

RAZISKOVALNO DELO DOKTORSKIH ŠTUDENTOV

**Problem vpliva socio-kulturnih dejavnikov na
samozaposlovanje v Republiki Sloveniji v času krčenja
trga dela**

**The problem of impact of socio-cultural factors on self-
employment in the Republic of Slovenia during the
attenuation of the labor market**

Zorica Zaklan⁶⁰

Povzetek

Pričajoči članek obravnava problem vpliva socio-kulturnih dejavnikov na samozaposlovanje v Republiki Sloveniji. S pomočjo kvalitativne analize poizkušamo odgovoriti na raziskovalno vprašanje, ali v času krčenja trga dela obstajajo socio-kulturni predpogoji za dobre podjetniške ideje na

⁶⁰ Kontakt: zorica.zaklan@siol.net.

področju samozaposlovanja, ki se lahko uveljavijo v podjetniškem okolju ter na kakšen način jih je možno realizirati pri odpiranju lastnih podjetij, kar je naš glavni cilj raziskovanja. Za čim večjo transparentnost rezultatov raziskave smo oblikovali dve fokusni skupini: brezposelne, po stopnjah delovne dobe (Skupina A) in samozaposlene (Skupina B), po delovnih izkušnjah v podjetništvu. Obravnavano tematico smo analizirali s pomočjo metod triangulacije, in sicer integracije kvantitativne analize (analiza sekundarnih podatkov - uradno objavljenih statističnih podatkov na področju brezposelnosti in zaposlovanja) ter kvalitativne analize (fokusne skupine). Ključna ugotovitev je, da so socio-kulturni dejavniki bistvenega pomena za uspešnost samozaposlovanja in ustanovitve podjetij. V zaključku so podani predlogi rešitve ter izoblikovani samozaposlitveni modeli za odpiranje lastnih podjetij.

Ključne besede: podjetništvo, samozaposlitev, socio-kulturni dejavniki, socialni kapital.

Abstract

This article addresses the problem of impact of socio-cultural factors on self – employment in the Republic of Slovenia. With the help of qualitative analysis we try to answer the research question, if at the time of attenuation of the labor market there are socio-cultural prerequisites for good business ideas in the field of self-employment, which can be established in the business environment and how they can be implemented in opening their own businesses, which is our main

objective of research. To maximize the transparency of research results, we formed two focus groups: the unemployed, by level of years of service (group A) and the self-employed (group B) by work experience in entrepreneurship. Subject matter was analyzed using triangulation methods, namely the integration of quantitative analysis (analysis of secondary data – officially published statistical data on unemployment and employment) and qualitative analysis (focus groups). A key finding is that socio-cultural factors is vital to the success of self-employment and business start-ups. In conclusion are given proposals for solutions and formed self-employment models for the opening of own businesses.

Key words: entrepreneurship, self-employment, socio-cultural factors, social capital.

Uvod

Naš cilj v pričajoči raziskavi je odgovoriti na *ključno raziskovalno vprašanje, ali v času krčenja trga dela obstajajo socio-kulturni predpogoji za dobre podjetniške ideje na področju samozaposlovanja, ki se lahko uveljavijo v podjetniškem okolju in na kakšen način je možno le-te realizirati*. Zato želimo preučiti problem vpliva socio-kulturnih dejavnikov na samozaposlitev in ugotoviti, katere so tiste komponente socialnega in kulturnega okolja, ki najbolj vplivajo na odločitev o samozaposlitvi, in

sicer za doseganje ključnih podjetniških ciljev, kot so: maksimiziranje prodaje, maksimiziranje tržnega deleža, maksimiziranje dobička, ipd. To je ključni namen pričakujoče raziskave, saj z le-to želimo raziskati problem vpliva socio-kulturnih dejavnikov na samozaposlovanje v času krčenja trga dela.

V prispevku prikažemo relevantnost socio-kulturnih dejavnikov, ki poleg ekonomskih vplivajo na odločitev o samozaposlitvi, saj smo s pomočjo različnih metod (deskripcija, analiza in sinteza dostopnih podatkov) prišli do ugotovitev, da se nekateri brezposelni posamezniki, ne glede na podobne ekonomske dejavnike (možnost doseganja podjetniškega dobička, možnosti, priložnosti, potrebni viri, ipd.) odločajo za samozaposlitev, drugi pa ne. Zato odgovor skušamo pridobiti znotraj vpliva neekonomskih dejavnikov in odgovoriti na raziskovalno vprašanje, na kakšen način socio-kulturni dejavniki vplivajo na samozaposlitev.

V teoretičnem delu predstavimo širše ozadje teme članka, ki se nanaša na podjetništvo in samozaposlovanje. V praktičnem delu izvedemo raziskavo in z izsledki le-te skušamo odgovoriti na raziskovalno vprašanje ter narediti samozaposlitvene modele kot dodano vrednost.

Pri študiju domače in tuje literature nismo prišli do podobnih raziskav, kar nas je podprlo v izvirnosti in aktualnosti tematike, saj le-ta ni preveč obdelana.

V strukturno-postopkovnem procesu smo raziskovalno nalogo zastavili v obliki analize odgovorov na usmeritvena vprašanja dveh skupin namensko izbranih respondentov (brezposelni in samozaposleni). Tako smo na podlagi podrobnih odgovorov obeh skupin, ki v praksi odlično poznata obravnavano problematiko, prišli do pomembnih informacij pri odločitvi o samozaposlovanju. Na koncu smo, s pomočjo izsledkov raziskave, poantirali pomembnost in zanimivost prispevka za stroko ter izoblikovali samozaposlitvene modele, kot primer dobre prakse in pripomoček za lažje odpiranje lastnih podjetij in uspešno vodenje – le teh.

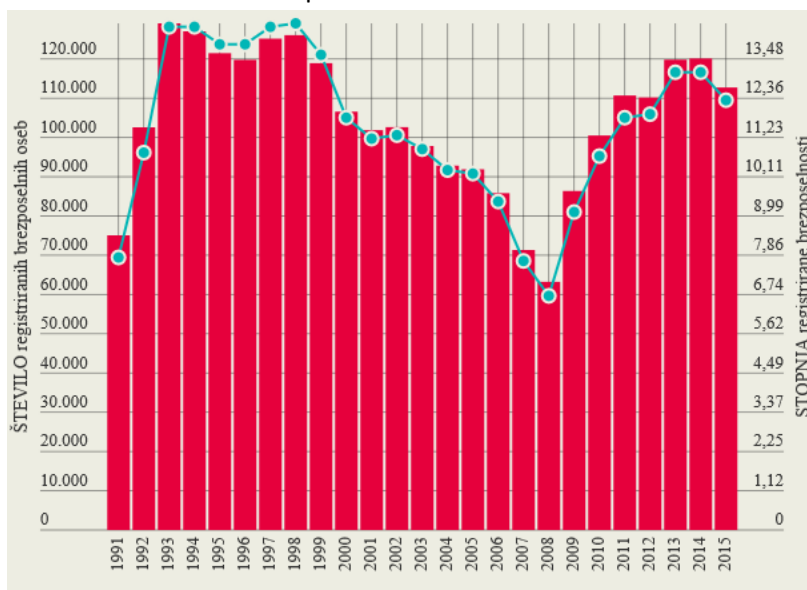
Samo raziskovalno vprašanje smo zastavili na podlagi prepleta teoretičnih zasnov več avtorjev o podjetništvu, kar podajamo v nadaljevanju.

Krčenje delovnih mest in brezposelnost v Sloveniji

Na samem začetku smo želeli ugotoviti dejansko stanje v Sloveniji glede krčenja delovnih mest. Zato smo znotraj zgodovinskega konteksta skušali pojasniti pojem naraščajoče brezposelnosti in krčenje delovnih mest v novejši zgodovini, po osamosvojitvi. Tako smo prišli do nekaterih

ključnih dejstev in vzrokov za večjo brezposelnost v Sloveniji po osamosvojitvi. Nekatere od le-teh najdemo v članku dr. Marka Jakliča (Jaklič, Marko. 2016. »Zakaj je danes desetkrat več brezposelnih kot v Jugoslaviji.« Siol.net, 28. maj. <http://siol.net/novice/moja-sluzba/zakaj-je-danes-desetkrat-vec-brezposelnih-kot-v-jugoslaviji-417980>).

Tabela 1: Brezposelnost med leti 1991 in 2016



Vir: Jaklič, Marko. 2016. <http://siol.net/novice/moja-sluzba/zakaj-je-danes-desetkrat-vec-brezposelnih-kot-v-jugoslaviji-417980>

Iz Tabele 1 »Brezposelnost med leti 1991 in 2016« jasno vidimo, kako je brezposelnost naraščala, in sicer: od 75.000 brezposelnih v osamosvojitvenem letu 1991, dve leti pozneje (leta 1993) pa je bilo brez dela že skoraj 130.000 ljudi. Brezposelnost je močno upadla v letu 2008 (63.000) in se nato spet zvišala v letu 2013 na 120.000. Do zvišanja brezposelnosti po osamosvojitvi, po navedbah dr. Marka Jakliča z Ekonomske fakultete v Ljubljani (primerjava Slovenije in Finske), je prišlo predvsem zaradi izgube jugoslovanskih trgov, kasneje je sledilo obdobje iskanja novih trgov, kar so vse bili "poporodni krči" nove države. Na ta način se je krčil trg dela. Naslednje večji udarec pa je bila finančna in gospodarska kriza leta 2008. Takrat se število brezposelnih, kot smo zgoraj videli zvišalo iz 63.000 na 120.000 in še vedno je tako, čeprav je uradno Slovenija izšla iz recesije (Jaklič, Marko. 2016. »Zakaj je danes desetkrat več brezposelnih kot v Jugoslaviji.« Siol.net, 28. maj. <http://siol.net/novice/moja-sluzba/zakaj-je-danes-desetkrat-vec-brezposelnih-kot-v-jugoslaviji-417980>).

