krize.

Mladinska podjetniška politika v EU je napredovala v zadnjem desetletju, kar se odraža v večjih naložbah v mladinske politike. Večina držav članic EU je oblikovala specifične strategije za podpiranje mladinskega podjetništva. Kljub temu pa polovica teh strategij še vedno ni določila jasnih ciljev. Zanimivo pa je, da le približno tretjina držav članic redno ocenjuje učinkovitost svojih mladinskih podjetniških politik, čeprav igrajo strukturni skladi EU pomembno vlogo pri podpori temu področju.

Mladinski podjetniški programi v EU uporabljajo različna orodja za podporo ustanavljanju podjetij. Raziskave OECD o politikah vključujočega podjetništva v EU kažejo, da programi za mlade podjetnike vključujejo različna orodja, ki krepijo motivacijo za podjetništvo, razvijajo podjetniške veščine, izboljšujejo dostop do financiranja, širijo mreže in ponujajo spodbude in podpore prek regulativnih instrumentov. Mladinski podjetniški programi v EU uporabljajo različna orodja za podporo ustanavljanju podjetij. Za ilustracijo prikazujemo s pajkovim diagramom (*slika 3.2*) razpoložljivost in kakovost podjetniških shem za mlade v letu 2023. Na diagramu je moč opaziti, da so področja, kot so podjetniške veščine in administrativna podpora, znatno bolj razvita za mlade kot za druge skupine¹.

¹ Pod 'druge skupine' spadajo demografske kategorije, ki se lahko soočajo z različnimi ovirami pri dostopu do podjetniških virov in podpore, vključno z ženskami, starejšimi, iskalci zaposlitve, priseljenci in osebam s posebnimi potrebami. Vsaka o. t. h skupin ima lahko edinstvene izzive, ki zahtevajo posebno pozornost in prilagojene podporne sheme za zagotavljanje enakih možnosti v podjetništvu.

Slika 3.2. Usposabljanje za podjetništvo predstavlja najbolj razširjeno obliko podpore, ki je na voljo mladim


Opomba: Slika prikazuje neuteženo povprečje ocen politik in programov držav članic EU. Vsako politično orodje (npr. usposabljanje za podjetništvo) je ocenjeno na 9-točkovni lestvici. Slika prikazuje povprečno oceno shem za mlade podjetnike v primerjavi z ocenami za vse skupine vključujočega podjetništva (tj. ženske, priseljence, mladino, starejše, iskalce zaposlitve in osebe s posebnimi potrebami). Nekatera politična orodja so zasnovana posebej za mlade podjetnike, zato ni primerljive ocene za vse ciljne skupine vključujočega podjetništva. Ocene politik so bile predmet razprav in usklajevanja z vladami in deležniki na nacionalnih delavnicah in v pisnem postopku. Vir: (OECD, 2023d).

Izstopa zlasti področje usposabljanja, coachinga in mentorstva, saj je na diagramu opaziti, da mladi v primerjavi z neuteženim povprečjem za vse skupine, prejemajo bolj ciljno usmerjeno podporo. To kaže, da države članice EU prepoznavajo in vrednotijo pomembnost razvoja podjetniških veščin za mlade, kar je skladno s cilji EU za spodbujanje podjetniške aktivnosti med mladimi. Po drugi strani je področje financiranja, kljub temu da kaže enakovredno razpoložljivost za mlade in druge skupine, morda manj prilagojeno specifičnim potrebam mladih podjetnikov. Zagonsko financiranje in mikrofinanciranje so ključni elementi podjetniškega ekosistema, a jih je treba še dodatno prilagoditi, da bodo v celoti podprli inovativnost in rizične podjetniške podvige, ki so značilni za mlade.

Kulturni vidiki, kot sta mreženje in ozaveščenost, so na diagramu prikazani kot manj tipično uporabljeno orodje za mlade. To kaže na potencialno priložnost za izboljšanje, saj je gradnja podpornih mrež in kulturne infrastrukture za podjetništvo bistvenega pomena za spodbujanje trajnostne podjetniške rasti med mladimi. Usmerjena prizadevanja na teh področjih bi lahko povečala uspešnost mladih podjetnikov in jim zagotovila boljši dostop do potrebnih virov in znanj za uspeh. Sklenemo lahko, da

države članice EU aktivno razvijajo in izvajajo politike, ki so namenjene podpori mladih podjetnikov, čeprav so nekatere komponente bolj razvite kot druge.

3.3 Nacionalne politike za spodbujanje podjetništva mladih v Sloveniji

3.3.1 Značilnosti mladih v Sloveniji

V skladu z *Zakonom o javnem interesu v mladinskem sektorju* (ZJIMS) (Uradni list RS, št. 42/10 in 21/18 – ZNOrg) so mladi opredeljeni kot mladi in mladi odrasli obeh spolov, stari od 15 do dopolnjenih 29 let. Delež mladih (15–29 let) se v Sloveniji zmanjšuje. Po podatkih SURS (2023) je bil leta 2022 njihov delež v celotni populaciji 14,8 %, kar predstavlja znaten upad v primerjavi s preteklimi leti (npr. v letu 2016 je bil delež mladih 16 % prebivalstva). Poleg tega se mladi v Sloveniji soočajo z različnimi izzivi na trgu dela in v socialnem okolju. Stopnja tveganja revščine med mladimi je bila v letu 2022 9,5 %, kar je pod nacionalnim povprečjem, a kljub temu predstavlja pomembno družbeno vprašanje. Poleg tega je istega leta stopnja brezposelnosti med mladimi dosegla 8,2 %, kar je za 4,1 % višje od skupne stopnje brezposelnosti v državi. Ti podatki kažejo na specifične izzive, s katerimi se mladi v Sloveniji soočajo, in poudarjajo potrebo po ciljno usmerjenih politikah in podpori za izboljšanje njihovih življenjskih in delovnih razmer.

Mladi v Sloveniji uživajo razmeroma močno družinsko podporo, kar se odraža v visokem odstotku mladih, ki še vedno živijo s starši. Leta 2022 je bilo takih 59,1 % mladih v starostni skupini od 18 do 34 let (SURS, 2023). Ta trend je deloma odraz gospodarskih pogojev in kulturnih norm, ki mladim omogočajo, da dlje časa ostanejo v domačem okolju. Po drugi strani pa ta pojav lahko kaže tudi na težave mladih pri samostojnem vstopu na nepremičninski trg in v samostojno življenje.

Kar zadeva izobraževanje, so mladi v Sloveniji v veliki meri vključeni v izobraževalni sistem. Skoraj polovica mladih (48,2 %) v starostni skupini od 19 do 24 let je bila v letu 2022 vpisana v terciarno izobraževanje (SURS, 2023), s čimer Slovenija presega povprečje EU-27. To kaže na močno poudarjanje izobraževanja in usposabljanja kot ključnih elementov za razvoj mladih. Poleg tega je Slovenija zabeležila nizko stopnjo zgodnjega opuščanja izobraževanja, kar pomeni, da večina mladih uspešno zaključi vsaj srednješolsko izobraževanje. Ta visoka stopnja izobraževanja mladih kaže na splošno dostopnost in kakovost izobraževalnega sistema v Sloveniji, hkrati pa prispeva k boljšim možnostim mladih na trgu dela in v družbi nasploh.

Po podatkih SURS (2023) je bila stopnja delovne aktivnosti med mladimi v Sloveniji, ki vključuje osebe v starostni skupini od 15 do 29 let, v letu 2022 48,1 %, kar je opazno nižje od nacionalnega povprečja (56,6 %). Ta podatek odraža različne izzive, s katerimi se mladi soočajo na trgu dela, vključno s težavami pri iskanju zaposlitve in prehodom iz izobraževalnega sistema na trg dela. Pogosta realnost za mlade, ki vstopajo na trg dela, je zaposlitev za določen čas. V letu 2022 je bilo med mladimi, ki so se prvič zaposlili v Sloveniji, 73,7 % takih, ki so svojo prvo pogodbo o zaposlitvi sklenili za določen čas. Ta trend začasnih zaposlitev med mladimi kaže na negotovost in nestabilnost, ki ju mladi doživljajo na začetku svoje kariere. Prvi vstop na trg dela je za mlade pogosto izziv, saj morajo običajno začeti z manj stabilnimi oblikami zaposlitve, preden dobijo priložnost za zaposlitev za nedoločen čas. Ta začetna faza kariere je ključna za nadaljnji razvoj mladih na trgu dela, zato so pomembne ciljne politike in podpora okolja, ki mladim pomagajo pri tem prehodu.

Samozaposlovanje in podjetništvo med mladimi v Sloveniji postajata vse bolj pomembna dejavnika ekonomske neodvisnosti in inovativnosti. V letu 2022 je bilo med mladimi, ki so prvič vstopili na trg dela, 5,1 % tistih, ki so se odločili za samozaposlitev. Ta trend odraža rastočo privlačnost podjetništva kot kariernega izbora med mladimi, ki iščejo večjo avtonomijo, priložnosti za inovacije in osebni razvoj.

Položaj mladih v Sloveniji opredeljuje predvsem kombinacija precejšnje družinske podpore in dolgotrajne vključenosti v (relativno socialno usmerjen in prijazen) izobraževalni sistem na eni strani ter izjemno negotovih razmer na trgu dela na drugi strani. Mladi v Sloveniji čutijo, da imajo zelo majhen politični vpliv, v primerjavi s povprečjem EU pa so precej manj zainteresirani ali vključeni v politiko.

3.3.2 Politika za mlade v Sloveniji

Mladinska politika v Sloveniji je opredeljena kot usklajen sklop ukrepov različnih sektorskih javnih politik z namenom spodbujanja in omogočanja vključevanja mladih v gospodarsko, kulturno in politično življenje skupnosti ter ustreznih podpornih mehanizmov za razvoj mladinskega dela in delovanja mladinskih organizacij, ki se izvaja v sodelovanju z avtonomnimi in demokratičnimi predstavniki mladinskih organizacij ter strokovnih in drugih organizacij (Uradni list RS, 2010).

V Sloveniji ne obstaja centralizirana državna institucija, ki bi bila izključno odgovorna za zaposlovanje in podjetništvo mladih. Ukrepe za izvajanje mladinske politike sprejemajo država oziroma lokalne skupnosti. Mladinska politika je načeloma del drugih sektorskih politik (npr. izobraževanje, zdravje, zaposlovanje) in zato spada v pristojnost različnih ministrstev. Urad Republike Slovenije za mladino (Urad RS za mladino, 2024) je ključni javni organ, pristojen za področje mladine. Urad RS za mladino se osredotoča predvsem na promocijo mladinskega dela, usklajevanje ukrepov v okviru mladinske politike in zagotavljanje ustreznega socialnega dialoga z mladimi. Urad RS za mladino že od svojih začetkov sofinancira programe mladinskega dela.

V izvajanje politik in programov za mlade se vključujejo različna ministrstva in vladne službe, njihove vloge pa so skladne z ustreznimi področji dela:

- Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti: zagotavlja programe in politike, ki se nanašajo na zaposlovanje mladih, socialno zaščito, družinsko politiko in enakost možnosti;
- Ministrstvo za vzgojo in izobraževanje: osredotoča se na vzgojno-izobraževalne programe, šolske sisteme in izobraževalne politike, ki neposredno vplivajo na mlade;
- Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in inovacije: deluje na področju visokega šolstva, raziskav in inovacij, s poudarkom na podpiranju mladih v znanosti in visokem šolstvu;
- Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport: spodbuja mlade na področjih gospodarstva, tehnologije in športa, s poudarkom na inovacijah, podjetništvu in telesni aktivnosti mladih;
- Ministrstvo za digitalno preobrazbo: osredotoča se na digitalno izobraževanje, dostop do digitalnih orodij in tehnologij ter spodbujanje digitalnih veščin med mladimi;
- Zavod RS za zaposlovanje: je ključna slovenska institucija na trgu dela. Je javna in neodvisna pravna oseba, ki enotno deluje po vsej državi;
- druga ministrstva in organizacije podpornega okolja: pomagajo financirati in izvajati ukrepe ter programe za mlade.

Krovni strateški javni dokument ali akcijski načrt, ki vključuje glavne usmeritve za oblikovanje politik o mladinskih zadevah na nacionalni ravni predstavlja *Resolucija o nacionalnem programu za mladino*, ki je bila sprejeta leta 2013 za obdobje 2013–2022 (Uradni list RS, 2013). Ukrepi *Nacionalnega programa za mladino* pokrivajo naslednja področja: izobraževanje, zaposlovanje in podjetništvo, stanovanja, zdravje in dobro počutje, socialni položaj mladih, razvoj mladinskega sektorja, kultur in ustvarjalnosti, dediščine, medijev.

V letu 2023 je bila sprejeta nova *Resolucija o nacionalnem programu za mladino za obdobje 2023–2032* (Ministrstvo za vzgojo in izobraževanje, 2023), ki temelji na več dokumentih, ki predstavljajo izhodišče za njeno vsebino. Resolucija iz leta 2023 se osredotoča na šest področij za mlade, ki so: (1) izobraževanje, (2) mladi in trg dela, (3) zdravje in dobro počutje, (4) mladi in bivanjska politika, (5) mladi in družba ter (6) kultura, umetnost in ustvarjalnost.

V njej so določene ključne usmeritve nacionalnega programa za mladino (Ministrstvo za vzgojo in izobraževanje, 2023, str. 14):

- omogočanje mladim boljše možnosti z izobraževanjem in usposabljanjem, tako formalnim kot neformalnim;
- zagotavljanje ekonomske in socialne varnosti mladih na podlagi politike zaposlovanja, s čimer se jim olajša osamosvajanje;
- spodbujanje aktivne participacije mladih v upravljanju javnih zadev;
- upoštevanje in sledenje načelom trajnostnega razvoja;
- posebna pozornost je namenjena zdravju in dobremu počutju mladih ter obravnavanju neenakosti v zdravju;
- omogočanje varnega začetka poklicne poti za mlade;
- spodbujanje in omogočanje kulturno-umetniškega udejstvovanja mladih.

V resoluciji preteklega programskega obdobja je bilo posebno področje namenjeno zaposlovanju in podjetništvu. Iz njune primerjave izhaja, da je prišlo do sprememb v fokusu resolucij med preteklim in trenutnim programskim obdobjem glede obravnave podjetništva. V preteklem obdobju je bilo podjetništvo obravnavano kot posebno področje, tesno povezano z zaposlovanjem, medtem ko v aktualni resoluciji podjetništvo ne zavzema več tako pomembne vloge.

Združevanje podjetništva z zaposlovanjem v pretekli resoluciji kaže na pristop, ki mladim zagotavlja orodja in znanja za vstop na trg dela, bodisi kot zaposlenim bodisi kot samostojnim podjetnikom. Ta pristop je bil usmerjen v spodbujanje zaposlitvenih možnosti in podpiranje mladih v razvoju podjetniških veščin in pri odločanju za lastno podjetniško pot oziroma kariero, kar je pomembno za ekonomsko neodvisnost. Osredotočenost na podjetništvo v aktualni resoluciji pa poudarja pomembnost inovativnosti, kreativnosti in podjetnosti med mladimi kot večščino. To je v skladu s trenutnimi trendi na trgu, kjer sta inovativnost in prilagodljivost ključnega pomena. Vendar pa je enako pomembno tudi, da mlade spodbujamo k samostojnemu podjetniškemu udejstvovanju, še posebej, če upoštevamo, da se kar dve tretjini mladih odloči za samostojno podjetniško pot kot odgovor na izzive brezposelnosti.

Tudi smernice EU glede mladih in podjetništva se osredotočajo na spodbujanje podjetniškega duha, inovativnosti ter samoiniciativnosti. V tem kontekstu je spodbujanje podjetništva med mladimi ključno za razvoj konkurenčnega in inovativnega gospodarstva v EU, kar vključuje tudi krepitev digitalnih veščin, spodbujanje inovativnosti in ustvarjalnosti ter zagotavljanje ustreznih podpornih struktur za

mlade podjetnike. Podjetništvo in podjetnost mladih sta v aktualni resoluciji eksplicitno navedeni pri izbranih ukrepih na treh področjih – izobraževanje, trg dela ter kultura, umetnost in ustvarjalnost.

3.3.3 Izbrane iniciative za spodbujanje podjetništva mladih

V okviru ekosistema za podjetništvo in/ali za mlade se odvija veliko aktivnosti, ukrepov, projektov, ki na različne načine nagovarjajo mlade in jih spodbujajo k aktivaciji. V nadaljevanju je predstavljenih nekaj izbranih tovrstnih aktivnosti, ki so povezane s podjetništvom mladih.

Program Mladi in podjetništvo

Program *Mladi in podjetništvo*, ki ga izvaja SPIRIT Slovenija, je osredotočen na razvoj ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetniških spretnosti med šolarji in dijaki. Vključuje različne aktivnosti, kot so podjetniške delavnice, tekmovanja v podjetniških idejah in usposabljanje učiteljev. Program spodbuja tudi razvoj poslovnih idej mladih z mentorsko podporo in zagotavlja sredstva za njihov nadaljnji razvoj (SPIRIT Slovenija, 2023b).

Festival podjetništva

Festival podjetništva je dogodek, ki se je v prvič odvijal v letu 2022 in nato tudi v letu 2023. V okviru festivala so potekale različne aktivnosti, vključno s podjetniškimi kavarnami, na katerih so uspešni podjetniki delili svoje izkušnje, in program *Podjetništvo od blizu*, kjer so podjetja odprla svoja vrata mladim. Osrednji dogodek je vključeval panele in razprave o prihodnosti Slovenije in podjetništva. Namen festivala je bil spodbujati podjetniško miselnost in povezovanje med podjetniki (SBC, 2023).

Spodbujanje podjetniških kompetenc med mladimi

SPIRIT Slovenija objavlja javni poziv, ki je usmerjen v spodbujanje podjetniških kompetenc pri mladih v osnovnih in srednjih šolah za šolsko leto 2023/2024. Cilj je razvijanje ustvarjalnosti, podjetnosti in inovativnosti, ki so ključne veščine na današnjem globalnem trgu. Aktivnosti vključujejo podjetniške delavnice, kot so *Z ustvarjalnostjo in inovativnostjo do podjetnosti* in *Start:up vikendi*, ter podjetniške občolske dejavnosti. Skupna vrednost sredstev poziva je 250.000 evrov (SPIRIT Slovenija, 2023a).

Erasmus za mlade podjetnike

Erasmus za mlade podjetnike je evropski čezmejni izmenjevalni program, ki novim ali bodočim podjetnikom omogoča, da se učijo od izkušenih podjetnikov, ki vodijo mala podjetja v drugih državah EU. Program prispeva k razvoju tržnih veščin, mednarodnega sodelovanja in potencialnih poslovnih priložnosti. Udeleženci imajo možnost razvijati svoje ideje in veščine v praksi, kar omogoča rast in razvoj njihovega podjetja ali poslovne ideje (Evropska unija, 2023).

Mladi podjetnik leta

Iniciativa *Mladi podjetnik leta* je namenjena iskanju in priznavanju izjemnih mladih podjetnikov, ki so se izkazali s svojim podjetniškim delovanjem. Zmagovalec pridobi veliko medijsko pozornost, priložnosti za mreženje in različne nagrade. Prijave so odprte vsako leto, proces izbire pa vodi do zaključnega dogodka, kjer finalisti predstavijo svoje podjetje (Mladi podjetnik, 2023).

POPRI – Tekmovanje v podjetniških idejah mladih

POPRI je tekmovanje v podjetniških idejah mladih, ki je namenjeno spodbujanju inovativnosti in podjetniškega razmišljanja med mladimi v Sloveniji. Namenjeno je osnovnošolcem, srednješolcem in

študentom, ki s svojimi poslovnimi idejami tekmujejo in pridobivajo dragocene izkušnje na področju podjetništva. Tekmovanje poudarja pomen kreativnosti, tržnih raziskav in načrtovanja poslovnih modelov, hkrati pa mladim omogoča, da pridobijo praktične izkušnje in nasvete strokovnjakov (POPRI, 2023).

Mladi v podjetništvu

Pobuda *Mladi v podjetništvu* je namenjena spodbujanju in podpori podjetništva med mladimi. Osredotoča se na to, da se mladim ambicioznim podjetnikom zagotovijo bistvene spretnosti, znanje in smernice, ki jim bodo pomagale razviti in uresničiti njihove poslovne zamisli. Program poudarja pomen inovativnega razmišljanja in udeležencem omogoča, da svoje podjetniške vizije spremenijo v uspešna podjetja. Ta pobuda predstavlja dragoceno priložnost za mlade posameznike, ki želijo raziskati in se uveljaviti v poslovnem svetu (Inkubator Sežana, 2023).

JA nacionalno tekmovanje dijaških podjetij

JA nacionalno tekmovanje programa Moje podjetje 2023 je namenjeno dijakom, ki v sklopu programa *Young Enterprise* razvijejo in vodijo svoja podjetja. Tekmovanje predstavlja vrhunec celoletnega dela dijakov, kjer predstavijo svoje podjetje in se potegujejo za naziv najboljšega dijaškega podjetja v Sloveniji. To je priložnost za mlade, da pridobijo praktične izkušnje v podjetništvu in se predstavijo širši javnosti (Junior Achievement Slovenija, Zavod za spodbujanje podjetnosti mladih, 2023).

Podjetniški izziv za mlade

Podjetniški izziv za mlade je vsakoletna iniciativa, ki mladim nudi priložnost za razvoj in predstavitev svojih podjetniških idej. Namenjena je spodbujanju inovativnosti in podjetniškega duha med mladimi. V okviru tega izziva mladi razvijajo in predstavijo svoje poslovne ideje, s čimer pridobivajo praktične izkušnje v podjetništvu (Bistra, 2023).

Social Impact Award Slovenia

Social Impact Award Slovenia je program, ki podpira mlade s podjetniškimi idejami, ki imajo potencial za ustvarjanje pozitivnih družbenih sprememb. Program nudi delavnice, mentorstvo in finančno podporo za razvoj in implementacijo inovativnih projektov s pozitivnim družbenim vplivom. Namenjen je mladim inovatorjem, ki želijo prispevati k reševanju družbenih izzivov (Slovenska agencija za mlade, 2024).

Slovenska mladinska nagrada za družbeno odgovornost in trajnostni razvoj ADRASTOS

Nagrada *ADRASTOS* je iniciativa, ki spodbuja mlade k razvoju trajnostnih in družbeno odgovornih projektov, ki jo od leta 2023 mladim podeljuje IRDO – Inštitut za razvoj družbene odgovornosti s podpornimi partnerji projekta. Namenjena je prepoznavanju in nagrajevanju inovativnih idej in projektov mladih, ki vplivajo na razvoj družbene odgovornosti in prispevajo k ciljem trajnostnega razvoja (IRDO, 2024).

Zeleni Model M Slovenija

Zeleni Model M Slovenija je iniciativa, namenjena spodbujanju trajnostnega podjetništva med mladimi. Program se osredotoča na razvoj zelenih in trajnostnih poslovnih idej, ki prispevajo k okoljski odgovornosti in trajnostnemu razvoju. Namenjen je mladim, ki želijo svoje podjetniške ideje usmeriti v zeleno gospodarstvo in trajnost, izvaja pa ga inštitut IRDO – Inštitut za razvoj družbene odgovornosti že od leta 2012 (IRDO, 2023).

3.3.4 Analiza programov za podporo mladim podjetnikom v Sloveniji

Za boljše razumevanje posebnih podpornih ukrepov, ki so na voljo mladim podjetnikom v Sloveniji, prikazujemo *tabela 3.1* iz nedavne študije *Inclusive Entrepreneurship Policy Country Assessment Notes: Slovenia 2022–23* (OECD, 2023d). Tabela natančno prikazuje, kako so programi in instrumenti prilagojeni za zadovoljevanje potreb mladih podjetnikov. Opazimo lahko, da je na voljo obsežna podpora pri razvoju podjetniških veščin in spretnosti, ki zajema usposabljanje, svetovanje in mentorstvo, kot tudi integracijo v poslovne inkubatorske programe. Ti programi so skrbno prilagojeni specifičnim zahtevam mladih podjetnikov, kar se odraža v učinkovitem posvetovanju z njimi med oblikovanjem programov, uporabi primernih metod za doseg ciljne skupine in izvedbi s strani strokovnih organizacij. Visoka raven sprejemanja teh programov med mladimi podjetniki kaže na njihovo ustreznost in učinkovitost, integracija teh programov z drugimi podpornimi ukrepi pa kaže na holistični pristop k spodbujanju podjetništva med mladimi.

Tabela 3.1. Programi za podporo podjetništva mladih

		Po meri: Ali so javni programi prilagojeni ciljni skupini (tj. namenski)?	Posvetovanje: Ali se pri oblikovanju programov posvetujejo s podjetniki, ki jim je program namenjen?	Doseganje: Ali se za različne ciljne skupine uporabljajo ustrezne metode ozaveščanja?	Izvedba: Ali se za izvajanje programov uporabljajo specializirane organizacije?	Uporaba: Ali je podpora v ciljni skupini dobro sprejeta?	Obseg: Ali je obseg razpoložljive podpore zadosten?	Učinek: Ali dokazi o vrednotenju kažejo pozitiven učinek?	Integriranost: Ali se program izvaja v povezavi z drugimi povezanimi podporami?	Nadaljnje ukrepanje: Ali so prilagojeni programi povezani z glavnimi podpornimi programi?
Spretnosti	1. Podjetniško usposabljanje	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
	2. Podjetniško svetovanje in mentorstvo	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
	3. Podjetniško svetovanje, vključno s podjetniškimi inkubatorji	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Finance	1. Nepovratna sredstva za ustanavljanje podjetij	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
	2. Jamstva za posojila		✓	✓	✓			✓	✓	
	3. Mikrofinanciranje in posojila		✓	✓	✓			✓	✓	
	4. Drugi instrumenti (npr. množično financiranje, tvegani kapital)	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
Kultura in omrežja	1. Podjetniške kampanje, vključno z vzorniki	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	2. Pobude za mreženje	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Regulativna podpora	1. Podpora pri razumevanju in upoštevanju upravnih postopkov			✓						
	2. Ukrepi za posamezne skupine									
		Pravna oblika študentskega podjetja								
		Znižani davki in/ali prispevki za socialno varnost za nove diplomante								

Vir: OECD, 2023d.

V kategoriji **finančne podpore** so mladim podjetnikom na voljo različni programi, vključno z nepovratnimi sredstvi, garancijami za posojila, mikrofinanciranjem in drugimi finančnimi instrumenti. Čeprav so ti programi učinkovito izvedeni in svetovani, ostaja odprtih nekaj vprašanj o njihovi posebni prilagoditvi potrebam mladih podjetnikov in o zadostnosti obsega ponujene podpore.

Na področju **kulture in mreženja** je močno izražena podpora s podjetniškimi kampanjami, vključno z vlogami vzornikov, in iniciativami za vzpostavljanje mrež. Ti elementi so visoko ocenjeni po vseh merilih, kar kaže na učinkovit in celosten pristop k vzpostavljanju podpore za podjetniško kulturo in mreženje med mladimi podjetniki.

Kar zadeva **regulativno podpora**, zlasti pri pomoči mladim podjetnikom pri razumevanju in upoštevanju upravnih postopkov, se ta zdi manj razvita v primerjavi z drugimi področji. To lahko nakazuje vrzel v zagotavljanju ustreznih smernic in podpore mladim podjetnikom pri premagovanju birokratskih ovir v poslovanju. V Sloveniji, kot je prikazano v tabeli, posebne ugodnosti, kot so pravna oblika študentskega podjetja in znižani davki ter prispevki za socialno varnost za nove diplomante, niso izrecno obravnavane, kar nakazuje na možnost za nadaljnji razvoj politik, ki bi mladim podjetnikom bolj učinkovito pomagale pri prehodu iz izobraževalnega sistema v podjetništvo.

Na splošno *tabela 5.1* kaže, da obstaja trdno podporno okolje za mlade podjetnike, še posebej v razvoju veščin in spretnosti, finančni podpori in krepitvi podjetniške kulture. Kljub temu pa so izpostavljena področja, ki zahtevajo izboljšave, predvsem v zagotavljanju bolj celovite regulativne podpore in razširjanju finančne podpore, s ciljem učinkovito zadovoljiti različne potrebe mladih podjetnikov. Analiza predstavlja dragocen vpogled v trenutno stanje in odpira poti za izboljšanje podpornih sistemov za mlade v podjetništvu, zlasti v luči identificiranih vrzeli v regulativni podpori.