Tako se Slovenija od osamosvojitve, kasneje pa tudi od začetka velike ekonomske krize leta 2008, pa vse do zdaj, sooča z brezposelnostjo. Najbolj zaskrbljujoče pri tem je, kot navaja dr. Jaklič, da se je v strukturi brezposelnih povečal delež mladih, saj če le-ti vstopijo na trg dela prepozno, se to pozna skozi celotno karierno življenjsko obdobje, da ne govorimo o psihičnih in socialnih posledicah (Jaklič, Marko. 2016. »Zakaj

je danes desetkrat več brezposelnih kot v Jugoslaviji.« Siol.net, 28. maj. <http://siol.net/novice/moja-sluzba/zakaj-je-danes-desetkrat-vec-brezposelnih-kot-v-jugoslaviji-417980>).

Zadnje čase pa je opazno tudi izseljevanje, zlasti mladih, v najbolj razvite države EU, Švica, ZDA, Nova Zelandija ... Delna omilitev teh težav je samozaposlitev, vendar nam relevantni statistični podatki kažejo, da se zanj odloča relativno majhen delež brezposelnih v Sloveniji. Zato smo želeli problem samozaposlovanja razsvetliti s teoretičnega kot tudi praktičnega vidika (zgodovinskega in socialno-kulturnega) in odgovoriti na vprašanje, zakaj se to dogaja ter poiskati rešitev, kako naj ga omilimo.

Podjetništvo, podjetnik in podjetniški proces

Podjetništvo po Jelovcu lahko opredelimo kot specifično obliko in način gospodarske dejavnosti v kateri posamezniki (in skupine) zgrabijo poslovne priložnosti ne glede na omejene vire, ki jih trenutno obvladujejo. Povzeto po Jelovac (2000).

Podjetništvo je po Timmonsu sposobnost ustvariti in zgraditi nekaj, neko vrednost, iz praktično ničesar. Definicija ima globljo vsebino. V njej se skriva pomen iniciative, aktivnega delovanja, gradnje podjetja in doseganja rezultatov kot lastnosti in ciljev podjetnika. Podjetnik

občutljivo zazna priložnost, kjer ostali vidijo le kaos, sprejme izziv in se poda v negotovost; zgradi ustrezen team, ki dopolni njegove lastne sposobnosti in znanja, kombinira resurse na najučinkovitejši način, pri tem je pripravljen prevzeti osebna in finančna tveganja. Povzeto po Timmons (1994).

Beseda podjetništvo (entrepreneurship) je bila v ekonomski vedi prvič zapisana že davnega 1730. leta. Uporabil jo je irski ekonomist, ki je deloval v Franciji, Richard Camilton in z njo označeval predvsem prevzemanje tveganja pri kupovanju po odločenih cenah, z namenom nadaljnje prodaje po negotovih cenah v prihodnosti. Kasneje je beseda podjetništvo zaznamovala profesionalizem, kreativnost, ustvarjanje nove dodane vrednosti. Povzeto po Rebernik (1997).

Kdo so podjetniki?

Kdo so ljudje, ki se podajajo na pot podjetništva? Tako sociologe (Kets de Vries, model psihodinamike) zanimajo odnosi med skupinami v družbi. Podjetniki naj bi postali ljudje, ki so se počutili »zunaj« glede na družbene skupine, s katerimi so bili v vsakodnevem stiku (Webrova teza o outsiderskih skupinah, kjer gre za odklon od običajnega, deviantnost). Povzeto po Petrin, Antončič (1995).

Da bi boljše razumeli raziskovalni problem smo skušali podati kritičen prehod iz teoretičnega v empirični del. Tako smo bralcem skušali predstaviti različne teorije o problemu ter se kasneje usmerili na določeno teorijo. V našem primeru je to vpliv socio-kulturnih dejavnikov na samozaposlovanje.

Nekateri avtorji navajajo, da poleg klasičnih socio-kulturnih dejavnikov povečujejo nagnjenost k podjetništvu tudi: podjetniška tradicija v družini, položaj znotraj družine (starejši otroci, edinci), spol in raven izobrazbe, ki jo je posameznik dosegel. Tako je v ZDA že leta 1984 imelo 43 % podjetnikov končano visoko šolo, 30 % magisterij in 9 % doktorat (Petrin, Antončič, 1995).

Zato smo v usmeritvenih vprašanjih skušali zajeti čim večji nabor socio-kulturnih dejavnikov, ki vplivajo na samozaposlitev, da bi omogočili bolj natančno in dokončno opredelitev ter razčlenitev raziskovalnega problema. Tako smo že vnaprej predvideli nekatere težave in omejitve (naključno izbrani respondenti) ter odpravili morebitne težave in omejitve v procesu raziskovanja (čim večji in vsebinsko globlji nabor usmeritvenih vprašanj).

Kao je izpeljal definicijo podjetnikov z določenimi podjetniškimi zahtevami: podjetnik mora videti priložnost, zagotoviti mora človeške in druge potrebne vire in pretvoriti priložnost v oprijemljiv rezultat. V opisu

delovnega mesta podjetnika so se znašli kreativnost, operativnost in managerska znanja ter medčloveške lastnosti in voditeljske lastnosti. Povzeto po Kao (1991).

Podjetništvo in samozaposlitev

Iz različnih študij lahko ugotovimo, da ni splošne teorije podjetništva. V zadnjih tridesetih letih je pojem podjetništva eden najzanimivejših v ekonomski literaturi tako za akademike kot snovalce ekonomske politike. Sodobne teorije prikazujejo podjetništvo predvsem kot dinamičen proces oziroma kot pomemben dejavnik v procesu gospodarske rasti. Mnogi avtorji s pojmom »podjetništvo« najpogosteje označujejo aktivnosti posameznikov, da bi zadovoljili tržne potrebe. Podjetništvo povečuje konkurenco, porabniki imajo večjo izbiro proizvodov, vse skupaj vodi k izboljšanju kakovosti proizvodov in storitev ter k večji skrbi za kupce. Z vsem tem se povečuje inovativnost, odpirajo se nova delovna mesta in zvišuje se blaginja celotnega prebivalstva. Povzeto po Pšeničny et al. (2000).

V preteklosti podjetnost posameznika ni bila zaželena. Okolje je omejevalo svobodno ustvarjanje posameznika, kar je dolgoročno izredno slabo vplivalo na gospodarsko okolje. Zaradi slabo razvitega podjetništva na trgu ni bilo zadostne konkurence. Socializem je izginil iz Evrope zaradi nerazvitega podjetniškega sistema, gospodarske neučinkovitosti in

izrazite prevlade politike nad gospodarstvom. V Sloveniji lahko govorimo o pravem začetku podjetništva šele po letu 1988, saj v preteklosti družbena klima ni bila naklonjena podjetništvu.

Samozaposlitev lahko opredelimo kot realizacijo podjetniške priložnosti in ustanovitve lastnega podjetja. Pred ustanovitvijo podjetja moramo vedeti, katero pravno-organizacijsko obliko podjetja izbrati. Izbira je odvisna od dejavnosti podjetja, obsega poslovanja, tveganja, zmožnosti itd. Postopek odprtja s. p. je enostaven in ga lahko zainteresirani opravijo na točki VEM ali pa preko spleta. Določiti je potrebno sedež poslovanja, ki je lahko na domačem naslovu. Prav tako je potrebno izbrati dejavnosti, s katerimi se bo ukvarjalo podjetje, in so navedene v standardni klasifikaciji dejavnosti.

Podjetnik v luči različnih avtorjev

V raziskavah in literaturi o podjetništvu je na voljo cela vrsta definicij o tem, kaj je podjetništvo in kaj je podjetnik. Za naš namen se zdi, da je najbolj primerno povzeti naslednjo definicijo, ki pravi, da je podjetnik predvsem človek, ki dela, ustvarja in spreminja v vsakršnih pogojih in s kombiniranjem, inoviranjem, ustvarjalnostjo, s prevzemanjem tveganja in predvsem z zmožnostjo aktiviranja drugih ljudi in sredstev, ustvarja novo vrednost. Tako je Timmons, na osnovi dolgoletnega proučevanja

podjetništva izluščil naslednje najpomembnejše lastnosti podjetnikov, ki jih podajamo v spodnji tabeli:

Tabela 2: Lastnosti podjetnikov

Zap. št.	Lastnosti podjetnikov
1.	Predanost in zaupanje v idejo, ki se odraža v pripravljenosti podjetnika, da se odpove marsičemu, da bi uresničil svojo idejo.
2.	Želja po uspehu, dosežku.
3.	Obsedenost s priložnostjo.
4.	Iniciativnost in odgovornost do vseh, ki so vključeni v podjetniški proces.
5.	Vztrajnost pri reševanju najzahtevnejših problemov, ki dejansko predstavljajo izziv.
6.	Preračunljivo obvladovanja tveganja.
7.	Integriteta osebnosti, vredne zaupanja in spoštovanja.
8.	Pripravljenost na sprejem propada.
9.	Energičnost in dinamičnost.
10.	Kreativnost in inovativnost.
11.	Jasna vizija.
12.	Samozaupanje in optimizem.
13.	Samostojnost in neodvisnost.
14.	Sposobnost zgraditi podjetniški, menedžerski team.

Vir: Timmons (1999).

Pomembno je predvsem ugotovitev, da se nekaterih od teh lastnosti, kot meni Timmons možno priučiti oziroma jih pri posamezniku razviti (Timmons, 1999).

Podjetnik navadno začne svoj posel na osnovi izkušenj, ne samo profesionalnih ampak tudi drugih. Raznolikost izkušenj je najbrž eden od ključnih pogojev za uspeh podjetništva. Stiki s potencialnimi kupci, dobavitelji, financerji, tržniki in drugimi, ki podjetju lahko koristijo, so zlata vredni. Uspešni podjetniki so po navadi pomagali in sodelovali pri uspehu nekoga drugega, preden so sami uspeli.

Dejavniki razvoja podjetništva

Joseph Alois Schumpeter determinira ekonomski razvoj z naslednjimi prvinami:

- uvedba nove dobrine
- uvedba nove metode proizvodnje
- odprtje novega trga
- osvojitve novega trga
- uvajanje nove organizacije.

Pri tem je podjetnik sila, ki vodi ta razvoj, podjetništvo pa dinamičen proces (Rebernik, 2008).

Reynolds, Hay in Camp so ugotovili, da se države značilno razlikujejo v stopnji podjetniške aktivnosti, pri čemer gre za razlike v stopnji, do katere državljani zaznavajo priložnosti, in ne toliko za razlike v obstoju samih priložnosti. Podjetništvo vidijo kot družben proces, ki nanj vpliva vrsta ekonomskih dejavnikov, neekonomskih motivov ter družbeni vplivi oziroma vplivi okolja. Povzeto po Reynolds, Hay, Camp (1999).

Sklepni teoretični del o podjetništvu

Iz zgornjih ugotovitev različnih avtorjev je mogoče sklepati, da je podjetništvo predvsem ustvarjanje nove vrednosti, ki je posledica načrtovanih dejavnosti posameznika (podjetnika) ali podjetniškega tima. Pri tem podjetniki prepoznavajo tržne priložnosti prek organiziranja in vključevanja potrebnih sredstev do realizacije poslovne priložnosti.

Kot smo zgoraj videli, ekonomisti podjetništvo opredeljujejo z makroekonomskega vidika kot pomemben dejavnik makroekonomske politike, predvsem zaradi uvajanja tehnološkega napredka in ustvarjanja novih delovni mest ter dvigovanja splošne družbene blaginje. Z

mikroekonomskega vidika pa ga vidijo kot zadovoljevanje trga, torej iskanje tržnega ravnovesja med ponudbo in povpraševanjem po izdelkih in storitvah.

Soodvisnost med podjetništvom in ekonomsko rastjo

Svetovni raziskovalni program Global Entrepreneurship (GEM), v katerem sodeluje več kot 50 držav, med njimi tudi Slovenija, razume podjetništvo kot kakršenkoli poskus posameznika, skupine posameznikov ali obstoječega podjetja, da bi ustvaril novo podjetje ali poslovno aktivnost. Pri tem je za vsako nacionalno gospodarstvo značilno družbeno, kulturno in politično okolje, v katerem delujeta dva temeljna mehanizma rasti (ekonomska) in družbeno-kulturni in politični kontekst kot splet dejavnikov, tako imenovani okvir podjetniških pogojev. Kako bo potekal podjetniški proces oziroma ekonomska rast, je odvisno od zaznavnih podjetniških priložnosti ter pripravljenosti in zmogljivosti ljudi, da se lotevajo novih podjemov, ki prispevajo k ekonomski rasti (Rebernik, 2008).

V nadaljevanju se bomo predvsem osredotočili na neekonomske, zlasti na socio-kulturne dejavnike.

Socio-kulturni dejavniki

V petem poglavju smo videli, kateri so dejavniki razvoja podjetništva. Če se spomnimo, to so ekonomski, neekonomski dejavniki kot tudi družbeni vplivi. Predmet naše raziskave je problem vpliva prav socio-kulturnih dejavnikov na odločitve o samozaposlitvi.

Po Adamu Smithu je ekonomsko življenje globoko vraščeno v družbeno življenje in ga ne moremo razumeti ločeno od navad, običajev, morale ...; torej od kulture, v kateri se odvija. Socialni procesi sodelujejo z ekonomskimi. Zato lahko na podlagi zgoraj navedenih teoretičnih zasnov lahko sklenemo, da poleg ekonomskih dejavnikov na razvoj podjetništva in odločitve o tem, ali se bo nekdo ukvarjal s podjetništvom ali ne, vplivajo tudi nesocialni dejavniki kot tudi družbeni. V nadaljevanju jih bomo imenovali socio-kulturni dejavniki. Povzeto po Adam in drugi (2001).

Po Adamu tako med same socio-kulturne dejavnike, ki vplivajo na podjetniško naravnost sodijo: civilizacijska kompetenca, odprtost družbe, socialni kapital, kognitivna mobilizacija, družbena kohezivnost, podjetniški duh in kvaliteta politike. Delimo jih na: notranje in zunanje. Med notranje dejavnike sodijo: socialni kapital, kognitivna mobilizacija, kakovost politike, družbena kohezivnost in podjetniški duh, odprtost družbe pa med zunanje dejavnike (Adam in drugi, 2001).

Zgornji model socio-kulturnih dejavnikov po Adamu Smithu nam nazorno ter natančno razloži, kateri socio-kulturni dejavniki in na kakšen način vplivajo na razvoj podjetniške miselnosti. Zato smo ga izbrali kot teoretično podlago v pričajoči raziskavi. Iz odgovorov na usmeritvena vprašanja v kvalitativni raziskavi (pripravljena na podlagi odgovorov na vprašanja, kako vplivajo socio-kulturni dejavniki na samozaposlitev), pa lahko ugotovimo dejansko stanje ter potencialne možnosti za samozaposlitev, podane v obliki samozaposlitvenih modelov. V nadaljevanju bomo pojasnili posamezne socio-kulturne dejavnike.

Civilizacijska usposobljenost/kompetenca kot zgodovinska pogojenost

O civilizacijski kompetenci govorimo kot o sistemu internacionaliziranih (kulturnih) dispozicij, ki posamezniku in družbenim skupinam omogočajo vključitev v kompleksno moderno družbo. V okviru procesa modernizacije jo proučujemo kot zgodovinsko dediščino, ki v pozitivnem ali negativnem smislu vpliva na sedanji in bodoči razvoj (Adam in drugi, 2001).

Kognitivna mobilizacija

Po Adamu Smithu je kognitivna mobilizacija ena od najbolj zahtevnih faz družbene modernizacije. Je pogoj za družbo znanj, ki jo sestavljajo človeški kapital, informacije in inovacije (Adam in drugi, 2001).

Sledijo ostali socio-kulturni dejavniki, kot so: podjetniška miselnost/podjetniški duh, družbena kohezivnost, kakovost politike, odprtost družbe, odprtost za spremembe, organiziranost, racionalno izkoriščanje zunanjih virov za lastni razvoj, prilagajanje na kompleksnejše okolje, vzgoja, navade, običaji, morala, ipd.

Socialni kapital

Socialni kapital je eden od ključnih socio-kulturnih dejavnikov za razvoj družbe. Po Fukuyami so to neformalne norme, ki vzpodbujajo sodelovanje med najmanj dvema posameznikoma. Zaupanje, vezi in mreže, civilna družba in ostalo, kar povezujemo s socialnim kapitalom, so posledica socialnega kapitala, ne sestavljajo pa socialnega kapitala samega. Norme, ki sestavljajo socialni kapital, vodijo k sodelovanju v skupini in so povezane s tradicionalnimi krepostmi kot so odkritost, držanje obljub, zanesljivost uspešnosti dolžnosti, vzajemnost in podobno (Adam in drugi, 2001).

Podjetniška miselnost in podjetniški duh

Podjetništvo lahko definiramo kot ustvarjalnost, sposobnost posameznika narediti nekaj boljšega, kar bo pomenilo za uporabnika dodano vrednost in inovativnost (proces spreminjanja zamisli v izdelek, postopek oziroma proces preoblikovanja ustvarjalnosti v dobiček ali storitev. To je odprtost posameznika za spremembe in sposobnost, da v problemih zazna priložnost za razvoj ideje in če le-ta predstavlja sklop

koristnih okoliščin za določen namen (dobiček), govorimo o podjetniški (poslovni) priložnosti (Jelovac, 2000).

Družbena kohezivnost

Kohezivne so tiste družbe, ki skrbijo za družbeno pravičnost v smislu zagotavljanja podobnih startnih možnosti in hkrati preprečujejo izključenost posameznika (Jelovac, 2000).