4 Stanje podjetništva mladih v Sloveniji in EU

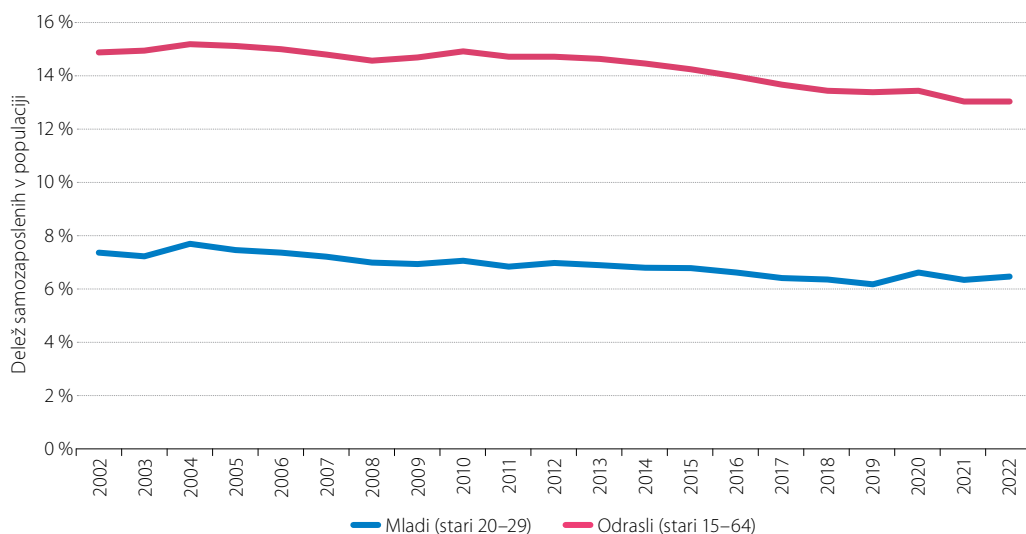
Podjetništvo mladih predstavlja pomembno gonilo gospodarske rasti in inovacij v Evropski uniji. V tem poglavju bomo najprej raziskali trenutno stanje samozaposlovanja mladih v EU, pri čemer bomo predstavili osnovne statistične podatke in analizirali povezanost med stopnjami samozaposlovanja mladih in celotne populacije. Nato bomo preučili različne faze podjetniške aktivnosti mladih, od zgodnjih stopenj do uveljavljenih podjetij, ter razloge za njihovo prenehanje poslovanja. Osredotočili se bomo tudi na ključne značilnosti mladih podjetnikov, vključno z njihovimi izobraževalnimi in sektorsko specifičnimi trendi. Pregledali bomo glavne izzive in ovire, s katerimi se soočajo mladi podjetniki, od psiholoških dejavnikov do dostopa do financiranja in vprašanj, povezanih z razlikami med spoloma v podjetništvu.

4.1 Samozaposlovanje mladih

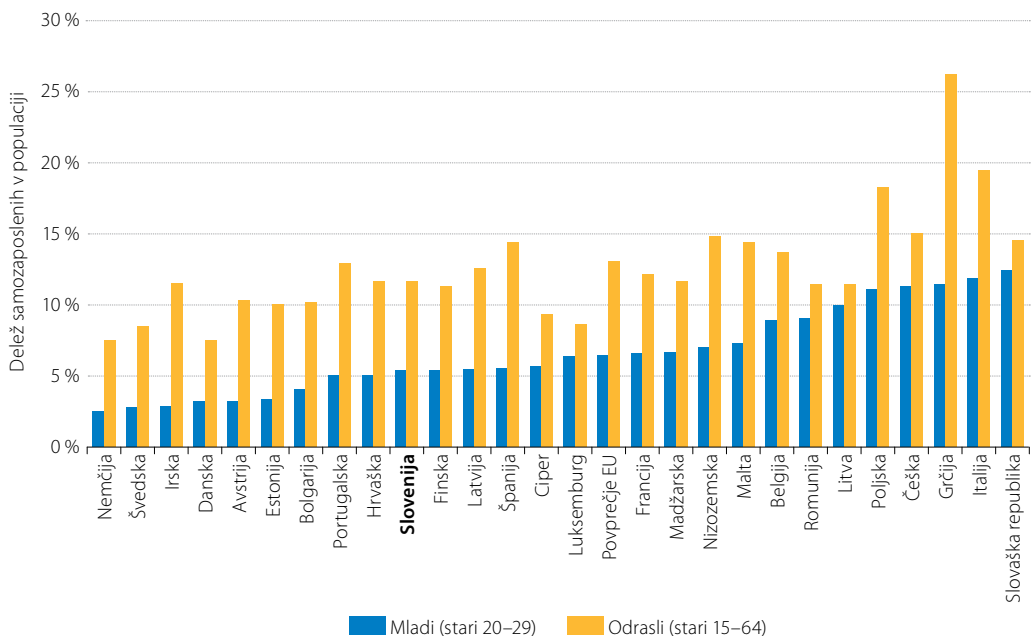
Podatki, ki jih predstavljamo v tem poglavju, temeljijo na informacijah iz ankete o delovni sili Eurostata, ki vključujejo samozaposlene osebe. Ocene kažejo, da se približno 40 % do 45 % mladih (starih od 18 do 30 let) zanima za podjetništvo, vendar se le majhen delež teh mladih oseb dejansko samozaposluje ali se aktivno ukvarja z ustanavljanjem podjetij (OECD/European Commission, 2021). To kaže na neizkoriščen podjetniški potencial med mladimi. Če bi bili mladi (stari od 18 do 29 let) enako dejavni kot moški srednjih let (stari od 30 do 49 let), bi v Evropski uniji imeli dodatnih 812.000 mladih podjetnikov. Mladi predstavljajo 11 % „manjkajočih“ podjetnikov v EU“ (OECD/European Commission, 2023, str. 103).

V primerjavi z odraslimi osebami mladi kažejo približno dvakrat manjšo verjetnost za samozaposlitev. Delež samozaposlenih mladih v EU se je v zadnjem desetletju relativno ohranjal na približno polovici deleža samozaposlitve v celotni populaciji. V letu 2020 je bilo v EU približno dva milijona samozaposlenih mladih v starosti od 20 do 29 let, kar predstavlja 7 % delovno aktivnih v tej starostni skupini in polovico skupnega deleža delovno aktivnih v starosti od 15 do 64 let, ki so samozaposleni (slika 4.1).

Slika 4.1. Samozaposlenost v EU: mladi proti odraslim



Vir: Prirejeno po Eurostat (2023), Employment and Unemployment (LFS) Database, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/lfs/database>.

Slika 4.2. Razlike v samozaposlenosti mladih in odraslih v evropskih državah

Vir: Prirejeno po Eurostat (2023), Employment and Unemployment (LFS) Database, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/lfs/database>.

V državah članicah EU se je delež mladih, ki so samozaposleni, gibal od približno 2,5 % v Nemčiji do 12,5 % na Slovaškem. Vsaj ena od desetih delovno aktivnih mladih oseb (starih od 20 do 29 let) je bila samozaposlena v šestih državah članicah – Litva (10 %), Poljska (11,2 %), Češka republika (11,4 %), Grčija (11,5 %) Italija (11,9 %) in Slovaška republika (12,5 %). Po drugi strani pa je bilo zelo malo samozaposlenih mladih v Nemčiji (2,5 %), na Švedskem (2,8 %) in na Irskem (2,9 %). V Sloveniji je delež samozaposlenih mladih znašal 5,4 % (OECD/European Commission, 2023).

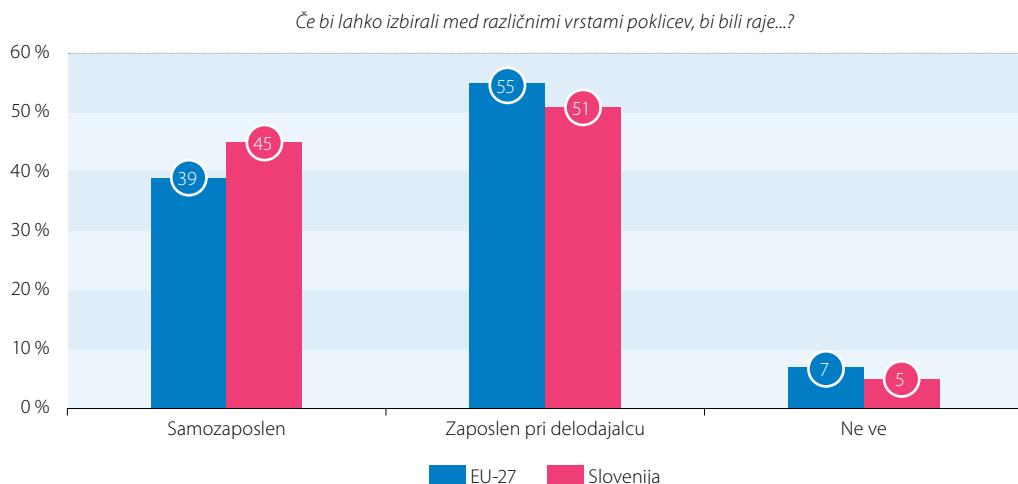
Prikazane razlike med državami so posledica različnih dejavnikov. Obstaja močna pozitivna povezava (0,8) med stopnjo samozaposlovanja mladih in splošno stopnjo samozaposlovanja. Dejavniki, ki vplivajo na stopnjo samozaposlovanja, vključujejo predvsem razmere na trgu dela za mlade, ki vstopajo na trg dela, in družbeni odnos do podjetništva in tveganja. Državi, kot sta Grčija in Italija, ki sta po finančni krizi (2008–2009) doživi visoko stopnjo brezposelnosti med mladimi, imata stopnjo samozaposlovanja mladih, ki je precej nad povprečjem EU. Čeprav Slovenija kaže nekoliko nižjo stopnjo samozaposlovanja med mladimi od povprečja EU, je razlika med mladimi in splošno populacijo (11,7 %) manjša kot v nekaterih drugih državah. To bi lahko kazalo na boljše možnosti za mlade podjetnike v državi (OECD/European Commission, 2021; OECD/European Commission, 2023).

V nedavni raziskavi *Flash Eurobarometer* (European Commission, 2023), v kateri so se mladi (stari med 15 in 30 let) opredeljevali do različnih vrst dela, bi 39 % mladih, ki so sodelovali v raziskavi, raje izbralo samozaposlitev kot zaposlitev pri delodajalcu, medtem ko bi 55 % raje delalo kot zaposleni. Manj kot desetina respondentov (7 %) se ne more odločiti ali pa ne ve.

Mladi v različnih državah članicah EU imajo različne preference glede samozaposlitve v primerjavi z zaposlitvijo (slika 4.3). V šestih državah članicah bi več kot polovica anketiranih raje izbrala samozaposlitev: Ciper (64 %), Litva (59 %), Hrvaška (57 %), Portugalska (57 %), Grčija (55 %) in Madžarska (52 %). Ko primerjamo to s podatki za Slovenijo, opazimo, da je interes za samozaposlitev v Sloveniji

nekoliko višji od povprečja EU. V Sloveniji bi 45 % mladih raje izbralo samozaposlitev, medtem ko bi jih 51 % raje bilo zaposlenih. V primerjavi s povprečjem EU, kjer bi 39 % mladih raje izbralo samozaposlitev in 55 % zaposlitev, je Slovenija med tistimi državami, kjer je večji interes za samozaposlitev.

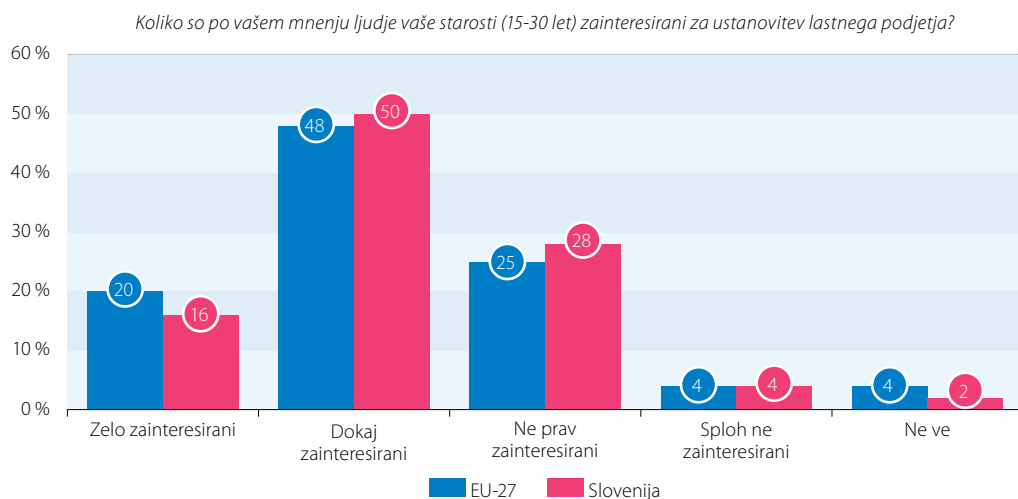
Slika 4.3. Preferenca zaposlitve nad samozaposlitvijo



Vir: Flash Eurobarometer #513 (2023).

Iz iste raziskave dodajamo še podatek o mnenju mladih glede zainteresiranosti njihovih vrstnikov za ustanovitev lastnega podjetja. Podatki na *sliki 4.4* kažejo, da so mladi v Sloveniji nekoliko manj zainteresirani za ustanovitev lastnega podjetja v primerjavi z evropskim povprečjem. Dodajmo še, da znaša delež vprašanih, ki menijo, da so njihovi vrstniki zelo ali dokaj zainteresirani za ustanovitev lastnega podjetja, v vseh državah članicah EU vsaj 50 %.

Slika 4.4. Ocena zanimanja mladih za ustanovitev podjetja



Vir: Flash Eurobarometer #513 (2023).

4.2 Podjetniška aktivnost mladih po fazah podjetniškega procesa

V nadaljevanju predstavljamo zgodnjo podjetniško aktivnost mladih po podatkih *Globalnega podjetniškega monitorja (GEM)*, največje svetovne longitudinalne raziskave podjetništva. Podjetniški proces se od zaznavanja podjetniške priložnosti dalje razvija skozi več zaporednih faz, ki jo začenejo potencialni podjetniki, tem sledijo nastajajoči podjetniki in nato novi podjetniki. Nastajajoči in novi podjetniki skupaj tvorijo celotno zgodnjo podjetniško aktivnost, eno izmed osnovnih mer raziskave GEM. Celoten podjetniški proces, kot ga obravnava raziskava GEM, prikazujemo na *sliki 4.5*.

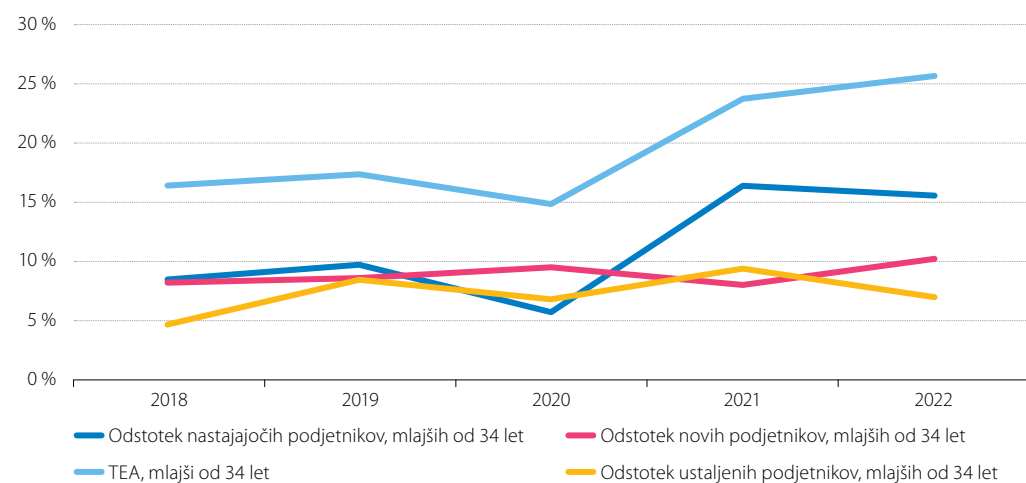
Slika 4.5. Faze podjetniškega procesa



Vir: Širec et al., 2023, str. 23.

V nadaljevanju obravnavamo mlade kot posameznike, mlajše od 34 let. Na *sliki 4.6* prikazujemo ločeno odstotek nastajajočih in novih mladih podjetnikov v Sloveniji ter njun seštevek, ki predstavlja skupno zgodnjo podjetniško aktivnost (angl. *TEA – Total Entrepreneurial Activity*), ter odstotek ustaljene podjetniške aktivnosti mladih za obdobje 2018–2022. Opazen je vpliv epidemije na spreminjanje podjetniške aktivnosti skozi faze življenjskega cikla podjetja. Podatki na *sliki 4.6* odražajo odpornost in prilagodljivost mladih podjetnikov v času covid-19 krize. Kljub začetnim izzivom, ki jih je prinesla kriza, se zdi, da so se mladi podjetniki hitro prilagodili novim razmeram, kar je vidno v povečani podjetniški aktivnosti v letih 2021 in 2022. Odpornost in prilagodljivost mladih podjetnikov je ključna za okrevanje in rast gospodarstva v postpandemičnem obdobju.

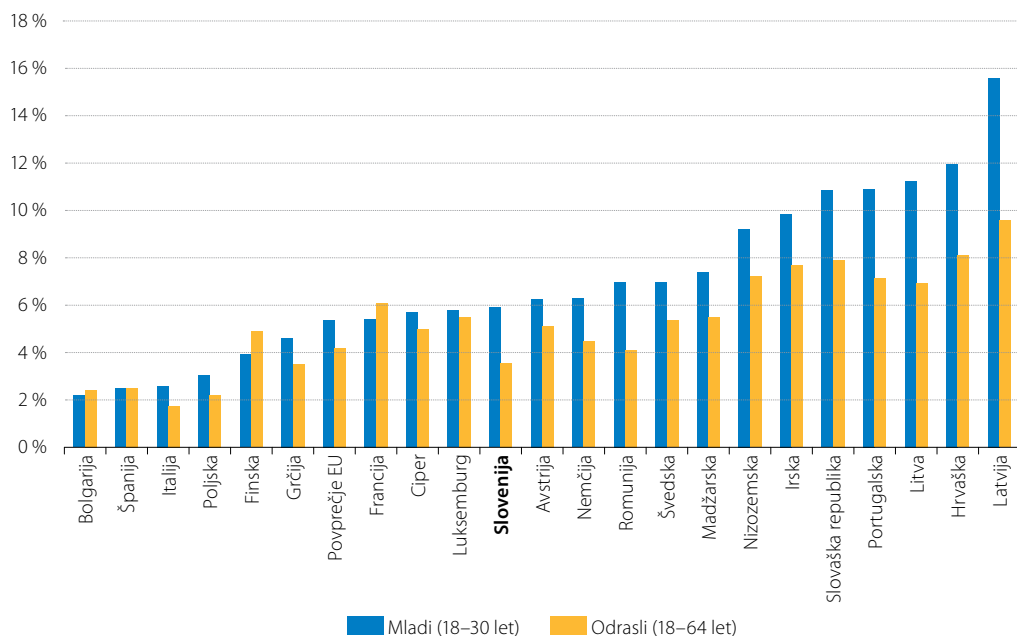
Slika 4.6. Podjetniška aktivnost mladih podjetnikov v Sloveniji



Vir: Prirejeno iz podatkov GEM Slovenija 2019, 2020, 2021, 2022 v Širec et al., 2023.

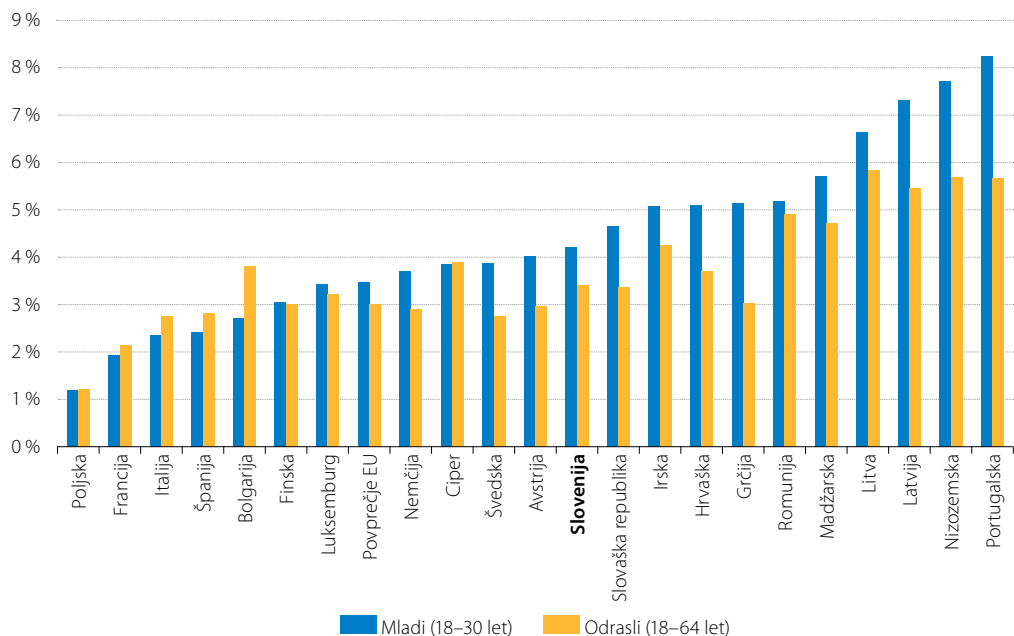
Mladi v EU (18–30 let) so bili med leti 2018 in 2022 nekoliko bolj aktivni v **zgodnjih fazah podjetništva** kot odrasli. Približno 5 % mladih je bilo aktivno vključenih v ustanavljanje podjetja, v primerjavi z manj kot 4 % celotne populacije. Kljub temu pa je bil delež mladih, ki so dejansko vodili nova podjetja, manjši – manj kot 4 %, kar kaže na izzive pri prehodu od zagona podjetja do njegovega dejanskega vodenja. Stopnje nastajajočega podjetništva pri mladih so se v državah članicah EU razlikovale, od dobrih 2 % v Bolgariji in Španiji do 15,6 % v Latviji. V Sloveniji je opazna precejšnja razlika v nastajajoči podjetniški aktivnosti med mladimi (18–30 let), ki znaša 5,9 %, in odraslimi (18–64 let), ki znaša 3,6 %. Ta podatek kaže, da so mladi v Sloveniji precej bolj nagnjeni k podjetništvu v primerjavi z odraslo populacijo (slika 4.7).

Slika 4.7. Razlike v nastajajoči podjetniški aktivnosti mladih in odraslih v evropskih državah



Vir: GEM (2023), Posebne tabele za OECD iz raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM) med odraslim prebivalstvom za leta 2018 do 2022.

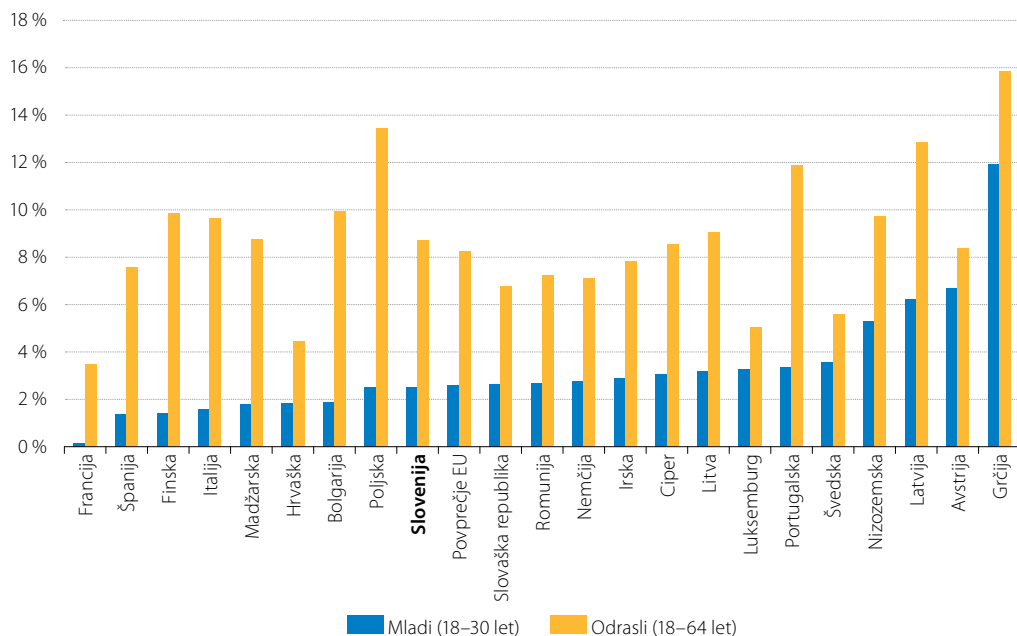
Delež mladih, ki vodijo nova podjetja, je bil najvišji na Portugalskem (8 %) in najnižji na Poljskem (1 %), kar odraža raznolikost gospodarskih razmer in tržnih pogojev znotraj EU (slika 4.8). Kljub visoki stopnji nastajajočega podjetništva v nekaterih državah je bil delež mladih novih lastnikov podjetij skoraj enak kot pri odrasli populaciji. Na Nizozemskem je visoka stopnja lastništva novih podjetij med mladimi delno posledica večjega števila mladih samozaposlenih in vladnih prizadevanj za spodbujanje podjetništva. V nekaterih državah, kot so Estonija, Madžarska in Slovaška, pa je opazen padec med nastajajočimi in novimi stopnjami podjetništva, kar je pogosto povezano z ekonomskimi razmerami in tržnimi pogoji (Bosma et al., 2021).

Slika 4.8. Razlike v novi podjetniški aktivnosti mladih in odraslih v evropskih državah

Vir: GEM (2023), Posebne tabele za OECD iz raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM) med odraslim prebivalstvom za leta 2018 do 2022.

V skladu s podjetniškim procesom si pogledjmo še **ustaljeno podjetniško aktivnost mladih** (slika 4.9). Ta meri delež mladih, ki so lastniki – upravljavci uveljavljenega podjetja, ki lastnikom izplačuje plače ali druga izplačila več kot 42 mesecev (OECD/European Commission, 2023, str. 113). Približno 2 % mladih (18–30 let) v EU je med letoma 2018 in 2022 upravljalo ustaljeno podjetje v primerjavi s skoraj 7 % odraslih (18–64 let). Opazne so razlike v deležih mladih lastnikov uveljavljenih podjetij med državami članicami EU, od 1 % v Franciji do 6 % v Latviji in 11 % v Grčiji. Te različne stopnje so v veliki meri posledica deležev mladih, ki so dejavni v zgodnjih fazah podjetništva, pa tudi tržnih pogojev, ki vplivajo na stopnjo preživetja podjetij, kot so dostop do financiranja, konkurenca in dostop do trgov (OECD/European Commission, 2021). Slovenija se glede na stopnjo ustaljene podjetniške aktivnosti med mladimi uvršča v evropsko povprečje. Delež mladih v Sloveniji, ki vodijo ustaljena podjetja, znaša 2,3 %, kar je enako povprečju mladih podjetnikov v EU.

V obdobju 2016–2020 so mladi podjetniki v EU najpogosteje kot **razlog za prenehanje poslovanja** navedli pomanjkanje dobičkonosnosti podjetja. Več kot petina mladih podjetnikov (18–30 let) je navedla ta razlog za izstop iz posla, kar je skoraj trikrat več kot pri odraslih (16–64 let) (21 % proti 8 %). Mladi podjetniki v EU so bili tudi bolj verjetno kot splošna populacija podjetnikov nagnjeni k navedbi pozitivnega razloga za izstop iz posla. Na primer, mladi podjetniki so pogosteje poročali, da so se odločili za drugo službo ali priložnost v podjetništvu (13 % za mlade proti 6 % za vse podjetnike) ali da so imeli priložnost prodati podjetje (9 % proti 4 %). Poleg tega so bili mladi podjetniki, ki so prenehali s poslovanjem, bolj verjetno kot splošna populacija nagnjeni k poročanju o težavah pri pridobivanju financiranja (11 % proti 4 %) (OECD/European Commission, 2021).

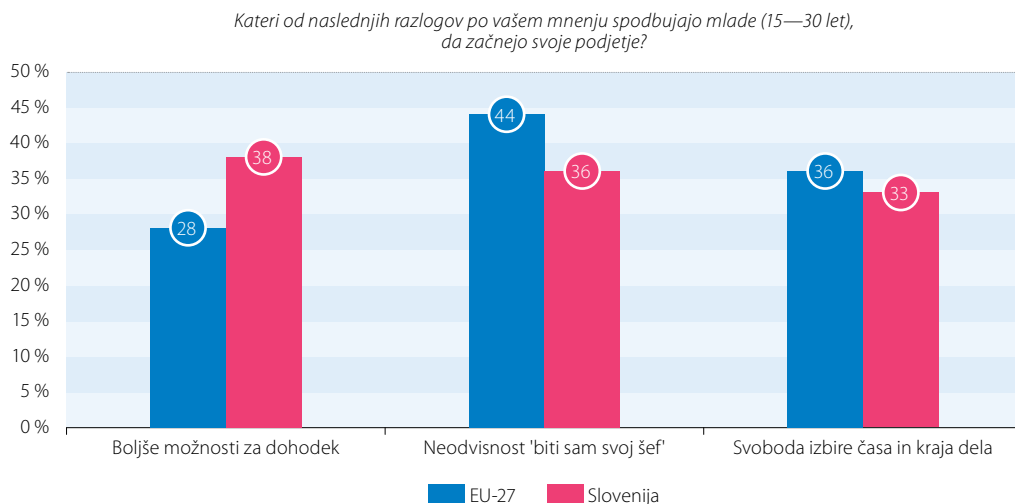
Slika 4.9. Razlike v ustaljeni podjetniški aktivnosti mladih in odraslih v evropskih državah


Vir: GEM (2023), Posebne tabele za OECD iz raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM) med odraslim prebivalstvom za leta 2018 do 2022.

4.3 Osnovne značilnosti podjetniške aktivnosti mladih

Dejstvo je, da tradicionalna delovna mesta postajajo vse redkejša, zato je potrebno podjetništvo mladih (kamor sodi tudi samozaposlovanje) razumeti kot dodaten način spodbujanja zaposlovanja in ustvarjanja novih delovnih mest. Številne študije poudarjajo pozitivne učinke spodbujanja podjetništva mladih. Izpostavljajo, da so mladi še posebej odzivni, ko gre za nove gospodarske priložnosti in trende.

Ob tem velja opozoriti na precejšnje razlike v **motivaciji mladih podjetnikov**, ko se odločajo za samostojno podjetniško pot. Visoka raven brezposelnosti mladih ima za posledico podjetniško udejstvovanje spodbujeno iz nujnosti oziroma težnje po preživetju. Tisti pa, ki se podajajo na pot samozaposlovanja in pred tem niso bili brezposelni, so najpogosteje motivirani z željo po večji neodvisnosti ali možnostjo postati sam svoj šef (OECD/European Union, 2019). Tudi nedavna raziskava *Flash Eurobarometer* (European Commission, 2023, str. 31) je pokazala, da je v večini držav članic EU neodvisnost oz. biti sam svoj šef glavni razlog, ki ga mladi navajajo kot motivacijo za ustanovitev lastnega podjetja. Zanimivo pa so mladi iz Slovenije kot najpogostejši motiv za vstop v podjetništvo navedli boljše možnosti za dohodek (38 %) (slika 4.10).

Slika 4.10. Dejavniki, ki spodbujajo podjetništvo med mladimi

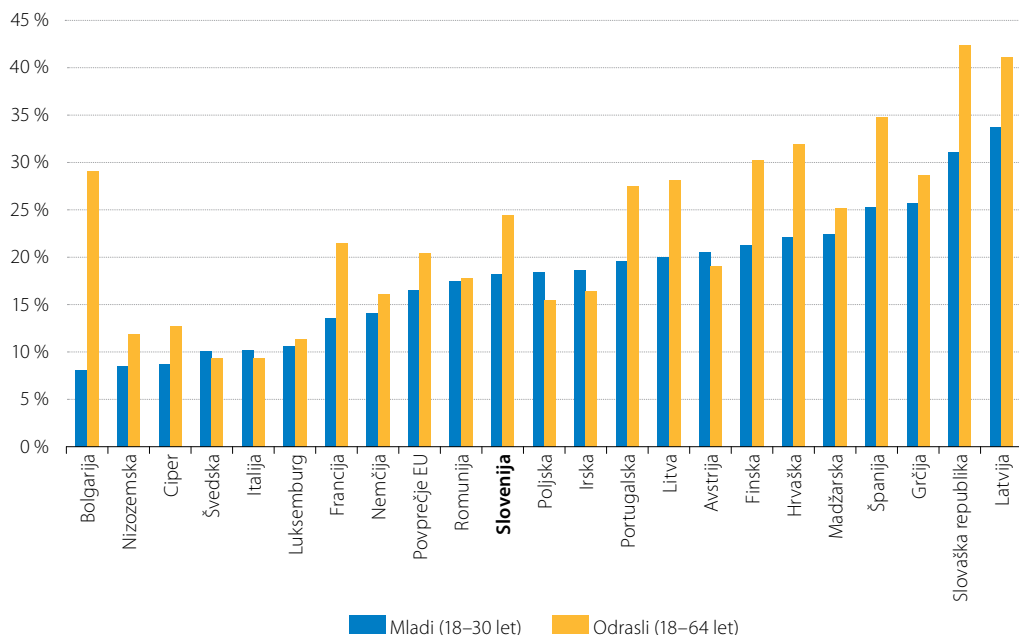
Vir: Flash Eurobarometer #513 (2023).

Motivacija za podjetništvo je pogosto razdeljena na „push“ in „pull“ dejavnike. To vključuje pozitivne motive, kot je ustvarjanje dohodka ali svoboda odločanja o porabi časa (t.i. pull dejavniki), in negativne motive, kot je težava pri iskanju zaposlitve (t.i. push dejavniki). Motivacije se lahko s časom spreminjajo in okvir „push-pull“ je pravzaprav preveč poenostavljen. Mladi podjetniki (18–30 let) v EU so bili med letoma 2018–2022 nekoliko manj verjetno motivirani za začetek posla iz „nuje“ v primerjavi s celotno populacijo. Približno 17 % mladih podjetnikov v EU je poročalo, da so začeli svoje podjetje zaradi težav pri iskanju zaposlitve, kar je nekoliko pod deležem vseh zgodnjih podjetnikov (20 %). Stopnja podjetništva iz nujnosti med mladimi se je razlikovala med državami članicami EU.

Raven podjetništva iz nuje med mladimi v državah članicah EU se razlikuje glede na tržne razmere dela, kulturni odnos do podjetništva in stopnjo neformalnega dela. Najvišje stopnje podjetništva iz nuje med mladimi so izmerili na Slovaškem (31 %) in v Latviji (34 %), najnižje pa v Bolgariji (8 %) (slika 4.11).

Na Švedskem, kjer se mladi podjetniki le redko odločajo za podjetništvo iz nuje, se to pripisuje visoki stopnji podjetnikov, ki se odločijo za podjetništvo zaradi osebnega razvoja in uresničevanja idej ter neodvisnosti (Tillvaxtverket, 2021). Pomemben dejavnik nizke stopnje podjetništva iz nuje na Švedskem pa je tudi trden socialno varnostni sistem, ki omogoča boljšo varnost in stabilnost posameznikom.

Slovenska stopnja podjetništva iz nuje pri mladih (18,2 %) se nahaja nekoliko nad povprečjem EU (16,5 %), kar nakazuje na relativno višjo nagnjenost mladih k podjetništvu iz nuje v primerjavi s povprečjem v EU.

Slika 4.11. Razlike v podjetništvu iz nuje med mladimi in odraslimi v evropskih državah


Vir: GEM (2023), Posebne tabele za OECD iz raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM) med odraslim prebivalstvom za leta 2018 do 2022.

Podatki o podjetniških vzorcih med mladimi in splošnim samozaposlenim prebivalstvom prinašajo zanimivo kontrastno sliko. Mladi samozaposleni v EU glede na statistike **redkeje zaposlujejo druge** v primerjavi s splošno populacijo samozaposlenih. Leta 2022 je le 17 % mladih samozaposlenih imelo vsaj enega zaposlenega, kar je polovica deleža v primerjavi s celotnim samozaposlenim prebivalstvom. Oba deleža sta se zmanjšala od leta 2004 (OECD/European Commission, 2021). Vendar pa so mladi samozaposleni odgovorni za ustvarjanje vsaj 350.000 dodatnih delovnih mest v EU. Delež mladih samozaposlenih, ki so delodajalci v EU, je v zadnjem desetletju ostal stabilen (OECD/European Commission, 2023, str. 123).

Nasproti temu pa so **mladi podjetniki bolj nagnjeni k ustanavljanju podjetij v obliki podjetniških timov** kot odrasli. Med letoma 2016 in 2020 je skoraj četrtina mladih začetnikov podjetništva (23 %) delovala v podjetniških timih s tremi ali več člani, medtem ko je bil ta delež v celotni populaciji podjetnikov začetnikov 20 %. Različne države članice EU so pokazale tudi desetkratno razliko v deležu začetnega podjetništva v obliki podjetniških timov med mladimi. Ta delež se je gibal od približno 4 % na Poljskem do 42 % na Finskem, kar je občutno več kot pri odraslih (24 %). Le tri države članice EU so v navedenem obdobju imele nižji delež mladih začetnikov podjetništva v obliki podjetniških timov v primerjavi z odraslimi. Glede na podatke o deležu mladih začetnikov podjetništva, ki delujejo v obliki podjetniških timov s tremi ali več člani med leti 2016 in 2020, lahko opazimo, da ima Slovenija nadpovprečen delež tako za celotno populacijo (26,2 %) kot tudi za mlade (30,6 %). To kaže, da v Sloveniji mladi podjetniki pogosteje začenejo svoje poslovne podvige v obliki podjetniških timov kot v večini drugih držav EU (OECD/European Commission, 2021).

Samozaposleni mladi v EU so v letu 2022 prevladovali **v sektorjih z nizko kapitalsko intenzivnostjo**, kot so kmetijstvo, gozdarstvo in ribištvo, kjer je bila skoraj tretjina (30 %) mladih delavcev samozaposlenih. Sledijo storitveni sektorji z 18 % samozaposlenih mladih in druge dejavnosti z nadpovprečnimi stopnjami samozaposlitve, vključno z nepremičninami, umetnostjo, zabavo, gradbeništvo in strokovnimi storitvami. Te številke odražajo tendenco mladih podjetnikov, da se usmerjajo v dejavnosti z nizkimi vstopnimi ovirami, kar je povezano z omejenim dostopom do virov in financiranja. Po poklicih so bili mladi v EU najpogosteje samozaposleni kot kvalificirani kmetijski delavci (39 %) in menedžerji (24 %) (Eurostat, 2023). Razlike v samozaposlitvi mladih po državah članicah EU odražajo različne gospodarske strukture in izobraževalne sisteme, z značilno koncentracijo mladih v strokovnih sektorjih v državah z razvitimi poklicnimi sistemi, kot sta Avstrija in Nemčija, ter v tehnoloških sektorjih v mnogih vzhodnoevropskih državah zaradi investicij v izobraževanje in nizkih življenjskih stroškov (Davidescu in Ghinararu, 2015).

Približno tretjina samozaposlenih mladih v EU ima **terciarno izobrazbo**. Kljub dolgotrajni rasti se je v zadnjih letih delež samozaposlenih mladih z terciarno izobrazbo ustalil. Leta 2020 je imelo približno 35 % samozaposlenih mladih terciarno izobrazbo, kar se od let 2016 in 2017, ko je bil delež 33 %, ni spremenilo. Kljub temu se je delež samozaposlenih mladih s terciarno izobrazbo v zadnjem desetletju bistveno povečal, deloma zaradi večjega števila ljudi s končano terciarno izobrazbo in večjih vlaganj v podporo podjetništvu. Večina samozaposlenih mladih ima srednjo ali višješolsko izobrazbo (52 %), ta delež pa je v zadnjem desetletju ostal nespremenjen (OECD/European Commission, 2021). Podjetniško izobraževanje postaja vse pomembnejši del univerzitetnih programov in ima ključno vlogo pri oblikovanju podjetniških sposobnosti posameznikov (Kuratko, 2005). Poleg tega raziskave kažejo, da podjetniki z višjo izobrazbo pogosto beležijo višje stopnje preživetja in rasti svojih podjetij (Van Praag & Cramer, 2001). Raziskave potrjujejo, da višje izobraženi mladi ne le ustanavljajo podjetja z večjim potencialom za uspeh, ampak tudi njihova podjetniška aktivnost pogosto kaže višjo kakovost in inovativnost (Ucbasaran et al., 2008).

4.4 Socialno podjetništvo in družbena odgovornost mladih

Socialno podjetništvo je oblika podjetništva, ki stremi k družbeni blaginji z ustvarjanjem družbene vrednosti. Socialni podjetniki prinašajo inovativne rešitve za ključne družbene, kulturne in okoljske izzive, združujoč podjetniške sposobnosti z družbeno koristnim in trajnostnim pristopom. Lastnosti, kot so ustvarjalnost, pogum, inovativnost, so pri socialnem podjetništvu združene z odgovornostjo do družbe in okolja (Sotiropoulou et al., 2021). Trajnostno razmišljanje vključuje izboljšanje kakovosti življenja, težnjo k družbeni pravičnosti in sodelovanje med posamezniki ter organizacijami, medtem ko družbena odgovornost vključuje reševanje družbenih problemov in vzpostavljanje pravičnih odnosov. Obstaja mnogo definicij socialnih podjetnikov, ki se razlikujejo glede na disciplinarni, kulturni, zgodovinski in ideološki kontekst, a običajno vključujejo ključne točke, kot so (Gupta et al., 2020; Kruse et al., 2021; Abu-Saifan, 2012) biti agent sprememb, naslavljanje družbene probleme, ustvarjati družbeno vrednost, biti usmerjen k pomoči drugih, imeti podjetniški duh, prepoznavati priložnosti v družbenih problemih in biti inovativen.

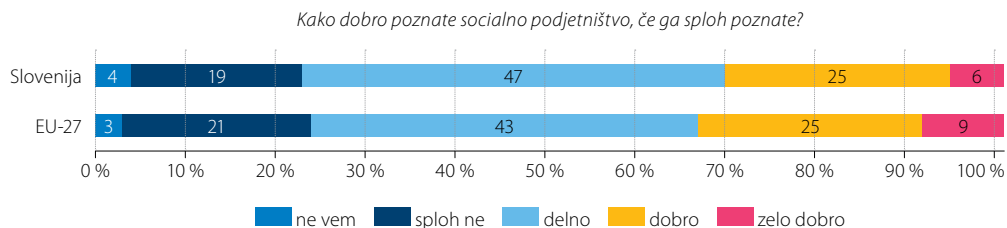
Socialno podjetništvo se sooča z različnimi ovirami in izzivi, še posebej, ko govorimo o mladih podjetnikih. Čeprav mladi prinašajo sveže ideje in inovativne pristope, se morajo spopasti s številnimi težavami, ko poskušajo svoje socialne podjetniške ideje spremeniti v uspešne projekte. Tu je nekaj najpogostejših ovir in izzivov (Gupta et al., 2020; Günzel-Jensen et al., 2020; Chandna, 2022):

- **pomanjkanje finančnih sredstev:** mladi socialni podjetniki se pogosto srečujejo s težavami pri pridobivanju začetnega kapitala ali nadaljnega financiranja za svoje projekte. Tradicionalni investitorji so včasih skeptični do socialnih podjetij zaradi njihovega dvojnega cilja (dobiček in družbeni učinek);
- **pomanjkanje izkušenj:** zaradi svoje mladosti se mladi socialni podjetniki morda še niso srečali z različnimi poslovnimi izzivi in morda nimajo dovolj izkušenj ali mentorstva za uspešno vodenje podjetja;
- **pomanjkanje omrežja:** dobre poslovne priložnosti in partnerstva pogosto prihajajo iz omrežij in stikov. Mladi, ki šele začenjajo, morda nimajo dovolj razvejane mreže, na katero bi se lahko zanesli;
- **regulativne ovire:** v nekaterih državah je socialno podjetništvo še vedno relativno nov koncept, kar pomeni, da zakonodaja in regulative morda niso ustrezno prilagojene. To lahko povzroči pravne in birokratske ovire za mlade socialne podjetnike;
- **težave pri merjenju vpliva:** ena izmed ključnih značilnosti socialnih podjetij je njihov družbeni vpliv. Vendar pa je merjenje tega vpliva lahko zapleteno in zahtevno, še posebej za mlade, ki nimajo dovolj izkušenj ali sredstev za izvedbo obsežnih ocen;
- **skepticizem in pomanjkanje razumevanja:** družbena podjetja se včasih soočajo s skepticizmom s strani tradicionalnih poslovnih deležnikov, ki morda ne razumejo ali cenijo dvojnega poslanstva socialnih podjetij;
- **osebni pritiski:** socialno podjetništvo je lahko emocionalno naporno. Mladi podjetniki se morda počutijo preobremenjeni z odgovornostjo do skupnosti, ki jo želijo podpreti, hkrati pa morajo skrbeti tudi za ekonomske vidike podjetja.

Kljub tem izzivom se mnogi mladi podjetniki odločajo za pot socialnega podjetništva in s svojo strastjo in predanostjo dosegajo pozitivne spremembe v družbi. Ključnega pomena je, da se ustvarjajo podporni sistemi, kot so inkubatorji, mentorstva, izobraževalni programi in finančne priložnosti, ki mladim pomagajo premagovati omenjene ovire.

Raziskava *Mladina 2020* (Lavrič et al., 2021) ugotavlja, da 5,4 % mladih v Sloveniji poudarja, da je imeti jasen cilj ali vizijo pri delu zelo pomembno. To nakazuje, da mladi cenijo delo, ki ima jasen namen in smer, kar je ključni element socialnega podjetništva. Približno 31,8 % mladih v Sloveniji meni, da je družbena koristnost dela zelo pomembna. To pomeni, da si precejšnji delež mladih želi, da bi njihovo delo imelo pozitiven vpliv na družbo. Podoben odstotek, 31,6 % mladih, daje velik pomen pomoči drugim skozi delo. To odraža razumevanje in vrednotenje socialnega vidika podjetništva med mladimi. Kar 48,1 % mladih meni, da znajo v družbenih problemih prepoznati poslovne priložnosti. To kaže na visoko stopnjo podjetniškega razmišljanja med mladimi in zavedanje, da lahko družbeni izzivi nudijo priložnosti za inovativne podjetniške pobude. Kljub zavedanju pomembnosti družbene vrednosti in podjetniškega duha je le 7 % mladih v Sloveniji izrazilo, da imajo pri izbiri poklicne poti srednje ali zelo pomembno vlogo pomoč drugim, družbena pomembnost dela, vizija in dober zaslužek. To nakazuje, da socialno podjetništvo morda ni glavna karierna izbira za večino mladih, ampak bolj življenjska filozofija ali dopolnilna dejavnost.

Slika 4.12 prikazuje mednarodno primerjavo rezultatov glede seznanjenosti mladih v Evropi s socialnim podjetništvom (European Commission, 2023).

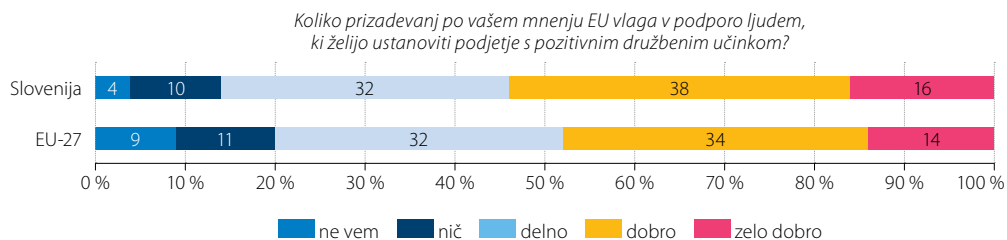
Slika 4.12. Seznanjenost s socialnim podjetništvom v Sloveniji in v EU-27

Vir: Flash Eurobarometer #513 (2023).

Analiza podatkov o poznavanju socialnega podjetništva v Sloveniji in EU-27 razkriva zanimive vzorce v percepciji in ozaveščenosti o tej obliki podjetništva. Če obravnavamo skupno kategorijo 'sploh ne' in 'delno', ki implicira omejeno ali površinsko razumevanje socialnega podjetništva, ugotovimo, da 66 % anketirancev v Sloveniji spada v to skupino. To nakazuje, da je socialno podjetništvo sicer prepoznano, vendar ne dovolj poglobljeno razumljeno med prebivalci. Po drugi strani pa je v EU-27 takih mladih 64 %. Ta razlika, čeprav majhna, lahko implicira rahlo večjo osnovno seznanjenost s socialnim podjetništvom v Sloveniji ali pa razlike v dostopnosti informacij in izobraževanju na tem področju med Slovenijo in ostalimi članicami EU.

V skupni kategoriji 'dobro' in 'zelo dobro', ki odraža precej dobro znanje o socialnem podjetništvu, pa Slovenija dosega 31 %, kar pomeni, da ima približno tretjina anketiranih vsaj dobro znanje na tem področju. V primerjavi z EU-27, kjer znaša skupni odstotek za nadpovprečno poznavanje socialnega podjetništva 34 %, lahko ugotovimo, da je v EU kot celoti malenkost večji delež ljudi, ki socialno podjetništvo razumejo bolj celovito. Razlika med Slovenijo in EU-27 v tem segmentu morda kaže na potrebo po nadaljnjih prizadevanjih za izobraževanje in širjenje znanja o socialnem podjetništvu v Sloveniji, da bi dosegli ali celo presegli raven poznavanja, ki je prisotna v drugih delih Evrope. Glede na to, da socialno podjetništvo združuje poslovne prakse s socialnimi cilji, ti podatki lahko kažejo na potrebo po povečanju ozaveščenosti in izobraževanju na tem področju, da bi lahko več ljudi razumelo in podprlo takšne iniciative.

Drug vidik predstavlja podpora EU socialnim podjetnikom. Mednarodna primerjava rezultatov mladih v Evropi o oceni prizadevanj EU pri spodbujanju socialnega podjetništva mladih (European Commission, 2023) kaže, da so mnenja anketirancev o podpori EU pri socialno usmerjenih podjetjih med mladimi deljena (*slika 4.13*).

Slika 4.13. Podpora EU podjetnikom pri odločanju za socialno podjetništvo

Vir: Flash Eurobarometer #513 (2023).

Pri analizi percepcije prizadevanj Evropske unije na področju podpore socialnemu podjetništvu opažamo, da je skupna percepcija med anketiranci v Sloveniji in povprečjem držav članic EU-27 precej uravnotežena. Združitev kategorij 'nič' in 'delno' kaže, da 42 % Slovencev meni, da so prizadevanja EU omejena ali delna, medtem ko je ta delež v EU-27 za en odstotek višji, torej 43 %. Ta podatek lahko interpretiramo kot indikator obstoječega skepticizma glede učinkovitosti in doseganja politik EU na omenjenem področju. Vendar pa je razlika med povprečjem EU in Slovenijo minimalna, kar nakazuje na splošno enotnost v zaznavanju prizadevanj EU med anketiranci tako v Sloveniji kot v EU-27.

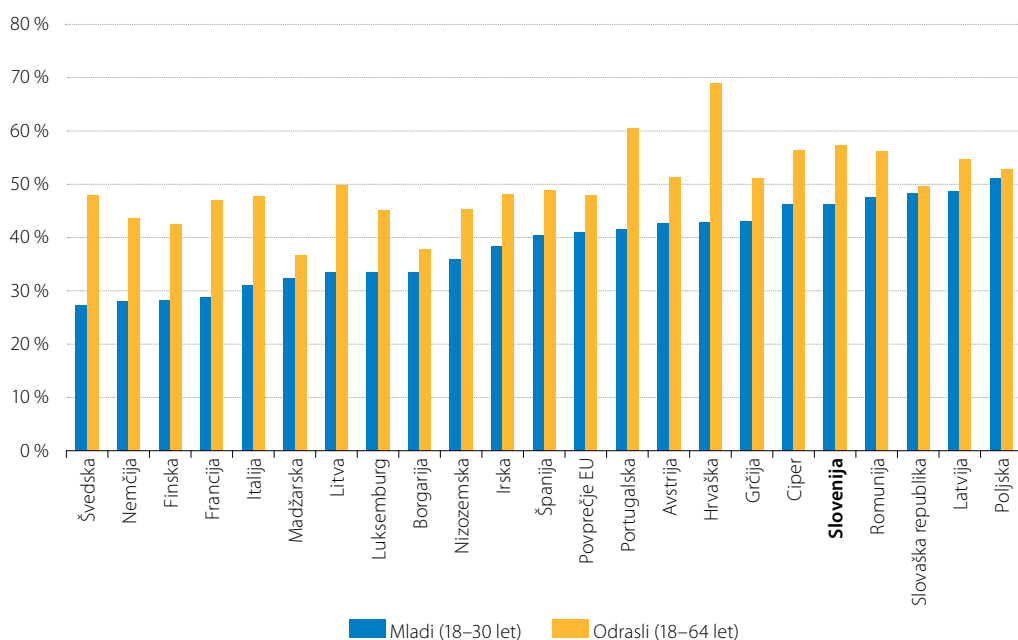
V kontekstu pozitivne percepcije, ko analiziramo združeni kategoriji 'dobro' in 'zelo dobro', se izkaže, da 54 % mladih v Sloveniji vidi prizadevanja EU kot pozitivna, v primerjavi z 48-odstotnim povprečjem v EU-27. Ta razlika odraža rahlo boljše vrednotenje in večje zadovoljstvo s podporo EU med slovenskimi anketiranci. Lahko sklepamo, da je to posledica boljše informiranosti ali izpostavljenosti konkretnim ukrepom EU v Sloveniji. Vendar pa velik delež anketirancev še zmeraj meni, da podpora ni zadostna, kar kaže na potrebo po bolj ciljnih usmerjenih programih ali večji vidnosti obstoječih prizadevanj EU na tem področju.

4.5 Izzivi in ovire za mlade podjetnike

4.5.1 Strah pred neuspehom

Med letoma 2018 in 2022 je skoraj polovica mladih v EU (45 %) poročala, da jih je „**strah pred neuspehom**“ odvrnil od ustanavljanja podjetja (slika 4.14). Čeprav se ta strah pri mladih manj pogosto navaja, je v petih državah članicah EU več kot polovica mladih to navedlo kot oviro, pri čemer je bila Grčija na prvem mestu z 69 %, sledijo Italija (58 %), Poljska (57 %), Ciper (55 %) in Luksemburg (52 %).

Slika 4.14. Razlike pri dejavniku strah pred neuspehom med mladimi in odraslimi v evropskih državah



Vir: GEM (2023), Posebne tabele za OECD iz raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM) med odraslim prebivalstvom za leta 2018 do 2022.

Zanimivo je, da mladi v državah, kot sta Grčija in Italija, kljub visoki izraženosti strahu pred neuspehom kažejo visoko stopnjo ustanavljanja novih podjetij. Ta pojav raziskovalci povezujejo s prevladujočimi družbenimi stališči do tveganja in neuspeha, ki so globoko zakoreninjena v kulturi in družbenih normah, ter ne nujno z individualno percepcijo poslovnega neuspeha (Tubadji et al., 2021). Strah pred neuspehom ni le osebna ovira, temveč je oblikovan tudi z družbenimi stališči do podjetništva, dela in tveganja in lahko vpliva na odločitve za ustanavljanje podjetja ter omejuje njegov razvoj in rast. Kljub temu raziskave kažejo, da nekateri podjetniki obravnavajo neuspeh kot priložnost za učenje in razvoj, in ne kot konec podjetniške poti (Shepherd, 2003).

V Sloveniji je med mladimi (18–30 let) strah pred neuspehom pri ustanavljanju podjetij izražen manj kot v povprečju EU, s 36,7 %, kar je znatno nižje v primerjavi s povprečjem EU, ki znaša 45,2 %. Ta podatek Slovenijo uvršča med države z najnižjim odstotkom mladih, ki jih strah pred neuspehom odvrča od podjetništva. To nakazuje, da je v Sloveniji podjetniška klima med mladimi bolj spodbudna ali pa da mladi v Sloveniji morda imajo večjo toleranco do tveganja ali boljši podporni sistem, ki zmanjšuje strah pred neuspehom. Pri odraslih (18–64 let) je ta strah izražen s 44,2 %, kar je prav tako pod povprečjem EU za odrasle. To lahko kaže na kulturo, ki spodbuja podjetniške pobude in ponuja ustrezno podporo tistim, ki se odločijo za pot podjetništva.

4.5.2 Pomanjkanje vzornikov

Mladi pogosto nimajo dovolj stikov z uspešnimi podjetniškimi vzorniki zaradi omejenih delovnih izkušenj in majhnih profesionalnih mrež (Schøtt et al., 2015). Tisti s podjetniškimi starši imajo večjo verjetnost, da bodo postali podjetniki, saj imajo večji socialni kapital in dostop do nemega znanja (Geldhof et al., 2014). Raziskave so tudi dokazale, da študentje, ki so bili deležni mentorstva na področju podjetništva, pogosteje izberejo podjetniško pot, še posebej, če njihovi starši niso sami podjetniki (Eesley in Wang, 2017). Poleg tega se mladi morda ne zavedajo razpoložljivih programov in virov, ki podpirajo nove poslovne podvige. Mladi morda niso dovolj ozaveščeni o obstoječih možnostih in priložnostih v podjetniškem svetu. Raziskave so pokazale, da imajo mladi, ki so bolj obveščeni o podjetniških priložnostih in virih, večje možnosti za uspeh (Shane in Venkataraman 2000). To poudarja potrebo po večji dostopnosti in promociji programov, ki podpirajo mlade podjetnike, ter spodbuja razpravo o vlogi informacijskih virov pri spodbujanju podjetniške aktivnosti med mladimi.

Uspešni podjetniki kot vzorniki, mentorstvo ter boljša dostopnost informacij in virov so ključni dejavniki, ki lahko pomagajo mladim premagati ovire na poti do podjetništva ter spodbudijo rast in razvoj podjetniškega duha med mlajšo generacijo.