Podjetniška kultura

Kultura je dinamična kategorija, ki se spreminja skozi čas. Spreminjajo se stališča, vrednote, norme, načela in običaji, ideologija, verovanja, vedenje itd. Vse to je vpeto tudi v družbene strukture, npr. v gospodarski sistem. Kultura je s svojimi elementi temelj za oblikovanje in delovanje neke družbene ureditve in s tem tudi gospodarske ureditve (Kračun, 2000).

Podjetniška kultura je širši pojem, ki združuje podjetniški proces in tiste komponente socialnega in kulturnega okolja, ki najbolj vplivajo na ekonomski in socialni proces. Podjetniški duh je nujni pogoj za razvojni napredek v povezavi s kvalitetno politiko, družbeno kohezivnostjo, kongitivno kompetenco in socialnim kapitalom. Podjetniški duh omogoča udejanjenje invencij kongitivne mobilizacije na trgu (Adam in drugi, 2001).

Kakovost politike

Po mnenju Adama Smitha se kvaliteta politike ujema s pojmovanjem demokracije, saj zajema politiko v smislu izražanja in usklajevanja različnih interesov, politične kompetence in odnose med akterji na različnih političnih področjih. Sam model kvalitetne politike vsebuje štiri dimenzije in sicer: demokratičnost, stabilnost, učinkovitost in transparentnost. Glavno vez med politiko in socialnim kapitalom predstavlja zaupanje, saj je zaupanje posameznikov v inštitucije odvisno od njihovega delovanja (Adam in drugi, 2001).

Odprtost družbe

Gre za odprtost družbe v odnosu do mednarodnega prostora. Po Adamu Smithu obstajajo različni resursi družbene odprtosti in sicer ekonomski, politični in socialni (Adam in drugi, 2001).

Razvojna uspešnost

Razvojna uspešnost je rezultat civilizacijske usposobljenosti kot) razvojnih dejavnikov in Njihove sinergije (Adam in drugi, 2001).

Morala

Moralo lahko definiramo kot vrsto družbenih pravil in predpisov, s katerimi so operacionalizirane družbene vrednote in služijo kot podlaga za obnašanje in delovanje. Tako jer tudi v podjetniškem procesu morala družbeno je pogojena, a jo vsak posameznik občuti neposredno. Le-ta je delno proizvod nekaterih univerzalnih pogojev človeške eksistence in

narave, delno pa družbeno in zgodovinsko pogojena in spremenljiva. (Adam in drugi, 2001).

Običaji so družbeni predpis oziroma norme, s katero postanejo dolgotrajni, ustaljeni načini obnašanja. Lastnosti običajev so dolgotrajnost, množična razširjenost, zavest o obveznem upoštevanju. Običaji so navade, pridobljene z izkušnjami, ki so v času nastanka najbolj ustrezale (Adam in drugi, 2001).

Empirični del

Cilj in namen empirične raziskave

Ključni cilj naše raziskovalne naloge je problem vpliva socio-kulturnih dejavnikov na samozaposlovanje v Republiki Sloveniji v času krčenja trga dela, zato je bil predmet raziskovanja, odgovoriti na temeljno raziskovalno vprašanje, ali v času krčenja trga dela obstajajo socio-kulturni predpogoji za dobre podjetniške ideje na področju samozaposlovanja, ki se lahko uveljavijo v podjetniškem okolju in na kakšen način je možno le-te realizirati. Z raziskavo smo želeli preučiti in ugotoviti, katere so tiste komponente socialnega in kulturnega okolja, ki

najbolj vplivajo na odločitev o samozaposlitvi za doseganje ključnih podjetniških ciljev, kot so: maksimiziranje prodaje, maksimiziranje tržnega deleža, maksimiziranje dobička, ipd. Z ugotovitvami raziskave smo želeli dati poudarek na problem relevantnosti samozaposlovanja v času krčenja trga dela v Sloveniji kot tudi znotraj EU. Menimo, da so izsledki raziskave in izoblikovani samozaposlitveni modeli zagotovo relevantni za Slovenijo, saj bodo marsikomu pomagali, da se lažje odloči za samozaposlitev. Enake izsledke in samozaposlitvene modele lahko apliciramo in uporabimo tudi znotraj drugih držav, članic EU, saj tudi za ostale velja podobna zakonodaja (npr. subvencije za mlade, subvencije v kmetijstvu, turizmu ...).

Zato smo se v raziskovalnem delu naloge osredotočili na vlogo posameznikov, kot ključnih deležnikov pri odločitvah o samozaposlovanju ter na podlagi njihovih odgovorov v fokusnih skupinah, temelječih na znanju in izkušnjah, skušali priti do ustreznih vzorčnih rešitev kot strateških, organizacijskih in akcijskih ukrepov na področju samozaposlovanja. Torej podcilji naše raziskovalne naloge so, s pomočjo odgovorov respondentov na usmeritvena vprašanja, ugotoviti ali in na kakšen način socio-kulturni dejavniki vplivajo na odločitev o samozaposlitvi ter na podlagi metode "dobre prakse" (iz odgovorov letih) izoblikovati samozaposlitvene modele, ki so lahko pripomoček in vodilo za samozaposlovanje posameznikov znotraj Slovenije in EU.

Respondenti - opis vzorca

Za potrebe raziskave smo izoblikovali *dve fokusni skupini: brezposelne (Skupina A) in samozaposlene (Skupina B)*. Brezposelne smo določili iz nabora prijavljenih udeležencev na tečaje o podjetništvu, torej to so brezposelni, ki se že resno zanimajo in proaktivno razmišljajo o podjetništvu oziroma o samozaposlitvi, v bistvu so se nekako s svojo karierno orientacijo že odločili za podjetništvo in le-še iščejo pot realizacije svoje odločitve. Brezposelni so iz različnih kategorij: mladi brez delovnih izkušenj, brezposelni z nekaj delovne dobe in starejši brezposelni - težje zaposljivi. Samozaposelne smo določili na podlagi poznavanj njihove podjetniške dejavnosti (znanci in prijatelji). Le-te smo razdelili v dve skupini: samozaposleni z dve ali manj let podjetniških izkušenj ter samozaposleni, več kot dve leti. Za čim večjo reprezentativnost vzorca in transparentnost je v vsaki skupini po 12 respondentov, skupaj 24. Usmeritvena vprašanja za obe skupini smo izoblikovali na podlagi teoretičnih zasnov o razvojni politiki, socio-kulturnih dejavnikih in podjetništvu kot tudi na osnovi praktične problematike s področja podjetništva in samozaposlovanja.

Opis metodologije in potek raziskave

Raziskava z metodo fokusne skupine je bila izvedena v obdobju februar - marec 2015 v prostorih podjetja Poslovno svetovanje in prevajanje,

Zorica Zaklan, s. p. v Domžalah, Ljubljanska 103 ter v najetih prostorih Občine Domžale – velika dvorana, Ljubljanska 58, Domžale (Center za mlade). Pred samo izvedbo je bilo posredovano vabilo vsem potencialnim udeležencem raziskave. Fokusni skupini sta se sestali dvakrat (februarja in marca 2015) ter izvedli raziskavo z vnaprej določenimi udeleženci, kateri so izkazali prostovoljno pripravljenost za sodelovanje. Sama izbira udeležencev/respondentov je potekala preko pogovorov na seminarjih/delavnicah s področja podjetništva. Seznanev prisotnih s temo predvidene raziskave in njenim namenom za študijske potrebe je bila predstavljena že v samem vabilu, tako da ni bilo potrebno obširneje pojasnjevati namena in same vsebine. Udeleženci so se odzivali s pozitivnim pristopom do obravnavane tematike. Fokusni skupini sta potekali brez zapletov. Udeležencem je bila izražena zahvala za sodelovanje in pomoč pri razjasnitvi določenih vprašanj glede same raziskave. Na podlagi transkripta (odgovori na usmeritvena vprašanja) smo oblikovali pojme. Iz le-teh smo s kodiranjem oblikovali enote in potem še kategorije. Na podlagi le-teh smo prišli do sklepnih ugotovitev raziskave.

Obravnavano tematiko smo analizirali s pomočjo metod triangulacije, in sicer integracije kvantitativne analize (analiza sekundarnih podatkov - uradno objavljenih statističnih podatkov na področju brezposelnosti in zaposlovanja) ter kvalitativne analize (fokusne skupine).

Za iztočnico in pravilnost kvalitativnega raziskovanja smo uporabili analizo in primerjavo članka: »Kvalitativno raziskovanje v medicini: fokusne skupine in delfska metoda«, iz knjige »Kvalitativno raziskovanje v interdisciplinarni perspektivi«, avtorja Franeta Adama in ostalih soavtorjev.

Kvalitativna raziskovalna metodologija nam omogoča sistematično raziskovanje stališč tako, da organizirano in analitično opredelimo teme in zamisli iz raziskovalnega področja. Podatke razložimo induktivno in jih razvrstimo v kategorije. Sledi postopek dela izkušenih raziskovalcev, ki so izobraženi na področju kvalitativnih analiz in imajo vizijo ter lastno integriteto. Metoda je primerna za vrednotenje, saj fokusna skupina pozna obravnavano temo, ki je predmet raziskave in lahko oceni, katere izkušnje so potrebne za nadaljnje delo.

Ker smo pri izvajanju fokusne skupine, kot kvalitativne metode raziskovanja, želeli pridobiti različna mnenja, stališča in izkušnje posameznih respondentov na področju samozaposlovanja, smo se v sami empirični raziskavi (kvalitativna analiza) osredotočili na znan, namensko izbran vzorec respondentov:

- a) Brezposelne ter jih razdelili na več skupin: mladostniki, ki prvič iščejo službo/zaposlitev (brez izkušenj), brezposelne srednjih let, ki so

bodisi tehnološki presežki ali so ostali brez službe in na starejše - teže zaposljive.

- b) Samozaposelne smo razdelili v dve skupini: samozaposleni dve ali manj let in samozaposleni več kot dve leti.

To metodo smo v raziskavi uporabili, saj menimo, da nam je omogočila sistematično zbiranje mnenj in odločitev o samozaposlitvi, in sicer na področju vpliva socio-kulturnih dejavnikov. Pridobljene podatke smo zapisali v obliki transkripta (odgovori na usmeritvena vprašanja) in smo iz le-teh oblikovali pojme. Nato smo s kodiranjem oblikovali enote in potem še kategorije ter z logičnim razmislekom, izkušnjami in vizijo izoblikovali samozaposlitvene modele.

Analiza in vsebinska interpretacija raziskovalnih rezultatov in ugotovitev

V prvem vzorcu, *1. fokusna skupina (Skupina A) - brezposelni* smo izbrali brezposelne iz vseh slovenskih regij, različne starosti in izobrazbene strukture (večina z visoko šolo in fakulteto), namensko izbrani (udeleženci delavnic o podjetništvu in samozaposlovanju. Razdeljeni so po starosti, kot je razvidno iz Tabele 3. Skupno število udeležencev je 12.

Tabela 3: Brezposelni po skupinah (Skupina A)

MLADI	BREZPOSELNI	STAREJŠI BREZPOSELNI	ŠTEVILO RESPONDENTOV V SKUPINI - SKUPAJ
Brez delovnih izkušenj	Z nekaj let delovne dobe	Teže zaposljivi	
Prva zaposlitev	Brez službe zaradi stečajeve in podobnih razlogov	Nimajo veliko do upokojitve, vendar ne izpolnjujejo pogojev zanjo	
4	4	4	12

Vir: Zaklan, lastna raziskava (2015)

Tako razdeljen vzorec smo oblikovali na podlagi sekundarnih podatkov, pridobljenih iz Tabele 4: Podatki o brezposelnih osebah (kvantitativna analiza), ki smo jih pridobili od Urada za makroekonomske analize in razvoj, v nadaljevanju UMAR (UMAR. 2015. *Registrirana brezposelnost 2015*.

http://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/pr/2012/05/14_regionalnerazlikevbrezip.pdf).

Tabela 4: Registrirane osebe po starostnih razredih

Registrirane brezposelne osebe po starostnih razredih, 2015

Starostni razred	jan.	feb.	mar.	apr.	maj	jun.	jul.
15 do 24 let	11.489	11.261	10.815	10.210	9.607	9.106	8.753
25 do 29 let	19.343	18.932	18.198	17.455	16.829	16.327	16.017
30 do 39 let	29.949	29.436	28.294	27.585	27.039	26.592	26.737
40 do 49 let	25.390	24.976	23.523	22.667	22.069	21.549	21.452
50 do 54 let	16.223	15.985	15.470	15.192	14.930	14.751	14.660
55 let ali več	21.885	21.962	21.799	21.814	21.911	21.920	21.938
Skupaj	124.279	122.552	118.099	114.923	112.385	110.245	109.557

Vir: UMAR (2015)

http://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/pr/2012/05/14_regionalnerazlikevbrezip.pdf.

Respondente nismo ločevali po izobrazbi, saj je iz sekundarnih podatkov v Tabeli 3 razvidno, da je brezposelnost enakomerno porazdeljena med vse ravni izobrazbe, razen visokošolske izobrazbe, pri kateri je najmanj brezposelnih. V naših fokusnih skupinah je največ udeležencev prav iz te skupine.

Tabela 5: Brezposelnost po izobrazbi

Registrirano brezposelne osebe po ravni izobrazbe, 2015

Ravni izobrazbe	jan.	feb.	mar.	apr.	maj	jun.	jul.
1+2 - OŠ ali manj	36.082	35.865	33.920	32.747	31.935	31.371	30.978
3+4 - nižje, srednje poklicno izobr.	34.970	34.463	32.895	31.739	30.976	30.194	29.780
5 - srednje tehniško, strokovno, splošno izobr.	33.687	33.057	32.420	31.715	30.987	30.247	29.912
6+7+8 - visokošolsko izobr. prve, druge, tretje stopnje	19.540	19.167	18.864	18.722	18.487	18.433	18.887
Skupaj	124.279	122.552	118.099	114.923	112.385	110.245	109.557

Vir: UMAR (2015)

http://www.ess.gov.si/trg_dela/trg_dela_v_stevilkah/registirirana_brezp_oselnost

Prav tako respondente nismo ločevali po spolu, ker je porazdelitev glede spola približno enaka, sicer je nekoliko več brezposelnih žensk, kar kažejo javno objavljeni podatki v Tabeli, št. 6

Tabela 6: Registrirano brezposelne osebe po spolu, 2015

Spol	jan.	feb.	mar.	apr.	maj	jun.	jul.
moški	63.398	62.611	58.888	56.390	54.744	53.437	52.649
ženske	60.881	59.941	59.211	58.533	57.641	56.808	56.908
Skupaj	124.279	122.552	118.099	114.923	112.385	110.245	109.557

Vir: UMAR (2015)

http://www.ess.gov.si/trg_dela/trg_dela_v_stevilkah/registirirana_brezp_oselnost

8. 5 Analiza in interpretacija rezultatov članov 1. fokusne skupine – brezposelni (Skupina A) - podano v prilogi

Tabela 7: Analiza in interpretacija rezultatov članov 1. fokusne skupine – brezposelni (Skupina A)

Št. usm. vpr.	Usmeritveno vprašanje	Analiza odgovorov
1.	V katero skupino brezposelnih sodite?	Različno: prvi iskalci zaposlitve, srednjih let, z določenimi delovnimi izkušnjami, oziroma starejši (teže zaposljivi).
2.	Kakšna je vaša izobrazbena struktura?	Večina je z visokošolsko izobrazbo in fakulteto, trije pa s srednješolsko izobrazbo.
3.	Koliko časa ste brezposelni?	Iz odgovorov lahko razberemo, da je to obdobje od enega do štirih let.
4.	Zakaj ste se odločili za samozaposlitev?	Iz večine odgovorov je jasno razviden obup in neperspektivnost drugih možnosti zaposlovanja. Tako samozaposlovanje postaja »edini izhod v krizi« pri starostni strukturi »srednja leta in starejši«, pri mlajših pa je to možnost za karierno in življenjsko perspektivo.
5.	Kaj ste delali do zdaj?	Večina, ki so že bili zaposleni, so bili zaposleni v javnem ali zasebnem sektorju in niso bili samozaposleni. Torej nimajo samozaposlitvenih izkušenj.

6.	Kakšna je poklicna usmerjenost vaših staršev (zaposlitev, samozaposlitev) ter kakšna je družinska poklicna tradicija?	Pridobljeni odgovori so različni. Pri nekaterih so starši bili zaposleni, pri drugih samozaposleni. Prevladujejo odgovori in mnenja, da tisti, ki so že imeli družinsko poklicno tradicijo, se želijo tudi sami samozaposliti.
7.	Kakšna je njihova etnična, jezikovna in verska struktura?	Večina staršev so avtohtoni prebivalci, nekaj jih je tudi priseljencev (štirje respondenti, večinoma priseljenci iz bivših jugoslovanskih republik, od enega respondenta je oče Italijan).
8.	Kaj znate še delati, oziroma kaj lahko dodatno ponudite trgu – vaša druga kariera?	Iz odgovorov je razvidna cela paleta različnih znanj in veščin, ki lahko sodijo med storitve ali obrt.
9.	Kako vzpostavljate stike med posamezniki in skupinami ter kakšen je vaš socialni kapital?	Imajo široko socialno mrežo in da si jo želijo še razširiti. Dajejo največji pomen socialnim stikom. izpostavili tudi negativne predznake: širjenje in vzdrževanje neenakosti ter korupcija.
10.	Kaj je vaša ključna ideja oziroma vaš produkt/storitev?	Respondenti so odgovorili z naborom različnih idej, ki se dajo implementirati na trgu in tudi doseči konkurenčno prednost. Deloma iz nabora le-teh smo kasneje oblikovali samozaposlitvene modele.
11.	V čem je dodana vrednost – glavna konkurenčna prednost, kje vidite svoje tržne niše?	Člani fokusne skupine želijo potrošnikom omogočiti prijazen in čim bolj optimalen nakup na avtentičen način, »graditi mostove« v poslovnih odnosih, biti bolj vidni in prepoznavni.
12.	Kakšna je vaša kongitivna mobilizacija (vaš intelektualni kapital, informacije	Odpri do podjetniškega okolja, se pa nekateri, zlasti starejši, bojijo

	in invencije) ter kako ste organizirani za sprejem novih podjetniških izzivov in doseganje ciljno začrtanih projektov (upravljanje s produkti, izobraževanje in učenje, implementacija tehnoloških inovacij)	sprememb, kar je razumljivo. Večina je izjavila, da potrebuje dodatno (praktično) izobraževanje na področju podjetništva, saj se npr. bodoči intelektualci (gimnazijci) sploh tega ne učijo znotraj rednega pouka.
13.	Na kakšni osnovi je zasnovana vaša sposobnost uspešne podjetniške interakcije z okoljem ter hitro prilagajanje in odločanje na spreminjajočem se podjetniškem trgu?	Respondenti si želijo čim več in čim boljše implementirati tehnološke inovacije znotraj svoje bodoče dejavnosti. Prav tako si želijo biti v skladu s časom in včasih ga tudi »prehitovati«, oziroma biti inovativni.
14.	Kakšna je vizija in dolgoročni cilji vašega bodočega podjetja?	Večji delež članov fokusne skupine ima že izoblikovano vizijo, nekateri pa (ena tretjina) pa jo še oblikujejo.
15.	Kaj menite o kvaliteti politike (demokracija, stabilnost, učinkovitost, transparentnost) pri možnostih samozaposlovanja v Republiki Sloveniji?	Prevladujejo pesimistični odgovori. Velika večina (9) jih meni, da v Sloveniji ni dejanske demokracije ter da smo v nekakšnem na pol vojaškem sistemu, podobno kot nekoč v Jugoslaviji.
16.	Kaj menite, ali je slovenska družba kohezivna (integrirana, solidarna in inkluzivna) na področju samozaposlovanja ter odprta do mednarodnega prostora?	Prav tako ne vidijo velike možnosti uspešnega vodenja podjetij (samo za zadovoljitev osnovnih življenjskih potreb), saj je po njihovem mnenju zakonodaja zelo mačehovska do samostojnih podjetnikov (zviševanje davkov in prispevkov).
17.	Ali bi vam bilo lažje, če mi imeli zgled, nekoga iz vašega socialnega okolja, ki bi bil uspešen na področju	Na podlagi odgovorov lahko sklenemo, da takšni zgledi prav pridejo bodočim podjetnikom in jim nudijo motivacijo.

	samozaposlitve? Prosimo, pojasnite.	
18.	Na kakšen način bi vplivali morebitni samozaposlitveni modeli na vašo odločitev o samoozaposlitvi?	Odgovori nam pokažejo, da si bodoči podjetniki želijo čim več konkretnih, praktičnih predlogov, ki se dajo implementirati v poklicno življenje in preizkusiti v praksi.
19.	Poslanstvo – Ali menite, da bi lahko podjetništvo, oziroma samozaposlitev, bilo vaše poklicno in življenjsko poslanstvo?	Večina respondentov si želi, da bi samozaposlitev bila njihova ključna življenjska kariera, oziroma poslanstvo, pri katerem bi hkrati služili denar in kreativno »dihali s polnimi pljuči«, počutili se dobro oziroma dosegli svojo maksimalno kreativnost.
20.	Ali menite, da smo se z obravnavo te problematike dotaknili vseh pomembnih vprašanj, ki jo zadevajo? Želite še kaj pojasniti ali dodati?	Respondenti so odgovorili, da jim je problematika zelo pomembna, zlasti v času, ko je prišlo do krčenja trga dela. Prav tako menijo, da smo z usmeritvenimi vprašanji zajeli vse bistvene sestavine obravnavane problematike ter da so s pomočjo fokusne skupine lahko na širši in vsebinsko poglobljen način povedali svoja razmišljanja in izkušnje na tem področju. Niso imeli kaj dodati, saj so mnenja, da je vse zajeto v odgovorih na usmeritvena vprašanja.

Vir: Zaklan, lastna raziskava (2015)

Analiza in interpretacija rezultatov članov 2. fokusne skupine – samozaposleni (Skupina B)

Tabela 8: Podjetniki po skupinah (Skupina B)

Št. usm. vpr.	Usmeritveno vprašanje	Analiza odgovorov (skupaj podjetniki)
1.	Koliko časa ste podjetnik/podjetnica?	Iz skupine B1 so samozaposleni manj kot dve leti. Iz skupine B2 pa več kot dve leti, nekateri več kot 10 let.
2.	Kakšen status ste imeli pred samozaposlitvijo: brezposeln, zaposlen, študent?	Večina članov fokusne skupine je odgovorila, da so bili pred samozaposlitvijo zaposleni, trije so bili brezposelni, eden pa je bil študent in se je po študiju takoj zaposlil v družinskem podjetju.
3.	Kakšna je vaša izobrazbena struktura?	Večina respondentov je z visokošolsko izobrazbo, štirje pa so s srednješolsko izobrazbo.
4.	Zakaj ste se odločili za samozaposlitev, kateri so socio-kulturni dejavniki, poleg ekonomskih, vplivali na to?	Več različnih odgovorov; od iskanja možnosti za eksistenčni obstoj, pa do priložnosti za kreativno uresničevanje poklicnih želja. Od socio-kulturnih dejavnikov nanj so najbolj vplivali: podjetniška miselnost/podjetniški duh, želja po racionalnem izkoriščanju zunanjih virov in tehnologije za lastni razvoj, prilagajanje na kompleksnejše okolje, podjetniška družinska vzgoja, navade in vzorci glede storilnosti in ustvarjanja lastnih produktov, ki se vlečejo še iz otroštva ...
5.	Kakšna je poklicna usmerjenost vaših staršev (zaposlitev, samozaposlitev ...) in morebitna družinska podjetniška tradicija?	Iz večine odgovorov o poklicni usmerjenosti staršev pridemo do zaključka, da so starši ali bližnji družinski člani že bili podjetniki, torej je izrazito prisotna družinska podjetniška tradicija.
6.	Ali vi in vaši starši sodite med	Iz odgovorov lahko sklenemo, da je večina

	avtohtone prebivalce?	staršev avtohtonih prebivalcev, nekaj pa je tudi priseljencev, sami podjetniki pa sebe vidijo kot avtohtone prebivalce.
7.	Kakšna je vaša etnična, jezikovna in verska struktura?	Vseh 12 respondentov se je izjasnilo, da so Slovenci in je njihov materni jezik slovenski. Glede verske pripadnosti se niso podrobno opredeljevali.
8.	Kako ste ugotovili, da trg prav to vrsto zaposlitve/ produkta potrebuje?	Iz odgovorov je razvidno, da so respondenti prvo preizkusili svojo idejo preko prototipa izdelka ali storitve pri prijateljih in znancih ter skušali ugotoviti kakšen je odziv. Kasneje so to idejo še dodelali (izpopolnili) ter ponudili trgu.
9.	Katere so prednosti/pomanjkljivosti vašega intelektualnega, kulturnega in socialnega kapitala?	Respondenti so odgovorili, da je socialni kapital v današnjem času zelo pomemben za mreženje in prodajo podjetniških produktov. V tem vidijo prednosti vseh treh kapitalov, ki ga lahko uresničijo tudi s pomočjo družabnih omrežij.
10.	Kako vzpostavljate stike med posamezniki in skupinami ter katere so prednosti/pomanjkljivosti vašega intelektualnega, kulturnega in socialnega kapitala?	Večina jih že ima široko socialno mrežo in jo skušajo v vsakdanjih poslovnih kot tudi zasebnih stikih razširiti. Opozorili pa so tudi na pomanjkljivosti socialnega kapitala (korupcija) in tudi na nevarnosti (previdnost pri vzpostavljanju poslovnih stikov, zaradi različnih goljufij, ki so vse bolj prisotne v Sloveniji), od neplačnikov do slamnatih podjetij in drugih goljufov.
11.	Kako ste organizirani za sprejem novih podjetniških izzivov in dosego ciljno začrtanih projektov?	Respondenti so odgovorili, da sta dobra organiziranost in nenehna inovativnost predpogoja za uspešno vodenje podjetja ter da se uspešnost podjetja pokaže prav v uspešni interakciji z okoljem.
12.	Na čem je zasnovana vaša sposobnost uspešne podjetniške	Podjetniki iz obeh skupin so ekstravertirani, želijo si sprememb. Pri tem poudarjajo, da je pri

	interakcije z okoljem ter hitro prilagajanje in odločanje na spreminjajočem se podjetniškem trgu?	samostojnem vodenju podjetja velikokrat potrebno hitro odločanje in ukrepanje, podjetnik pa mora biti fleksibilen in mora dobro obvladati pogajalske veščine.
13.	Kaj je vaša ključna ideja oziroma vaš produkt/storitev?	Iz odgovorov smo dobili celo paleto različnih možnosti. Nekatere od le-teh smo oblikovali v samozaposlitvene modele.
14.	V čem je dodana vrednost – glavna konkurenčna prednost?	Respondenti menijo, da je za uspešnega podjetnika pomembno, da zna narediti avtentičen izdelek ali opraviti storitev na svoj, izviren način (konkurenčna prednost).
15.	Vizija in dolgoročni cilji vašega bodočega podjetja.	Vsi podjetniki iz 2. fokusne skupine imajo jasno izoblikovano vizijo in tudi scenarij za preživetje podjetja v krizi (svetli in temni scenarij obstoja podjetja).
16.	Kaj menite o kvaliteti politike (demokracija, stabilnost, učinkovitost, transparentnost) pri možnostih samozaposlovanja v Republiki Sloveniji?	Pri odgovorih prevladuje zaskrbljenost. Podjetniki niso zadovoljni s stopnjo demokracije v Sloveniji in tudi ne z njeno solidarnostjo.
17.	Kaj menite, ali je slovenska družba kohezivna (integrirana, solidarna in inkluzivna) na področju samozaposlovanja ter odprta do mednarodnega prostora?	Respondenti menijo, da če se samostojni podjetnik znajde v težavah, je prepuščen sam sebi, brez kakršnekoli podpore ali pomoči s strani države. Večina jih prav tako meni, da država skrbi le za to, kako bo pobrala davke, ne pa kako bodo preživeli tisti od katerih pobira le-te.
18.	Ali ste imeli zgled pri odločitvi za samozaposlitev, oziroma kaj vam je pomagalo pri tem?	Večina jih je imela v družini oziroma v ožjem socialnem okolju. Menijo, da so, nasprotno od pozitivnih ljudi, negativno nastrojeni ljudje (pritoževalci) „kužna katastrofa“ za vsako delovno okolje. Prav tako večina njih meni, da

		civilizacijska usposobljenost (podjetniška dediščina) in socialni kapital bistveno vplivata na odločitev o samozaposlitvi.
19.	Katere ste največje napake naredili na dosedanji podjetniški poti in kateri so bili vaši največji uspehi do sedaj?	Podjetniki so mnenja, da je neuspeh del podjetniškega duha iz katerega se lahko največ naučimo.
20.	Ali menite, da je podjetniško življenje in delo vaše poslanstvo? Prosimo, pojasnite zakaj.	Pri odgovorih glede poslanstva (20. vprašanje), so skoraj vsi člani fokusne skupine s stoddstotno gotovostjo prepričani, da je to kar delajo njihov življenjski poklic, njihovo poslanstvo. Sebe vidijo kot čebele, ki ustvarjajo med (oni pa produkt), pri tem pa ne porabijo vsega zase, ampak jim ostane še za druge, za družbo.
21.	Ali menite, da smo se z obravnavo te problematike dotaknili vseh pomembnih vprašanj, ki jo zadevajo? Želite še kaj pojasniti ali dodati?	Respondenti so odgovorili, da so imeli priložnost, da se o problematiki kompleksno pogovarjajo in da izmenjajo izkušnje z drugimi podjetniki kot tudi, da z njimi pomagajo bodočim podjetnikom. Niso imeli kaj dodati, saj so mnenja, da je vse zajeto v odgovorih na usmeritvena vprašanja.

Vir: Zaklan, lastna raziskava (2015)

Predlog rešitve – samozaposlitveni modeli kot ključni prispevek

V nadaljevanju podajamo še izoblikovan predlog rešitve problema v obliki Tabele 9: Primeri samozaposlitvenih modelov. Le- te smo

oblikovali na podlagi odgovorov respondentov iz obeh skupin in sklepnih ugotovitev. V prilogi smo jo še podrobno pojasnili.

Tabela 9: Primeri samozaposlitvenih modelov

Zap. št.	Vrsta samozaposlitvenega modela	Samozaposlitveni modeli - podrobno
1.	Storitve	Kako prodati tečaj, počitnice, storitve v avtopralnici ...
2.	Izdelki	Kako prodati zdravo hrano, zdravilne rastline, modne dodatke, umetniške reprodukcije, izdelke iz lesa za dom, slaščice, nakit, modne dodatke, voščilnice, kmetijske izdelke, ...
3.	Storitve (trgovina - gostinstvo)	Prodaja avtentične hrane v trgovini/gostilni
4.	Eko storitve in čistila	Prodaja ekoloških storitev in izdelkov

5.	Storitve (združeno)	Prodaja storitev na področju transporta in turizma
6.	IKT storitve	Priprava virtualnih izobraževanj, tehnološke inovacije, oblikovanje spletnih strani, virtualni natakari ...
7.	Spletna prodaja	Umetniške reprodukcije, športna oblačila, parfumi ... (lahko je franšiza)
8.	Storitve	Oskrba starejših na domu (lahko je socialno podjetje)

Vir: Zaklan, lastna raziskava (2015)

Razprava in sklep

Na podlagi teoretičnih izhodišč in raziskave (kvantitativne, ki smo jo uporabili kot podlago za določitev ključnih kategorij pri brezposelnih osebah) in kvalitativne analize (fokusna skupina), smo prišli do ključnih

ugotovitev, in sicer, da socio-kulturni dejavniki bistveno vplivajo pri odločitvi o samozaposlitvi posameznikov. Prav tako smo na podlagi raziskave prišli do sklepa, da tudi v času krčenja trga dela obstajajo realne možnosti za samozaposlovanje, in sicer na različnih področjih, odvisno od vpliva posameznikovih socio-kulturnih dejavnikov na potencialnega samozaposlovalca. Tako pričujoča raziskava potrjuje teoretična izhodišča, da tudi v času krčenja trga dela obstajajo dobre podjetniške ideje, ki se lahko uveljavijo v podjetniškem okolju. Za uresničitev le-teh pa so bistveni socio-kulturni dejavniki.

Iz raziskave lahko pridemo, do nekaterih sklepnih ugotovitev, in sicer: da so največ zanimanja in odločnosti za samozaposlovanje pokazali mladi iz družinskih podjetij. Le-ti samozaposlitev vidijo kot svoj karierni izziv, poleg tega nekateri še razmišljajo o možnosti odhoda v tujino (predvsem zaradi skorumpiranosti družbe). Prav tako samozaposlovanje doživljajo kot svoje življenjsko poslanstvo. Pri drugih v fokusni skupini pa je lastno podjetje predvsem eksistenčna rešitev, ali rešitev iz nuje. Pri najmlajši generaciji je podjetništvo povezano z bogastvom, uspešnim in brezskrbnim življenjem. Pri tem se zavedajo, da je na začetku najbolj pomembna dobra ideja, kasneje razvoj le-te, raziskava trga, pomoč podpornega okolja (predvsem socialnega kapitala) in na koncu vztrajnost ter širitev trga.

Z raziskavo smo želeli poiskati tiste ključne socio-kulturne dejavnike, ki vplivajo na samozaposlitev, jih ovrednotiti ter poiskati ustrezne poti oziroma modele za uspešno samozaposlitev, zlasti v času krčenja trga dela v Sloveniji kot tudi v Evropi. Z analizo vpliva socio-kulturnih dejavnikov lahko najdemo odgovore na številna medsebojno soodvisna vprašanja, ki smo jih respondentom zastavili v usmeritvenih vprašanjih. To naj bi bil naš izvirni prispevek k razvoju ustreznega znanstvenega področja. Na ta način smo želeli ovrednotiti dosežene rezultate ter pripraviti samozaposlitvene modele kot pripomoček za lažjo samozaposlitev.

Doma in v tujini nisem zasledila podobnih raziskav. Menim pa, da je problematika zelo aktualna. Podobne raziskave bi bile zelo dobrodošle, saj bi lahko dodatno in poglobljeno razsvetlile socio-kulturne dejavnike, ki vplivajo na samozaposlitev.

Če se kritično ozremo na metode, tehnike in instrumente raziskave, lahko opozorimo na morebitno omejitev raziskave, saj gre za načrtno izbrane respondente iz skupine A (brezposelni), torej tiste, ki se že zanimajo za samozaposlitev. Zato smo mnenja, da se rezultati raziskave in samozaposlitveni modeli dajo nekoliko bolj aplicirati na podobne skupine (tisti, ki se že zanimajo za samozaposlitev) in ne na poljubno izbrane brezposelne. To je naša ocena uporabnosti rezultatov.

Želeli bi še več podobnih raziskav v prihodnje, kot raziskovalni izziv, ki bi ponudile rezultate za druge podobne fokusne skupine in bi morda lahko naredili primerjalno analizo. Prav tako bi se dala v prihodnosti opraviti analiza uporabe samozaposlitvenih modelov pri samozaposlovanju in njeni dejanski učinki pri odpravljanju brezposelnosti.

Pri raziskavi nismo imeli kakšnih posebnih težav, saj smo respondente načrtno izbrali in jih seznanili s temo predvidene raziskave. Njen namen je bil predstavljen že v samem vabilu. Udeleženci so se odzivali s pozitivnim pristopom do obravnavane tematike. Največ usklajevanj je bilo glede časa. Fokusni skupini sta potekali brez zapletov.

Iz rezultatov kvalitativne analize smo razbrali, da socio-kulturni dejavniki bistveno vplivajo na odločitev o samozaposlitvi, saj respondenti, ki v svojem socio-kulturnem miljeu že imajo dobro podjetniško prakso (starši, sorodniki, prijatelji, sosedi, znanci ...) hitreje pridejo do odločitve, ki je ključnega pomena za razvoj in uresničitev podjetniške ideje o samozaposlitvi. Prav tako smo z raziskavo ugotovili, da posamezniki znotraj svojih civilizacijskih kompetenc in zgodovinskega okvira, v katerem živijo in delajo, akumulirajo podjetniške ideje, jih razvijajo in spreminjajo ter jih uresničujejo. Pri tem je pomembna tradicija in kulturno izročilo podjetniške miselnosti ter vrednotenje podjetništva, kot učinkovitega dejavnika razvoja družbe. Pri civilizacijsko - socialnih kompetencah ugotavljamo, da so ključne: odprtost za spremembe,

pogum, motivacija za samostojno delo znotraj tima in samoorganiziranje, kot tudi morala, običaji in delovna ter poklicna etika. Posamezniki, pri katerih je visoka kongnitivna mobilizacija (odprtost za spremembe, izobraževanje in učenje, implementacija tehnoloških znanj) se hitreje odločajo, da stopijo na podjetniško pot.

Z rezultati raziskave in razvojnimi modeli na področju samozaposlovanja bi radi vsaj malo prispevali k zvišanju samozaposlovanja in s tem posledično tudi k razvoju podjetništva, kot enega od možnih izhodov iz gospodarske krize. S tem bi lahko vsaj posredno prispevali k boljši gospodarski, s tem pa tudi ekonomski prihodnosti Slovenije in Evrope.

Zato smo v samozaposlitvenem modelu, kot predlogu rešitve (zgoraj predstavljeno v Tabeli 9 in podrobno pojasnjeno v prilogi), podali več različnih možnosti za samozaposlovanje, ki se lahko aplicirajo na številna druga, sorodna področja. Menimo, da bo v prihodnosti vse bolj pomembno, ali bo in kako bo posameznik uporabil socio-kulturne reference ter sam poiskal službo oziroma si odprl delovno mesto, torej se samozaposlil. To je pomembno z vidika socialne varnosti (krčenje delovnih mest), kakor tudi kreativne ustvarjalnosti, izbrati in delati prav tisto, kar posameznika veseli in ga izpopolnjuje, kar je smisel njegovega življenja in njegovo poslanstvo.

Literatura in viri

Pisni viri

Adam Frane, Makarović, Matej, Rončević, Borut in Tomšić, Matevž (2001) Socio-kulturni dejavniki razvojne uspešnosti: Slovenija v evropski perspektivi. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

Adam, F. ... [et al.] (2012). Kvalitativno raziskovanje v interdisciplinarni perspektivi. Ljubljana: Inštitut za razvojne in strateške analize, 2012.

Adam, Frane in Rončević, Borut (2003) Social capital: recent debates and research trends. *Social Science Information*, 42, str. 155 – 183.

Adam, Frane in Rončević, Borut (2004) Razvojni potencial socialnega kapitala: Slovenija v evropskem kontekstu. *Družboslovne razprave*, 46/47, str. 219-237.

Adam, Frane (2010): Od doline šentflorjanske do silicijeve doline. Delo sobotna priloga, 30. 4. 2010, str. 22.

Antončič, Boštjan, Ruzzier, Mitja in Bratkovič, Tina (2007) Podjetniške mreže in rast. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave.

Birley Sue: Entrepreneurship. Aldershot: Dartmouth Publishing Company Limited, 1998. str. 3-25 in 75-201.

Bobek, V., Sruk, V., Zver, M. in Živko, T. 2003. Ekonomija, kultura in uspešnost: Ekonomska kultura in uspešnost držav (delovni zvezek). Maribor: Institut za ekonomske odnose s tujino.

Bratkovič, Tina, Antončič, Boštjan in Ruzzier, Mitja (2009) Osebne mreže podjetnikov. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave.

Brečko, Daniela (2006) Razvijanje osebnega socialnega kapitala. Ljubljana: Planet GV.

Bygrave, W. The Portable MBA in Entrepreneurship. New York: John Wiley & Sons, 1994.

Carrington, J. Peter in Scott, Juhn (2005) Models and Methods in Social Network Analysis (Structural Analysis in the Social Sciences). Cambridge: Cambridge University Press.

Casson, M. The Theory of the Firm, Edward Elgar, Cheltenham, 2003.

Drucker, Peter (2001) Managerski izzivi v 21. stoletju. Ljubljana: GV Založba.

Dul, Jan in Hak, Tony (2008) *Case Study Methodology in Business Research*. Oxford: Elsevier Ltd.

Petrin, Antončič: *Podjetništvo* (1995). Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta. Ljubljana.

Flere, Sergej (2000) *Sociološka metodologija – temelji družboslovnega raziskovanja*. Maribor: Pedagoška fakulteta.

Jelovac, Dejan (2000): *Podjetniška kultura in etika*. Portorož: VŠP (poglavja o podjetniški kulturi).

Jelovac, Dejan. The impact of corporate social responsibility in the context of small and medium enterprise. *Innovative issues and approaches in social sciences*, May 2012, vol. 5, no. 2, str. 21-35. <http://www.iiass.com/pdf/IIASS-Volume5-Number2-2012.pdf> (dostop 20. 8. 2015).

Kao J. J. *The Entrepreneurial Organization*. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall, 1991, 360.

Kao, J. J., Stevenson, H. H. *Entrepreneurship: What It Is and How to Teach It*. Cambridge: Harward Business School Press, 1985, 321.

Kirzner, I.: *Competition and Entrepreneurship* The University of Chicago Press, Chicago, 1973.

Klemenčič, S. in Hlebec, V. (2007). Fokusne skupine kot metoda presojanja in razvijanja kakovosti izobraževanja. Ljubljana: Andragoški center Slovenije.

Kralj, Anita, Jelovac, Dejan, Mate, Vasilij. Organizational values and moral virtues of entrepreneur: an empirical study of Slovenian entrepreneurs. Innovative issues and approaches in social sciences, 2013, vol. 6, no. 2, str. 109-138, ilustr. <http://www.iiass.com/pdf/IIASS-volume6-number2-article8.pdf> (dostop 20. 8. 2015).

Makarovič, Matej (2003) Socialni kapital v Sloveniji. Ljubljana: Založba Sophia.

Pšeničny Viljem (2002) Pogoji in možnosti za dinamično podjetništvo v Sloveniji. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

Pšeničny, V. et al. Podjetništvo, podjetnik, podjetniška priložnost, podjetniški proces, podjem. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo, Gea College, 2000.

Petrin, Antončič: Podjetništvo. Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta. Ljubljana,
1995.

Petrin, Tea, Bizjak, Franc (1996) Uspešno vodenje podjetja. Ljubljana: Gospodarski vesnik.

Rebernik, M. Podjetništvo in management malih podjetij. Maibor: Strojna fakulteta, 1997.

Rebernik, Miroslav (2008) Ekonomika podjetja. Ljubljana: GV Založba.

Reynolds Paul D., Camp S. Michael, Hay Michael: Global Entrepreneurship Monitor: 1999 Executive Report. B.k.: London: Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, London Business School, 1999.

Rončević, Borut (2003a) Modeli razvojnih strategij. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Rončević, Borut (2008) Strateško usmerjanje v razvojni družbi. Nova Gorica: Fakulteta za uporabne družbene študije.

Schumpeter, J: Capitalism, Socialism and democracy, harper and Row, New York, 1942.

Stevenson, H., Roberts, M., Grousbeck, I.: New Business vebtures and the Entrepreneur, Richard D., Inwin, homewood, 1989.

Stevenson, H. H., Gumper D. E. The Heart of Entrepreneurship. V Sahlman, W. A., Stevenson H. H. (ur.): The Entreepreneurial Venture. Boston: Harward Business School Press, 1992, 9-25.

Timmons Jeffry A.: Podjetništvo kot obvezno znanje. Ljubljana: Podjetnik, 1999, št. 8, str. 18. Ulijn, J., Drillon.

Zakon O gospodarskih družbah (ZGD-1-UPB3) Uradno prečiščeno besedilo, Uradni list RS št. 65/2009 z dne 14. 8. 2009.

Vahčič Aleš: Stanje podjetništva v Sloveniji. Economic and business review, vol.2, posebna številka, »Slovensko podjetje v devetdesetih«, 2000. 49-59 str.

Žižek, J. Klasično razumevanje podjetništva J. Klasično razumevanje podjetništva v ekonomski teoriji.

Elektronski viri

AJPES. 2015. »Hitro rastoča podjetja v obdobju 2011 - 2015.«
http://www.ajpes.si/Letna_porocila/Druzbe_in_zadruge/Informacije/Hitro_rastoca_podjetja_2015?id=1835

DATA. 2015. »Prednosti in slabosti samozaposlitve.
<http://data.si/izobrazevanje/zaposlitev-ali-samozaposlitev/>.

Drnovšek, Mateja. 2007. »Planiranje in ustanavljanje podjetja.«
[http://www.lui.si/mma_bin.php/\\$fld/2010052714114186/\\$fName/Podjetni%C5%A1tvo+skripta+2007.pdf](http://www.lui.si/mma_bin.php/$fld/2010052714114186/$fName/Podjetni%C5%A1tvo+skripta+2007.pdf).

Jaklič, Marko. 2016. »Zakaj je danes desetkrat več brezposelnih kot v Jugoslaviji.« Siol.net, 28. maj. <http://siol.net/novice/moja-sluzba/zakaj-je-danes-desetkrat-vec-brezposelnih-kot-v-jugoslaviji-417980>.

Simič, Nina. 2013. »Kaj uspešni podjetniki svetujejo novopečenim podjetnikom.« Finance, 25. november.
<http://startaj.finance.si/8700911?cctest&>

Slovenija, E-VEM, Portal za podjetja in podjetnike. 2015. »Ustanovitev podjetja.« <http://evem.gov.si/info/zacenjam/zelim-ustanoviti-podjetje/>

UMAR. 2015. » Registrirana brezposelnost 2015. »
http://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/pr/2012/05/14_regionalnerazlikevbrezp.pdf

Zavod RS za zaposlovanje. 2015. » Dolgotrajno brezposelne osebe.« http://www.ess.gov.si/files/2251/analiza_dbo.pdf