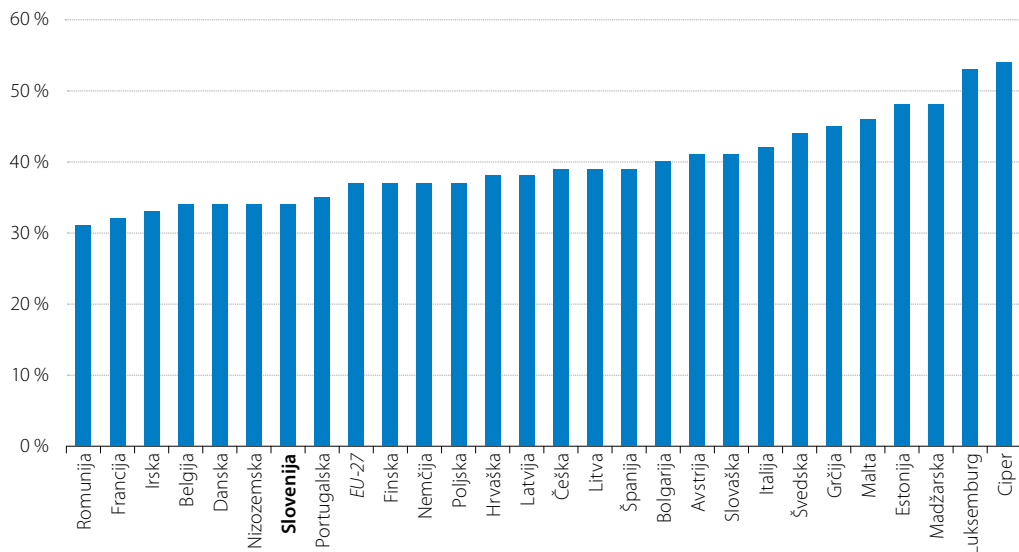
4.5.3 Dostop do financiranja

Dostop do zadostnih finančnih sredstev je eden izmed najpogosteje izpostavljenih izzivov za podjetnike, ne glede na obseg ali sektor dejavnosti. Raziskava *Flash Eurobarometer* (European Commission, 2023) je mlade (stare med 15 in 30 let) spraševala o ovirah na poti do samozaposlitve. Skoraj 40 % vseh anketirancev je kot glavno oviro izpostavilo pomanjkanje kapitala in sredstev (slika 4.15). Ugotovitve so v skladu s prejšnjimi raziskavami in anketami.

Ta izziv se je še povečal po izbruhu covid-19, saj so se mnogi podjetniki soočili z likvidnostnimi težavami. Tudi na mnogih finančnih trgih so postali pogoji strožji. Raziskava Evropske centralne banke (ECB, 2023) o posojilnih standardih bank v evrskem območju je pokazala, da so banke v prvem četrtletju 2023 znatno zaostrile kreditne standarde za posojila podjetjem. Stopnja zaostritve

je dosegla najvišjo raven od dolžniške krize v letu 2011. Neto povpraševanje podjetij po posojilih je v prvem četrtletju 2023 močno upadlo. Padec neto povpraševanja je bil močnejši od pričakovanj bank v četrtletju poprej in najmočnejši od časa svetovne finančne krize (OECD, 2023a).

Slika 4.15. Ovira pomanjkanja kapitala med mladimi podjetniki v evropskih državah



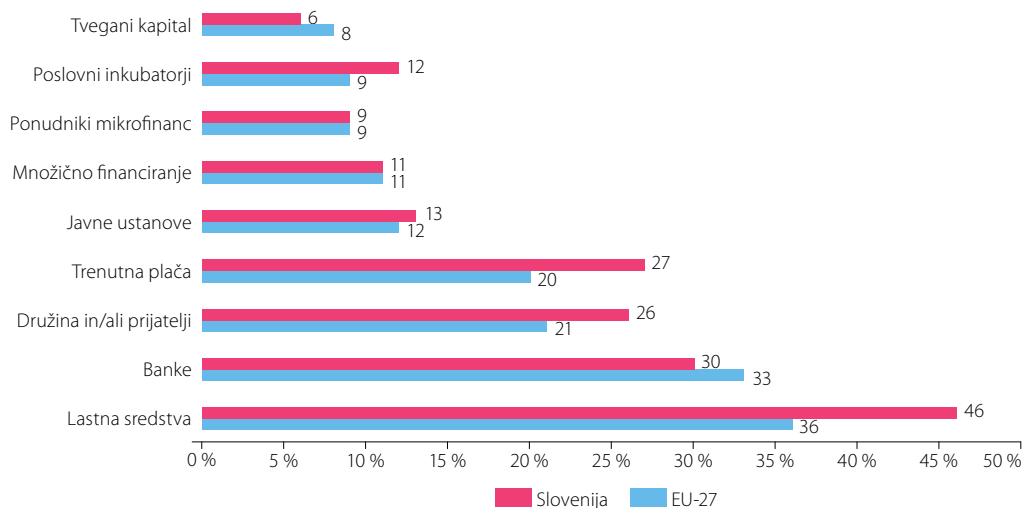
Vir: Flash Eurobarometer #513 (2023).

Slovenija se uvršča v spodnjo tretjino držav EU glede na delež mladih, ki kot glavno oviro za samozaposlitev navajajo pomanjkanje kapitala. Leta 2022 je bil ta delež v Sloveniji rahlo nižji od povprečja EU. Čeprav države, kot so Romunija, Francija in Belgija, kažejo še manjše deleže, pa Slovenija stoji bolje kot na primer Nemčija, Poljska in Finska.

Tradicionalno večina podjetnikov za zagon podjetja pridobi tako imenovana sredstva 3F (angl. *founders, friends, family* – sredstva ustanovitelja, prijateljev in družine). Osebni prihranki so najpogostejši vir financiranja v skoraj vseh državah članicah EU. Skupno je 36 % mladih podjetnikov navedlo, da bi bili njihovi prihranki med prvimi tremi viri financiranja, sledijo banke (33 %) in družina ter prijatelji (21 %). Vlade nudijo financiranje manj pogosto (12 %), medtem ko so nekateri viri, kot sta množično financiranje (11 %) in tvegani kapital (8 %), še manj priljubljeni. Daniels et al. (2016) so ugotovili podobne rezultate glede virov financiranja. Socialni podjetniki prav tako pogosto uporabljajo 3F, poleg tega pa se zanašajo na filantropske donacije in javna sredstva, pri čemer redko dostopajo do bančnih virov.

V Sloveniji mladi podjetniki za financiranje svojih podjetij v večji meri uporabljajo lastna sredstva in trenutno plačo v primerjavi s povprečjem EU, opazno pa se opirajo tudi na finančno pomoč družine in prijateljev. Medtem ko je zanašanje na banke nekoliko manjše kot v EU, posebej izstopa uporaba poslovnih inkubatorjev, kar kaže na učinkovito podporno okolje za start-upe v Sloveniji.

Slika 4.16. Glavni viri financiranja za mlade podjetnike



Vir: Flash Eurobarometer #513 (2023).

V nadaljevanju opisujemo razloge, zaradi katerih mladi podjetniki naletijo na nesorazmerne ovire pri dostopu do virov financiranja. Vsi podjetniki se soočajo z izzivi pri zagotavljanju financ za svoje podjetje, vendar imajo mlajši podjetniki običajno večje težave. To vpliva ne samo na njihove možnosti za uspešen zagon podjetja, ampak tudi omejuje rast ustanovljenih podjetij, kar dodatno zmanjšuje njihov potencial za pridobivanje prihodnjih investicij. Ovire se običajno delijo v dve kategoriji: ovire na strani povpraševanja (izvirajo iz podjetnika) in ovire na strani ponudbe (izvirajo s trga, vključno z upniki in vlagatelji) (OECD, 2023a):

Ovire na strani povpraševanja:

- **pomanjkanje veščin:** študije kažejo, da mladi v povprečju posedujejo nižje podjetniške veščine. To pomeni, da imajo tudi manj znanja o vrstah financiranja in kako jih pridobiti. Tisti, ki upravljajo socialna podjetja, se soočajo s težavami pri razvijanju trajnostnega poslovnega modela in komunikaciji z upniki in vlagatelji;
- **manjša in manj raznolika omrežja:** mladi podjetniki imajo majhna profesionalna omrežja, saj nimajo veliko delovnih izkušenj;
- **pomanjkanje zavarovanja in finančne zgodovine:** mladi podjetniki običajno nimajo delovne zgodovine, zato tudi ne posedujejo kapitala ali zavarovanja za pridobitev dolga;
- **malo izkušenj pri iskanju financ za zagon:** mladi podjetniki imajo običajno malo izkušenj pri iskanju in pridobivanju dolžniškega in lastniškega financiranja.

Ovire na strani ponudbe:

- **težava pri ocenjevanju tveganja:** podjetnikom je težko zagotoviti ustrezne finančne informacije za oceno tveganja novih projektov. Ta izziv je še večji za tiste brez izkušenj ali dolge finančne zgodovine;
- **transakcijski stroški so višji pri majhnih posojilih in investicijah:** mladi podjetniki so lahko manj privlačni za upnike, ker pogosto iščejo manjše zneske dolga;

- **pristranskost vlagateljev:** obstajajo dokazi, da nekateri podjetniki na finančnih trgih doživljajo diskriminacijo, zlasti ženske in priseljenci;
- **tradicionalna finančna orodja niso vedno primerna za nove poslovne modele:** socialna in hibridna podjetja verjetno potrebujejo drugačno mešanico kapitala.

V nadaljevanju prikazujemo najpogostejše vire financiranja za podjetnike in dodajamo povezave do primerov dobre prakse.

Tabela 4.1. Pregled najpogostejših virov financiranja za podjetnike

Pristop	Opis	Primer
Nepovratna sredstva	To so kapitalski prenosi, kjer denar preide z ene strani (dajalca) na drugo (prejemnika). Pogosto se ne vračajo.	Danska fundacija za podjetništvo (Danska)
Mehka posojila	Posojila za tiste, ki imajo težave pri dostopu do tradicionalnega financiranja. Ne zahtevajo zavarovanj.	ENISA Mladi podjetniki (Španija)
Garancije za posojila	Zmanjšujejo tveganje za upnike z garancijo vlade.	SME garancijski shema (BMKB, Nizozemska)
Mikrofinanciranje	Majhno posojilo z dodatno podporo in usposabljanjem.	Adie (Francija)
Alternativno dolžniško financiranje	Vključuje prekoračitev, faktoring itd., ko tradicionalna sredstva niso dostopna.	JOB (JOBS, Bolgarija)
Množično financiranje	Zbiranje sredstev številnih vlagateljev preko spletnih platform.	Spreeds (Belgija)
Medsebojno posojanje	Podobno kot množično financiranje, vendar s poudarkom na posojilih.	Prosper (ZDA)
Poslovni angeli	Posamezniki, ki jim finančno stanje omogoča, da vlagajo v podjetja in ponujajo svetovanje.	SICTIC (Švica)
Skupine samofinanciranja	Skupnosti, kjer člani drug drugemu posojajo denar.	ACAF (Španija)
Tvegani kapital	Kapital za hitro rastoča podjetja z velikim potencialom.	UPTec Investors Day (Portugalska)

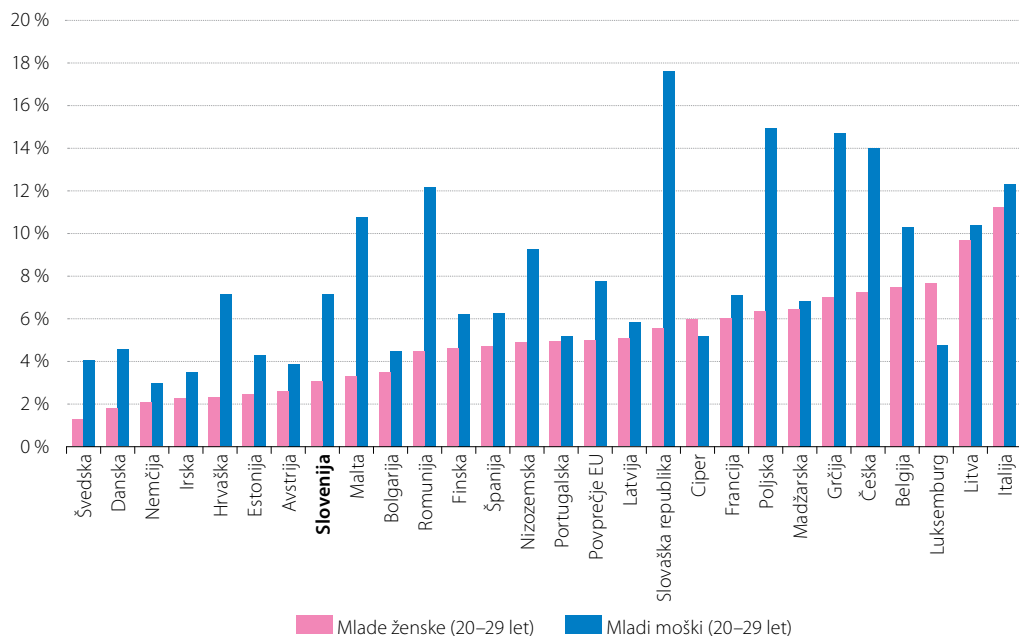
Vir: Prirejeno po OECD, 2023a.

4.5.4 Razlike med spoloma v podjetništvu mladih

4.5.4.1 Statistični pregled vrzeli med spoloma in trendi

V podjetništvu je opazna izrazita vrzel med spoloma, ki je prisotna tudi med mlajšimi generacijami. Mladi moški so bili leta 2022 v EU 1,6-krat bolj verjetno samozaposleni kot njihove ženske vrstnice. Te številke poudarjajo skoraj enako razliko kot v celotni populaciji, kjer so moški 1,7-krat bolj verjetno samozaposleni kot ženske (OECD/European Commission, 2023). Ta vrzel je še bolj izrazita v sektorju start-up podjetij z visokim potencialom za rast, kjer ima le 15 % takšnih podjetij vsaj eno žensko ustanoviteljico, medtem ko jih manj kot 6 % ustanovijo izključno ženske (Lassébie et al., 2019). Kljub temu so leta 2022 nekatere države, kot so Madžarska in Portugalska, izkazale odsotnost vrzeli med spoloma pri mladih samozaposlenih, medtem ko sta Italija in Litva beležili zelo majhno vrzel. Na Cipru in v Luksemburgu so mlade ženske celo pogostejše kot mladi moški izbrale samozaposlitev. Po drugi strani je bila spolna vrzel najbolj izrazita na Hrvaškem, Malti, Slovaškem in Švedskem, kjer so mladi moški bili več kot trikrat pogostejše samozaposleni v primerjavi z mladimi ženskami (*slika 4.17*). Ta nesorazmerja presegajo tista v celotni populaciji samozaposlenih, kar nakazuje, da trenutni pristopi k promociji podjetniške zavesti in motivacije niso dovolj prilagojeni interesom in specifičnim dejavnostim podjetij, ki jih vodijo mlade ženske.

Slika 4.17. Vrzel med spoloma v samozaposlenosti mladih



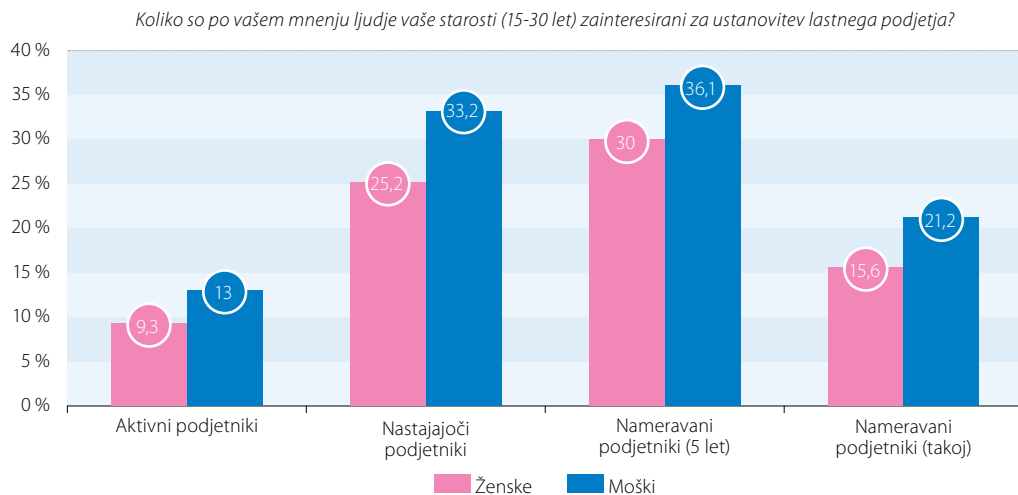
Vir: Prirejeno po Eurostat (2023), Employment and Unemployment (LFS) Database, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/lfs/database>.

Ko govorimo o ambicijah po rasti, mladi pogosto precenjujejo svoje sposobnosti, medtem ko imajo ženske, ne glede na starost, bistveno nižja pričakovanja glede rasti podjetja v primerjavi z moškimi. V EU je med leti 2018 in 2022 manj kot 1 % žensk v povprečju poročal o visokih pričakovanjih po rasti v naslednjih 5-ih letih v primerjavi z 12 % moških (OECD, 2023b). Sklenemo lahko, da mlade ženske precej manj verjetno vodijo start-upe z visoko rastjo v primerjavi z mladimi moškimi.

Obstoječa vrzel med spoloma v podjetništvu predstavlja izgubljeno priložnost za spodbujanje inovacij, družbenega ter ekonomskega napredka ter ustvarjanje delovnih mest. Številne raziskave izpostavljajo neizkoriščen potencial žensk kot podjetnic (OECD, 2012). Nekateri statistični podatki celo sugerirajo, da bi odpravljanje vrzeli med spoloma v podjetništvu lahko prispevalo k povečanju svetovnega bruto domačega proizvoda (BDP) za 2 % (Blomquist, 2014). Druga metoda ocenjevanja vrzeli med spoloma v podjetništvu vključuje analizo števila „manjkajočih“ podjetnikov. Če bi ženske sodelovale v zgodnjih fazah podjetništva v enakem obsegu kot moški v srednjih letih (med 30. in 49. letom starosti), bi bilo v Evropski uniji dodatnih 5,5 milijona „manjkajočih“ podjetnic (OECD/European Commission, 2023).

Zadnji razpoložljivi podatki raziskave *GUESS 2021*² (Sieger et al., 2021) kažejo vrzel med spoloma v vseh proučevanih skupinah mladih; med aktivnimi, nastajajočimi in nameravanimi podjetniki (tako po študiju in pet let po študiju) je delež žensk konstantno manjši v primerjavi z moškimi (slika 4.18).

² GUESS (angl. Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) je mednarodna raziskava, ki se osredotoča na podjetniško usmerjenost in dejavnost študentov na univerzah po vsem svetu. V raziskavi GUESS običajno anketirajo študente na različnih stopnjah študija (od dodiplomskih do doktorskih programov) z namenom razumevanja njihovih podjetniških namer, dejavnosti in pogojev, ki vplivajo na njihovo podjetniško delovanje.

Slika 4.18. Vrzel med spoloma v proučevanih skupinah podjetniške aktivnosti med študenti


Vir: Sieger et al., 2021, GUESSS 2021.

Podjetništvo ni le instrument za spodbujanje gospodarske rasti, temveč tudi ključno orodje za spodbujanje družbene vključenosti in enakosti. Naložbe v zmanjšanje vrzeli med spoloma v podjetništvu imajo potencial, da prispevajo k dolgoročnim koristim za družbo, hkrati pa so povezane s cilji trajnostnega razvoja. Ta pristop omogoča, da se ustvari sinergija med dvema ključnima vidikoma družbenega napredka.

4.5.4.2 Vzroki za vrzel med spoloma

V nadaljevanju prikazujemo pregled najpogosteje navedenih razlogov oziroma vzrokov za vrzel med spoloma:

- **dostop do virov:** ena glavnih težav pri ustanavljanju novih podjetij je dostop do virov (Reynolds, 2011). Ženske pogosto nimajo enakega dostopa do virov kot moški, kar vključuje omejen dostop do različnih virov zunaj skupine (Brieger in Gielnik, 2021; Edelman et al., 2016);
- **družbene in kulturne norme:** tradicionalne vloge spolov v družbi lahko omejujejo ženske in jim ne dovoljujejo, da bi razvijale podjetniške ambicije ali dostopale do potrebnih virov (Dutta et al., 2016). V mnogih kulturah je pričakovano, da bodo ženske skrbele za dom in družino, kar lahko omejuje njihove priložnosti za podjetniške pobude;
- **pomanjkanje dostopa do kapitala:** ženske pogosto naletijo na ovire pri pridobivanju financiranja za svoje podjetniške projekte. To je lahko posledica diskriminacije na podlagi spola ali pomanjkanja zastopanosti žensk v finančnem sektorju (Brush et al., 2002, Muravyev et al., 2009);
- **pomanjkanje mentorjev in mreženja:** mlade ženske pogosto nimajo dostopa do mentorjev ali mreženja, ki bi jih lahko podprlo pri njihovih podjetniških prizadevanjih (De Bruin et al., 2006);
- **pomanjkanje izobraževanja in usposabljanja:** čeprav število izobraženih žensk narašča, pa se ženske pogosto ne usmerjajo v podjetniške programe ali niso seznanjene z možnostmi podjetništva (Kelley et al., 2013);
- **strah pred neuspehom:** ženske imajo pogosto večji strah pred neuspehom kot moški, kar jih lahko odvrne od začetka podjetniške poti (Minitti et al., 2005).

Razlogi za to vrzel so torej večplastni in segajo od kulturnih in družbenih norm do institucionalnih ovir. Razumevanje vzrokov za to vrzel je ključno za razvoj politik in strategij, ki bi spodbujale večjo vključenost mladih žensk v podjetniško aktivnost.

Za reševanje vrzeli med spoloma v podjetništvu je potrebna celovita strategija, ki se osredotoča na večplastne ovire, s katerimi se soočajo mlade ženske, saj ima razlika med spoloma v podjetništvu številne posledice, ki segajo od gospodarskih do družbenih in osebnih vplivov. Njena prisotnost ne vpliva le na podjetnice, temveč tudi na širše gospodarske in družbene sisteme.

Neizkoriščen potencial mladih podjetnic predstavlja znatno gospodarsko izgubo, saj njihova vključitev v gospodarstvo lahko poveča BDP, ustvarja nova delovna mesta ter prispeva k diverzifikaciji in inovacijam na trgu. Študije nakazujejo, da bi večje število mladih podjetnic v ekonomiji lahko imelo pomembne pozitivne učinke na celotno družbeno-gospodarsko okolje (Díaz-García et al., 2013; Brush et al., 2009).

Hkrati spolna vrzel med mladimi podjetniki in podjetnicami krepi družbene stereotipe in norme, ki mladim ženskam omejujejo priložnosti in ambicije, s čimer se ohranja status quo in zavira napredek (Baughn et al., 2006). Pomanjkanje mladih podjetnic v vodilnih vlogah pa zmanjšuje število zgledov za naslednje generacije, kar lahko negativno vpliva na njihove ambicije in pričakovanja glede podjetništva (Noguera et al., 2013).

Mlade podjetnice se soočajo z večplastnimi izzivi, ki presegajo običajne začetniške težave. Izpostavili smo že neenak dostop do kapitala, mentorstva in mreženja, kar prednje postavlja ovire, ki lahko vplivajo na njihovo kariero, še preden se ta v polnosti razvije (Coleman et al., 2006). Poleg tega se te ovire odražajo tudi na psihološki ravni, saj lahko vplivajo na samozavest podjetnic, vzpodbujajo strah pred neuspehom in povzročajo občutek izoliranosti. Takšne prepreke zmanjšujejo njihovo motivacijo in učinkovitost ter lahko ogrozijo trajnost njihovih podjetij (Morris et al., 2006). Vse to kaže na potrebo po celovitem pristopu, ki bo naslavljal tako gospodarske kot družbene vidike spodbujanja mladih podjetnic.

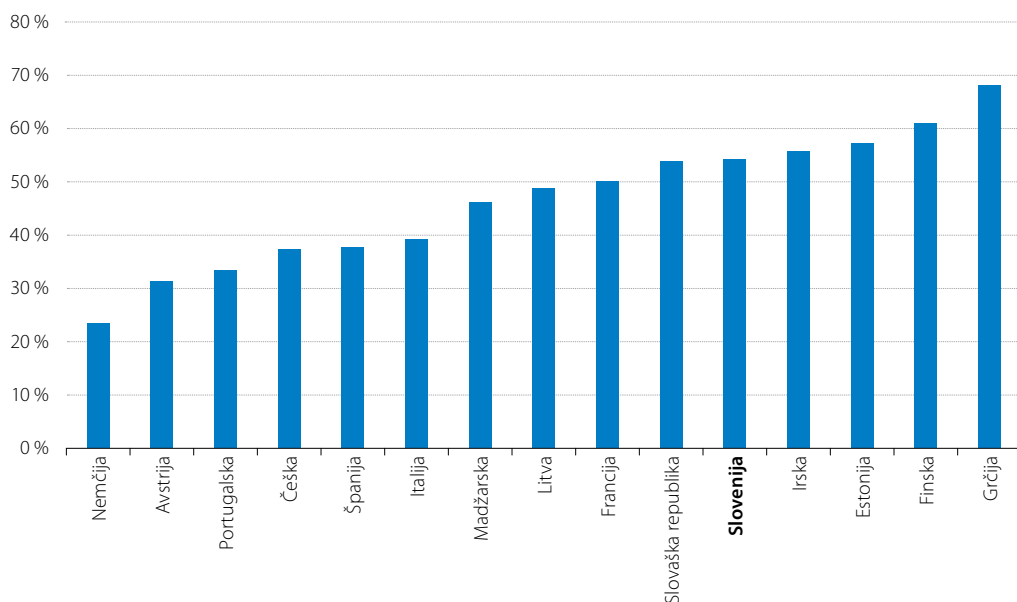
5 Usmerjanje mladih v podjetništvo: izobraževanje, rast in podpora

5.1 Izobraževalni programi in veščine

Podjetniško izobraževanje ima številne cilje, ki vključujejo ozaveščanje mladih o ključni vlogi podjetništva v sodobni družbi, raziskovanje možnosti podjetništva kot privlačne kariere ter razvijanje podjetniških veščin, ki omogočajo razvoj podjetniških kompetenc. Te kompetence lahko prinašajo mladim koristi tako na njihovi morebitni prihodnji podjetniški poti kot tudi v vlogi zaposlenih. Poseben poudarek je na tem, da mladi morda še niso razvili potrebnega znanja ali spretnosti za ocenjevanje podjetniških priložnosti (Green, 2013).

Ocenjevanje obsega in kakovosti **podjetniškega izobraževanja** predstavlja izziv zaradi raznolikosti izvajalcev, vključno s šolami, univerzami in prostovoljnimi organizacijami na ravni EU. Različni pristopi in cilji, ki vključujejo poudarek na zaposljivosti, pa tudi pomanjkanje celovitih evalvacij, predstavljajo dodatne izzive. Kljub temu so razpoložljivi podatki nakazali, da je podjetniško izobraževanje postalo sestavni del izobraževalnega procesa na vseh ravneh, od osnovnega do terciarnega izobraževanja (Sieger et al., 2019). *Slika 5.1* razkriva, da se je več kot polovica anketiranih študentov v državah EU med študijem izobraževala o podjetništvu. To kaže na širjenje zanimanja za to področje med mladimi v Evropi.

Slika 5.1. Izobraževanje o podjetništvu med študentsko populacijo nekaterih evropskih držav



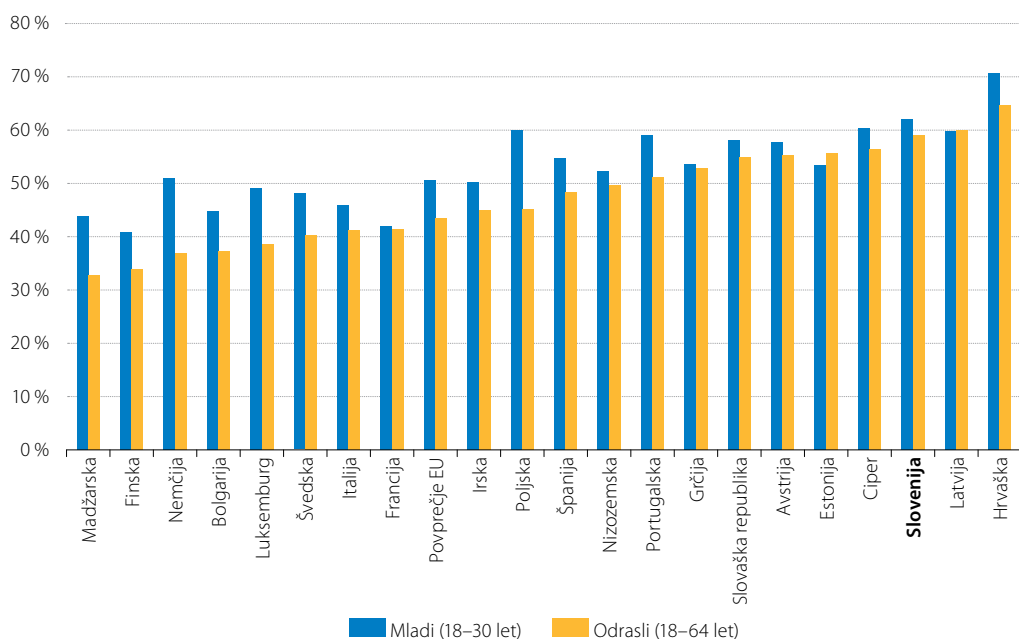
Vir: Sieger et al., 2019, GUESS 2018.

Raziskave o podjetniškem izobraževanju prinašajo mešane rezultate. Nekatere študije z robustnimi metodologijami, kot je raziskava Athayde iz leta 2009 o programu *Young Enterprise Company*, kažejo, da takšna izobraževanja lahko povečajo podjetniški potencial mladih in spodbujajo njihove podjetniške

namere. Nasprotno pa študija Oosterbeek et al. (2010) ugotavlja, da podjetniško izobraževanje nima znatnega vpliva na podjetniške veščine, namere ali dejansko podjetniško aktivnost. To kaže na možnost, da podjetniško izobraževanje samo po sebi ni vedno učinkovito in da so potrebni dodatni podporni ukrepi ali bolj ciljno usmerjeni programi za doseg želenih podjetniških rezultatov med mladimi. Kljub temu splošna slika, ki jo ponazarja študija Pittaway in Cope (2007), kaže na pomembno vlogo podjetniškega izobraževanja pri spodbujanju podjetniških ambicij mladih. Vendar je težje določiti učinkovitost teh programov pri spodbujanju prehoda od podjetniških namer do ustanovitve podjetja, zlasti ker se učinki izobraževanja pogosto pokažejo šele v kasnejših letih, ko mladi postanejo samozaposleni, kar se običajno zgodi po 30. letu starosti (Greene, 2002).

Pomanjkanje podjetniških veščin je pogosta ovira za ustanavljanje podjetij, a kljub povečanim vlaganjem v podjetniško izobraževanje so mladi v EU manj nagnjeni k samoocenjevanju podjetniških veščin. Med letoma 2018 in 2022 je v povprečju 41 % mladih (18–30 let) v EU poročalo, da imajo znanje in veščine za ustanovitev podjetja, kar je manj kot pri odrasli populaciji (18–64 let), kjer je ta delež znašal 48 %. Vendar pa je potrebna previdnost pri interpretaciji teh rezultatov, saj ta kazalnik meri samozaznavo podjetniških veščin, kar vključuje tudi dejavnike, kot so samozavest in kulturna stališča do podjetništva.

Slika 5.2. Razlike v zaznanih podjetniških veščinah med mladimi in odraslimi v evropskih državah



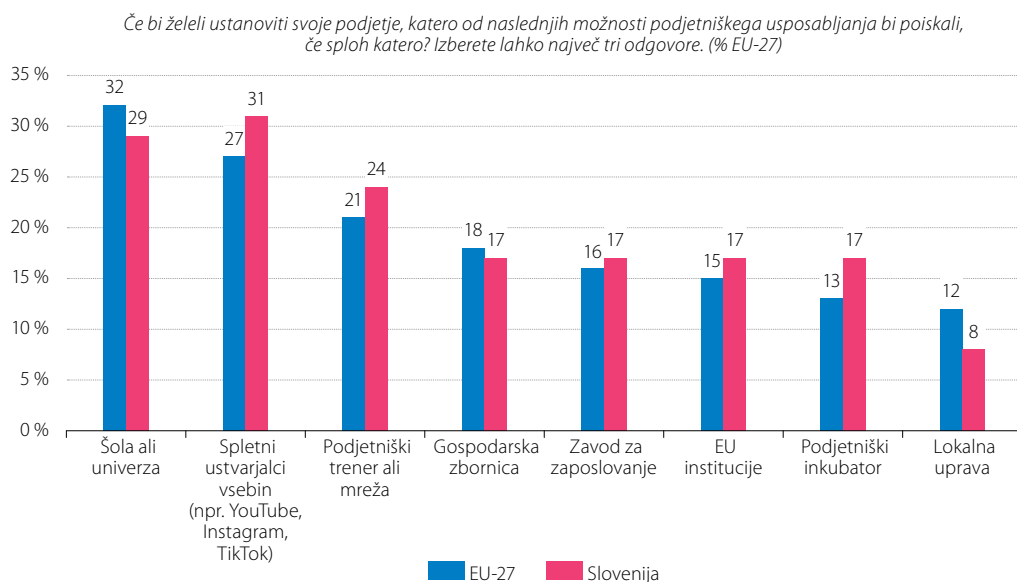
Vir: GEM (2023), Posebne tabele za OECD iz raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM) med odraslim prebivalstvom za leta 2018 do 2022.

V EU so o najvišjih deležih poročale Poljska (51 %), Latvija (49 %) in Slovaška (48 %), medtem ko so bili najnižji deleži na Švedskem (27 %) ter v Nemčiji in na Finskem (28 %) (OECD/European Commission, 2023). Ti rezultati so v skladu s številom študentov, ki poročajo o obisku podjetniških usposabljanj, in odražajo raznolikost v naložbah v podjetniško izobraževanje ter razlike v samozavesti in družbenih stališčih do podjetništva. Močnejši učinki podjetniškega izobraževanja so pogosto opaženi pri starejših študentih (OECD/European Commission, 2021).

Zanimiv je tudi podatek raziskave *Flash Eurobarometer*, ki razkriva, da se mladi v Sloveniji in v drugih državah članicah EU večinoma osredotočajo na šolski ali univerzitetni sistem za pridobivanje podjetniških veščin, pri čemer je v Sloveniji ta delež nekoliko nižji (29 %) v primerjavi s povprečjem EU (32 %). Vendar pa je opazno, da se v Sloveniji več mladih obrača k spletnim platformam, kot sta YouTube in Instagram (31 %), kar je več, kot velja za povprečje EU (27 %). Podobno je v Sloveniji delež mladih, ki iščejo usposabljanje pri podjetniških trenerjih ali mrežah, višji (24 %) kot v EU (21 %).

Ko gre za druge vire usposabljanja, kot so gospodarske zbornice, zavodi za zaposlovanje, institucije EU in podjetniški inkubatorji, so razlike med Slovenijo in EU manj izrazite. Vendar pa je opazno manjše zanimanje mladih v Sloveniji za lokalno upravo kot vir podjetniškega usposabljanja (8 %) v primerjavi s povprečjem EU (12 %). Vse te ugotovitve kažejo, da se mladi v Sloveniji bolj pogosto obrnejo k neformalnim virom usposabljanja in poslovnim mrežam za pridobivanje podjetniških veščin. To je morda odraz kulture in dostopnosti različnih virov v Sloveniji ter razlik v percepciji formalnega in neformalnega izobraževanja med mladimi (European Commission, 2023).

Slika 5.3. Viri podjetniškega usposabljanja



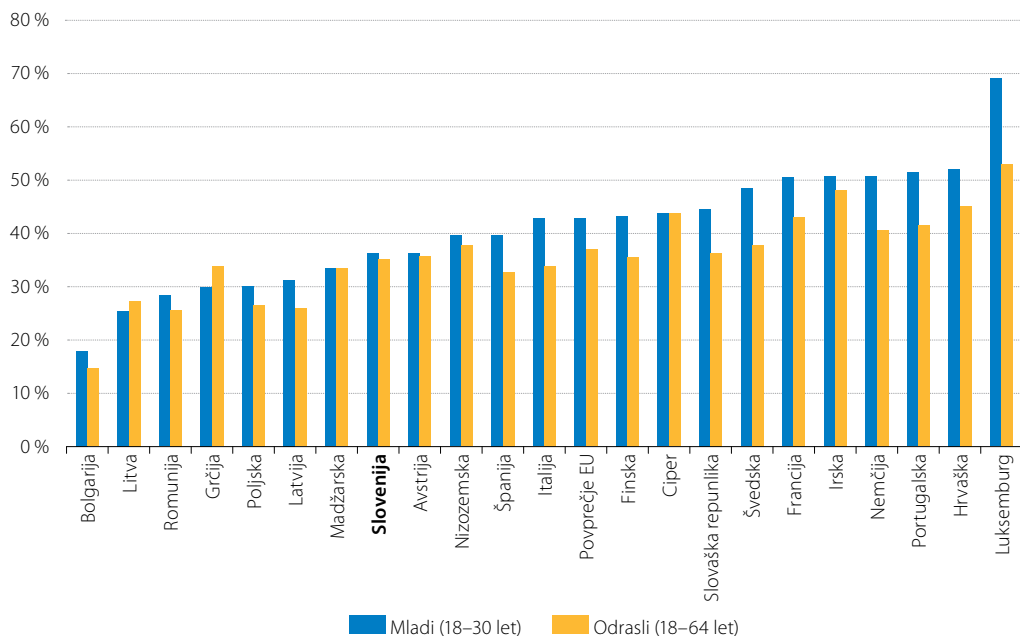
Vir: Flash Eurobarometer #513 (2023) (N = 25 992).

5.2 Inovacije in rast med mladimi podjetniki

Mlajša generacija prevzema ključno vlogo v procesih digitalne in zelene preobrazbe ter vpeljuje raznovrstne inovativne prakse za reševanje različnih družbenih in okoljskih izzivov, s katerimi se sooča sodobni svet. Inovacije predstavljajo izjemno pomemben dejavnik za spodbujanje ekonomskega in družbenega napredka ter ustvarjanje delovnih mest. Po definiciji OECD/Eurostat (2018) je inovacija lahko razumljena tako kot dejavnost kot tudi njen končni rezultat, pri čemer je ključni element prisotnost stopnje novosti. Na primer, poslovne inovacije se nanašajo na uvajanje novih ali izboljšanih izdelkov ali poslovnih procesov, ki se značilno razlikujejo od prejšnjih postopkov ali izdelkov.

Uvajanje novih izdelkov in storitev je ena od potencialnih poti za rast podjetja in mladi podjetniki v Evropski uniji so nekoliko bolj nagnjeni k uvajanju novih izdelkov in storitev kot povprečje vseh podjetnikov. Približno 43 % mladih podjetnikov v zgodnjem obdobju (18–30 let) v EU je samoocenilo, da so med letoma 2018 in 2022 uvajali nove izdelke ali storitve za svoje stranke, kar je nekoliko več kot celotni delež podjetnikov v zgodnjem obdobju (37 %) (slika 5.4). To kaže na njihov potencial za ustvarjanje dodane vrednosti v gospodarstvu.

Slika 5.4. Razlike v uvajanju novih izdelkov in storitev med mladimi in odraslimi podjetniki v evropskih državah



Vir: GEM (2023), Posebne tabele za OECD iz raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM) med odraslim prebivalstvom za leta 2018 do 2022.

Med državami članicami EU se deleži mladih podjetnikov v zgodnjem obdobju, ki so poročali o uvajanju novih izdelkov in storitev, gibljejo od približno 18 % v Bolgariji do skoraj 70 % v Luksemburgu. Mladim podjetnikom bi bilo smiselno zagotoviti dodatno podporo in spodbude za razvoj inovativnih idej ter njihovo uresničevanje na trgu, kar bi lahko pozitivno vplivalo na gospodarsko rast v EU.

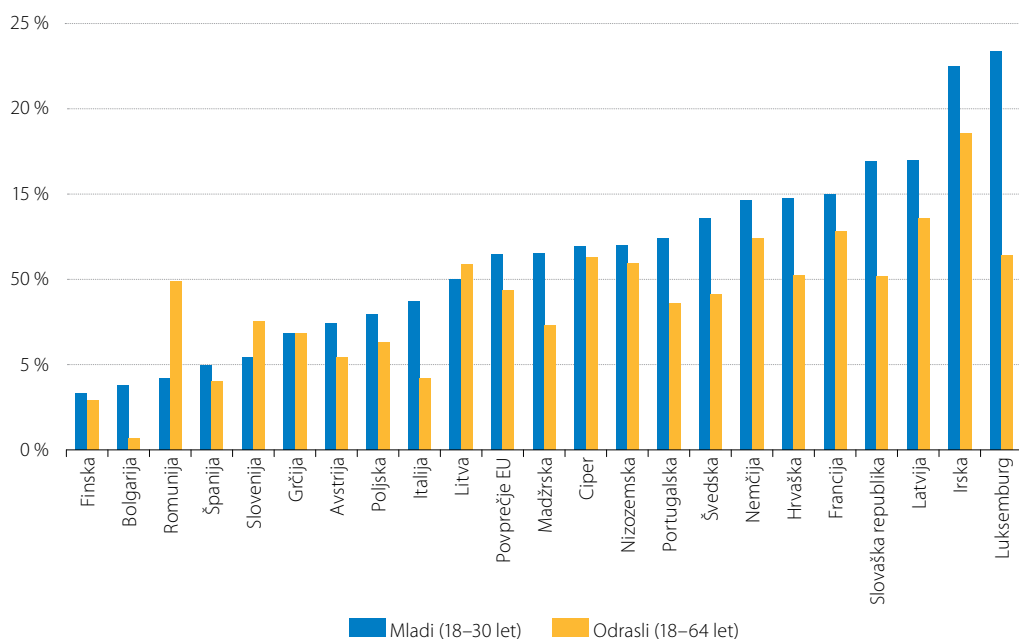
Inovacija in rast igrata ključno vlogo pri spodbujanju mladih k odločitvi za podjetništvo. Skoraj četrtina mladih podjetnikov poroča, da je inovacija njihov glavni cilj pri ustanavljanju lastnega podjetja, medtem ko skoraj 20 % izraža željo, da bi ustvarili delovna mesta za druge osebe (OECD, 2023c). Čeprav inovacija obsega različne dejavnosti in je pod vplivom številnih dejavnikov, lahko javna politika igra ključno vlogo pri spodbujanju in podpori mladim podjetnikom pri uresničevanju inovativnih idej. V številnih državah so bili sprejeti politični ukrepi, namenjeni spodbujanju inovativnosti in rasti podjetij pod vodstvom mladih podjetnikov. Ti ukrepi vključujejo izboljšanje izobraževalnih programov in usposabljanj za upravljanje ter krepitev omrežij za podporo podjetništvu (glej OECD/European Union, 2019).

Ključni dejavnik za spodbujanje inovacij ter ustvarjanja delovnih mest so hitro rastoča podjetja. Čeprav predstavljajo hitro rastoča start-up podjetja običajno majhen delež vseh podjetij (običajno

le nekaj odstotkov), pa imajo značilen vpliv na neto število ustvarjenih delovnih mest. Dodajmo še, da njihovi pozitivni učinki niso omejeni le na inovacije in povečanje zaposlenosti, temveč prispevajo tudi k povečanju konkurence, prenosu znanja ter h krepitvi celotnega podjetniškega ekosistema. Znanstvene študije prav tako dokazujejo, da lahko ta podjetja pozitivno vplivajo na rast plač in dohodkov prebivalcev (OECD, 2019).

Kljub temu pa ostajajo mnenja o potencialu podjetij, ki jih vodijo mladi podjetniki, za ustvarjanje delovnih mest deljena. Po eni strani raziskave kažejo, da so starejši podjetniki precej bolj nagnjeni k lastništvu hitro rastočih podjetij v primerjavi z mladimi podjetniki. Na primer, v ZDA ima 50-letnik, ki ustanovi podjetje, 1,8-krat večjo verjetnost za visoko rast podjetja v primerjavi s 30-letnikom (Azoulay et al., 2018). Po drugi strani pa mladi podjetniki v zgodnji fazi podjetništva pričakujejo nekoliko višje stopnje ustvarjanja delovnih mest kot splošna odrasla populacija. Približno 12 % mladih v Evropski uniji pričakuje visoko rast podjetja (kar pomeni, da načrtujejo ustvariti vsaj 19 delovnih mest v naslednjih petih letih), kar je nad 9,4 % odraslih. Ko primerjamo slovenske mlade podjetnike s splošno populacijo EU, opazimo, da imajo slovenski mladi podjetniki s 5,4 % nižja pričakovanja glede rasti njihovih podjetij kot povprečje mladih v EU, ki znaša 12 %.

Slika 5.5. Razlike v pričakovani rasti podjetij (ustvarjanje delovnih mest) med mladimi in odraslimi podjetniki v evropskih državah

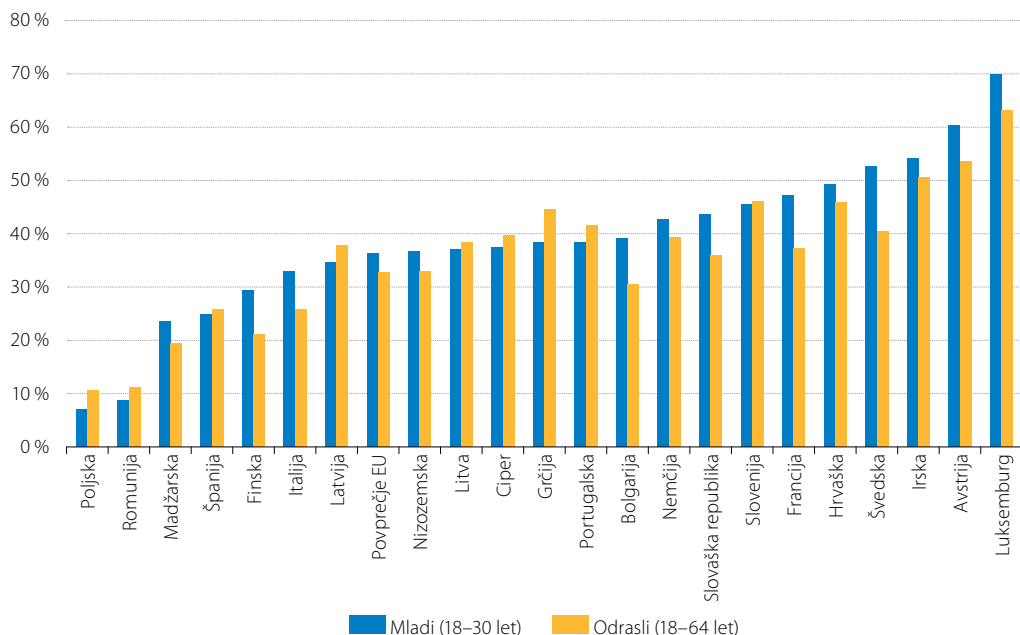


Vir: GEM (2023), Posebne tabele za OECD iz raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM) med odraslim prebivalstvom za leta 2018 do 2022.

Ustvarjanje delovnih mest je verjetno povezano z večjo verjetnostjo izvajanja strategij, usmerjenih v rast, kot je recimo izvoz. V EU je 36 % mladih podjetnikov v zgodnji fazi poročalo, da imajo stranke v drugih državah, v primerjavi s 33 % vseh podjetnikov v zgodnji fazi (OECD/European Commission, 2023). To lahko kaže na tendenco mladih podjetnikov, da si prizadevajo za širitev svojega poslovanja preko meja in kaže na njihovo usmerjenost k izkoriščanju mednarodnih trgov.

Mladi podjetniki v zgodnji fazi so bili najbolj izvozno naravnani v Luksemburgu (70 %), Avstriji (60 %) in Irski (54 %), ki so hkrati države z relativno majhnimi nacionalnimi trgi. Na drugem koncu spektra so bili mladi podjetniki na Poljskem (7 %), v Romuniji (9 %) in na Madžarskem (24 %) najmanj nagnjeni k poročanju o izvozni dejavnosti. Te razlike med državami članicami EU odražajo različno izvozno intenzivnost in gospodarske dejavnike, ki vplivajo na izvozne strategije mladih podjetnikov.

Slika 5.6. Razlike v izvozni naravnosti med mladimi in odraslimi podjetniki v evropskih državah



Vir: GEM (2023), Posebne tabele za OECD iz raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM) med odraslim prebivalstvom za leta 2018 do 2022.

Če se osredotočimo na Slovenijo, opazimo, da je skoraj polovica mladih podjetnikov, natančneje 45,4 % tistih med 18 in 30 let ter 46 % vseh podjetnikov, starih med 18 in 64 let, poročala o svoji izvozni aktivnosti. Ti podatki Slovenijo postavljajo visoko nad evropsko povprečje glede izvozne orientacije mladih podjetnikov.

V kontekstu globalizacije in digitalizacije poslovnih procesov je izvozna usmerjenost podjetnikov, zlasti mlajše generacije, ključnega pomena za gospodarsko rast in konkurenčnost držav članic EU (Ciravegna et al., 2014). Mladim podjetnikom omrežja digitalnih platform omogočajo dostop do tujih trgov in strank brez potrebe po fizični prisotnosti, kar je povzročilo spremembo v tradicionalnih modelih poslovanja (Zahra et al., 2014). Vendar pa raziskave kažejo, da je izvozna usmerjenost mladih podjetnikov pogosto povezana tudi z večjimi izzivi, kot so kulturne razlike, pravni okviri in logistične ovire (Kalinic in Forza, 2012). Kljub temu se zdi, da so prednosti izvozne usmerjenosti, kot so razširitev trga in diverzifikacija tveganja, prepričale velik delež mladih podjetnikov v EU, da iščejo priložnosti onkraj domačih meja.

5.3 Ekspertna ocena podpornih sistemov za mlade podjetnike

5.3.1 Uvod in predstavitev orodja *Better Entrepreneurship Policy Tool*

Razumevanje in izboljšanje podpornih sistemov za mlade podjetnike je ključno za spodbujanje podjetniške aktivnosti in inovativnosti. V Sloveniji, podobno kot v drugih članicah EU, mladi podjetniki predstavljajo vitalno silo gospodarstva, ki potrebujejo specifične pogoje za razvoj in rast. V nadaljevanju bomo predstavili, kako se Slovenija odziva na potrebe mladih podjetnikov in kako njene politike in programe ocenjujejo slovenski izbrani eksperti. Analiza temelji na orodju *Better Entrepreneurship Policy Tool* (Homepage | The Better Entrepreneurship Policy Tool, b. d.), ki sta ga razvili Evropska komisija in OECD ter obravnava različne dimenzije podpore, kot so izobraževanje, financiranje, regulativni okvirji ipd. Rezultati te analize so pomembni za oblikovanje prihodnjih politik in ukrepov, ki bodo ustrezali potrebam mladih podjetnikov in spodbujali njihov trajnostni razvoj.

Orodje *Better Entrepreneurship Policy Tool* je zasnovano kot interaktivni spletni instrument. Njegov namen je podpora oblikovalcem politik, podjetniškim združenjem in drugim ključnim akterjem pri razvoju in izvajanju vključujočih in socialno usmerjenih podjetniških politik. Orodje ponuja samooceno na šestih ključnih področjih, ki vplivajo na podjetniško okolje: strategije, predpisi, znanja in spretnosti, financiranje, omrežja in kultura. Zasnovano je tako, da spodbuja učenje iz mednarodnih primerov dobrih praks in izmenjavo znanj med različnimi regijami in državami.

5.3.2 Metodologija raziskave

V raziskavi smo uporabili ekspertno vzorčenje, kjer smo izbrali strokovnjake s področja podjetništva na podlagi njihovega znanja in izkušenj. Eksperti so s pomočjo orodja *Better Entrepreneurship Policy Tool* ocenili šest modulov, ki se nanašajo na različne vidike podjetniške podpore. Vsak modul je vseboval niz izjav, ki so jih eksperti ocenili na lestvici od 0 do 10, pri čemer je 0 pomenilo najslabšo oceno, 10 pa najboljšo. Ta proces samoocenjevanja je omogočil pridobitev kvalitativnih podatkov o stanju podjetniške podpore za mlade v Sloveniji.

Sodelovalo je 12 izbranih slovenskih ekspertov, ki so podali ocene preko orodja *Better Entrepreneurship Policy Tool*. Med njimi je bilo 70 % žensk in 30 % moških, kar odraža zavedanje o pomembnosti raznolikosti v ekspertnih mnenjih. Izbrani strokovnjaki so prihajali iz različnih institucionalnih okolij: 30 % iz vladnih organizacij, 30 % iz akademskih krogov, 20 % iz podpornih struktur za podjetništvo in 10 % iz nevladnih organizacij. Ti podatki so omogočili celovit vpogled v različne perspektive in izkušnje, ki so ključne za realno oceno podpornega okolja za mlade podjetnike v Sloveniji.

5.3.3 Predstavitev rezultatov po modulih

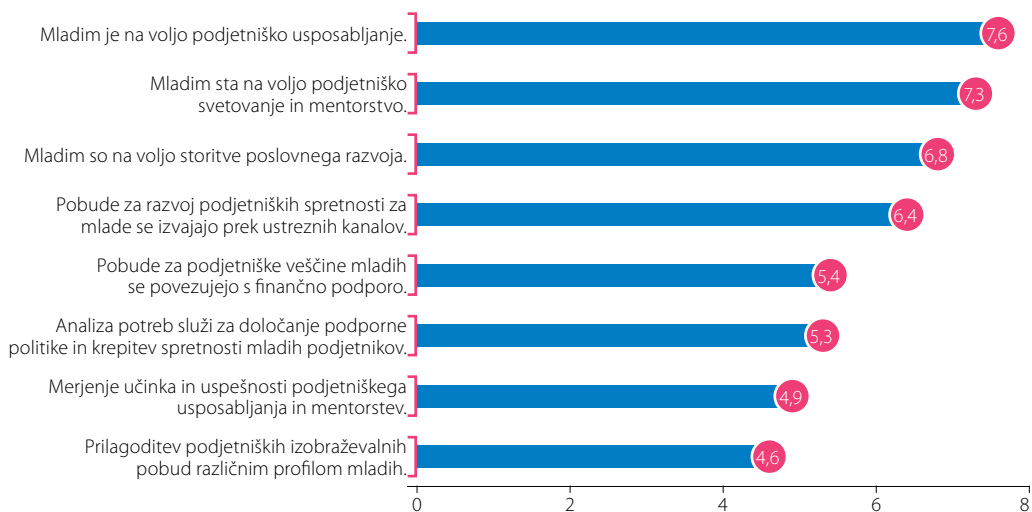
V nadaljevanju se bomo posvetili podrobni analizi rezultatov, pridobljenih s pomočjo orodja *Better Entrepreneurship Policy Tool*, ki so jih izbrani slovenski eksperti podali na temo podpornih sistemov za mlade podjetnike. Ocenjevali so šest ključnih področij, ki so osnovni gradniki podjetniškega ekosistema: spretnosti, kultura, predpisi, strategije, finance in mreže. Vsako področje ponuja vpogled v specifične segmente podpornega okolja, ki lahko bodisi pospešujejo ali ovirajo mlade pri razvoju in rasti njihovih podjetniških pobud. Rezultati, ki jih bomo predstavili, niso le odraz trenutnega stanja, temveč služijo kot temelj za oblikovanje prihodnjih strategij in politik, ki bodo usmerjene v ustvarjanje bolj spodbudnega okolja za mlade podjetnike v Sloveniji. V nadaljevanju

bomo raziskali, kako se posamezne komponente podjetniške podpore medsebojno povezujejo in katere so tiste, ki zahtevajo dodatno pozornost in izboljšave, da bi Slovenija še naprej krepila svoj podjetniški potencial.

Spretnosti

Modul Spretnosti je osrednji element podjetniške podpore, saj neposredno vpliva na usposobljenost mladih za vstop in uspeh v podjetništvu. V sklopu raziskave je bilo ugotovljeno, da je ponudba podjetniškega usposabljanja za mlade v Sloveniji precej razvita, kar odražajo visoke ocene (7,6 za usposabljanje in 7,3 za svetovanje in mentorstvo). To poudarja, da so obstoječi programi usmerjeni in prilagojeni potrebam mladih podjetnikov. Vendar pa je bila izpostavljena tudi problematika pomanjkanja učinkovitega spremljanja in vrednotenja teh programov, kar omejuje možnost njihovega nadaljnjega razvoja in izboljšanja. To nakazuje potrebo po bolj sistematičnem pristopu k ocenjevanju in poročanju o uspešnosti podjetniških iniciativ, kar bi lahko pripomoglo k boljšemu prilagajanju storitev potrebam različnih profilov mladih podjetnikov in izboljšanju njihove podjetniške usposobljenosti. Ugotovitve kažejo na pomembnost vzpostavitve mehanizmov za redno ocenjevanje in prilagajanje programov, s čimer bi se zagotovila njihova maksimalna učinkovitost in relevantnost. Prostor za izboljšave ostaja tudi na področju usklajevanja podjetniških spretnosti z zagonskimi finančnimi podporami (ocena 5,4) ter pri že omenjenim prilagajanju iniciativ različnim profilom mladih (ocena 4,6).

Slika 5.7. Ocena podjetniških spretnosti med mladimi podjetniki v Sloveniji



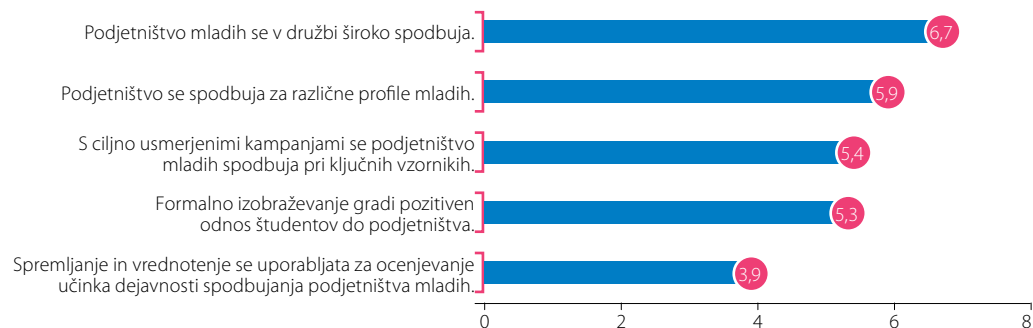
Vir: OECD. Better Entrepreneurship Policy Tool.

Kultura

Modul Kultura osvetljuje, kako družba in izobraževalni sistemi v Sloveniji spodbujajo podjetništvo med mladimi. Najvišjo oceno je prejela trditev, da je podjetništvo med mladimi široko spodbujano (6,7), kar odraža pozitivno delovanje podpornega okolja. Kljub temu pa relativno nizka ocena (3,9) pri spremljanju in vrednotenju teh aktivnosti nakazuje na področja, kjer je potrebno izboljšanje.

To pomeni, da bi bilo treba okrepiti postopke za merjenje vpliva, uspešnosti in učinkovitosti programov, ki so ključni za nadaljnji razvoj podjetniške kulture. Formalno izobraževanje je ocenjeno kot nevtrarno (5,3), kar kaže potrebo po bolj integriranem pristopu k podjetniškemu izobraževanju na vseh ravneh. Ocene kažejo, da je kljub močni splošni spodbudi za podjetništvo mladih potrebno več dela pri zagotavljanju, da se pozitivni učinki teh prizadevanj ustrezno merijo in komunicirajo.

Slika 5.8. Podjetniška kultura med mladimi v Sloveniji



Vir: OECD. Better Entrepreneurship Policy Tool.

Predpisi

Modul Predpisi odraža pozitivno oceno glede predpisov in postopkov za zagon podjetij (7), kar kaže na uspešno podporno okolje za mlade podjetnike v Sloveniji. Ocena dostopnosti in prilagojenosti informacij o ustanavljanju podjetij (6,1) prav tako izkazuje, da so informacije prilagojene različnim potrebam bodočih podjetnikov. Vendar pa nizke ocene za spodbude v socialno varnostnih sistemih (4,6) in še posebej za spremljanje ter vrednotenje regulativnega okolja (3,8) kažejo, da je treba več pozornosti nameniti ocenjevanju učinkovitosti politik in razumevanju regulativnih ovir, ki mlade podjetnike še vedno omejujejo.

Slika 5.9. Ocena zakonodajnega okolja za mlade podjetnike v Sloveniji

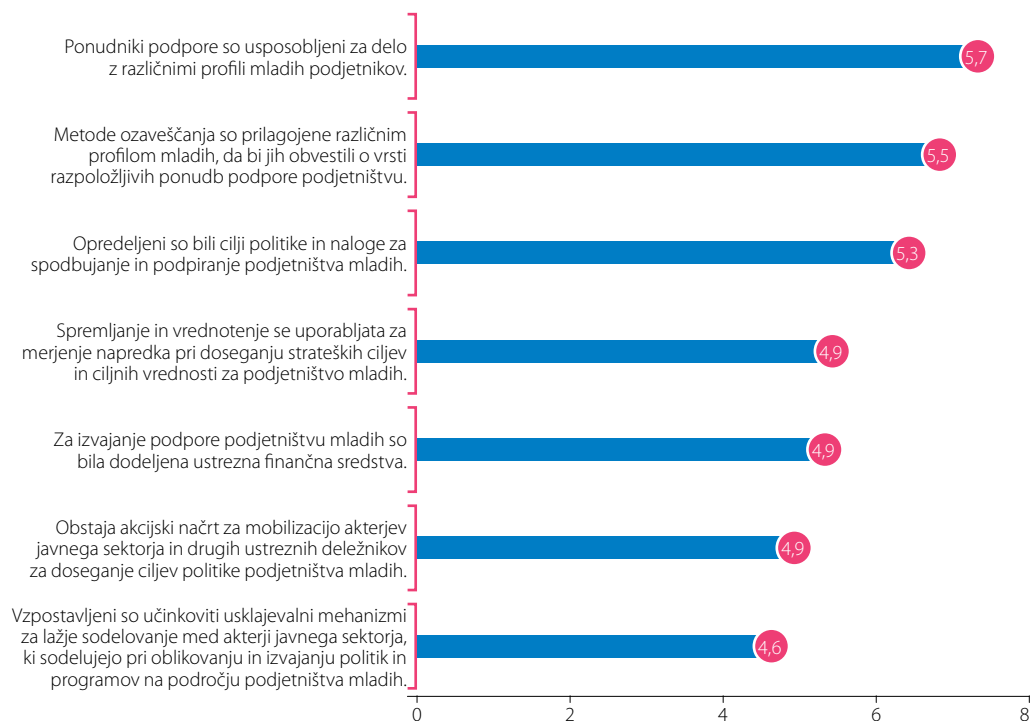


Vir: OECD. Better Entrepreneurship Policy Tool.

Strategije

Rezultati modula Strategije kažejo na nekaj kritičnih področij, ki potrebujejo pozornost. Učinkovitost usklajevalnih mehanizmov (4,6) in akcijski načrti (4,9) ne zadostujejo zahtevam za dinamično in prilagodljivo podporo podjetništvu mladih. Podobno je z zaznamimi finančnimi sredstvi (4,9), ki so na meji zadostnosti, in s spremljanjem ter vrednotenjem (4,9), ki ne zagotavljajo celovitega pregleda nad učinkovitostjo politik in programov. Predlagamo, da se okrepijo mehanizmi za sodelovanje in povečajo finančna sredstva, hkrati pa se izboljša spremljanje in vrednotenje za natančnejšo oceno napredka. Usposobljenost ponudnikov podpore (5,7) je sicer nadpovprečna, a še vedno obstaja prostor za izboljšave, še posebej pri prilagajanju metod ozaveščanja (5,5) za različne profile mladih.

Slika 5.10. Ocena strategij podpore podjetništvu mladih v Sloveniji



Vir: OECD. Better Entrepreneurship Policy Tool.

Finance

Rezultati za modul Finance kažejo na to, da je podpora financiranju mladih podjetnikov relativno dobro povezana z nefinančnimi podpornimi ukrepi (ocena 7,2), kar kaže na obstoj učinkovitega sistema podpore. Vendar pa so nižje ocene pri ponudbah za financiranje zagona (4,5) in razvoja podjetij (4,3) ter financiranju podjetij s hitro rastjo (4,6) pokazatelj, da obstajajo vrzeli v finančni podpori, prilagojeni potrebam različnih profilov mladih podjetnikov. Spremljanje in vrednotenje teh finančnih shem (ocena 4,8) je prav tako področje, ki zahteva večjo pozornost, da se zagotovi njihova učinkovitost in uspešnost. Te rezultate je mogoče interpretirati kot potrebo po razširitvi in prilagoditvi finančnih instrumentov, da bi boljše služili mladim podjetnikom s potencialom za hitro rast in inovativnost.

Slika 5.11. Ocena finančne podpore za mlade podjetnike v Sloveniji

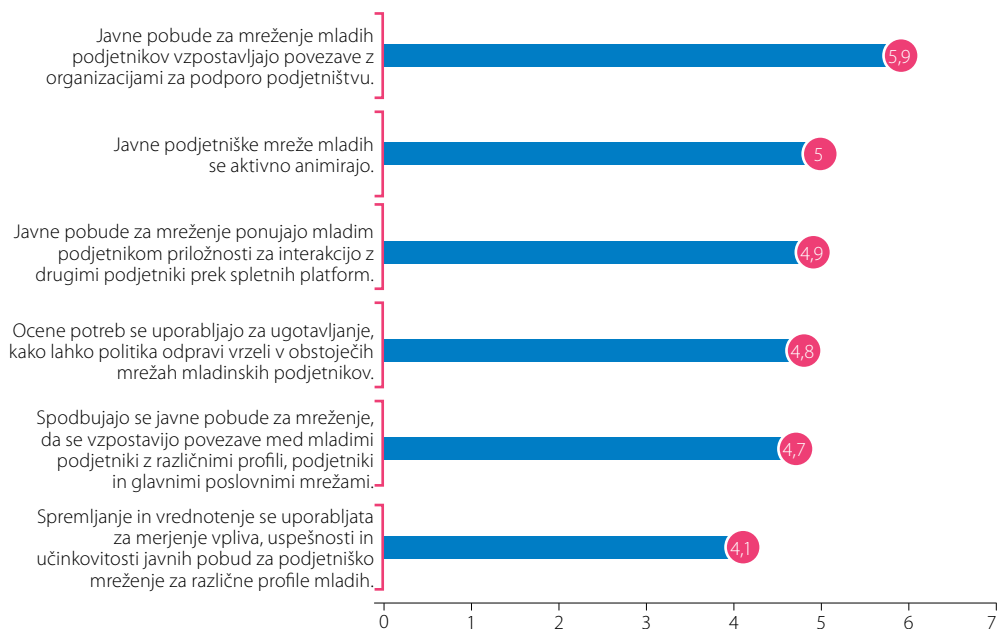


Vir: OECD. Better Entrepreneurship Policy Tool.

Mreže

Modul Mreže prikazuje, da so javne iniciative za mreženje mladih podjetnikov relativno uspešne pri povezovanju različnih podpornih organizacij (ocena 5,9) in aktiviranju mladih v podjetniških omrežjih (ocena 5,0). Vendar pa je potrebna večja pozornost na identifikaciji vrzeli v obstoječih omrežjih (ocena 4,8) in na izboljšanju merjenja učinka teh mrež (ocena 4,1). Rezultati nakazujejo, da je kljub aktivnemu pristopu k mreženju še vedno potreben razvoj v smislu spremljanja in ocenjevanja, da bi se omrežne iniciative bolj učinkovito nadgradile in izboljšale.

Slika 5.12. Ocena učinkovitosti mrež za podporo mladim podjetnikom v Sloveniji

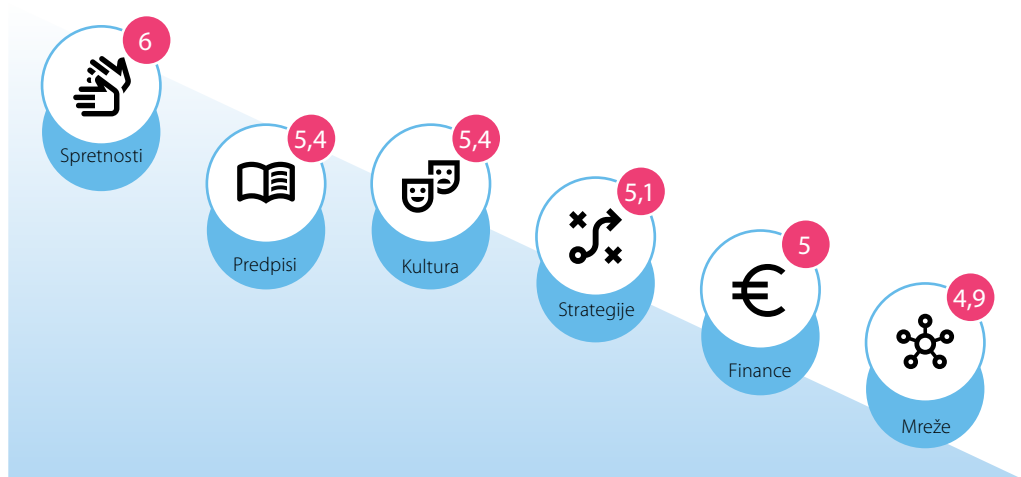


Vir: OECD. Better Entrepreneurship Policy Tool.

5.3.4 Sklepna analiza podpornih mehanizmov za mlade podjetnike

V sklepnem poglavju naše primarne raziskave se podrobno posvečamo sintezi podatkov, ki odražajo stanje podpornih mehanizmov za mlade podjetnike v Sloveniji in jih primerjamo s širšimi evropskimi trendi in priporočili. Podatki, zrcaljeni v povprečnih ocenah šestih temeljnih modulov, razkrivajo zapletenost podjetniškega okolja in izpostavljajo področja, ki zahtevajo strateško nadgradnjo in večjo usklajenost z evropskimi pobudami. Prikazana sinteza je utemeljena z grafičnim prikazom povprečnih ocen šestih ključnih modulov (slika 5.13), ki nudi vizualno izhodišče za analizo.

Slika 5.13. Povprečne vrednosti podpornih ukrepov za mlade podjetnike po modulih



Vir: OECD. Better Entrepreneurship Policy Tool.

Modul Spretnosti: temelj podjetniškega uspeha (povprečna ocena: 6)

Ugotavljamo, da modul Spretnosti izstopa kot izrazito področje v skladu z globalnimi usmeritvami. Te poudarjajo pomembnost podjetniških veščin, ki so podprte s številnimi programi, kot je *Evropska agenda veščin* (angl. *European Skills Agenda*), in iniciativami za zaposlovanje mladih. OECD je to potrdil s podpisom *Priporočil za krepitev mladinskih politik* (angl. *Recommendation o. t.e Council on Creating Better Opportunities for Young People*) v 41 državah leta 2022 (OECD, 2022). Ti ukrepi segajo od izobraževanja do zaposlovanja in javnega upravljanja, kar pomaga državam okrepiti politike za mlade in poudarja pomen razvoja podjetniških veščin kot ključnega dejavnika uspeha v podjetništvu (OECD/European Commission, 2023).

Modul Kultura: vzgoja podjetniškega ekosistema (povprečna ocena: 5,4)

Podporno okolje za mlade podjetnike je ključnega pomena za spodbujanje podjetniškega duha znotraj Evropske unije. Strategije, ki jih uvajajo države članice EU, so usmerjene v izboljšanje razmer, ki mladim olajšajo vstop na trg dela ter aktivno promovirajo podjetništvo mladih. Usposabljanje, coaching in mentorstvo so temeljne oblike podpore, ki jih države nudijo za razvoj mladih podjetniških talentov. Ti programi so zasnovani tako, da ciljno nagovarjajo mlade podjetnike in dosegajo visoko stopnjo vključenosti. Kljub temu pa študije OECD in Evropske komisije iz leta 2023 (OECD/European Commission, 2023) kažejo, da je kakovost teh programov variabilna in da je merjenje njihovega vpliva na podjetniški uspeh zapleteno.

Modul Predpisi: poenostavitev poti za podjetnike (povprečna ocena: 5,4)

Ocena regulatornega okvirja poziva k poenostavitvi postopkov in uvedbi fiskalnih spodbud za mlade podjetnike. Francoski status študentskega podjetnika (Statut National Étudiant-Entrepreneur – SNEE), ki omogoča študentom, da ob ustanovitvi podjetja ohranijo svoj akademski status, ponuja vzor. Ta pobuda ne le olajša podjetniško pot, ampak nudi tudi celovito podporo vključno s coachingom in dostopom do souporabe delovnih prostorov (Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, 2023) in služi kot možen zgled za Slovenijo. Ta primer je še posebej relevanten v kontekstu EU, kjer skoraj polovica držav članic implementira podporne ukrepe, usmerjene v zmanjševanje administrativnih bremen mladih podjetnikov, vključno z začasnimi davčnimi olajšavami in znižanjem prispevkov za socialno varnost, s čimer se zagotavlja finančna razbremenitev in spodbuja podjetniška iniciativa.

Modul Strategije: oblikovanje agilnih in proaktivnih politik (povprečna ocena: 5,1)

Strateško oblikovanje politik mora napredovati v smeri razumevanja in zadovoljevanja nenehno spreminjajočih se potreb mladih podjetnikov. Pri tem je ključno, da se zgleduje po uspešnih strategijah EU za vzpostavitev dinamičnega in proaktivnega političnega okolja.

Modul Finance: zagotavljanje finančne osnove (povprečna ocena: 5)

V okviru modula Finance, ki v slovenskem kontekstu prejema povprečno oceno 5, se odraža spoznanje, da je ključna potreba po razvoju specifičnih finančnih instrumentov, ki bodo naslovili in odpravili kapitalske omejitve, s katerimi se soočajo mladi podjetniki. Ta ugotovitev je v sozvočju s poročilom Evropske komisije iz leta 2023, ki izpostavlja pomanjkanje kapitala kot eno izmed ključnih preprek, identificiranih s strani 40 % mladih v Evropi, in poudarja potrebo po krepitvi finančnih podpornih struktur (European Commission, 2023). Kot odgovor na te izzive skoraj dve tretjini držav članic EU implementira prilagojene programe, ki vsebujejo subvencije in mikrofinančne podpore, ki so posebej oblikovane za podporo mladim podjetniškim talentom in njihovim začetnim finančnim potrebam.

Modul Mreženje: povezovanje za skupno rast (povprečna ocena: 4,9)

Modul Mreženje, ki v slovenskem ekosistemu dosega povprečno oceno 4,9, kaže na pomen in potencial za nadgradnjo v smislu krepitve mreženja. Takšno stališče odražajo priporočila OECD, ki izpostavljajo potrebo po vzpostavitvi močnih podjetniških mrež za spodbujanje sodelovanja in kolektivnega razvoja (OECD/European Union, 2023). Iniciative znotraj Evropske unije, usmerjene v mentorstvo in vzpostavljanje mrež, prav tako dobivajo na moči. Te so namenjene mladim podjetnikom, da bi lahko oblikovali profesionalne mreže in se povezali z uspešnimi podjetniškimi vzorniki, kar bistveno prispeva k rasti zavedanja o pomenu podjetništva in h krepitvi motivacije za podjetniške podvige, kot poudarjata OECD in Evropska komisija v poročilu iz leta 2020 (OECD/ Evropska komisija, 2020).

V zaključnem delu naše poglobljene analize podpornih sistemov za mlade podjetnike v Sloveniji smo oblikovali naslednje ključne ugotovitve in priporočila:

1. **poudarjanje razvoja podjetniških veščin in spretnosti:** dajanje prednosti razvoju veščin, kot to kaže modul Spretnosti, za vzporedno sledenje uspešnim evropskim modelom in poudarjanje nujnosti takšnih kompetenc;
2. **potreba po prilagodljivih podpornih strukturah:** nizke ocene pri modulih Mreže, Finance in Strategije opozarjajo na nujnost nadaljnjih prilagoditev podpornih struktur, da bodo te bolje odražale in zadovoljevale različne potrebe mladih podjetnikov, ob izkoriščanju evropskih dobrih praks;
3. **začetno financiranje kot ključna ovira:** poudarjamo, da je zagotavljanje začetnega financiranja ključno za mlade podjetnike. Podporni mehanizmi, ki jih nudijo države članice EU, kot so ciljno usmerjene finančne sheme, so ključni za premostitev tega izziva;
4. **vloga vzornikov in mreženja:** pobude za vzornike in mreženje, ki jih razvija EU, so bistvene za širjenje zavedanja o podjetništvu in omogočanje dostopa do profesionalnih mrež za mlade podjetnike;
5. **poenostavitev administrativnih ovir:** pomoč pri administrativnih zahtevah, kot so začasne davčne olajšave in zmanjšanje prispevkov za socialno varnost, ki jih ponuja skoraj polovica držav članic EU, je bistvena za finančno razbremenitev mladih podjetnikov;
6. **krepitev spremljanja in vrednotenja:** izpostavljamo potrebo po izboljšanju procesov spremljanja in vrednotenja, kar bo zagotovilo večjo učinkovitost in prilagodljivost podpornih ukrepov za mlade podjetnike v Sloveniji;
7. **integracija izobraževanja in podjetništva:** modul Kultura kaže na potrebo po večji integraciji podjetniških elementov v izobraževalne okvire, da bi okrepili podjetniški duh med mladimi;
8. **prilagajanje programov specifičnim skupinam:** razvijanje ciljno usmerjenih programov, ki se prilagajajo različnim potrebam mladih podjetniških skupin, v skladu z usmerjenim pristopom OECD.

Za oblikovalce politik je nujno, da se zavežejo k razvoju ciljno usmerjenih in prilagodljivih strategij, ki bodo podprle mlade podjetnike v njihovih specifičnih potrebah in izzivih. Analiza potrjuje, da Slovenija sledi evropskim smernicam, vendar je potrebno kontinuirano delo na reviziji in nadgradnji podpornih mehanizmov. To zahteva trdno sodelovanje med političnimi, izobraževalnimi in podjetniškimi sektorji ter povečanje investicij v inovativnost in podjetniško dinamiko.

6 Zaključek

6.1 Sklepna spoznanja

Raziskava o podjetništvu mladih v Sloveniji in Evropski uniji analizira in obravnava širok spekter vidikov. Poudarek je na pomenu podjetništva mladih za razvoj gospodarstva. Posebna pozornost je namenjena izzivom, s katerimi se soočajo mladi podjetniki, vključno s finančnimi omejitvami in pomanjkanjem izkušenj, ter vplivu spreminjajočih se trendov zaposlovanja, ki se nagibajo k bolj prožnim oblikam dela. V raziskavi smo preučili različne oblike podjetništva mladih, kot so start-up podjetja, družinska podjetja, franšize in socialno podjetništvo, pri čemer ima vsaka o. t.h oblik svoje specifične značilnosti in izzive.

Metodologija raziskave vključuje tako kvantitativno kot kvalitativno analizo, s pomočjo katere smo ocenjevali vpliv podjetništva mladih na družbo in gospodarstvo. Skozi analizo smo podali vpogled v trenutno stanje, izzive in potencial podjetništva mladih v Sloveniji in EU. Izpostavlja se potreba po razvoju celovitih strategij in podpornih mehanizmov za spodbujanje in razvoj tega ključnega sektorja.

Podjetništvo mladih obsega dejavnosti, ki jih izvajajo mladi, običajno med 18. in 29. ali 34. letom, z namenom ustvarjanja in upravljanja lastnega posla ali podjetja. To vključuje razvoj poslovnih idej, vzpostavitev in vodenje podjetij ter prevzem tveganja. Podjetništvo mladih je ključnega pomena, saj prispeva k ustvarjanju novih delovnih mest, spodbuja inovacije in prispeva h gospodarskemu razvoju.

Strateški okvir za spodbujanje podjetništva mladih vključuje različne politike in programe, ki podpirajo inovacije, izobraževanje, usposabljanje, mentorstvo, ter zagotavljanje dostopa do financiranja in omrežij, ki mladim podjetnikom pomagajo pri uresničevanju njihovih poslovnih idej. Politike EU, povezane s podjetništvom mladih, so zasnovane z namenom spodbujanja ustvarjalnosti, inovacij in zagotavljanja več možnosti za mlade. Podjetništvo mladih je priznано kot orodje za boj proti brezposelnosti mladih in socialni izključenosti ter za spodbujanje inovacij med mladimi. *Strategija Evropa 2020* postavlja cilje za spodbujanje podjetniškega duha med mladimi v okviru različnih iniciativ. To vključuje tudi krepitev digitalnih veščin, spodbujanje inovativnosti in ustvarjalnosti ter zagotavljanje ustreznih podpornih struktur za mlade podjetnike. *Strategija EU za mlade* predlaga različne ukrepe za spodbujanje podjetništva med mladimi, vključno s podpiranjem mladinskega socialnega podjetništva, solidarnostnih gospodarskih pobud in spodbujanjem podjetniškega izobraževanja ter usposabljanja na vseh ravneh.

Podjetništvo mladih je v Sloveniji postalo prednostno področje političnih prizadevanj, s ciljem izboljšanja podjetniškega ekosistema in spodbujanja gospodarske rasti. Kljub napredkom v zaposlovanju mladih obstajajo izzivi, ki zahtevajo celovite strategije in pristope za podporo mladim podjetnikom. Mladi podjetniki v Sloveniji pogosto naletijo na številne ovire, kot so finančne omejitve, pomanjkanje izkušenj, otežen dostop do financiranja in spodbud ter prilagajanje na spremenljive delovne razmere. Te ovire otežujejo njihov vstop in uspeh v podjetniškem svetu.

V Evropski uniji opažamo izrazito zanimanje mladih za podjetništvo, saj približno 40–45 % mladih, starih med 18 in 30 let, izkazuje interes za samozaposlovanje. Kljub temu pa dejanska samozaposlitev ali ustanovitev podjetja med mladimi ostaja precej nižja, kar kaže na precej neizkoriščen podjetniški potencial v tej starostni skupini. V letu 2020 je bilo v EU približno dva milijona samozaposlenih mladih, starih od 20 do 29 let, kar predstavlja zgolj 7 % vseh delovno aktivnih v tej starostni skupini in je občutno manj v primerjavi s celotnim deležem samozaposlenih med 15–64-letniki. Opazne so

tudi geografske razlike, saj se delež samozaposlenih mladih giblje od 2,5 % v Nemčiji do 12,5 % na Slovaškem, odsevajoč različne tržne in družbene pogoje znotraj EU. Zanimivo je, da kljub razmeroma visokemu interesu za samozaposlitev, ki ga izkazuje 39 % mladih v EU, večina (55 %) vseeno raje izbere tradicionalno zaposlitev. V Sloveniji pa ta interes presega povprečje EU, saj 45 % mladih izraža preference za samozaposlitev. Ta trend nakazuje na pomembnost razumevanja in naslavljanja specifičnih ovir in izzivov, s katerimi se mladi soočajo na svoji podjetniški poti.

Podjetniške aktivnosti mladih po fazah podjetniškega procesa razkrivajo dinamično naravo podjetniškega angažmaja mladih v EU. V obdobju 2018–2022 je bilo približno 5 % mladih v EU dejavno vključenih v ustanavljanje podjetij, kar kaže na večjo podjetniško angažiranost mladih v zgodnjih fazah podjetništva v primerjavi z vsemi odraslimi. Ta trend se je še okrepil med pandemijo covid-19, ko so mladi podjetniki pokazali izjemno odpornost in prilagodljivost z opaznim povečanjem podjetniške aktivnosti v letih 2021 in 2022. Vendar pa stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti med mladimi v EU variirajo med državami, pri čemer Slovenija s 5,9 % mladih, ki se ukvarjajo z nastajajočim podjetništvom, presega evropsko povprečje. Hkrati ostaja delež mladih, ki so lastniki – upravljalci uveljavljenih podjetij, v tem istem obdobju relativno nizek, saj znaša okoli 2 %, kar je znatno manj v primerjavi z odraslo populacijo. Slovenija tukaj sledi evropskemu povprečju. Glede na razloge za prenehanje poslovanja med mladimi podjetniki v EU v obdobju 2016–2020, je bilo pomanjkanje dobičkonosnosti najpogostejši razlog za prenehanje dejavnosti. Zanimivo pa je, da mladi podjetniki pogosteje kot odrasli navajajo tudi pozitivne razloge za izstop iz podjetništva, kar odraža njihovo prilagodljivost in dinamičnost na podjetniški poti. Ti podatki skupno kažejo na aktivno vključenost mladih v podjetništvo, a hkrati izpostavljajo potrebo po boljši podpori in stabilnosti za dolgoročni uspeh mladih podjetnikov.

Socialno podjetništvo se kaže kot ključno orodje v boju proti družbenim izzivom, združujoč podjetniško inovativnost z družbeno odgovornostjo in trajnostjo. Kljub obetavnemu potencialu se mladi socialni podjetniki soočajo z večplastnimi ovirami, ki segajo od finančnih in izkušenskih primanjkljajev do regulativnih in merilnih izzivov ter pomanjkanja omrežij in razumevanja. Raziskave nakazujejo, da mladi cenijo delo z jasnim namenom in družbenim vplivom, čeprav socialno podjetništvo morda ni njihova primarna karierna izbira. Vendar pa obstaja potencial, saj skoraj polovica mladih v Sloveniji prepoznava poslovne priložnosti v družbenih problemih. Kljub temu pa je seznanjenost s socialnim podjetništvom in ocena podpore EU na tem področju med mladimi še vedno relativno nizka, kar kaže na potrebo po intenzivnejših prizadevanjih za izobraževanje, ozaveščanje in podporo, da se mladim socialnim podjetnikom omogoči premagovanje ovir in uresničevanje njihovega potenciala za pozitivne družbene spremembe.

Pregled osnovnih značilnosti podjetniške aktivnosti mladih ponuja vpogled v dinamiko in motivacijo mladih podjetnikov v EU. Spreminjajoče se delovno okolje postavlja podjetništvo mladih, vključno s samozaposlitvijo, v ospredje kot privlačno alternativo tradicionalni zaposlitvi, pri čemer mladi izkoriščajo nove gospodarske priložnosti in se odzivajo na tržne spremembe. Motivacije za podjetništvo med mladimi so raznolike in segajo od reševanja problema brezposelnosti („push“ dejavniki) do želje po neodvisnosti in boljših dohodkovnih možnostih („pull“ dejavniki). V EU prevladujejo „pull“ dejavniki, ki mlade spodbujajo k podjetništvu, čeprav se stopnje podjetništva iz nje razlikujejo med posameznimi državami. Struktura mladih podjetnikov kaže, da jih več kot polovica (52 %) ima srednjo ali višjo izobrazbo, medtem ko ima približno tretjina (35 %) mladih samozaposlenih v EU terciarno izobrazbo. Ti podatki poudarjajo ključno vlogo izobraževanja v podjetniškem uspehu in inovativnosti mladih. Raznolikost v izobrazbi in motivacijah odraža širok spekter priložnosti in izzivov, s katerimi se mladi podjetniki soočajo v EU, in izpostavlja potrebo po prilagojenih podpornih strategijah, ki odražajo te različne pogoje in ambicije.

Nadalje izpostavljamo ključne težave, s katerimi se mladi podjetniki soočajo v EU, ter posebnosti slovenskega podjetniškega okolja. Ena izmed najbolj izrazitih ovir je strah pred neuspehom, ki ga izraža skoraj polovica mladih v EU. V Sloveniji je ta strah manj izrazit (36,7 %) v primerjavi s povprečjem EU (45,2 %), kar kaže na bolj spodbudno podjetniško okolje ali večjo toleranco do tveganja med mladimi Slovenci. Pomanjkanje vzornikov in mentorstva je še ena bistvena ovira, ki mladim podjetnikom otežuje razvoj podjetniških veščin in gradnjo profesionalnih mrež. Dostop do kapitala je prav tako ključna težava, saj skoraj 40 % mladih v EU navaja pomanjkanje kapitala kot oviro, kar je še posebej problematično v kontekstu pandemije covid-19, ki je dodatno omejevala finančne možnosti.

Spolna vrzel v podjetništvu je opazna, pri čemer so mladi moški 1,6-krat bolj verjetno samozaposleni kot mlade ženske. Ta vrzel se kaže tudi v ambicijah po rasti podjetij, saj ženske pogosto izražajo nižja pričakovanja glede rasti svojih podjetij v primerjavi z moškimi. Slovenija se odziva na te izzive z izvajanjem različnih programov in strategij za podporo mladim podjetnicam, osredotočenih na razvoj spretnosti, financiranje, mreženje in regulativno podporo. Kljub temu je jasno, da je potrebno nadaljnje prilagajanje teh programov za učinkovitejše zadovoljevanje specifičnih potreb in ambicij mladih podjetnic.

Izpostavljamo tudi pomembno vlogo podjetniškega izobraževanja pri oblikovanju ambicij in kompetenc mladih v EU. Več kot polovica študentov v evropskih državah se med študijem seznanja s podjetništvom, kar kaže na njegovo vseprisotnost in naraščajoče zanimanje v izobraževalnem sistemu. Vendar pa so ugotovitve o učinkovitosti podjetniškega izobraževanja mešane. Nekatere študije kažejo, da takšna izobraževanja lahko znatno povečajo podjetniški potencial mladih in spodbujajo njihove podjetniške ambicije, medtem ko druge ugotavljajo, da sama izobraževanja brez dodatnih podpornih ukrepov ali specifično usmerjenih programov ne zagotavljajo vedno želenih rezultatov. Približno 41 % mladih v EU meni, da ima potrebno znanje in veščine za ustanovitev podjetja, kar je manj v primerjavi z odraslo populacijo. Ta statistika lahko odraža razlike v samozavesti in kulturnih stališčih do podjetništva med mladimi. V Sloveniji se kaže trend povečane uporabe neformalnih virov usposabljanja, kot so spletne platforme in poslovne mreže. Ta pojav kaže na kulturne razlike in prilagodljivost mladih do različnih pristopov k pridobivanju podjetniških veščin. Te ugotovitve kažejo na nujnost razvoja celovitih in prilagojenih izobraževalnih pristopov, ki bodo mladim omogočali, da svoje podjetniške ideje prenesejo iz teoretičnega okvira v prakso.

Razprava o inovativnosti in rasti med mladimi podjetniki osvetljuje ključno vlogo, ki jo mladi podjetniki igrajo v sodobnem gospodarstvu, zlasti v kontekstu digitalne in zelene preobrazbe. Mladi so na čelu inovacij, ki so bistvenega pomena za reševanje družbenih in okoljskih izzivov. Približno 43 % mladih podjetnikov v EU in 36,3 % v Sloveniji uvaja nove izdelke ali storitve, kar kaže na njihov pomemben prispevek k ekonomskemu napredku in ustvarjanju dodane vrednosti. Poleg tega mladi podjetniki vse bolj raziskujejo mednarodne trge, saj ima 36 % mladih podjetnikov v EU in 45,4 % v Sloveniji stranke v tujini. Izvozna usmerjenost je ključna za njihovo rast in konkurenčnost, čeprav se soočajo z izzivi, kot so kulturne razlike in logistične ovire. Hitro rastoča podjetja, ki jih pogosto vodijo mladi podjetniki, igrajo pomembno vlogo v ekonomiji, kljub temu da predstavljajo majhen delež vseh podjetij. Ta podjetja prispevajo k neto številu ustvarjenih delovnih mest in okrepitvi celotnega podjetniškega ekosistema. Sklenemo lahko, da mladi podjetniki predstavljajo vitalno silo v lokalnih in globalnih ekonomijah s svojimi inovacijami, rastjo in izvoznimi aktivnostmi. Zato je bistveno, da se jim zagotovijo ustrezna podpora in spodbude, ki jim bodo omogočale razvijanje in uresničevanje inovativnih idej ter njihovo uspešno vključevanje na trg.

Pregled programov in instrumentov podpore za mlade podjetnike in primarna raziskava, v kateri so eksperti podali oceno podpornih sistemov za mlade podjetnike, skupaj razkrivata ključne vidike podporne infrastrukture za mlade podjetnike v Sloveniji in EU. Ugotovljeno je, da mladi v Sloveniji močno povprašujejo po mentorstvu izkušenih podjetnikov in finančni podpori, kar odraža njihovo potrebo po usmerjanju in začetnem kapitalu pri zagonu podjetij. Programi, usmerjeni v razvoj podjetniških veščin, so učinkovito prilagojeni, vključno z usposabljanjem, svetovanjem, mentorstvom in integracijo v poslovne inkubatorje. Obstaja ključna potreba po izboljšanju regulativnega okolja, ki bi mladim podjetnikom omogočilo lažje razumevanje in upoštevanje upravnih postopkov. Prav tako je pomembno zmanjšati administrativna bremena, ki jih občutijo mladi podjetniki, z uvajanjem ukrepov, kot so začasne davčne olajšave in znižanje prispevkov za socialno varnost. Takšni ukrepi bi prispevali k finančnemu razbremenjevanju mladih podjetnikov in bi hkrati spodbujali njihovo podjetniško pobudo. Rezultati primarne raziskave kažejo na potrebo po nadaljnjem spremljanju in vrednotenju teh programov za zagotavljanje njihove stalne ustreznosti in učinkovitosti. Poleg tega je poudarjena vloga EU v spodbujanju mladinskega podjetništva, a hkrati izpostavljen izziv rednega ocenjevanja učinkovitosti mladinskih podjetniških politik. Skupaj te ugotovitve nakazujejo na pomen celostne podpore in potrebo po rednem spremljanju in ocenjevanju učinkovitosti podpornih politik za zagotovitev trajnostnega uspeha podjetniških pobud mladih v Sloveniji.

6.2 SWOT analiza podjetništva mladih

Podjetništvo mladih ima velik pomen v družbi ter ekonomiji iz več razlogov. Pomembno je, da mladi, ki se odločijo za podjetništvo, dobro premislijo o njegovih prednostih in slabostih ter se ustrezno pripravijo na podjetniško pot, da bi maksimizirali svoje možnosti za uspeh in obvladali prihodnje izzive. *Slika 6.1* prikazuje SWOT analizo podjetništva mladih.

Analiza SWOT razkriva pomen mladih podjetnikov za inovacijsko dinamiko in gospodarski razvoj, pri čemer se osredotoča na njihovo sposobnost uvajanja novih idej, pristopov in tehnologij v poslovno okolje. Glavna prednost, ki jo mladi podjetniki prinašajo, je njihova inherentna inovativnost, ki izhaja iz svežega pogleda na obstoječe tržne in tehnološke paradigme. Ta neobremenjenost z ustaljenimi praksami omogoča preboje, ki tradicionalnim akterjem morda niso očitni ali dostopni. Poleg inovacijskega prispevka mladi podjetniki v gospodarstvu igrajo ključno vlogo pri ustvarjanju zaposlitvenih priložnosti, kar ima neposreden učinek na zmanjševanje brezposelnosti in spodbujanje družbene kohezije. Ustvarjanje delovnih mest ni omejeno zgolj na kvantitativni vidik, ampak vključuje tudi kvalitativno dimenzijo, saj nove podjetniške pobude pogosto potrebujejo raznolike talente in spretnosti, ki odražajo dinamične potrebe trga. Kljub številnim priložnostim in prednostim, ki jih podjetništvo mladih prinaša, pa so le-ti soočeni s tveganji in izzivi, kot so finančna nestabilnost, konkurenčni pritiski, pomanjkanje izkušenj in čustvena obremenitev. Ti izzivi zahtevajo strukturiran pristop k oblikovanju podpornih mehanizmov, ki ne le omilijo tveganja, ampak tudi spodbujajo odpornost in inovativnost mladih podjetnikov.

Slika 6.1. SWOT analiza podjetništva mladih

Prednosti (angl. Strengths)

- **Inovacija:** mladi podjetniki prinašajo sveže ideje in kreativnost na trg, kar jim omogoča razvoj novih izdelkov in storitev.
- **Prilagodljivost:** mladi so pogosto bolj prožni pri sprejemanju sprememb in prilagajanju novim okoliščinam.
- **Tehnično znanje:** mladi so običajno bolj seznanjeni z najnovejšimi tehnologijami in digitalnimi orodji, kar jim omogoča učinkovito koriščenje spletnih platform in trženja.
- **Podporna skupnost:** obstaja veliko organizacij, pospeševalnikov, mentorskih programov in drugih virov podpore za mlade podjetnike, ki jim pomagajo pri začetku in rasti njihovih podjetij.
- **Mladi tržni segment:** mladi podjetniki pogosto bolje razumejo potrebe in želje svoje generacije, kar jim daje konkurenčno prednost pri razvijanju izdelkov in storitev, usmerjenih v mlade potrošnike.

Slabosti (angl. Weaknesses)

- **Finančna omejenost:** začetek in vzdrževanje poslovanja zahtevata finančna sredstva, ki so lahko omejena za mlade podjetnike, kar lahko poveča finančno tveganje in negotovost.
- **Pomanjkanje izkušenj:** mladi morda nimajo dovolj izkušenj v vodenju podjetja, kar lahko vodi v napake pri upravljanju in odločanju.
- **Čustvena obremenitev:** podjetništvo lahko prinese visoko čustveno obremenitev, saj so mladi odgovorni za vse vidike svojega posla, kar lahko vpliva na njihovo duševno zdravje.
- **Nestabilen dohodek:** samozaposleni mladi se pogosto soočajo z neenakomernim dohodkom, kar lahko otežuje načrtovanje financ in življenjskega sloga.
- **Pomanjkanje socialnih ugodnosti:** samozaposleni mladi brez rednih dohodkov težko krijejo stroške, kot so zdravstveno zavarovanje in pokojninski načrt, v primerjavi s tradicionalno zaposlitvijo.

Priložnosti (angl. Opportunities)

- **Rast trga:** trgi za številne izdelke in storitve še naprej rastejo, kar ponuja priložnosti za rast in razvoj podjetij mladih.
- **Dostop do digitalnih orodij:** spletne platforme, socialna omrežja in digitalni marketing omogočajo mladim podjetnikom lažji dostop do potencialnih strank in globalnega trga.
- **Spodbujanje podjetništva:** vlade in organizacije po vsem svetu spodbujajo podjetništvo mladih s subvencijami, davčnimi olajšavami in podpornimi programi.
- **Sodelovanje in partnerstva:** mladi podjetniki imajo možnost sodelovanja in vzpostavljanja partnerstev s podjetji in organizacijami, kar lahko poveča njihovo sposobnost rasti.
- **Družbena odgovornost:** povečano zavedanje o družbeni odgovornosti in trajnosti odpira priložnosti za razvoj podjetij, ki rešujejo družbene in okoljske probleme.

Nevarnosti (angl. Threats)

- **Konkurenca:** trgi so pogosto nasičeni in mladi podjetniki se lahko soočajo s konkurenco že uveljavljenih podjetij, kar otežuje pridobivanje strank.
- **Gospodarske spremembe:** ekonomski padci in nestabilnosti lahko negativno vplivajo na poslovanje mladih podjetij.
- **Težak dostop do financiranja:** mladi podjetniki se lahko soočajo s težavami pri pridobivanju posojil ali investicij, ki so ključne za rast podjetja.
- **Regulativne ovire:** spremenjeni predpisi ali birokratski postopki lahko ovirajo poslovanje mladih podjetij.
- **Spremembe v potrošniških preferencah:** spremenjene potrebe in želje potrošnikov lahko zahtevajo prilagoditev izdelkov ali storitev, kar je lahko za mlade podjetnike izziv.

6.3 Priporočila podpornemu okolju

Ustrezno podporno okolje za podjetništvo mladih je ključnega pomena za razvoj in vzpodbujanje podjetnosti in podjetništva med mladimi. Čeprav v Sloveniji že obstaja vrsta podpornih mehanizmov, kot so inkubatorji, mentorstvo, finančne spodbude in izobraževalni programi, je očitno, da je potrebna njihova intenzifikacija. Za resnično spodbujanje in podporo (potencialnim) mladim podjetnikom je ključno, da se obstoječe podpore ne le razširijo, ampak tudi prilagodijo specifičnim potrebam mladih. To pomeni večjo dostopnost do virov, prilagojeno mentorstvo in izboljšanje povezovanja z industrijo ter trgom, da se mladim podjetnikom omogoči učinkovitejši prehod od ideje do uspešnega podjetja. *Tabela 6.1* prikazuje pregled predlogov za izboljšanje podpore podjetništvu mladih. Ti predlogi so oblikovani z namenom izboljšanja obstoječega okvirja za podjetništvo mladih v Sloveniji, pri čemer upoštevajo trenutne izzive in priložnosti, ki izhajajo iz raziskav in študij na tem področju.

Tabela 6.1. Priporočila za nadaljnjo podporo podjetništvu mladih

Področje izboljšave	Predlogi za izboljšanje	Pojasnilo
Podporno okolje	Ustanovitev regionalnih središč za mlade podjetnike z možnostjo virtualnega svetovanja in povezovanja.	Organizacije naj ponujajo dostop do mentorjev, delavnic o podjetniških osnovah, financiranju in trženju ter prostor za coworking posebej za mlade, z jasnim komuniciranjem, ki jih bo tudi dejansko doseglo.
Dostop do financiranja	Organizacija start-up vikendov in „pitch“ tekmovanj v sodelovanju z lokalnimi podjetji in investitorji.	Nuditi morajo praktične nagrade, kot so semenski kapital, brezplačno mentorstvo, izobraževanje ali uporaba delovnih prostorov.
Podjetniško izobraževanje	Razvoj modularnih spletnih tečajev s certifikati, ki pokrivajo ključna podjetniška znanja in veščine.	Programi naj bodo dostopni preko spletnih platform in vključujejo interaktivne elemente, kot so kvizi, projektno delo in forumi za diskusijo.
Spodbujanje inovacij in tehnologije	Partnerstva med srednjimi šolami, univerzami, raziskovalnimi organizacijami in start-upi za komercializacijo inovacij.	Ustvariti morajo okolje, ki podpira prenos znanja in tehnologije, s poudarkom na patentiranju in licenciranju.
Vloga formalnega izobraževanja	Vključitev podjetnosti kot spretnosti in reševanja konkretnih podjetniških izzivov in študijev primera v učne načrte srednjih šol in univerz vseh usmeritev.	Spodbujati morajo kritično razmišljanje, reševanje problemov in skupinsko delo preko realnih podjetniških scenarijev. Pomembno je pridobivanje podjetnosti kot širše kompetence, ne le kot podjetniške kariere.
Izkustveno učenje in prakse	Razvoj programa <i>Podjetnik za en dan</i> , kjer študenti delajo z lokalnimi podjetniki na konkretnih projektih.	Program naj omogoča vpogled v vsakdanje delovanje podjetij in razvoj praktičnih veščin v realnem poslovnem okolju.
Vseživljenjsko učenje	Uvedba naročniškega modela za dostop do spletnih podjetniških virov, vključno z e-knjigami, webinarji in interaktivnimi tečaji.	Nabor virov mora omogočati personalizacijo učne poti in prilagajanje vsebine glede na interese in potrebe uporabnika.

Ukrepom za spodbujanje podjetništva mladih v Sloveniji lahko pripišemo več pozitivnih vidikov, ki so ključni za razvoj dinamičnega in inovativnega gospodarskega okolja:

- **celovit pristop:** predlogi se ne osredotočajo le na en vidik podjetništva, temveč zajemajo širok spekter področij, vključno s financiranjem, izobraževanjem, tehnološkim razvojem in podporo. Ta celovitost je ključna za naslavljanje različnih potreb in izzivov, s katerimi se srečujejo mladi podjetniki;
- **poudarek na izobraževanju in usposabljanju:** osredotočenost na izobraževanje in usposabljanje odraža prepoznavanje, da so znanje in veščine temelj uspeha v podjetništvu. Vključevanje podjetniških tem v formalne izobraževalne sisteme pripravlja mlade na podjetniške izzive in jih spodbuja k inovativnemu razmišljanju;

- **spodbujanje inovacij in tehnološkega razvoja:** podpora inovacijam in dostopu do najnovejših tehnologij je ključna za konkurenčnost podjetij, ki jih vodijo mladi. Slovenija s tem pristopom kaže zavedanje o pomembnosti tehnološkega napredka v sodobnem poslovnem svetu;
- **vseživljenjsko učenje in prilagodljivost:** poudarek na vseživljenjskem učenju in izpopolnjevanju skozi delavnice in spletna orodja odraža razumevanje, da se podjetniški svet nenehno spreminja in da morajo biti podjetniki pripravljene nenehno slediti tem spremembam;
- **praktične izkušnje:** ponujanje priložnosti za praktične izkušnje preko pripravništev in inkubatorjev je bistvenega pomena za pridobivanje realnega vpogleda v poslovni svet. To mladim podjetnikom ne le daje dragocene izkušnje, ampak tudi možnost mreženja in dostopa do mentorstva;
- **podpora podjetniški miselnosti:** programi, ki spodbujajo inovativnost, odpornost in sprejemanje tveganj, so pomembni za vzgajanje podjetnikov, ki so sposobni prilagajanja in vodenja v negotovih razmerah. Ta miselnost je ključna za uspeh v hitro spreminjajočem se poslovnem okolju;
- **vključevanje podjetništva v formalno izobraževanje:** vključevanje podjetništva v učne načrte formalnih izobraževalnih ustanov je pomemben korak za zagotavljanje, da mladi pridobivajo relevantno znanje že od zgodnjih izobraževalnih stopenj, predvsem na primarni in sekundarni ravni izobraževanja;
- **regionalno in mednarodno sodelovanje:** čeprav v priporočilih za nadaljnjo podporo podjetništva mladih ni neposredno omenjeno, je pomembno tudi regionalno in mednarodno sodelovanje, ki bi lahko dodatno podprlo mlade podjetnike v Sloveniji s spodbujanjem izmenjave znanja in odpiranjem novih trgov.

Navedeni ukrepi kažejo na močno zavezanost k razvoju podjetniške kulture in podpore mladim podjetnikom, kar je ključno ne le za gospodarski razvoj, ampak tudi za spodbujanje inovacij in ustvarjalnosti v državi.

Literatura in viri

1. Abu-Saifan, S. (2012). Social entrepreneurship: definition and boundaries. *Technology innovation management review*, 2(2).
2. Ahrari, S., Krauss, S. E., Ariffin, Z., & Meng, L. K. (2019). "Making a Difference... on My Own Terms": Motivational Factors of Youth Involvement in Social Entrepreneurship in Malaysia. In *Societal entrepreneurship and competitiveness* (pp. 227-246). Emerald Publishing Limited.
3. Aronoff, C., & Ward, J. (2016). *Family business values: How to assure a legacy of continuity and success*. Springer.
4. Athayde, R. (2009). Measuring enterprise potential in young people. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 481-500.
5. Azoulay, P., Jones, B., Kim, J. D., & Miranda, J. (2018). Age and high-growth entrepreneurship. NBER Working Paper, No. 24489. Dostopno na: <https://www.kellogg.northwestern.edu/faculty/jonesben/html/Age%20and%20High%20Growth%20Entrepreneurship.pdf>
6. Baughn, C. C., Chua, B. L., & Neupert, K. E. (2006). The normative context for women's participation in entrepreneurship: A multicountry study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 687-708.
7. Bazyl, L., & Orlov, V. (2023). Problems of consulting on youth entrepreneurship development. *Professional Pedagogics*, 1(24), 18-26.
8. Bistra. (2023). *Podjetniški izziv za mlade 2024*. Dostopno <https://bistra.si/aktualne-novice/novice/1209-podjetniski-izziv-za-mlade-2024>
9. Blomquist, M. (2014). *Bridging the entrepreneurship gender gap: The power of networks*. Boston Consulting Group.
10. Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J., & Tarnawa, A. (2021). *Global entrepreneurship monitor 2020/2021 global report*. Global Entrepreneurship Research Association. Dostopno na: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50691>
11. Brieger, S. A., & Gielnik, M. M. (2021). Understanding the gender gap in immigrant entrepreneurship: A multicountry study of immigrants' embeddedness in economic, social, and institutional contexts. *Small Business Economics*, 56, 1007-1031.
12. Brookes, M., Altinay, L., Wang, X. L., & Yeung, R. (2016). Opportunity identification and evaluation in franchisee business start-ups. *Journal of Service Theory and Practice*, 26(6), 889-910.
13. Brush, C. G., Carter, N. M., Gatewood, E. J., Greene, P. G., & Hart, M. M. (2009). Women entrepreneurs: Moving front and center: An overview of research and theory. *Academy of Management Perspectives*, 21(2), 20-27.
14. Brush, C., Carter, N., Gatewood, E., Greene, P., & Hart, M. (2002). The role of social capital and gender in linking financial suppliers and entrepreneurial firms. *Venture Capital: An international journal of entrepreneurial finance*, 4(4), 305-323.
15. Cai, Y., & Ahmad, I. (2023). From an entrepreneurial university to a sustainable entrepreneurial university: Conceptualization and evidence in the contexts of European university reforms. *Higher Education Policy*, 36(1), 20-52.
16. Caputo, A., Lombardi, R., Akeel, F., Almallah, H., Dakkak, B., & Quabbaj, N. (2016). Youth employment in start-up ventures in Jordan: an exploratory study. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 28(4), 468-491.
17. Chandna, V. (2022). Social entrepreneurship and digital platforms: Crowdfunding in the sharing-economy era. *Business Horizons*, 65(1), 21-31.
18. Ciravegna, L., Lopez, L. E., & Kundu, S. (2014). Country of origin and network effects on internationalization: A comparative study of SMEs from an emerging and developed economy. *Journal of Business Research*, 67(5), 916-923.
19. Coleman, S., Cotei, C., & Farhat, J. (2013). A resource-based view of new firm survival: New perspectives on the role of industry and exit route. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 18(01), 1350008.

20. Daniels, C., Herrington, M. & Kew, P. (2016). *GEM 2015/2016 Special Topic Report on Entrepreneurial Financing*. GERA. Dostopno na: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2015-2016-report-on-entrepreneurial-financing>
21. Davidescu, A. & Ghințaru, C. (2015). The hare and the tortoise: How older generations are replaced by young one o. t.e labour market. Signals and insights from the relationship between the shadow economy and active ageing. *Economia Seria Management*, 18(1), 163-171.
22. De Bruin, A., Brush, C., & Welter, F. (2006). Introduction to the special issue: Towards building cumulative knowledge on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 585-593.
23. Díaz-García, M. C., Brush, C. G., Gatewood, E. J., & Welter, F. (2013). Women's entrepreneurship in global and local contexts. *Academy of Management Perspectives*, 29(3), 586-600.
24. Dutta, N., & Sobel, R. (2016). Does corruption ever help entrepreneurship? *Small Business Economics*, 47(1), 179-199.
25. ECB. (2023). The euro area bank lending survey - First quarter of 2023. Dostopno na: https://www.ecb.europa.eu/stats/ecb_surveys/bank_lending_survey/html/ecb.blssurvey2023q1~22c176b442.en.html
26. Edelman, L. F., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of business venturing*, 31(4), 428-448.
27. Edelman, L. F., Manolova, T., Shirokova, G., et al. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of Business Venturing*, 31, 428-448.
28. Eesley, C., & Wang, Y. (2017). Social influence in career choice: Evidence from a randomized field experiment on entrepreneurial mentorship. *Research Policy*, 46(3), 636-650.
29. European Commission, Brussels. (2023). *Flash Eurobarometer 513 (Social Entrepreneurship and Youth)*. GESIS, Cologne. ZA7949 Data file Version 1.0.0. Dostopno na: <https://doi.org/10.4232/1.14154>.
30. European Commission. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Dostopno <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC101581/lfna27939enn.pdf>
31. European Commission. (2023). *Flash Eurobarometer 513. Social entrepreneurship and youth*. Dostopno <https://europa.eu/eurobarometer/api/deliverable/download/file?deliverableId=86276>
32. European Commission. (2023). *Flash Eurobarometer 513. Social entrepreneurship and youth*. Dostopno <https://europa.eu/eurobarometer/api/deliverable/download/file?deliverableId=86276>
33. European Union. (2022). *Young people in Europe: a statistical summary 2022*. Luxembourg: Publications Office o. t.e European Union.
34. Eurostat. (2023). *Employment and Unemployment (LFS) Database*. Dostopno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/lfs/database>.
35. Eurostat.(2023).*Youth unemployment rate in the European Union as of April 2023, by country*[Graph]. In Statista. Retrieved January 25, 2024, from <https://www.statista.com/statistics/613670/youth-unemployment-rates-in-europe/>
36. Evropska unija. (2023). *Erasmus entrepreneurs*. Dostopno <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/index.php?lan=sl>
37. Evropska unija. (2024). *Strategija EU za mlade*. Dostopno: Strategija EU za mlade | European Youth Portal (europa.eu)
38. Franjković, J., Šebalj, D., & Živković, A. (2015). Youth: Does unemployment lead to selfemployment. *Interdisciplinary Management Research*, 11, 247-257.
39. Geldhof, G., et al. (2014). Fostering youth entrepreneurship: Preliminary findings from the young entrepreneurs study. *Journal of Research on Adolescence*, 24(3), 431-446.
40. GEN. (2023). *Global Entrepreneurship Network*. Available: <https://www.genglobal.org/>
41. Government of Canada. (2021). *Canada's first State of youth report: for youth, with youth, by youth*. Available: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/campaigns/state-youth/report.html>
42. Green, F. (2013). *Youth Entrepreneurship. A background paper for the OECD Centre for Entrepreneurship, SMEs and Local Development*. Dostopno na: https://www.oecd.org/cfe/leed/youth_bp_final.pdf

43. Greene, F. J. (2002). An investigation into enterprise support for younger people, 1975-2000. *International Small Business Journal*, 20(3), 315-336.
44. Günzel-Jensen, F., Siebold, N., Kroeger, A., & Korsgaard, S. (2020). Do the United Nations' Sustainable Development Goals matter for social entrepreneurial ventures? A bottom-up perspective. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, e00162.
45. Gupta, P., Chauhan, S., Paul, J., & Jaiswal, M. P. (2020). Social entrepreneurship research: A review and future research agenda. *Journal of business research*, 113, 209-229.
46. Halabisky, D. (2016). *Policy brief on women's entrepreneurship*. OECD Publishing. Dostopno na: <https://data.europa.eu/doi/10.2767/50209>
47. Hasan, S. M., Khan, E. A., & Nabi, M. N. U. (2017). Entrepreneurial education at university level and entrepreneurship development. *Education+ Training*, 59(7/8), 888-906.
48. he World bank. (2023). *Children & Youth Unit, Human Development Network*. Available: www.worldbank.org/childrenandyouth
49. Ho, C. S. M., Lu, J., & Bryant, D. A. (2021). Understanding teacher entrepreneurial behavior in schools: Conceptualization and empirical investigation. *Journal of Educational Change*, 1-30.
50. Hockerts, K. (2018). The effect of experiential social entrepreneurship education on intention formation in students. *Journal of Social Entrepreneurship*, 9(3), 234-256.
51. Holienka, M., Pilková, A., & Jancovicova, Z. (2016). Youth Entrepreneurship in Visegrad Countries. *Entrepreneurial Business & Economics Review*, 4(4).
52. Horčíčková, Z., & Stasiulis, N. (2019). Philosophy of economics and management: Youth participation in family business and national economy. *Filosofija. Sociologija*, 30(1).
53. ILO. (2023). *Youth Entrepreneurship*. Available: https://www.ilo.org/empent/areas/WCMS_093871/lang--en/index.htm
54. Ilonen, S., & Heinonen, J. (2018). Understanding affective learning outcomes in entrepreneurship education. *Industry and Higher Education*, 32(6), 391-404.
55. Inkubator Sežana. (2023). *Mladi v podjetništvu*. Dostopno <https://www.linkedin.com/pulse/mladi-v-podjetni-%C5%A1tvu-inkubatorsezana>
56. International Labour Organization. (2023). *Statistics on youth*. Dostopno <https://ilostat.ilo.org/topics/youth/>
57. IRDO. (2023). *Zeleni model M Slovenija*. Dostopno <https://www.irdo.si/zeleni-model-m-slovenija-trajnostno-podjetnistvo-za-mlade/>
58. IRDO. (2024). *Adrastos*. Dostopno <https://adrastos.si/o-nagradi/>
59. JAW. (2023). *JA worldwide*. Available: <https://www.jaworldwide.org/>
60. JBI. (2023). *Youth Business International*. Available: <https://www.youthbusiness.org/>
61. Junior Achievement Slovenija, Zavod za spodbujanje podjetnosti mladih. (2023). *JA nacionalno tekmovanje dijaških podjetij*. Dostopno <https://www.jaslovenija.si/ja-nacionalno-tekmovanje-1>
62. Kalinic, I., & Forza, C. (2012). Rapid internationalization o. t. additional SMEs: Between gradualist models and born globals. *International Business Review*, 21(4), 694-707.
63. Kelley, D., Brush, C., Greene, P., & Litovsky, Y. (2013). *Global entrepreneurship monitor: 2012 women's report*. Global Entrepreneurship Research Association.
64. Kruse, P., Wach, D., & Wegge, J. (2021). What motivates social entrepreneurs? A meta-analysis on predictors o. t.e intention to found a social enterprise. *Journal of Small Business Management*, 59(3), 477-508.
65. Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-598.
66. Lassébie, J., et al. (2019). Levelling the playing field: Dissecting the gender gap in the funding of start-ups. *OECD Science Technology and Industry Policy Paper, No. 73*, OECD Publishing, Paris. Dostopno na: <https://doi.org/10.1787/23074957>.

67. Lavrič, M., Deželan, T. (2021). *Mladina 2020*. Dostopno <https://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-4PASDZFN>
68. Lewis, K. V. (2019). Identity capital: An exploration in the context of youth social entrepreneurship. In *Entrepreneurial Identity and Identity Work* (pp. 15-29). Routledge.
69. Lewis, K., & Massey, C. (2018). Youth entrepreneurship. In *Entrepreneurship: New perspectives in a global age* (pp. 206-226). Routledge.
70. Liang, J., Wang, H., & Lazear, E. P. (2018). Demographics and entrepreneurship. *Journal of Political Economy*, 126(5), S140-S196.
71. Lindner, J. (2018). Entrepreneurship education for a sustainable future. *Discourse and Communication for Sustainable Education*, 9(1), 115-127.
72. MacDonald, R., & Giazitzoglu, A. (2019). Youth, enterprise and precarity: or, what is, and what is wrong with, the 'gig economy'?. *Journal of Sociology*, 55(4), 724-740.
73. Matos, C. S., Amaral, M., & Baptista, R. (2018). Senior entrepreneurship: A selective review and a research agenda. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 14(5), 427-554.
74. Ministère du l'enseignement supérieur et de la recherche. (2023). *PEPITE*. Dostopno na: <https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/fr/pepите-51454>
75. Ministrstvo za vzgojo in izobraževanje. (2023). *Resolucija o nacionalnem programu za mladino za obdobje 2023-2032*. Dostopno <https://e-uprava.gov.si/si/drzava-in-druzba/e-demokracija/predlogi-predpisov/predlog-predpisa.html?id=16045>
76. Minitti, M., Arenius, P., & Langowitz, N. (2005). *Global entrepreneurship monitor: 2004 report on women and entrepreneurship*. Babson College, London Business School and Global Entrepreneurship Monitor Consortium.
77. Mladi podjetnik. (2023). *Iščemo mladega podjetnika leta 2023*. Dostopno <https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/iscemo-mladega-podjetnika-leta-2023>
78. Morris, M. H., Miyasaki, N. N., Watters, C. E., & Coombes, S. M. (2006). The dilemma of growth: Understanding venture size choices of women entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 44(2), 221-244.
79. Muravyev, A., Talavera, O., & Schäfer, D. (2009). Entrepreneurs' gender and financial constraints: Evidence from international data. *Journal of Comparative Economics*, 37, 270-286.
80. Ndofirepi, T. M., & Rambe, P. (2017). Entrepreneurship education and its impact on the entrepreneurship career intentions of vocational education students. *Problems and perspectives in management*, (15, Iss. 1 (cont.)), 191-199.
81. Neck, H.M., & Corbett, A. C. (2018). The scholarship on teaching and learning entrepreneurship. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 8-41.
82. Noguera, M., Alvarez, C., & Urbano, D. (2013). Socio-cultural factors and female entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(2), 183-198.
83. OECD (2023d). Inclusive Entrepreneurship Policies: Country Assessment Notes. Dostopno na: <https://www.oecd.org/cfe/smes/inclusive-entrepreneurship-policies-country-assessmentnotes.htm>
84. OECD. (2012). *Closing the Gender Gap: Act Now*. OECD Publishing, Paris. Dostopno na: <https://dx.doi.org/10.1787/9789264179370-en>.
85. OECD. (2018). Developing entrepreneurship competencies. Background document for the OECD Ministerial Conference on Small and Medium-sized Enterprises, 22-23 February 2018, Mexico City. <https://www.oecd.org/cfe/smes/ministerial/documents/2018-SME-Ministerial-Conference-Parallel-Session-3.pdf>
86. OECD. (2019). Strengthening SMEs and Entrepreneurship for Productivity and Inclusive Growth: OECD 2018 Ministerial Conference on SMEs. *OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship*, OECD Publishing, Paris. Dostopno na: <https://dx.doi.org/10.1787/c19b6f97-en>.
87. OECD. (2021). *Stand by Youth*. Available: <https://www.oecd.org/cfe/standbyyouth.htm>
88. OECD. (2021). *The Updated OECD Youth Action Plan. Building Blocks for Future Action*. Dostopno <https://www.oecd.org/employment/youth/The-Updated-OECD-Youth-Action-Plan.pdf>

89. OECD. (2022). *Recommendation o. t.e Council on Creating Better Opportunities for Young People*, Dostopno na: <https://www.oecd.org/mcm/Recommendation-on-Creating-Better-Opportunities-for-Young-People.pdf>
90. OECD. (2023a). *YEPA Workshop 1, Access to finance for young entrepreneurs*, June 2023. Dostopno na: <https://yepa-hub.org/events/workshop-1-access-to-finance-group-b/>
91. OECD. (2023b). *YEPA Workshop 2, Young women in innovative and high-growth entrepreneurship*, 17 October 2023. Dostopno na: <https://yepa-hub.org/reports/discussion-note-young-women-in-innovative-and-high-growth-entrepreneurship/>
92. OECD. (2023c). *YEPA Workshop 2, Innovative and high-growth entrepreneurship for young entrepreneurs*, 10 October 2023. Dostopno na: <https://yepa-hub.org/reports/agenda-for-workshop-2-innovative-and-high-growth-entrepreneurship/>
93. OECD. (2023d). *Inclusive Entrepreneurship Policy Country Assessment Notes: Slovenia 2022-23*. Dostopno na: <https://www.oecd.org/cfe/smes/Slovenia.pdf>
94. OECD/European Commission. (2020). Policy brief on recent developments in youth entrepreneurship. *OECD SME and Entrepreneurship Papers, No. 19*, OECD Publishing, Paris. Dostopno na: <https://doi.org/10.1787/5f5c9b4e-en>.
95. OECD/European Commission. (2021). *The Missing Entrepreneurs 2021: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment*. OECD Publishing, Paris. Dostopno na: <https://doi.org/10.1787/71b7a9bb-en>.
96. OECD/European Commission. (2023). *The Missing Entrepreneurs 2023: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment*. OECD Publishing, Paris. Dostopno na: <https://doi.org/10.1787/230efc78-en>.
97. OECD/European Union. (2019). *The Missing Entrepreneurs 2019: Policies for Inclusive Entrepreneurship*. OECD Publishing, Paris. Dostopno na: <https://doi.org/10.1787/3ed84801-en>.
98. OECD/Eurostat. (2018). Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, *The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*. OECD Publishing, Paris/ Eurostat, Luxembourg. Dostopno na: <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>.
99. Office of National Statistics. (2019). *Youth age groups - breakdown of age groups 13 to 29 years and 16 to 29 years by sex, regions and education status in UK*. Available: <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/populationandmigration/populationestimates/adhoc/010127youthagegroupsbreakdownofagegroups13to29yearsand16to29yearsbysexregionsandeducationstatusinuk>
100. Ogamba, I. K. (2018). Millennials empowerment: youth entrepreneurship for sustainable development. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 15(3), 267-278.
101. Olugbola, S. A. (2017). Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator. *Journal of innovation & Knowledge*, 2(3), 155-171.
102. Oosterbeek, H., van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54, 442-454.
103. Ortlieb, R., & Weiss, S. (2015). Business Start-Ups and Youth Self-Employment in Germany: A Policy Literature Review. *STYLE-WP7: Business Start-Ups and Youth Self-Employment National Report from Germany Contributing to D, 7*.
104. Pardo-García, C., & Barac, M. (2020). Promoting employability in higher education: A case study on boosting entrepreneurship skills. *Sustainability*, 12(10), 4004.
105. Pilková, A., & Reháč, J. (2017). Regional aspects of inclusive entrepreneurship of seniors in Europe. *Society and Economy*, 39(1), 49-64.
106. Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Entrepreneurship education - A systematic review o. t.e evidence. *International Small Business Journal*, 25, 479-510.
107. POPRI. (2023). *POPRI*. Dostopno <https://popri.si/>
108. Premand, P., Brodmann, S., Almeida, R., Grun, R., & Barouni, M. (2016). Entrepreneurship education and entry into self-employment among university graduates. *World Development*, 77, 311-327.

109. Rashid, L. (2019). Entrepreneurship education and sustainable development goals: A literature review and a closer look at fragile states and technology-enabled approaches. *Sustainability*, 11(19), 5343.
110. Reynolds, P. D. (2011). New firm creation: A global assessment of national, contextual, and individual factors. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 6, 315–496.
111. SBC. (2023). *Festival podjetništva 2023*. Dostopno <https://www.sbc.si/aktualno/festival-podjetnistva-2023>
112. Schøtt, T., Kew, P., & Cheraghi, M. (2015). *Future Potential: A GEM perspective on youth entrepreneurship 2015*. Dostopno na: <http://www.innovacion.cl/wp-content/uploads/2015/08/gem-2015-youth-report-1436523546.pdf>.
113. Schou, P. K., Bucher, E., & Waldkirch, M. (2022). Entrepreneurial learning in online communities. *Small Business Economics*, 1-22.
114. Shah, I. A., Amjed, S., & Jaboob, S. (2020). The moderating role of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial intentions. *Journal of Economic Structures*, 9, 1-15.
115. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
116. Sheehan, M., & Mc Namara, A. (2015). D 7.1–Business Start-Ups & Youth Self-Employment A Policy Literature Review Synthesis Report. *Strategic Transitions for Youth Labour in Europe*.
117. Shepherd, D. A. (2003). Learning from business failure: Propositions of grief recovery for the self-employed. *Academy of Management Review*, 28(2), 318-328.
118. Shittu, A. I. (2017). Promoting youth entrepreneurship: The role of mentoring. *IDS Bulletin*, 48(3), 141-153.
119. Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T., & Braun, I. (2019). *Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.
120. Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U., & Hatak, I. (2021). *Global Student Entrepreneurship 2021: Insights From 58 Countries*. 2021 GUESSS Global Report. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.
121. Slovenska agencija za mlade. (2024). *Postani socialni podjetnik*. Dostopno <https://slovenia.socialimpactaward.net/program/>
122. Sotiropoulou, A., Papadimitriou, D., & Maroudas, L. (2021). Personal values and typologies of social entrepreneurs. The case of Greece. *Journal of Social Entrepreneurship*, 12(1), 1-27.
123. SPIRIT Slovenija. (2023a). *Objavljen je javni poziv za spodbujanje podjetniških kompetenc pri mladih*. Dostopno <https://www.gov.si/novice/2023-03-27-objavljen-je-javni-poziv-za-spodbujanje-podjetniških-kompetenc-pri-mladih/>
124. SPIRIT Slovenija. (2023b). *Mladi in podjetništvo*. Dostopno <https://www.podjetniski-portal.si/mladi-in-podjetnistvo>
125. Stanley, L., Kellermanns, F. W., & Zellweger, T. M. (2017). Latent profile analysis: Understanding family firm profiles. *Family business review*, 30(1), 84-102.
126. Stypinska, J. (2018). The enterprising self: A panacea for all or new fictitious social role for older adults? The analysis of European polices for senior entrepreneurship. *Journal of Population Ageing*, 11, 43-65.
127. SURS. (2023). *Mednarodni dan mladih*. Dostopno <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/11262>
128. Širec, K., Tominc, P., Bradač Hojnik, B., Rus, M., Crnogaj, K., Širec, K. (Ured.), & Crnogaj, K. (Ured.). (2023). *Dve desetletji dinamike podjetniškega razvoja: GEM Slovenija 2022*. (1. izd.). Maribor: Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba. ISBN 978-961-286-729-4. Retrieved from <http://ipmmp.um.si>, <http://gemconsortium.org>, DOI: 10.18690/um.epf4.2023.
129. Taatila, V. P. (2010). Learning entrepreneurship in higher education. *Education+ training*, 52(1), 48-61.
130. The World bank. (2023). *Children & Youth Unit, Human Development Network*. Available: www.worldbank.org/childrenandyouth
131. Tillväxtverket. (2021). *Entreprenörskapsbarometern 2016*. Retrieved from <https://tillvaxtverket.se/statistik/varaundersokningarentreprenorskapsbarometern.html> (accessed on 26 July 2021).

132. Toscher, B., Dahle, Y., & Steinert, M. (2020). Get give make live: An empirical comparative study of motivations for technology, youth and arts entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 16(2), 179-202.
133. Tubadji, A., et al. (2021). Fear-of-failure and cultural persistence in youth entrepreneurship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 33(5). Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/08276331.2019.1692999>.
134. twenty-first century skill: entrepreneurial alertness and intention in the transition to adulthood. *Small business economics*, 48, 487-501.
135. Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2008). Opportunity identification and pursuit: Does an entrepreneur's human capital matter? *Small Business Economics*, 30(2), 153-173. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9020-3>
136. UN. (2016). *Entrepreneurship for development - Report o. te Secretary-General*. Seventy-first session o. te United Nations General Assembly. Dostopno https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/a71d210_en.pdf
137. UNCTAD. (2015). *Policy Guide on Youth Entrepreneurship*. Available: https://unctad.org/system/files/official-document/webdiaeed2015d1_en.pdf
138. UNCTAD. (2015). *Policy Guide on Youth Entrepreneurship*. Dostopno https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webdiaeed2015d1_en.pdf
139. UNESCO-UNEVOC. (2019). *Entrepreneurial learning in TVET. Discussion paper*. Dostopno https://unevoc.unesco.org/pub/entrepreneurial_learning_discussion_paper1.pdf
140. UNESCO-UNEVOC. (2024). *Youth Employment and Entrepreneurship*. Dostopno <https://unevoc.unesco.org/home/Youth+employment+and+entrepreneurship>
141. UNIDO. (2023). *UNIDO youth and entrepreneurship*. Available: <https://www.unido.org/unido-youth-and-entrepreneurship>
142. Urad RS za mladino. (2024). *Urad za mladino*. Dostopno <https://www.gov.si/drzavni-organi/organi-v-sestavu/urad-za-mladino/>
143. Uradni list Evropske unije. (2018). *Resolucija Sveta Evropske unije in predstavnikov vlad držav članic, ki so se sestali v okviru Sveta, o okviru za evropsko sodelovanje na področju mladine: strategija Evropske unije za mlade 2019–2027*. Dostopno EUR-Lex - 42018Y1218(01) - EN - EUR-Lex (europa.eu)
144. Uradni list RS, št. 21/18. (2018). *Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o javnem interesu v mladinskem sektorju*. Uradni list Republike Slovenije, št. 21/18.
145. Uradni list RS. (2010). *Zakon o javnem interesu v mladinskem sektorju*. Uradni list Republike Slovenije, št. 42/10.
146. Uradni list RS. (2013). *Resolucija o Nacionalnem programu za mladino 2013–2022*. Uradni list RS, št. 90/13.
147. Van Praag, C. M., & Cramer, J. S. (2001). The roots of entrepreneurship and labour demand: Individual ability and low risk aversion. *Economica*, 68(269), 45-62.
148. WHO. (2023). *Adolescent and young adult health*. Dostopno <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/adolescents-health-risks-and-solutions>
149. WorldBank. (2023). *Data Bank- Metadata Glossary*. Dostopno <https://databank.worldbank.org/metadatataglossary/world-development-indicators/series/SL.UEM.NEET.ZS>
150. YEPA. (2024). *Youth Entrepreneurship Policy Academy*. Dostopno <https://yepa-hub.org/>
151. Youth Policy. (2015). *Youth policy factsheets*. Available: <https://www.youthpolicy.org/factsheets/>
152. Zahra, S. A., Newey, L. R., & Li, Y. (2014). On the frontiers: The implications of social entrepreneurship for international entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 137-158.
153. Zavod Republike Slovenije za šolstvo. (2019). *EntreComp: okvir podjetnostne kompetence* (Spletna izd.). <http://www.zrss.si/pdf/entrecomp.pdf>
154. Zavod RS za zaposlovanje. (2023). *Strokovna izhodišča za leto 2024*. Dostopno https://www.ess.gov.si/fileadmin/user_upload/Trg_dela/Dokumenti_TD/Analize/Strokovna_izhodišca_za_2024.pdf
155. Zhartay, Z., Khussainova, Z., & Yessengeldin, B. (2020). Development o. t.e youth entrepreneurship: example of Kazakhstan. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(1), 1190.

Avtorji



Karin Širec

Dr. Karin Širec je redna profesorica za področje podjetništva in ekonomiko poslovanja na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru in predstojnica Katedre za podjetništvo in ekonomiko poslovanja. Sodeluje pri longitudinalnih raziskavah – Slovenskem podjetniškem observatoriju in Globalnem podjetniškem monitorju. Je članica mednarodne skupine DIANA za žensko podjetništvo in raziskovalnega programa Podjetništvo za inovativno družbo. Je predstavnica Slovenije pri Evropskem svetu za mala podjetja (ECSB), ekspertna svetovalka OECD za področje vključujočega podjetništva. Sodelovala je na številnih domačih in tujih strokovnih in znanstvenih konferencah. Je avtorica več znanstvenih in strokovnih člankov, ter soavtorica več knjig in poglavij v številnih znanstvenih monografijah, z raziskovalnih področij ekonomike podjetja, podjetništva, rasti podjetij in vključujočega podjetništva.



Barbara Bradač Hojnik

Dr. Barbara Bradač Hojnik je redna profesorica za podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti UM. Sodelovala je v številnih domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je vodja projekta Slovenski podjetniški observatorij ter članica projektnega tima Globalni podjetniški monitor Slovenija in longitudinalnega raziskovalnega programa Podjetništvo za inovativno družbo. Kot ekspertka je sodelovala v projektih za Evropsko komisijo SME Performance Review za Slovenijo ter Statistics through Eastern partnership. Njena glavna raziskovalna področja so startup, trajnostno, digitalno, korporacijsko in mednarodno podjetništvo. Je avtorica ali soavtorica več znanstvenih člankov, znanstvenih monografij, poglavij v znanstvenih monografijah in prispevkov na mednarodnih znanstvenih konferencah.



Dijana Močnik

Dr. Dijana Močnik je redna profesorica na Fakulteti za elektrotehniko, računalništvo in informatiko (FERI) Univerze v Mariboru, kjer poučuje predmete s področja ekonomije, managementa in podjetništva. Doktorirala je leta 1998 na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Pred začetkom akademske kariere leta 1993 je bila 8 let zaposlena v gospodarstvu. Na Ekonomsko-poslovni fakulteti je bila zaposlena osem let. Od leta 2001 je zaposlena na FERI, raziskovalno pa sodeluje z Inštitutom za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Sodelovala je na številnih domačih in tujih strokovnih in znanstvenih konferencah in je avtorica več znanstvenih in strokovnih člankov ter soavtorica več knjig in poglavij znanstvenih monografij s področja ekonomike podjetja, podjetništva, teorije transakcijskih stroškov in drugih podjetniških teorij.

Kazalo slik in tabel

Slike in tabele k poglavju

Temeljne značilnosti slovenskega podjetništva in primerjava z evropskim

Slika 1.	Število podjetij na 1.000 prebivalcev po statističnih regijah v Sloveniji, 2022	27
Slika 2.	Število podjetij na 1.000 prebivalcev v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021	28
Slika 3.	Delež števila podjetij in njihova povprečna velikost po regijah v Sloveniji, 2022	29
Slika 4.	Pregled števila podjetij po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2018–2022	31
Slika 5.	Delež števila podjetij po dejavnostih v Sloveniji, 2022	32
Slika 6.	Analiza števila podjetij v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021	33
Slika 7.	Deleži prihodka poslovanja dejavnosti v skupnih prihodkih poslovanja v Sloveniji, 2022	34
Slika 8.	Deleži izvoznih prihodkov v prihodku poslovanja dejavnosti ter v skupnem izvozu v Sloveniji, 2022	35
Slika 9.	Prihodek na zaposleno osebo v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021	38
Slika 10.	Prihodek na zaposleno osebo v industriji, gradbeništvu in storitvah po članicah v EU-27, 2021	39
Slika 11.	Pregled števila zaposlenih in samozaposlenih po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2018–2022	40
Slika 12.	Pregled povprečne velikosti podjetja po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2018–2022	41
Slika 13.	Povprečna velikost podjetja po dejavnostih v Sloveniji, 2022	42
Slika 14.	Deleži zaposlenosti v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021	44
Slika 15.	Deleži ustvarjene dodane vrednosti po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2022	45
Slika 16.	Deleži ustvarjene dodane vrednosti po dejavnostih v Sloveniji, 2022	46
Slika 17.	Deleži dodane vrednosti v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021	47
Slika 18.	Pregled dodane vrednosti na zaposleno osebo po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2018–2022	48
Slika 19.	Pregled relativne dodane vrednosti na zaposlenega in samozaposlenega po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2018–2022	50
Slika 20.	Dodana vrednost na zaposlenega po regijah v Sloveniji, 2022	51
Slika 21.	Relativna dodana vrednost na zaposlenega po dejavnostih v Sloveniji, 2022	52
Slika 22.	Dodana vrednost na zaposleno osebo v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021	54
Slika 23.	Relativna dodana vrednost na zaposleno osebo v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021	55
Tabela 1.	Podjetja, zajeta v analizo v primerjavi s podatki Poslovnega registra Slovenije, 2022	24
Tabela 2.	Ključni podatki po velikosti podjetja v Sloveniji, 2021 in 2022	25
Tabela 3.	Dodana vrednost in prihodek poslovanja po velikostnih razredih podjetij v Sloveniji, 2022	45
Tabela 4.	Izbrani kazalniki podjetij po velikostnih razredih v Sloveniji v letu 2022	57
Tabela 5.	Ekonomski kazalniki in izvozna uspešnost v regijah v Sloveniji v letu 2022	58
Tabela 6.	Pregled izbranih kazalnikov rasti po dejavnostih v Sloveniji v letu 2022	59
Tabela 7.	Deleži zaposlenosti v industriji, gradbeništvu in storitvah po članicah EU-27, 2021	61
Tabela 8.	Deleži dodane vrednosti v industriji, gradbeništvu in storitvah po članicah EU-27, 2021	61
Priloga	Ključni pokazatelji po vseh dejavnostih v Sloveniji, 2022	66
	Ključni pokazatelji v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021	67
	Relativni pomen dejavnosti v industriji, gradbeništvu in storitvah v EU-27 in Sloveniji, 2021	68

Slike in tabele k poglavju Podjetništvo mladih v Sloveniji in Evropi

Slika 2.1.	Model podjetniških kompetenc	85
Slika 2.2.	Podporni ekosistem za uspešen razvoj podjetnosti mladih	86
Slika 3.1.	Podporna infrastruktura za ustanovitev podjetja	91
Slika 3.2.	Usposabljanje za podjetništvo predstavlja najbolj razširjeno obliko podpore, ki je na voljo mladim	93
Slika 4.1.	Samozaposlenost v EU: mladi proti odraslim	101
Slika 4.2.	Razlike v samozaposlenosti mladih in odraslih v evropskih državah	102
Slika 4.3.	Preferenca zaposlitve nad samozaposlitvijo	103
Slika 4.4.	Ocena zanimanja mladih za ustanovitev podjetja	103
Slika 4.5.	Faze podjetniškega procesa	104
Slika 4.6.	Podjetniška aktivnost mladih podjetnikov v Sloveniji	104
Slika 4.7.	Razlike v nastajajoči podjetniški aktivnosti mladih in odraslih v evropskih državah	105
Slika 4.8.	Razlike v novi podjetniški aktivnosti mladih in odraslih v evropskih državah	106
Slika 4.9.	Razlike v ustaljeni podjetniški aktivnosti mladih in odraslih v evropskih državah	107
Slika 4.10.	Dejavniki, ki spodbujajo podjetništvo med mladimi	108
Slika 4.11.	Razlike v podjetništvu iz nuje med mladimi in odraslimi v evropskih državah	109
Slika 4.12.	Seznajenost s socialnim podjetništvom v Sloveniji in v EU-27	112
Slika 4.13.	Podpora EU podjetnikom pri odločanju za socialno podjetništvo	112
Slika 4.14.	Razlike pri dejavniku strah pred neuspehom med mladimi in odraslimi v evropskih državah	113
Slika 4.15.	Ovira pomanjkanja kapitala med mladimi podjetniki v evropskih državah	115
Slika 4.16.	Glavni viri financiranja za mlade podjetnike	116
Slika 4.17.	Vrzel med spoloma v samozaposlenosti mladih	118
Slika 4.18.	Vrzel med spoloma v proučevanih skupinah podjetniške aktivnosti med študenti	119
Slika 5.1.	Izobraževanje o podjetništvu med študentsko populacijo nekaaterih evropskih držav	121
Slika 5.2.	Razlike v zaznanih podjetniških veščinah med mladimi in odraslimi v evropskih državah	122
Slika 5.3.	Viri podjetniškega usposabljanja	123
Slika 5.4.	Razlike v uvajanju novih izdelkov in storitev med mladimi in odraslimi podjetniki v evropskih državah	124
Slika 5.5.	Razlike v pričakovani rasti podjetij (ustvarjanje delovnih mest) med mladimi in odraslimi podjetniki v evropskih državah	125
Slika 5.6.	Razlike v izvozni naravnosti med mladimi in odraslimi podjetniki v evropskih državah	126
Slika 5.7.	Ocena podjetniških spretnosti med mladimi podjetniki v Sloveniji	128
Slika 5.8.	Podjetniška kultura med mladimi v Sloveniji	129
Slika 5.9.	Ocena zakonodajnega okolja za mlade podjetnike v Sloveniji	129
Slika 5.10.	Ocena strategij podpore podjetništvu mladih v Sloveniji	130
Slika 5.11.	Ocena finančne podpore za mlade podjetnike v Sloveniji	131
Slika 5.12.	Ocena učinkovitosti mrež za podporo mladim podjetnikom v Sloveniji	132
Slika 5.13.	Povprečne vrednosti podpornih ukrepov za mlade podjetnike po modulih	133
Slika 6.1.	SWOT analiza podjetništva mladih	140

Tabela 2.1. Primerjava podjetništva mladih s podjetništvom v drugih starostnih skupinah	76
Tabela 2.2. Primerjava podjetništva in samozaposlovanja mladih	78
Tabela 2.3. Načini pridobivanja znanja in učenja o podjetnosti in podjetništvu	84
Tabela 3.1. Programi za podporo podjetništva mladih	99
Tabela 4.1. Pregled najpogostejših virov financiranja za podjetnike	117
Tabela 6.1. Priporočila za nadaljnjo podporo podjetništvu mladih	141

Podjetniška demografija in značilnosti podjetništva mladih

Slovenski podjetniški observatorij 2023

Urednica zbirke: Barbara Bradač Hojnik

Raziskava Slovenski podjetniški observatorij 2023 je sestavljena iz dveh obsežnih delov analize - demografskih značilnosti slovenskih in evropskih podjetij ter značilnosti podjetništva mladih. Demografska analiza je bila usmerjena v razumevanje profilov slovenskih podjetij na podlagi različnih kriterijev, kot so število podjetij, njihova velikost, ustvarjen prihodek, stroški dela in dodana vrednost, razčlenjeno po dejavnosti, regiji in velikosti podjetja. Proučevanje značilnosti podjetništva mladih je zagotovilo vpogled v dinamiko podjetništva v izbrani ciljni skupini z namenom oblikovanja učinkovitih ukrepov spodbujanja razvoja podjetništva mladih. Monografija nudi temeljit vpogled v trenutno stanje in trende v slovenskem podjetništvu z namenom informiranja podpornega okolja ter spodbujanja rasti in inovativnosti v gospodarstvu.

Ključne besede: gospodarske družbe; samostojni podjetniki; kazalniki finančne uspešnosti; podjetništvo mladih; značilnosti; priložnosti in ovire; strategije in politike; empirična analiza

Naslov urednice Barbara Bradač Hojnik

zbirke: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, Slovenija
barbara.bradac@um.si



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSTVO,
TURIZEM IN ŠPORT



javna agencija za znanstvenoraziskovalno
in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta

