

1 2 3 4 5 6 7 Management

4

LETO 1 · ŠTEVILKA 2 · ZIMA 2006

Proces organizacijskega učenja v slovenskih, hrvških in malezijskih podjetjih

*Vlado Dimovski, Miha Škerlavaj,
Mok Kimman in Tomislav Hernaus*

3

Pomen managementa na dereguliranem maloprodajnem trgu električne energije v Sloveniji

Drago Papler in Štefan Bojnec

2

Vloga finančnih omejitev pri poslovanju na tujih trgih

Črt Kostevc

1

Financiranje podjetniških mrež s tveganim kapitalom

Lidija Robnik

Priznavanje znanja, pridobljenega z neformalnim in izkustvenim učenjem

Doris Gomezelj Omerzel in Nada Trunk Širca

ISSN 1854-4223



Management

Revija *Management* je namenjena managerjem in podjetnikom, raziskovalcem in znanstvenikom, študentom in izobražencem, ki snujejo in uporabljajo znanja o obvladovanju organizacij. Izhaja v Sloveniji, tisočletnem križišču ekonomskih in političnih, kulturnih in socialnih, nacionalnih in jezikovnih tokov, med severom in jugom, zahodom in vzhodom Evrope – v deželi s staro industrijsko in kulturno tradicijo.

Revija *Management* združuje dejavnostne, vedenjske in pravne vidike managementa in organizacij. Obravnava dejavnosti organizacij, njihovo urejenost in sredstva, ki jih uporabljajo. Obsega management tehnologij in management ljudi, obravnava delovanje organizacij v različnih okoljih.

Revija *Management* gradi na izročilu zahodne civilizacije in humanizma, na temeljih industrijske in informacijske revolucije, je vpeta v procese globalizacije in civilizacije znanja. Zastopa svobodo misli in ustvarjanja, sprejema različnost vrednot in interesov, mnenj in stališč. Zavzema se za etičnost odločanja, moralnost in zakonitost delovanja.

ODGOVORNI UREDNIK

izr. prof. dr. Mitja I. Tavčar

GLAVNI UREDNIK

izr. prof. dr. Štefan Bojnec

UREDNIŠKI ODBOR

Alen Balde, *Univerza na Primorskem,*

Fakulteta za management Koper

Milena Bevc, *Inštitut za ekonomska raziskovanja, Ljubljana*

Danijel Bratina, *Univerza na Primorskem,*

Fakulteta za management Koper

Primož Dolenc, *Univerza na Primorskem,*

Fakulteta za management Koper

Slavko Dolinšek, *Univerza na Primorskem,*

Fakulteta za management Koper

Peter Fatur, *Univerza na Primorskem,*

Fakulteta za management Koper

Uroš Godnov, *Univerza na Primorskem,*

Fakulteta za management Koper

Henryk Gurgul, *Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie, Poljska*

Tone Hrastelj, *Univerza v Ljubljani,*

Ekonomska fakulteta

Janko Kralj, *zaslužni profesor*

Mirna Leko-Šimič, *Univerzitet Josipa*

Juraja Strossmayera Osijek, Hrvaška

Nataša Mithans, *Univerza na Primorskem,*

Fakulteta za management Koper

Matjaž Mulej, *Univerza v Mariboru,*

Ekonomsko-poslovna fakulteta

Zbigniew Pastuzsak, *Politehnika Lubelska, Poljska*

Mojca Prevodnik, *Univerza na Primorskem,*

Fakulteta za management Koper

Cezar Scarlet, *Universitatea Politehnica*

București, Romunija

Suzana Sedmak, *Univerza na Primorskem,*

Fakulteta za management Koper

Hazbo Skoko, *Charles Sturt University,*

Avstralija

Milan Vodopivec, *The World Bank, ZDA*

IZDAJA

Univerza na Primorskem,

Fakulteta za management Koper

Vodja založbe: Alen Ježovnik

Naslov uredništva: Cankarjeva 5,

SI-6104 Koper

Telefon: 05 610 2031

Faks: 05 610 2015

Elektronska pošta: mng@fm-kp.si

Splet: www.mng.fm-kp.si

Lektoriranje: Ksenija Štrancar

Oblikovanje: Alen Ježovnik

NAVODILA AVTORJEM

Jezik in obseg članka. Prispevki za revijo *Management* so napisani v slovenščini ali angleščini. Članki naj obsegajo od 4000 do 5000 besed vključno z opombami, seznamom literature in grafičnimi prikazi, drugi prispevki pa od 1000 do 2000 besed. Naslov članka mora biti razumljiv in jedrnat ter ne sme biti daljši od 60 znakov.

Jezikovna pravilnost in slog. Pričakuje se, da so rokopisi jezikovno neoporečni in slovnično ustrezni. Uredništvo ima pravo, da prispevkov, ki ne ustrezajo merilom knjižne slovenščine, zavrne.

Slog naj bo preprost, vrednostno nevtralen in razumljiv. Pregledna členjenost besedila na posamezne sestavine (poglavja, podpoglavja) naj sledi sistematičnemu miselnemu toku. Tema prispevka naj bo predstavljena zgoščeno, jasno in nazorno, ubeseditve naj bo natančna, izražanje jedrnato in gospodarno.

Zaželeno je raba slovenskih različic strokovnih terminov namesto tujk. Logične domneve naj bodo utemeljene, sklepi dokazani. Razpravna oblika je praviloma prva oseba množine.

Management

ISSN 1854-4223 · LETO 1

ŠTEVILKA 2 · ZIMA 2006

99 Predgovor

ČLANKI *Articles*

101 Proces organizacijskega učenja v slovenskih,
hrvaških in malezijskih podjetjih
*Vlado Dimovski, Miha Škerlavaj,
Mok Kimman in Tomislav Hernaus*

115 Pomen managementa na dereguliranem
maloprodajnem trgu električne energije
v Sloveniji
Drago Papler in Štefan Bojnec

131 Vloga finančnih omejitev
pri poslovanju na tujih trgih
Črt Kostevc

145 Financiranje podjetniških mrež
s tveganim kapitalom
Lidija Robnik

159 Priznavanje znanja, pridobljenega
z neformalnim in izkustvenim učenjem
Doris Gomezelj Omerzel in Nada Trunk Širca

175 POVZETKI *Abstracts*

178 PREBRALI SMO *Reviews*

Predgovor

Druga, zimska številka revije *Management*, ki je pred vami, je zadnja številka v letu 2006. Po izdaji prve številke v uredništvo revije prejemamo vse več zanimivih prispevkov, zato bomo od naslednjega letnika izdajali po štiri številke na leto.

V to številko revije *Management* so vključeni štirje prispevki domačih avtorjev, en članek, ki je nastal v sodelovanju domačih in tujih avtorjev, ter predstavitvi dveh knjig. Prispevki v tej številki revije *Management* so v slovenščini s krajšimi povzetki v angleščini.

Prvi članek analizira podobnosti in razlike v procesu organizacijskega učenja v slovenskih, hrvaških in malezijskih podjetjih. Vlado Dimovski, Miha Škerlavaj, Mok Kimman in Tomislav Hernaus ugotavljajo podobnost vedenjskih in zaznavnih sprememb ter razlike v sprejemanju sprememb. Slovenska in hrvaška podjetja se opirajo na notranje vire informacij in na osebne, neformalne povezave pri jedrnatih interpretaciji pridobljenih informacij, medtem ko se malezijska podjetja opirajo na zunanje vire informacij in bolj formalno, pisno komuniciranje pri interpretaciji pomena informacij.

Pomen izobraževanja kot dejavnika rasti v maloprodajnem distribucijskem podjetju poudarja drugi članek. Drago Papler in Štefan Bojnec ugotavljata, da na liberaliziranem in naraščajoče konkurenčnem maloprodajnem trgu električne energije za industrijske odjemalce v ospredje stopata učinkovita maloprodajna ponudba kakovostne storitve in zadovoljstvo uporabnikov električne energije v industriji kot dve skupni komponenti, ki sta pomembni za management ponudbe in odnosov s kupci električne energije v industriji.

Prispevek Črta Kostevca poudarja vpliv finančnega kapitala na ravnanje in uspešnost podjetja. Avtor analizira vlogo finančnih omejitev kot enega od dejavnikov za vstop podjetja na tuje trge in ugotavlja, da podjetja, ki nimajo finančnih omejitev, lažje vstopajo na tuje trge.

Lidija Robnik v svojem članku ugotavlja, da sta za razvoj podjetništva v odprtem in naraščajoče konkurenčnem gospodarstvu pomembni strateško povezovanje in mreženje. Uspešni podjetniki so pripravljene se učiti in se prilagajati zahtevam globalne konkurence. Pri uresničevanju podjetniških idej naj bi imel pomembno vlogo tvegani kapital, kot dejavnik, ki omogoča tehnološki in podjetniški razvoj, merjen z rastjo prodaje, dodane vrednosti in zaposlovanja.

Zadnji prispevek je s področja visokošolskega izobraževanja. Prožnejši visokošolski izobraževalni sistem in vrednotenje različnih vrst

Predgovor

znanj, spretnosti in kompetenc pomenita novost na slovenskem trgu visokošolskega izobraževanja. Doris Gomezelj Omerzel in Nada Trunk Širca primerjata razmere na tem področju v nekaterih državah Evropske unije in v Sloveniji. Predstavljata rezultate raziskave o motiviranosti in pripravljenosti visokošolskih izobraževalnih ustanov za sprejemanje in priznavanje neformalnega in izkustvenega izobraževanja ter smernice za razvoj transparentnega vrednotenja.

Štefan Bojnec, glavni urednik
Mitja I. Tavčar, odgovorni urednik

Proces organizacijskega učenja v slovenskih, hrvaških in malezijskih podjetjih

VLADO DIMOVSKI IN MIHA ŠKERLAVAJ
Ekonomska fakulteta, Univerza v Ljubljani

MOK KIMMAN
Universiti Malaysia Sabah, Malezija

TOMISLAV HERNAUS
Univerzitet u Zagrebu, Hrvaška

Članek analizira razlike v metodah organizacijskega učenja podjetij v Sloveniji, na Hrvaškem in v Maleziji. Uporabili smo instrument za merjenje organizacijskega učenja, ki sta ga razvila in preizkusila Dimovski in Škerlavaj (1994; 2003; 2005). Instrument vključuje tri merske spremenljivke (pridobivanje informacij, interpretacija informacij ter vedenjske in zaznavne spremembe), poleg teh pa še 38 postavk, s katerimi merimo konstrukt organizacijskega učenja. Jeseni 2005 so bili zbrani podatki za 203 slovenska, 202 hrvaški in 300 malezijskih podjetij. Rezultati kažejo, da so si podjetja najbližja v smislu vedenjskih in zaznavnih sprememb, kar pomeni, da globalizacija in drugi izzivi, ki jih prinaša moderno poslovno okolje, od njih zahtevajo hitro spreminjanje in prilagajanje. Razlikujejo pa se po tem, kako sprejemajo te spremembe. Če govorimo na splošno, je na primer med Slovenijo in Hrvaško opaziti več podobnosti kot razlik, kar pa ne drži pri primerjavi teh dveh držav z Malezijo. Pri pridobivanju informacij se slovenska in hrvaška podjetja bolj opirajo na notranje vire, medtem ko se pri malezijskih bolj kaže težnja po opiranju na zunanje vire in imajo pogosteje tudi zaposlene, ki so zadolženi za iskanje zunanjih informacij. Pri poskusu interpretacije pridobljenih informacij se slovenska in hrvaška podjetja opirajo na osebne stike in neformalna timska srečanja ter verjamejo, da morajo biti informacije, ki jih damo podrejenim, preproste in jedrnate. Malezijska podjetja pa za razumevanje pomena informacij raje sprejemajo odločitve formalneje, kolektivno in komunicirajo pisno.

Ključne besede: organizacijsko učenje, pridobivanje informacij, interpretacija informacij, vedenjske in zaznavne spremembe, Slovenija, Hrvaška, Malezija

Uvod

Moderna podjetja delujejo v stalno spreminjajočem se in zelo nestabilnem poslovnem okolju, zato se morajo na posamični, timski, orga-

nizacijski in tudi medorganizacijski ravni stalno spreminjati ter učiti (Sanchez 2005). Organizacijsko učenje velja v moderni managerski literaturi za enega najobetavnejših konceptov. Po De Geusu (1988) je »sposobnost učiti se hitreje kot konkurenca morda edina trdna konkurenčna prednost«. Na osnovah panoge investicijskega bančništva v Ohiu (Dimovski 1994) in slovenskih podjetij, ki so imela v letih 2003 in 2004 več kot 100 zaposlenih (Škerlavaj 2003; Dimovski in Škerlavaj 2005; Škerlavaj in dr. v tisku), je bilo dognano, da boljše razvito organizacijsko učenje povečuje uspešnost poslovanja tako v finančnem kot v nefinančnem smislu.

Raziskava se je leta 2005 istočasno izvajala v Sloveniji, na Hrvaškem in v Maleziji, njen namen pa je bil odgovoriti na naslednje raziskovalno vprašanje: Ali med Slovenijo, Hrvaško in Malezijo obstajajo razlike v tem, kako se podjetja učijo? Za pridobivanje podatkov od vrhnjega in srednjega managementa v podjetjih z več kot 50 zaposlenimi je bil uporabljen instrument za merjenje organizacijskega učenja, ki sta ga razvila Dimovski in Škerlavaj (1994; 2003; 2005).

Članek je sestavljen iz štirih glavnih delov. V prvem je dana definicija organizacijskega učenja in je podrobno opisan konstrukt za njegovo merjenje. V drugem delu so predstavljeni zbiranje podatkov in opisi vzorcev. Nato so v tretjem delu podatki analizirani z analizo variance. V četrtem delu sledi razprava o vplivih naših raziskovalnih izsledkov in o managerskih stališčih, za konec pa so predstavljene še omejitve, danih pa je tudi nekaj predlogov za nadaljnje raziskovanje.

Definicije in operacionalizacija konstrukta organizacijskega učenja

Kljub pomembnosti organizacijskega učenja, ali pa morda prav zaradi tega, obstajajo številne definicije tega procesa, poleg tega pa tudi veliko različnih pogledov na to področje, kar je v skladu z ugotovitvami nekaterih zgodnjih avtorjev. Kot trdi Shrivastava (1983), je bilo raziskovanje na tem področju po večini razdrobljeno in nepopolno. Dimovski (1994) dodaja, da so rezultat raziskovanja na področju organizacijskega učenja številne definicije in modeli (npr. Nonaka in Takeuchi 1996; Wall 1998), ki jih je mogoče razlikovati z merili vključenosti, širine in osredotočenosti. Večina definicij je delnih, saj obravnavajo le en vidik organizacijskega učenja.

Naj predstavimo nekaj definicij: Senge (1990) organizacijsko učenje definira kot »nenehno preizkušanje izkušenj in njihovega pretvarjanja v znanje, ki je dostopno vsej organizaciji in ustrezno glede na zastavljeno nalogo«, medtem ko ga Huber (1991) razume kot kombinacijo štirih procesov: pridobivanja informacij, distribucije infor-

PREGLEDNICA 1 Operacionalizacija konstrukta organizacijskega učenja

Merske spremenljivke/Postavke

Pridobivanje informacij (INFOACQ)

- Zaposleni so izjemno pomemben vir informacij (INFOACQ1).
 - Predhodne odločitve so pomembne za sedanje odločitve (INFOACQ2).
 - Nove poslovne metode in storitve je, čeprav so tvegane, zmeraj vredno preizkusiti (INFOACQ3).
 - Poročila zunanjih strokovnjakov so izjemno pomemben vir informacij (INFOACQ4).
 - Služba za spremljanje objav v medijih (kliping) (INFOACQ5).
 - Konkurenti so izjemno pomemben vir pri učenju novih metod in storitev (INFOACQ6).
 - Strokovno poznavanje panoge, izdelkov in storitev je izjemno pomembno merilo pri zaposlovanju novih uslužbencev (INFOACQ7).
 - Skupne naloge in združitev prispevajo veliko znanja o panogi in gospodarskem okolju, novih metodah ter storitvah/izdelkih (INFOACQ8).
 - Vrhnji managerji pri vseh pomembnih odločitvah iščejo informacije ali nasvete pri upravi ali lastnikih (INFOACQ9).
 - Vrhnji managerji pri vseh pomembnih odločitvah iščejo informacije ali nasvete zunaj podjetja (najmanj strokovnjakov, navezava stikov z vrhnjimi managerji drugih podjetij itn.) (INFOACQ10).
 - V našem podjetju imamo zaposlene, katerih delo je povezano z iskanjem zunanjih informacij (INFOACQ11).
 - Zunanji viri (poročila, svetovalci, glasilo itn.) so za delovanje naše organizacije izjemno pomembni (INFOACQ12).
 - V naši organizaciji izrecno nagrajujemo zaposlene, ki so vir kakovostnih informacij (INFOACQ13).
-

Nadaljevanje na naslednji strani

macij, interpretacije informacij in organizacijskega spomina. Argyris in Schön (1978) sta pri svoji definiciji še manj restriktivna in izjavljata, da se organizacijsko učenje pojavi, ko organizacije pridobivajo informacije (znanje, razumevanje, know-how, tehnike in postopki), kakršne koli vrste in kakor koli. Jones (2000) poudarja vlogo organizacijskega učenja pri uspešnosti poslovanja in ga označi kot »proces, prek katerega poskušajo managerji povečati zmožnosti članov organizacije z namenom, da bodo boljše razumeli organizacijo in njeno okolje, da bodo boljše ravnali ter da bodo sprejemali odločitve, ki bodo nenehno povečevale uspešnost poslovanja«. Dimovski (1994) je naredil pregled predhodnih raziskav in prepoznal štiri različne poglede na organizacijsko učenje. Njegov model združuje informacijski, interpretacijski, strateški in vedenjski pristop k organizacijskemu učenju in to definira kot proces pridobivanja informacij, interpretacije informacij ter iz tega izhajajočih vedenjskih in zaznavnih sprememb, ki bi morale povratno vplivati na uspešnost poslovanja.

Nadaljevanje s prejšnje strani

Interpretacija informacij (INFOINT)

- Osebni stiki (INFOINT1).
- Timski sestanki (INFOINT2).
- Odbori kot nosilci odločanja (INFOINT3).
- Telefonski stiki (INFOINT4).
- Pisni memorandumi, opombe, pisma ... (INFOINT5).
- Posebna poročila (INFOINT6).
- Formalna veriga ukazovanja (INFOINT7).
- Intranet podjetja kot sredstvo za interpretiranje informacij (INFOINT8).
- Forumi (e-klepetalnice, e-razpravljanje) (INFOINT9).
- Več ko imajo podrejeni informacij, boljše bodo delali (INFOINT10).
- Informacije podrejenim morajo biti zmeraj preproste in jedrnate (INFOINT11).

Vedenjske in zaznavne spremembe (BCC)

- Prilagodljivost za pritiske iz okolja (BCC1).
- Kakovost izdelkov/storitev (BCC2).
- Število izdelkov/storitev, ki so na voljo (BCC3).
- Tehnologija delovanja (BCC4).
- Hitrost poslovanja (BCC5).
- Uvedba novih marketinških pristopov (BCC6).
- Povprečna storilnost zaposlenih (BCC7).
- Zadovoljstvo zaposlenih (BCC8).
- Splošno vzdušje (BCC9).
- Osebna komunikacija med vrhnjimi managerji in zaposlenimi (BCC10).
- Učinkovitost timskih sestankov (BCC11).
- Raven razumevanja strateške orientiranosti podjetja pri zaposlenih (BCC12).
- Raven razumevanja glavnih problemov podjetja pri zaposlenih (BCC13).
- Učinkovitost informacijskih sistemov znotraj podjetja (BCC14).

OPOMBA Povzeto po Daft in Lengel 1986; Daft in Weick 1984; Dimovski 1994; Dimovski in Škerlavaj 2005; Martello 1993; Škerlavaj 2003; Zahra in Covin 1993.

V preglednici 1 je s tremi merskimi spremenljivkami in 38 merskimi postavkami predstavljena operacionalizacija konstrukta organizacijskega učenja. Bralci, ki jih zanima teoretična osnova postavk, lahko dodatne podatke dobijo v delih Dimovskega in Škerlavaja (Dimovski 1994; Škerlavaj 2003; Dimovski in Škerlavaj 2005). Vse postavke so bile merjene s petstopenjsko Likertovo lestvico. Pri merjenju postavk, povezanih s pridobivanjem informacij (INFOACQ), dajanjem informacij podrejenim (INFOINT10) ter s preprostostjo in jedrnatostjo informacij, danih podrejenim (INFOINT11), smo anketirance vprašali o stopnji njihovega (ne)strinjanja z navedeno trditvijo. Pri ocenjevanju prvih devetih merskih postavk, povezanih z interpretacijo informacij (INFOINT1-INFOINT9), smo merili, kolikšno vlogo anketiranci pripisujejo posameznim postavkam, medtem ko so nas pri vprašanjih, ki se nanašajo na vedenjske in zaznavne spremembe (BCC), zanimale spremembe, ki so se v smislu poveča-

PREGLEDNICA 2 Raziskovana podjetja glede na vrsto panoge

Vrsta panoge	Hrvaška		Slovenija		Malezija	
	P	D	P	D	P	D
A Kmetijstvo	5	2,5%	5	2,5%	6	2,0%
B Ribišтво in ribiške storitve	0	0%	0	0%	8	2,7%
C Rudarstvo	3	1,5%	2	1,0%	15	5,0%
D Predelovalne dejavnosti	64	31,7%	95	46,8%	45	15,0%
E Oskrba z električno energijo in vodo	10	5,0%	3	1,5%	8	2,7%
F Gradbeništvo	32	15,8%	21	10,3%	14	4,7%
G Trgovina na debelo in na drobno	27	13,4%	21	10,3%	35	11,7%
H Gostinstvo	13	6,4%	7	3,4%	15	5,0%
I Promet	11	5,4%	13	6,4%	49	16,3%
J Finančno posredništvo	6	3,0%	7	3,4%	22	7,3%
K Dajanje v najem in izposojanje	0	0%	2	1,0%	11	3,7%
O Druge javne, skupne in osebne storitvene dejavnosti	26	12,4%	20	9,9%	72	24,0%
Podatki niso bili na voljo	5	2,5%	7	3,4%	—	—
Skupno	202	—	203	—	300	—

OPOMBI P – pogostost, D – delež.

nja oziroma zmanjšanja v zadnjih treh letih zgodile pri 14 izbranih postavkah.

Opis vzorcev in zbiranje podatkov

V raziskavo je bila vpeljana medkulturna dimenzija. Septembra in oktobra 2005 so bili slovenskim, hrvaškim in malezijskim podjetjem z več kot 50 zaposlenimi razdeljeni vprašalniki. V Sloveniji so bili vrnjeni 203 vprašalniki (16,5-odstotna stopnja odziva), na Hrvaškem sta bila raziskovalni skupini vrnjena 202 vprašalnika (11,5-odstotna stopnja odziva), medtem ko je v Maleziji raziskovalna skupina dobila vrnjenih 300 izpolnjenih vprašalnikov (40,3-odstotna stopnja odziva). Vrnjeni vprašalniki omogočajo primerjavo rezultatov in implicitno preverjanje vpliva različnih dejavnikov, pogojenih s situacijo v posamezni državi, na pojav organizacijskega učenja.

Glede na merilo vrste panoge je delež podjetij pri nekaterih vrstah skoraj enak, medtem ko so razlike po vzorcih večje pri predelovalni dejavnosti. Pogostost in delež podjetij po posameznih vrstah panog sta prikazana v preglednici 2.

Izbrana podjetja so bila analizirana tudi glede na število zaposlenih. Približno dve tretjini izbranih slovenskih in hrvaških podjetij in samo ena tretjina malezijskih je imela 50–250 zaposlenih, delež srednje velikih podjetij je bil v vseh treh državah enak (približno

PREGLEDNICA 3 Neodvisne značilnosti preiskovanih podjetij in intervjuvancev

Neodvisne značilnosti		Hrvaška	Slovenija	Malezija
Podjetij	Število zaposlenih			
	50-249	71,3 %	72,4 %	30,6 %
	250-499	16,3 %	16,1 %	20,7 %
	> 500	11,8 %	11,5 %	48,7 %
	Podatki niso bili na voljo	0,5 %	—	—
	Letni prihodek v 2004 (mio €)			
	< 7	50,0 %	37,4 %	35,3 %
	7-27	33,7 %	42,8 %	54,3 %
	> 27	14,4 %	19,8 %	10,3 %
	Podatki niso bili na voljo	2,0 %	7,9 %	—
Intervjuvancev	Položaj v hierarhiji			
	Vrhnji management	22,4 %	31,5 %	68,3 %
	Srednji management	55,7 %	31,5 %	28,9 %
	Nižji management in operativna raven	13,0 %	12,8 %	2,7 %
	Podatki niso bili na voljo	8,9 %	24,2 %	—

16–20%), veliko razliko pa je bilo opaziti pri podjetjih s 500 in več zaposlenimi, kar je najbrž posledica različne populacijske in gospodarske strukture vzorčnih držav. Glede na prihodke podjetij v letu 2004 je med slovenskimi, hrvaškimi in malezijskimi podjetji opaziti manjše razlike. Slovenska vzorčna podjetja so imela v letu 2004 višje letne prihodke kot enakovredna hrvaška in malezijska podjetja.

Čeprav so bili hrvaški predstavniki vrhnjega managementa zastopani v precejšnjem številu, so vprašalnik v glavnem izpolnili predstavniki srednjega managementa (vodji funkcijskih oddelkov). V Sloveniji so bili vrhnji in srednji managerji v vzorcu enakovredno zastopani, medtem ko so v malezijskih podjetjih vprašalnik po večini izpolnili predstavniki vrhnjega managementa. Za boljše razumevanje vzorca so v preglednici 3 povzeti podatki o neodvisnih značilnostih podjetij in vprašancev.

Čeprav rezultati analize kažejo delno razlikovanje vzorcev, te razlike ne bi smele imeti večjega vpliva na rezultate raziskave. Ker so bili v raziskovanih državah uporabljeni enaki vprašalniki, ti dejstvi skupaj omogočata nadaljnje analiziranje podatkov.

Pri primerjavi povprečij vseh spremenljivk, uporabljenih za merjenje procesa organizacijskega učenja v slovenskih, hrvaških in malezijskih podjetjih, smo uporabili metodo ANOVA, Levenov test homogenosti varianc ter post-hoc teste (Bonferroni in Dunnett t_3).

V prilogi predstavljamo povprečja in standardne odklone za vsako od 38 uporabljenih spremenljivk. Že hiter pregled opisne statistike bi nas lahko napeljal na domnevanje, da se pri veliko postavkah pojavljajo statistične razlike, še zlasti če malezijske odgovore vzporejamo s slovenskimi in hrvaškimi. Z uporabo postopka ANOVA in Brown-Forsythovega testa enakovrednosti povprečij smo dokazali, da statistično pomembne razlike obstajajo pri vseh razen v naslednjih petih spremenljivkah: INFOACQ6, INFOACQ7, INFINT7, BCC13 in BCC14. Naslednji korak je natančneje raziskati te izsledke in ugotoviti velikost in smer teh razlik v povprečjih z uporabo post-hoc testa (Bonferroni za privzeto enakovrednost varianc in Dunnett za neprivzeto enakovrednost varianc). V preglednicah 4 in 5 predstavljamo več različnih primerjav razlik v povprečjih med raziskovanimi državami.

Pri pregledu spremenljivk, povezanih s pridobivanjem informacij, je največje razlike opaziti med INFOACQ11 in INFOACQ13. Malezijska podjetja pogosteje kot hrvaška in slovenska nagrajujejo zaposlene, ki so vir kakovostnih informacij. V Maleziji več zaposlenih tudi zadolžijo za iskanje zunanjih informacij; na Hrvaškem je ta stopnja nižja in v Sloveniji še nižja. Nasprotno pa se slovenska in hrvaška podjetja pri pridobivanju informacij, potrebnih za trenutno sprejemanje odločitev (INFOACQ2), bolj opirajo na predhodne odločitve. Nadaljnji dokaz tega, da so slovenska in hrvaška podjetja orientirana bolj navznoter, je dejstvo, da svoje zaposlene obravnavajo kot pomemben vir informacij (INFOACQ1), medtem ko malezijska podjetja svojo orientiranost navzven pri pridobivanju informacij izkazujejo s tem, da pogosteje uporabljajo službe za spremljanje objav v medijih (kliping) (INFOACQ5), skupne naloge, združitve in pripojitve (INFOACQ8) ter iskanje informacij pri strokovnjakih in managerjih zunaj podjetja (INFOACQ10). Zaposleni na vodstvenih položajih se tako v hrvaških kot v malezijskih podjetjih za nasvet pogosteje obrnejo na upravo in lastnike, kot pa se to dogaja v slovenskih podjetjih (INFOACQ9).

Natančen pregled razlik v povprečjih za spremenljivko interpretacije informacij razkrije, da managerji slovenskih, hrvaških in malezijskih podjetij uporabljajo precej različne pristope za razumevanje pomena in konteksta pridobljenih informacij. Slovenski in hrvaški managerji se strinjajo glede tega, da morajo biti informacije, dane podrejenim, preproste in jedrnate (INFOINT11), malezijski managerji pa se v povprečju s tem ne strinjajo in dopuščajo več prostora za ustvarjalnost in inovacije. Malezijci tudi pogosteje kot Slovenci uporabljajo formalne odbore kot tiste, ki sprejemajo odločitve (INFO-

PREGLEDNICA 4 Razlike v povprečjih za spremenljivko pridobivanje informacij

Odvisna spremenljivka	Država 1/1	Razlike v povprečjih (1-1)		
		Slovenija	Hrvaška	Malezija
INFOACQ1	Slovenija	—	0,00	0,21*
	Hrvaška	—	—	0,21*
INFOACQ2	Slovenija	—	0,01	0,75*
	Hrvaška	—	—	0,74*
INFOACQ3	Slovenija	—	0,00	0,19
	Hrvaška	—	—	0,19
INFOACQ4	Slovenija	—	-0,10	0,13
	Hrvaška	—	—	0,23*
INFOACQ5	Slovenija	—	-0,07	-0,54*
	Hrvaška	—	—	-0,47*
INFOACQ6	Slovenija	—	-0,01	-0,03
	Hrvaška	—	—	-0,02
INFOACQ7	Slovenija	—	0,06	-0,09
	Hrvaška	—	—	-0,15
INFOACQ8	Slovenija	—	-0,49*	-0,18*
	Hrvaška	—	—	0,29*
INFOACQ9	Slovenija	—	-0,33*	-0,57*
	Hrvaška	—	—	-0,24*
INFOACQ10	Slovenija	—	-0,41*	-0,72*
	Hrvaška	—	—	0,41*
INFOACQ11	Slovenija	—	-0,51*	-1,78*
	Hrvaška	—	—	1,28*
INFOACQ12	Slovenija	—	-0,14	-0,42*
	Hrvaška	—	—	-0,29*
INFOACQ13	Slovenija	—	-0,47*	-1,72*
	Hrvaška	—	—	-1,27*

OPOMBA * Razlika v povprečjih je pomembna pri stopnji 0,05.

INT3), vendar se slovenska podjetja v istem smislu pogosteje od malezijskih odločajo za neformalizirane timske sestanke (INFINT2).

Še ena zanimiva razlika se kaže v tem, da se tako slovenski kot hrvaški managerji pogosteje odločajo za osebne stike, kot pa je to značilno za malezijske managerje (INFINT1), ki, nasprotno, pogosteje uporabljajo formalno, pisno komunikacijo (INFINT5) in posebna poročila (INFINT6). Statistično pomembne razlike pa med preiskovanimi državami niso bile izkazane pri uporabi formalne verige ukazovanja (INFINT7), medtem ko so pri proučevanju podpore IT za interpretacijo informacij rezultati mešani. Malezijska podjetja pogosteje uporabljajo intranet (INFINT8) kot podjetja v Sloveniji in na Hrva-

PREGLEDNICA 5 Razlike v povprečjih za spremenljivko interpretacija informacij

Odpisna spremenljivka	Država 1/J	Razlike v povprečjih (1-J)		
		Slovenija	Hrvaška	Malezija
INFOINT1	Slovenija	—	0,08	0,41*
	Hrvaška	—	—	0,32*
INFOINT2	Slovenija	—	0,15	0,23*
	Hrvaška	—	—	0,08
INFOINT3	Slovenija	—	-0,12	-0,31*
	Hrvaška	—	—	-0,19
INFOINT4	Slovenija	—	-0,08	-0,25*
	Hrvaška	—	—	-0,17*
INFOINT5	Slovenija	—	0,06	-0,27*
	Hrvaška	—	—	-0,33*
INFOINT6	Slovenija	—	-0,13	-0,29*
	Hrvaška	—	—	-0,16
INFOINT7	Slovenija	—	-0,03	-0,02
	Hrvaška	—	—	0,00
INFOINT8	Slovenija	—	0,11	-0,25*
	Hrvaška	—	—	-0,36*
INFOINT9	Slovenija	—	-0,64*	-1,19*
	Hrvaška	—	—	-0,55*
INFOINT10	Slovenija	—	0,16	0,87*
	Hrvaška	—	—	0,71*
INFOINT11	Slovenija	—	0,18	1,01*
	Hrvaška	—	—	0,83*

OPOMBA * Razlika v povprečjih je pomembna pri stopnji 0,05.

škem, slovenska podjetja pogosteje uporabljajo elektronske forume (INFOINT9) in interpretacije informacij, a tako prva kot druga vse to uporabljajo pogosteje kot hrvaška podjetja.

V zvezi s pregledovanjem spremenljivk za vedenjske in zaznavne spremembe je treba povedati, da čeprav obstaja nekaj statistično pomembnih razlik v povprečjih, so te precej manjše od tistih, ki jih opazimo pri spremenljivkah pridobivanja in interpretacije informacij. Slovenska in hrvaška podjetja poročajo o boljših rezultatih v povezavi z BCC2-BCC5 in BCC7.

Sklep

Pregledali smo proces organizacijskega učenja v slovenskih, hrvaških in malezijskih podjetjih z namenom razumeti, kako se podjetja odzivajo na turbulentno poslovno okolje in pojavljajoče se spremembe (glej npr. Drucker 2001). V ta namen smo uporabili potrjene

PREGLEDNICA 6 Razlike v povprečjih za spremenljivko vedenjske in zaznavne spremembe

Odvisna spremenljivka	Država 1/J	Razlike v povprečjih (1-J)		
		Slovenija	Hrvaška	Malezija
BCC1	Slovenija	—	-0,04	0,25*
	Hrvaška	—	—	0,29
BCC2	Slovenija	—	-0,02	0,58*
	Hrvaška	—	—	0,60*
BCC3	Slovenija	—	0,04	0,40*
	Hrvaška	—	—	0,36*
BCC4	Slovenija	—	-0,01	0,46*
	Hrvaška	—	—	0,47*
BCC5	Slovenija	—	,00	0,46*
	Hrvaška	—	—	0,46*
BCC6	Slovenija	—	-0,15	0,15
	Hrvaška	—	—	0,30*
BCC7	Slovenija	—	-0,08	0,29*
	Hrvaška	—	—	0,37*
BCC8	Slovenija	—	-0,23	-0,06
	Hrvaška	—	—	0,17
BCC9	Slovenija	—	-0,30*	0,00
	Hrvaška	—	—	0,29*
BCC10	Slovenija	—	-0,18	0,11
	Hrvaška	—	—	0,28*
BCC11	Slovenija	—	-0,24*	-0,04
	Hrvaška	—	—	0,20
BCC12	Slovenija	—	-0,18	-0,15
	Hrvaška	—	—	0,03
BCC13	Slovenija	—	-0,16	-0,09
	Hrvaška	—	—	-0,07
BCC14	Slovenija	—	-0,09	0,10
	Hrvaška	—	—	0,19

OPOMBA * Razlika v povprečjih je pomembna pri stopnji 0,05.

in zanesljive instrumente, ki so bili preizkušeni ob več priložnostih in v različnih okoliščinah (Dimovski 1994; Škerlavaj 2003; Dimovski in Škerlavaj 2005), kar je dalo zanimive izsledke. Iz podatkov je razviden obstoj procesov konvergence in divergence v povezavi z metodami organizacijskega učenja slovenskih, hrvaških in malezijskih podjetij. Konvergenco je v glavnem opaziti v delih, ki obravnavajo vedenjske in zaznavne spremembe. Podjetja v vseh treh državah se morajo, če si želijo zagotoviti konkurenčno prednost, hitro in teme-

ljito spreminjati ter prilagajati. Vendar pa se razlikujejo glede pristopov k temu. Pri poskusu pridobivanja informacij, ki včasih veljajo celo za »gorivo modernih podjetij«, slovenska in hrvaška podjetja pogosteje uporabljajo notranje vire (kot so predhodne odločitve in lastni zaposleni). Malezijska podjetja pa se po drugi strani močno opirajo na zunanje vire (tako da na primer nekatere zaposlene zadolžijo za iskanje zunanjih informacij, uporabljajo službe za spremljanje objav v medijih, se odločijo za združitve in pripojitve ter za sodelovanje v partnerstvih z namenom naučiti se nekaj novega, zaposliti zunanje strokovnjake in pogovoriti se z managerji zunaj podjetja). Še eno pomembno dejstvo je to, da se pri poskušanju razumevanja vloge pridobljenih informacij razvijajo zelo različni vzorci. Tudi glede tega se kaže razhajanje med malezijskimi managerji na eni strani ter slovenskimi in hrvaškimi na drugi. Zanimivo je, da malezijska podjetja uporabljajo več formalnih poti (pisni memorandumi, odbori, posebna poročila itn.), medtem ko se slovenski in hrvaški managerji pri poskusu razumevanja pomena pridobljenih informacij pogosteje odločajo za osebne stike in neformalne timske sestanke.

Posledice naših izsledkov so pomembne tako za managerje kot za raziskovalce. Organizacijsko učenje je treba razumeti kot kontekstualno pogojen proces. V našem konkretnem primeru je uvedena kontekstualna spremenljivka nacionalna kultura. Upamo, da smo prikazali uvodni korak k empiričnemu razumevanju procesa organizacijskega učenja v različnih kulturnih kontekstih, kar je nedvomno pomemben prispevek tega članka, ki zapolnjuje praznino v obstoječi literaturi. Prihodnje raziskave bi morale zaobjeti še širše območje (vključiti več držav) in se usmeriti v določanje skupkov, ki bi zajemali določene kulture ali skupine držav. Tako bi lahko bili vpeljeni različni pristopi k managementu procesa organizacijskega učenja znotraj npr. multinacionalnih podjetij.

Poleg tega bi bilo treba proučiti tudi vpliv procesa organizacijskega učenja na uspešnost poslovanja v različnih nacionalnih okvirih. V slovenskem okviru je bil pozitiven vpliv tako na finančno kot na nefinančno uspešnost že prikazan (glej Dimovski in Škerlavaj 2005; Škerlavaj in dr. v tisku). Ta vpliv mora biti preizkušen v medkulturnem okviru, poleg tega pa tudi z natančnimi statističnimi metodami, kakršna je večskupinsko strukturno modeliranje. Naslednji korak je temeljito pregledati in proučiti proces organizacijskega učenja v več študijah primera na posamični, skupinski in odnosni ravni z na primer analizo družbenih omrežij. Jasno je torej, da ta prispevek pomeni uvodni korak k raziskovanju pojava organizacijskega učenja v medkulturnem okviru.

PRILOGA Povprečne vrednosti in standardni odkloni

	Slovenija		Hrvaška		Malezija		Skupaj	
	PV	SO	PV	SO	PV	SO	PV	SO
INFACQ1	3,94	0,800	3,94	0,796	3,73	1,156	3,85	0,971
INFACQ2	4,00	0,689	4,00	0,776	3,25	1,189	3,68	1,022
INFACQ3	3,60	0,855	3,60	0,797	3,42	1,036	3,52	0,925
INFACQ4	3,65	0,862	3,75	0,709	3,52	0,969	3,62	0,875
INFACQ5	3,00	1,350	3,07	1,266	3,54	0,889	3,25	1,175
INFACQ6	3,94	0,862	3,95	0,721	3,96	0,811	3,95	0,801
INFACQ7	3,84	0,835	3,79	0,903	3,94	0,767	3,87	0,829
INFACQ8	3,76	0,851	4,22	0,743	3,94	0,801	3,97	0,818
INFACQ9	3,42	1,055	3,75	1,024	3,99	0,769	3,76	0,962
INFACQ10	3,33	0,889	3,73	0,811	4,04	0,755	3,75	0,863
INFACQ11	2,18	1,044	2,69	1,144	3,97	0,825	3,09	1,259
INFACQ12	3,46	0,961	3,60	0,948	3,89	0,929	3,68	0,960
INFACQ13	2,25	1,007	2,69	1,013	3,96	0,798	3,11	1,196
INFINT1	4,25	0,709	4,16	0,580	3,84	0,847	4,05	0,761
INFINT2	4,03	0,795	3,88	0,864	3,80	0,835	3,89	0,837
INFINT3	3,54	0,879	3,66	0,913	3,85	0,828	3,70	0,876
INFINT4	3,65	0,777	3,73	0,733	3,90	0,812	3,78	0,786
INFINT5	3,61	0,808	3,55	0,869	3,88	0,792	3,71	0,832
INFINT6	3,50	0,913	3,63	0,861	3,79	0,843	3,66	0,876
INFINT7	3,42	0,875	3,44	0,901	3,44	1,171	3,43	1,017
INFINT8	3,19	1,050	3,09	1,083	3,44	1,185	3,27	1,128
INFINT9	2,31	0,988	2,95	0,996	3,50	1,187	3,00	1,186
INFINT10	4,30	0,766	4,14	0,853	3,43	1,150	3,89	1,046
INFINT11	4,48	0,639	4,31	0,749	3,48	1,198	4,01	1,048
BCC1	3,78	0,712	3,82	0,827	3,53	1,149	3,68	0,959
BCC2	4,08	0,667	4,09	0,757	3,50	1,155	3,83	0,971
BCC3	3,91	0,759	3,87	0,785	3,51	1,155	3,73	0,971
BCC4	3,93	0,748	3,94	0,724	3,47	1,149	3,74	0,961
BCC5	3,95	0,719	3,95	0,793	3,48	1,161	3,75	0,976
BCC6	3,66	0,800	3,80	0,815	3,51	1,178	3,64	0,989
BCC7	3,74	0,738	3,82	0,752	3,45	1,157	3,64	0,956
BCC8	3,38	0,794	3,62	0,845	3,45	1,163	3,48	0,984
BCC9	3,44	0,756	3,74	0,877	3,45	1,163	3,53	0,988
BCC10	3,61	0,795	3,79	0,838	3,51	1,170	3,62	0,988
BCC11	3,47	0,743	3,71	0,763	3,51	1,155	3,56	0,949
BCC12	3,41	0,772	3,58	0,748	3,56	1,194	3,52	0,970
BCC13	3,41	0,786	3,58	0,832	3,51	1,144	3,50	0,966
BCC14	3,61	0,710	3,69	0,825	3,50	1,155	3,59	0,955

OPOMBI PV – povprečna vrednost, so – standardni odklon.

Literatura

- Argyris, C., in D. A. Schön. 1978. *Organisational learning: a theory of action perspective*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Daft, R. L., in R. H. Lengel. 1986. Organisational information requiem media richness and structural design. *Management Science* 32 (5): 554-571.
- Daft, R. L., in K. E. Weick. 1984. Toward a model of organisations as interpretation systems. *American Management Review* 9 (2): 284-295.
- De Geus, A. P. 1988. Planning as learning. *Harvard Business Review* 88 (2): 70-74.
- Dimovski, V. 1994. *Organisational learning and competitive advantage*. Doktorska disertacija, Cleveland State University.
- Dimovski, V., in M. Škerlavaj. 2005. Performance effects of organisational learning in a transitional economy. *Problems and Perspectives in Management* 3 (4): 56-67.
- Drucker, P. 2001. *Management challenges for the 21st century*. New York: Harper Collins.
- Huber, G. P. 1991. Organisational learning: the contributing process and the literatures. *Organisation Science* 2 (1): 88-115.
- Jones, G. R. 2000. *Organisational theory*. 3. izdaja. New York: Prentice Hall.
- Martello, W. E. 1993. Scripts as a practical tool for strategic action. Predavanje na 13th Annual International Conference, Strategic Management Society, Chicago.
- Nonaka, I., in H. Takeuchi. 1996. A theory of organisational knowledge creation. *International Journal of Technology Management* 11 (7/8): 833-846.
- Sanchez, R. 2005. Knowledge management and organisational learning: fundamental concepts for theory and practice. Working Paper 2005/3, Lund Institute for Economic Research.
- Senge, P. M. 1990. *The fifth discipline: the art and practice of learning organisation*. New York: Currency Doubleday.
- Shrivastava, P. 1983. A typology of organisational learning systems. *Journal of Management Studies* 20 (1): 1-28.
- Škerlavaj, M. 2003. Vpliv informacijsko-komunikacijskih tehnologij in organizacijskega učenja na uspešnost poslovanja: teoretična in empirična analiza. Magistrsko delo, Ekonomska fakulteta.
- Škerlavaj, M., M. Indihar Štemberger, R. Škrinjar in V. Dimovski. V tisku. Organizational learning culture: the missing link between business process change and organizational performance. *International Journal of Production Economics*.
- Wall, B. 1998. Measuring the right stuff: identifying and applying the right knowledge. *Knowledge Management Review* 1 (4): 20-24.
- Zahra, S. A., in J. G. Covin. 1993. Business strategy, technology policy and firm performance. *Strategic Management Journal* 14 (6): 451-478.

Pomen managementa na dereguliranem maloprodajnem trgu električne energije v Sloveniji

DRAGO PAPLER

Elektro Gorenjska

ŠTEFAN BOJNEC

Fakulteta za management Koper

Univerza na Primorskem

Članek poudarja vlogo managementa na dereguliranem maloprodajnem trgu električne energije, podjetniško in poslovno vedenje z namenom doseči čim večje zadovoljstvo kupcev s kakovostjo storitev. Koeficienti koncentracije kažejo visoko stopnjo koncentracije dobaviteljev električne energije in uporabnikov na dereguliranem maloprodajnem trgu električne energije v industriji. Produkcijska funkcija za maloprodajno elektrodistribucijsko podjetje kaže vlogo izobraževanja, elektroenergetske infrastrukture in nekoliko manj kapitalne intenzivnosti kot pomembnih dejavnikov rasti produktivnosti v maloprodajnem elektrodistribucijskem podjetju. Povpraševanje po električni energiji v industriji je pozitivno povezano z rastjo realnega dohodka in negativno z rastjo realnih cen električne energije za industrijo. Multivariatna faktorska analiza je potrdila dve skupni komponenti učinkovite maloprodajne ponudbe električne energije in zadovoljstva uporabnikov električne energije v industriji. V prvi skupini dejavnikov učinkovite maloprodajne ponudbe električne energije imajo najvišje uteži poraba, kakovost storitev, stroški in svetovanje. V drugi skupini dejavnikov zadovoljstva uporabnikov električne energije v industriji imajo najvišje uteži odziv, potrebe, zanesljivost in osebe. Učinki sprememb v dinamiki konkurence na dereguliranem maloprodajnem trgu električne energije za industrijo so pomembni za management ponudbe, upravljanje in organizacijsko vedenje pri kakovosti storitev, trženju in tržnih strategijah, upravljanju ponudbe in odnosov s kupci električne energije v industriji.

Ključne besede: trg električne energije, management, tržna struktura, produktivnost, povpraševanje, faktorska analiza

Uvod

Globalizacija in ekonomska liberalizacija imata značilen vpliv na spremembe okolja, na vedenje managementa v podjetju in podjetnikov, da bi izboljšali konkurenčnost podjetij, proizvodov in storitev za

kupce, kar je pomembno za preživetje podjetij in njihov boljši razvoj na konkurenčnih trgih. Novi načini organiziranja in trajno prilagajanje na spremembe, da se dosežejo zeleni cilji, so tako pomembna naloga za management v podjetju in v raznih drugih organizacijah (Drucker 1973). Naraščajoči konkurenčni pritiski na trgih prav tako spreminjajo podjetniške koncepte pri nabavi resursov, vertikalno in horizontalno povezovanje, korporacijske vrednote, strateške pobude in sektorske organizacije. Proces globalizacije, deregulacije in liberalizacije je prav tako vstopil na tiste trge, ki so bili tradicionalno znani kot monopolne tržne strukture. Deregulacija in liberalizacija trga električne energije sta tipična primera, ki vplivata na spremembe v ponudbi in povpraševanju na trgu, kar pomembno spreminja vlogo in pomen managementa, marketinga, korporativnega in tržnega komuniciranja v elektrogospodarstvu in posameznih podjetjih (Philipsen in Lee 1998; Ressinger in Akbrecht 1999; Shahidehpour, Yamin in Li 2002; Eydeland in Wolyniec 2003).

Zaradi postopne deregulacije in liberalizacije so elektrodistribucijski trgi v procesu spreminjanja in (njihove) tržne segmentacije, kar velja tudi za Slovenijo. Vendar je trenutna tržna segmentacija slovenskega elektrodistribucijskega trga štirih glavnih skupin porabnikov električne energije (industrijski uporabniki, gospodinjstva, javna razsvetljava in drugi uporabniki električne energije) pomembnejša, dokler elektrodistribucijski trg ni popolnoma dereguliran (Bojnec in Papler 2005; 2006a). Deregulacija elektrodistribucijskih trgov, z namenom spodbujanja konkurenčnosti in zmanjšanja ekonomske neučinkovitosti, je bila v Sloveniji vpeljana postopoma. Začelo se je v segmentu industrijskih uporabnikov v letu 2001, ko je bil elektrodistribucijski trg dereguliran za največje porabnike v industriji, in v letu 2004 za vse druge majhne in srednje velike industrijske uporabnike. Zato je pomembno proučiti učinke spremembe v dinamiki konkurence na učinkovitost poslovanja in na vlogo managementa pri tem, kar je spodbudilo ta članek, da smo se osredotočili na učinke deregulacije, na vedenje v proizvodnji, organizaciji, povpraševanju in poslovni učinkovitosti ter na zadovoljstvo uporabnikov s kakovostjo storitev.

Literatura kaže na pomembnost deregulacije elektrodistribucijskega trga za dinamiko konkurence (na primer Stoft 2002; Green 2003; Nillesen, Pollitt in Michael 2004). Sistematičnost pri izboljšanju dobave, podjetniškega upravljanja verige dobave in upravljanja z odnosi z uporabniki ima velik pomen za management v poslovnem procesu pri pridobivanju novih strank in ohranitvi obstoječih strank (na primer Vokurka in Zank 2006). Da bi to lahko proučili, upora-

bimo dve glavni analitični metodi. Prvič, regresijsko analizo časovnih podatkov, da bi pridobili oceno o dejavniki učinkovite distribucije in povpraševanja po električni energiji v industriji za analizirano podjetje Elektro Gorenjska. Drugič, multivariatno faktorsko analizo anketnega vprašalnika, ki je bil izveden med uporabniki električne energije v industriji, da bi pridobili oceno o najpomembnejših skupnih dejavniki za management in upravljanje, organizacijo, marketing in management za izboljšanje dobave in zadovoljstva kupcev za analizirano podjetje.

V nadaljevanju je članek razdeljen na štiri dele. Naslednji del analizira tržno strukturo in tržno koncentracijo na elektrodistribucijskem trgu, s poudarkom na organizacijskem vedenju in uporabi električne energije v industriji na primeru Elektra Gorenjska, s pomočjo Lorenzove krivulje in Ginijevega koeficienta koncentracije. Analiziramo frekvenco v strukturi dobaviteljev in kupcev v distribuciji električne energije za industrijo in tržno koncentracijo. Lorenzova krivulja in Ginijev koeficient koncentracije razkrivata dokaj visoko koncentracijo dobaviteljev in kupcev električne energije v industriji. Drugi del analizira dejavnike proizvodnje oziroma produktivnosti v distribuciji električne energije, pri tem so bile uporabljene produkcijska funkcija in časovne vrste podatkov. Tretji del analizira glavne determinante povpraševanja po električni energiji v industriji, uporabili smo regresijsko analizo časovnih vrst podatkov. Četrty del se osredotoča na učinkovitost distribucije električne energije za industrijo in na zadovoljstvo uporabnikov. Podlaga za empirično analizo je bila pisna anketa med uporabniki električne energije v industriji. Uporabili smo metodo faktorske analize. Analiza se osredotoča na učinke sprememb v dinamiki konkurence na upravljanje kakovosti storitev, vlogo managementa in tržne strategije, upravljanje odnosov z odjemalci in okoljem v sektorju električne energije za industrijo. Sklepni del predlaga poslovne, managersko-upravljalne in organizacijske rešitve, ki so pomembne za dobavitelje in kupce kot uporabnike električne energije v industriji.

Tržna struktura in tržna koncentracija

Tržna deregulacija je povzročila spremembe v tržni strukturi, managementu ter upravljanju in trženju (na primer Stoff 2002; Green 2003; Nillesen, Pollitt in Michael 2004). Ena od tipičnih značilnosti slovenskega elektrodistribucijskega trga je segmentacija porabnikov električne energije (industrijski uporabniki, gospodinjstva, javna razsvetljava in drugi uporabniki električne energije). Ta segmentacija končnih porabnikov električne energije pomeni, da za

transakcije na segmentiranih trgih veljajo različni ekonomski pogoji v smislu vladnega nadzora cen in pogoji dobave. Prav tako je ena od pomembnih značilnosti slovenskega elektrodistribucijskega trga delitev maloprodaje električne energije na regionalna geografska območja. S postopno deregulacijo elektrodistribucijskega trga se je od leta 2001 poviševala stopnja tržne deregulacije za distribucijo električne energije v Sloveniji. To velja predvsem za distribucijo električne energije za industrijske uporabnike, za katere je bila deregulacija trga najpomembnejša. Od sredine leta 2004 velja deregulacija elektrodistribucijskega trga za vse uporabnike električne energije, razen za gospodinjstva.

Kot je bilo pričakovano, je na dereguliranih trgih mogoče zaznati povečanje konkurenčnega pritiska. Od deregulacije trga električne energije za industrijo je bila dobava električne energije urejena s pogodbo z dobaviteljem. Dobavitelj kupi električno energijo z dvostransko kupoprodajno pogodbo z dobaviteljem ali na organizirani borzi, ki se v Sloveniji imenuje »Borzen«. Namesto prejšnjega naravnega območnega monopola je na strani maloprodaje zdaj na vsakem območju nekaj ponudnikov, ki pritiskajo na odnose med maloprodajno ponudbo in končnimi uporabniki v industriji. Ti postajajo vse zahtevnejši glede kakovosti in cen storitev. Zato postajajo tudi odnosi med ponudniki in uporabniki kompleksnejši v smislu managementa, upravljanja, marketinga in partnerskih odnosov. Ta nova tržna okolja prinašajo nove izzive za management v sektorju distribucije električne energije, da se managerji in podjetja odzivajo na nove priložnosti, ki jih prinašajo deregulirane tržne razmere, da s povečano uspešnostjo in konkurenčnostjo povečajo tržne deleže in uspešnost poslovanja.

Pred deregulacijo elektrodistribucijskega trga je v Sloveniji obstajalo pet regionalnih distribucijskih podjetij. Mi se bomo osredotočili na Elektro Gorenjska Kranj, ki je eno od petih distribucijskega podjetij s približno 10-odstotnim tržnim deležem na trgu električne energije v Sloveniji (Bojnec in Papler 2005; 2006a). Vsako od podjetij dobavlja električno energijo komercialnim uporabnikom in gospodinjstvom. Tržni delež Elektra Gorenjska Kranj kot distributerja električne energije na Gorenjskem se manjša, ker drugi ponudniki vstopajo na njegov regionalni trg (Bojnec in Papler 2006b). Elektro Gorenjska kot eden od slovenskih ponudnikov maloprodaje z električno energijo oskrbuje več kot 5.600 industrijskih uporabnikov in več kot 77.000 gospodinjstev. V letu 2005 je večino električne energije na območju Gorenjske dobavilo podjetje Elektro Gorenjska. Kljub deregulaciji trga pri prodaji električne energije za industrijske

uporabnike je tržni delež Elektro Gorenjska na njegovem prejšnjem regionalnem območju precej bolj značilen. Kot pričakovano je tržni delež 100-odstoten pri prodaji električne energije gospodinjstvom, kjer vlada regulira trg, in naj bi bil dereguliran do sredine leta 2007. Podoben razvojni vzorec distribucije prodaje električne energije gospodinjstvom lahko opazimo pri drugih štirih maloprodajnih elektrodistribucijskih podjetjih na nekdanjih geografskih elektrodistribucijskih območjih v Sloveniji.

Padajoči tržni deleži pri prodaji na dereguliranih elektrodistribucijskih trgih za industrijo na lastnih geografskih območjih so rezultat vstopa novih konkurentov na nekdanje regionalne monopolne trge. Od deregulacije trga električne energije za industrijo v letu 2001 je začela monopolna tržna moč pojemati. V letih 2003–2004 je bilo na nekdanjem območju Elektro Gorenjska poleg Elektra Gorenjska pet novih konkurentov, medtem ko se je v letu 2005 ta številka povzpela na sedem. Vpliv povečane konkurence se kaže v izgubljenem tržnem deležu na lastnem območju za Elektro Gorenjska. Izgubljeni tržni delež na lastnem območju je znašal –6,6 % v letu 2003, medtem ko je glede na leto 2002 izgubljeni tržni delež na lastnem območju v letu 2005 znašal –16,6 %. Vendar je podobno kot drugi ponudniki maloprodaje električne energije, ki so vstopili na nekdanji območni trg Elektra Gorenjska, slednji prav tako vstopil na druge območne trge, kjer se je njegova prodaja povečala v primerjavi s skupno prodajo električne energije industriji na nekdanjem geografskem območju Elektra Gorenjska s 3,2 % v letu 2003 na 6,7 % v letu 2005. Iskanje novih kupcev zunaj lastne regije je pomembna strateška naloga prodajnega managementa. To pomeni, da z deregulacijo trga za industrijske uporabnike električne energije v Sloveniji maloprodajno podjetje Elektro Gorenjska išče nove upravljavsko-managementske in marketinške strategije, da bi se lahko odzvalo na naraščajočo konkurenco v tem segmentu trga električne energije. Na prvo mesto prihajajo potrebe in povpraševanje kupcev, ki imajo možnost izbire med dobavitelji. Informacije o zadovoljstvu kupcev glede kakovosti dobave in odzivnosti managementa so pomembne za glavne upravljavce pri ponudbi električne energije, da razumejo potrebe kupcev in izboljšajo upravljanje z verigo dobav ter s tem izboljšajo zadovoljstvo kupcev (na primer Takala, Bhufhai in Phusavat 2006). Zaradi tega je pomembno spremljati potrebe kupcev in njihove preference glede cen, plačil, dostave, kakovosti storitev, dodatne ponudbe in podobno. Poznavanje takšnih informacij je pomembno za izboljšanje ponudbe in prilagoditev potrebam uporabnikov storitev, da bi tako lahko pridobili primerjalne prednosti z osredotočenjem na kakovost

in konkurenčnost dobave električne energije na dereguliranem distribucijskem trgu.

Najpogosteje uporabljeni meri za prikazovanje distribucijskih razlik pojavov sta v literaturi uporabljeni Lorenzova krivulja in Ginijev koeficient koncentracije. V našem primeru sta uporabljeni za prikaz porazdelitve relativne frekvenca pri prodaji električne energije za industrijske uporabnike. Lorenzova krivulja za industrijske uporabnike električne energije je močno skoncentrirana v spodnjem desnem kotu in kaže na visoko koncentracijo in razlike v velikosti uporabnikov električne energije v industriji (Bojnec in Papler 2006b). Okoli 5 % največjih porabnikov električne energije v industriji je porabilo približno 70 % vse električne energije, ki je dostavljena v industrijski sektor. Ginijev koeficient koncentracije ($G = 0,93$) prav tako kaže na visoko koncentracijo industrijskih uporabnikov električne energije na maloprodajnem distribucijskem trgu, ki ga pokriva Elektro Gorenjska. Vredno je omeniti tudi dejstvo, da so različne velikosti uporabnikov električne energije v industriji običajna praksa tudi v mnogih drugih razvitih državah. Zato so veliki strateški porabniki električne energije v industriji ključnega pomena za nadaljnji razvoj v managementu, upravljanju in trženju na maloprodajnem distribucijskem trgu električne energije tako za Elektro Gorenjska kot za druge ponudnike električne energije industrijskim uporabnikom v Sloveniji. Strateška partnerstva med ponudnikom električne energije in večjimi industrijskimi porabniki lahko ustvarijo stabilnejše odnose, vendar pa lahko tržna konkurenca med ponudniki spodbudi večjo učinkovitost v distribuciji in pri prodaji električne energije. Maloprodajni ponudniki električne energije v Sloveniji bodo po vsej verjetnosti razširili ponudbo novih programov, ki vključujejo nove vire energije, trženje novih energetskega produktov in možnost svetovanja. Podobno velja za porabnike, ki imajo po deregulaciji trga za industrijske uporabnike zdaj večje možnosti za izbiro dobavitelja ali pa prehod na druge vire energije, ki so lahko nadomestki električne energije. Tako postajajo distribucijski trgi električne energije, ki so visoko koncentrirani, bolj dinamični.

Management proizvodnje in produktivnosti

Pri proizvodnji in produktivnosti igra človeški kapital pomembno vlogo kot dejavnik rasti in učinkovitosti ponudbe v maloprodajnem elektrodistribucijskem podjetju (Bojnec in Papler 2005). Kakovost človeškega kapitala omogoča uvajanje sodobne tehnologije in nove organizacijske postopke ter spodbuja raziskave in razvoj. Management človeških virov si za to prizadeva opredeliti prispevek vla-

ganj v izobraževanje pri pojasnjevanju h gospodarski rasti. Proučevanje virov rasti ugotavljamo s produkcijsko funkcijo, ki povezuje proizveden proizvod podjetja z vložki proizvodnih dejavnikov pri dani ravni tehnološkega znanja. V literaturi se pojavlja več značilnih oblik produkcijske funkcije. V tem prispevku se omejujemo na Cobb-Douglasovo produkcijsko funkcijo, ki kaže povezanost med proizvodom (Q) in proizvodnimi dejavniki (x_1, x_2, \dots, x_n):

$$Q = \beta_0 x_1^{\beta_1} x_2^{\beta_2} x_3^{\beta_3} x_4^{\beta_4}. \quad (1)$$

Pri tem je:

Q – raven proizvoda,

β_0 – konstanta,

x_1 – proizvodni dejavnik delo (L),

β_1 – koeficient elastičnosti za delo,

x_2 – proizvodni dejavnik kapital (K),

β_2 – koeficient elastičnosti za kapital,

x_3 – proizvodni dejavnik človeški kapital (H),

β_3 – koeficient elastičnosti za človeški kapital,

x_4 – proizvodni dejavnik elektroenergetska infrastruktura (I),

β_4 – koeficient elastičnosti za elektroenergetsko infrastrukturo.

Enačba (1), zapisana v naravnih logaritmih, je:

$$\ln(y) = \ln(\beta_0) + \beta_1 \ln(x_1) + \beta_2 \ln(x_2) + \beta_3 \ln(x_3) + \beta_4 \ln(x_4). \quad (2)$$

Proizvod (Q) kot odvisna spremenljivka je v modelu merjen s poslovnim prihodkom (v mio SIT). Kot pojasnjevalne spremenljivke v modelu pa nastopajo: kapital K (v mio SIT), zaposlenost – število zaposlenih (L), človeški kapital – število dokončanih let izobraževanja zaposlenih (H) in elektroenergetska infrastruktura, ki je zajeta s transformatorskimi postajami (I). Vmesna poraba kot dodatna pojasnjevalna spremenljivka v produkcijski funkciji s celotnim prihodkom ni posebej specificirana. Pri obsegu infrastrukture, merjene s transformacijskimi postajami, se podobno kot pri številu zaposlenih predpostavljata primerljiva kakovost in zaposlenost posameznih enot uporabe pri dobavi storitve. Vse vrednostne spremenljivke so deflacionirane z indeksom inflacije. Človeški kapital izraža strokovno usposobljenost delovne sile, pridobljeno s številom let izobraževanja, medtem ko je elektroenergetska infrastruktura merjena z obsegom transformatorskih postaj, iz katerih se z električno energijo napajajo industrijski odjemalci ali večje število manjših odjemalcev. V empiričnem ocenjevanju smo uporabili zapis produkcijske funkcije s produktivnostjo dela ($q = Q/L$) kot odvisno spremenljivko, ki je

pojasnjena z neodvisnimi spremenljivkami kapital na zaposlenega ($k = K/L$), človeški kapital na zaposlenega (H/L) in število transformatorskih postaj na zaposlenega (I/L).

Specifičnost trga z električno energijo zahteva prilagajanje v organizaciji, managementu in trženju na trgu ter vlaganje v intelektualni kapital. Znanje, izkušnje in razgledanost v trženju električne energije kupcem so temeljna ključna zmožnost za poslovanje, prepoznavnost in ugled podjetja. Človeški kapital kaže strokovno usposobljenost delovne sile, pridobljeno z izobraževanjem. V strukturi izobraženih prevladujeta iv. in v. stopnja izobrazbe, vse bolj pa se povečuje pomen vi. in vii. stopnje izobrazbe. S svojim znanjem, motivacijo in pripadnostjo podjetju so zaposleni pomemben člen poslovanja, v katerega je treba vlagati in ga razvijati. Zaradi nenehnih sprememb v podjetju in v okolju podjetja so se pojavile zahteve po novem oziroma dodatnem znanju zaposlenih. Podjetje sistematično posveča posebno pozornost stalnemu izobraževanju, izpopolnjevanju in usposabljanju zaposlenih, kar potrjuje naraščanje deleža treh najvišjih stopenj izobrazbe.

Nabava in prodaja električne energije v maloprodajnem podjetju sta pomemben del metod in organizacije poslovnega procesa. Ta obsega organizacijo in funkcioniranje organizacijskih enot, ki se ukvarjajo z nabavno-prodajnimi posli in tržnim komuniciranjem, kamor sodijo tudi raziskava in analiza trga, ekonomska propaganda, sklepanje pogodb, fakturiranje prodaje, evidenca prodaje in podobno. Prilagajanje v organizaciji in na trgu kot skupnosti dobaviteljev, odjemalcev in posrednikov zahteva znanje, izkušnje in razgledanost v trženju električne energije. Za potrebe merjenja prispevka izobraževanja izmerimo stanje človeškega kapitala s povprečnim številom let šolanja na zaposlenega, ki izhaja iz izobraženosti zaposlenih glede na stopnjo izobrazbe in izobrazbene strukture. Poenostavljen kazalec za izračun povprečnega števila let dokončanja šolanja je naslednji:

$$\text{povprečna leta šolanja} = \sum_{i=0}^n w_i \check{S}_i. \quad (3)$$

Pri tem je:

I – stopnja izobraževanja, izražena v številu let in teče od 0 do n ;

\check{S}_i – dokončana stopnja izobrazbe, izražena s številom let dokončnega šolanja;

w_i – delež zaposlenih z dokončano i -to stopnjo izobrazbe v skupnem številu zaposlenih.

PREGLIEDNICA 1 Producerska funkcija: poslovni prihodki na zaposlenega (Q/L) v letih 1993–2005.

	$\ln(\text{konst.})$	$\ln(K/L)$	$\ln(H/L)$	$\ln(I/L)$	$\text{Adj}R^2$	F
$\ln(Q/L)$	4,019 (2,244)	0,110 (2,050)	4,614 (10,425)		0,906	58,848
$\ln(Q/L)$	10,547 (3,886)	0,071 (1,625)	1,922 (1,881)	0,744 (2,794)	0,944	68,538

OPOMBE \ln – naravni logaritem; v oklepaju je t -statistika. Vse vrednostne spremenljivke so izražene v stalnih cenah.

Povprečno število dokončanih let šolanja na zaposlenega v Elektru Gorenjska se je v zadnjih petnajstih letih povečalo za več kot eno leto z nekaj več kot 11,5 leta v letu 1991 na nekaj več kot 12,8 dokončnega leta šolanja na zaposlenega v letu 2005. Tako definirani človeški kapital izraža strokovno usposobljenost zaposlenih, ki je pridobljena z izobraževanjem.

Stopnjo kapitalске opremljenosti (razvitosti elektroinfrastrukture) izkazuje prehod z 10- na 20-kilovoltno napetost na sredjenapetostnem omrežju in vpeljava ekoloških daljnovodov s polizoliranimi vodniki. Prednosti, ki so jih omogočile naložbe v te izboljšave, so predvsem večja zanesljivost ob sneženju in zaledenitvah ter ožji daljnovodni poseki. Razdelilne transformatorske postaje 110/20 kV se gradijo v najmodernejši oklopljeni kovinski izvedbi z izolacijo s plinom SF₆, ki znižuje stroške obremenitve okolja ter stroške prostora in vzdrževanja. Zahteve po čim krajših prekinitvah dobave električne energije so narekovale avtomatizacijo 20-kilovoltne mreže z vgradnjo daljinsko vodenih stikal, ki omogočajo občutno skrajšanje trajanja breznapetostnega stanja ob napakah v mreži. Vzporedno z avtomatizacijo 20-kilovoltne mreže so se modernizirale in rekonstruirale naprave za vodenje elektroenergetskega sistema po razdelilnih transformatorskih postajah. Zgrajen je bil nov sodoben distribucijski center vodenja s klicnim centrom, ki je povečal učinkovitost in zanesljivost obratovanja elektroenergetskega sistema.

Ocenjena producerska funkcija kaže, da povečanje kapitala na zaposlenega za en odstotek povečuje produktivnost dela za okrog 0,1 % (preglednica 1). Povečanje števila dokončanih let šolanja na zaposlenega za en odstotek povečuje produktivnost dela med 1,9 in 4,6 %. Iz tega izhaja, da je vlaganje v izobraževanje pomembnejše za povečanje produktivnosti dela kot pa vlaganje v fizični kapital na zaposlenega. Povečanje števila transformatorskih postaj na zaposlenega za en odstotek povečuje produktivnost dela za 0,7 %. Producerska funkcija potrjuje naraščajoče donose obsega.

Management povpraševanja, učinkovitost in zadovoljstvo uporabnikov

Porast porabe električne energije v industriji na Gorenjskem je v statistično značilni povezavi s povečanjem realnega bruto domačega proizvoda (BDP) v isti regiji (Bojnec in Papler 2006b). Na drugi strani pa zvišanje realne cene električne energije za enako skupino industrijskih uporabnikov zmanjšuje povpraševanje, vendar je koeficient direktne cenovne elastičnosti povpraševanja sorazmerno majhen (0,145). Prav tako zvišanje realnih cen električne energije za druge industrijske skupine vodi k zmanjšanju povpraševanja po električni energiji v industriji.

Na naraščajočih konkurenčnih trgih je pomembno vedeti, kako so naši kupci zadovoljni z dobavo, upravljanjem, marketingom in drugimi vidiki prodajnega managementa, ki so del dobaviteljeve samocene, kar je kritičnega pomena za management in tržne odnose z našimi uporabniki. Hsu in Lin (2006) trdita, da gredo trenutne težnje managementa in marketinga proti porabniško-vodenemu, kar je pomembno za strateško in organizacijsko vedenje, ki vključuje zunanje in notranje okolje.

Naši viri vzorčenja s pisno anketo, ki je na voljo pri avtorjih, in raziskovalni cilj so uporabniki električne energije v industriji. Na podlagi informacij o porabnikovem vedenju in preferencah lahko dobavitelj električne energije določi odnos s porabniki, da bi lahko izboljšal učinkovitost prodaje in bolje zadovoljil porabnikove zahteve. Namen managementa in upravljanja prodaje je izboljšati konkurenčne zmožnosti, stroškovno učinkovitost, kakovost dobave in podobno. Različne metode za kreiranje in analizo odnosov s porabniki so prikazane v literaturi. Da bi analizirali nekaj teh vidikov, smo pripravili pisni anketni vprašalnik za raziskavo in izvedli intervjuje med nekaj naključno izbranimi uporabniki električne energije v industriji na območju Gorenjske. Pisni anketni vprašalnik je bil uporabljen z namenom pridobiti podatke o učinkovitosti in kakovosti dobave električne energije ter zadovoljstvu uporabnikov električne energije v industriji, ki jim je električno energijo distribuiralo podjetje Elektro Gorenjska. Vprašanja so bila razdeljena na devet tematskih sklopov. V vsakem sklopu je bilo pet možnih odgovorov na podlagi petstopenjske Likertove lestvice, kjer 1 pomeni »sploh ni pomembno«, 5 pa »zelo pomembno«. Dodatno so bila vključena kontrolna vprašanja, da bi s tem pridobili dodatne informacije glede kakovosti storitev in poznavanja uporabe električne energije ter glede morebitnih novih storitev na področju dobave električne energije za industrij-

ske uporabnike. Raziskava je bila izvedena med uporabniki električne energije v segmentu industrije s priključno močjo povezave, večjo od 41 kW, na geografskih območjih, ki jih še vedno pretežno pokriva Elektro Gorenjska. Anketiranje je bilo izvedeno med sredino in koncem januarja 2006. 100 pisnih anketnih vprašalnikov je bilo razposlanih po pošti na naslove naključno izbranih uporabnikov električne energije v industriji in 41 pravilno izpolnjenih je bilo poslanih nazaj. Povprečna starost izpolnjevalca vprašalnika je bila 44,6 leta z naslednjo izobrazbeno strukturo: 41,5 % je imelo VII. stopnjo izobrazbe (univerzitetna izobrazba ali več), 31,7 % je imelo VI. stopnjo izobrazbe (visokošolska izobrazba) in 26,8 % je imelo V. stopnjo izobrazbe (srednješolska izobrazba).

Zbrani anketni podatki so bili nato obdelani z multivariatno faktorsko analizo, da bi ocenili učinkovitost pri dobavi električne energije in zadovoljstvo uporabnikov (na primer Kachigan 1991). Multivariatna faktorska analiza za zbrane anketne podatke je bila narejena zato, da bi identificirali skupne faktorje glede učinkovitosti pri dobavi električne energije in zadovoljstvo uporabnikov z distribucijo električne energije v industriji. Da smo to lahko storili, smo analizirali povezavo med spremenljivkami ter iskali skupne točke in faktorje, ki bi lahko pojasnili odzive na analiziranih trgih distribucije električne energije za uporabnike v industriji.

Korelacijska matrika analiziranih tematskih spremenljivk managementa, marketinga in tehničnih pogojev za dobavo električne energije glede na potrebe, odzive, konkurenco, zanesljivost, osebje, stroške, kakovost storitev in svetovanje kaže znatno pozitivno linearno povezanost med stroški in porabo (Pearsonov koeficient korelacije je 0,755), med porabo in kakovostjo storitev (0,701), potrebami in odzivi (0,592), odzivi in osebjem (0,502), vendar nekaj manjšo povezanost med potrebami in zanesljivostjo (0,499), stroški in kakovostjo storitev (0,488), odzivi in zanesljivostjo (0,478), kakovostjo storitev in svetovanjem (0,466) ter svetovanjem in porabo (0,439). Iz teh korelacijskih koeficientov je težko izpeljati prevladujoče faktorje, ki določajo učinkovitost v dobavi in zadovoljstvu uporabnikov na tem segmentiranem distribucijskem trgu električne energije. Zato smo izvedli multivariatno faktorsko analizo. Ta je potrdila dva pomembna faktorja, ki sta nadalje identificirana in razčlenjena s petimi metodami: metodo glavnih osi, metodo največje verjetnosti in treh rotacijskih metod največje verjetnosti (preglednica 2).

Metoda glavnih osi kaže na dve najpomembnejši komponenti, ki obrazložita 59,1 % variance. Prva komponenta obrazloži 30,5 % variance. Identificirana je kot učinkovita dobava z znatnimi utežmi v na-

PREGLEDNICA 2 Matrika petih različnih izločitvenih metod (2 pomembna faktorja)

	Metoda glavnih osi		Metoda največje verjetnosti ^a		Rotacijska metoda največje verjetnosti s Kaiserjevo normalizacijo ^b		Rotacijska metoda največje verjetnosti s Kaiserjevo normalizacijo – poševna rotacija		Rotacijska metoda največje verjetnosti Varimax s Kaiserjevo normalizacijo – pravokotna rotacija ^c	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
A	0,256	0,812	0,186	0,853	0,193	0,846	0,220	0,852	0,207	0,849
B	0,040	0,843	-0,119	0,742	-0,113	0,746	-0,089	0,743	-0,100	0,744
C	0,030	0,464	0,022	0,399	0,025	0,398	0,038	0,399	0,032	0,398
D	-0,239	0,749	-0,294	0,628	-0,290	0,640	-0,269	0,630	-0,279	0,635
E	0,330	0,591	0,123	0,487	0,127	0,481	0,143	0,486	0,135	0,483
F	0,776	-0,213	0,755	-0,134	0,755	-0,164	0,749	-0,139	0,752	-0,152
G	0,913	-0,147	1,000	0,000	1,000	-0,040	0,999	-0,007	0,999	-0,025
H	0,836	-0,033	0,701	0,098	0,702	0,070	0,705	0,093	0,703	0,081
I	0,616	0,090	0,440	0,122	0,441	0,104	0,444	0,119	0,443	0,111

OPOMBE A – potrebe, B – odziv, C – konkurenca, D – zanesljivost, E – osebe, F – stroški, G – poraba, H – storitve, I – svetovanje; a – potrebnih 6 iteracij, b – rotacija v 2 iteracijah, c – rotacija v 3 iteracijah.

slednjih dejavnikov: poraba (0,913), kakovost storitve (0,836), stroški (0,776) in svetovanje (0,616). Druga komponenta obrazloži 28,6 % variance. Identificirana je kot zadovoljstvo uporabnikov z znatnimi utežmi v naslednjih dejavnikih: odziv (0,813), potrebe (0,812), zanesljivost (0,749) in osebe (0,591). Nadalje je druga uporabljena metoda največje verjetnosti še bolj poudarila vpliv teh dveh najpomembnejših skupnih komponent oziroma skupin dejavnikov. Pri prvi skupini dejavnikov za učinkovito dobavo električne energije so najvišje uteži za porabo (1,000), stroške (0,755) in kakovost storitve (0,701). Pri drugi skupini dejavnikov za zadovoljstvo uporabnikov so najvišje uteži za potrebe (0,853), odziv (0,742) in zanesljivost (0,628). Da bi pridobili čim zanesljivejše ocene, smo uporabili še tri rotacijske metode največje verjetnosti: s Kaiserjevo normalizacijo, s Kaiserjevo normalizacijo s poševno rotacijo in Varimax s Kaiserjevo normalizacijo s pravokotno rotacijo. Ocenjeni rezultati so si precej podobni. Znotraj prve skupine dejavnikov učinkovite dobave električne energije so pomembne uteži za porabo, stroške in kakovost storitve, medtem ko so znotraj druge skupine dejavnikov zadovoljstva uporabnikov pomembne uteži za potrebe, odziv in zanesljivost. Ti rezultati potrjujejo stabilnost pridobljenih rezultatov.

Učinkovitost dobave električne energije za uporabnike v industriji je odvisna od dejavnikov intenzivnosti uporabe energije (poraba, stroški in kakovost storitve). Z vidika učinkovitosti managementa in marketinga bi bilo treba izboljšati svetovanje in konkurenčnost. Po drugi strani pa je zadovoljstvo uporabnikov odvisno od potreb, odziva, zanesljivosti in osebja. Med področji, ki jim je bilo do zdaj namenjene manj pozornosti, smo opazili premik od tradicionalnega trženja k razvoju elektronske komercialne in poslovnih dejavnosti v internetu kot področju za management za izboljšanje učinkovitosti dobave električne energije v analiziranem podjetju.

Sklep

Prikazan je pomen rezultatov statistične, regresijske in factorske analize za poslovne analize in pomoč managerjem pri sprejemanju odločitev na primeru slovenskega trga distribucije električne energije v času deregulacije in liberalizacije za negospodinjске uporabnike električne energije. Na liberaliziranih trgih se je število konkurentov povečalo in regionalni monopol dobavitelja pojema. Vendar je lokalni maloprodajni trg distribucije električne energije še vedno zelo skoncentriran. Osredotočili smo se na trg distribucije električne energije za industrijo, ki je dereguliran in liberaliziran od leta 2001. Lorenzova krivulja in Ginijev koeficient koncentracije kažeta dokaj visoko koncentracijo ponudnikov električne energije na analiziranem regionalnem območju in tudi visoko koncentracijo kupcev oziroma uporabnikov električne energije v industriji. Vlaganje v izobraževanje zaposlenih in v elektroenergetskega infrastrukturo ter nekoliko manj v kapitalno opremljenost je ključni dejavnik rasti produktivnosti v analiziranem maloprodajnem elektroenergetskem podjetju. Bolj usposobljen človeški kapital omogoča uvajanje sodobnih tehnologij, nove organizacijske postopke in spodbuja inovativnost v podjetju. Povpraševanje v industrijskih podjetjih po električni energiji je v pozitivni povezavi z realnim prirastom BDP v regiji in v negativni povezavi z realnimi cenami električne energije za industrijo. Deregulacija trga električne energije za uporabnike v industriji je povzročila spremembe v dinamiki konkurence v tem segmentu trga električne energije, ki zahteva različne pristope v managementu, upravljanju kakovosti storitev, tržni komunikaciji, marketinški strategiji, upravljanju odnosov s porabniki in dobavo električne energije za uporabnike v industriji. Multivariatna factorska analiza je potrdila pomembno vlogo dveh skupin dejavnikov, ki so povezani z učinkovitostjo dobave električne energije za industrijske uporabnike na eni strani in z zadovoljstvom uporabnikov na drugi strani. Dobljeni

rezultati so pomembni za širšo uporabo za management pri upravljanju z dobavo električne energije, marketingom in trženjsko politiko. Kot trdita Nieminen and Takala (2006), je pravočasna dobava znak, da se je podjetje sposobno odzvati na spremembe na trgu ter na trgu ponuditi nove proizvode in skupine proizvodov. V našem maloprodajnem elektrodistribucijskem podjetju so med najpomembnejšimi dejavniki za učinkovito dobavo električne energije za uporabnike v industriji poraba, kakovost storitev, stroški in svetovanje. Zadovoljstvo uporabnikov električne energije v industriji je najbolj odvisno od zadovoljevanja kupčevih potreb in kakovostnih elementov dobave električne energije, vključno z odzivom na pritožbe, povpraševanje in zahteve uporabnikov ter zanesljivim in profesionalnim osebjem pri dobavi. Porabnikove preference, ki se spreminjajo, so pomembne za management pri organiziranju, upravljanju in trženju na vse bolj konkurenčnih trgih distribucije električne energije. Stroški za porabo električne energije so vhodni stroški za industrijska podjetja. Zato ti uporabniki električne energije pričakujejo večjo fleksibilnost dobaviteljev električne energije z dodatnimi upravljalnimi, tržnimi in tehničnimi nasveti za racionalizacijo v dobavi in porabi električne energije v industriji.

Literatura

- Bojnec, Š., in D. Papler. 2005. Deregulation of electricity distribution market in Slovenia. V *Managing the process of globalisation in new and upcoming EU members: proceedings of the 6th international conference of the Faculty of Management Koper, University of Primorska*, 315–325. Koper: Faculty of Management.
- Bojnec, Š., in D. Papler. 2006a. Does market liberalization lead to price declines? The case of Slovenian electricity distribution markets. V *An enterprise odyssey: integration or disintegration*, 63–75. Zagreb: Faculty of Economics and Business.
- Bojnec, Š., in D. Papler. 2006b. Dynamics of competition and business performance in the electricity market for industry in Slovenia. V *Advancing business and management in knowledge-based society: proceedings of the 7th international conference of the Faculty of Management Koper, University of Primorska*, 449–457. Koper: Faculty of Management.
- Drucker, P. 1973. *Management*. New York: Harper & Row.
- Eydeland, A., in K. Wolyniec. 2003. *Energy and power risk management: new developments in modeling, pricing, and hedging*. New York: Wiley.
- Green, R. 2003. Retail competition and electricity contracts. Predavanje na konferenci CIREP 2003, Barcelona, 12.–15. maj.
- Hsu, L.-L., in T.-M. Lin. 2006. The longitudinal literature review on the interaction between manufacturing and marketing: a multidimensi-

- onal content analysis. *International Journal of Management and Enterprise Development* 3 (1/2): 114–146.
- Kachigan, S. K. 1991. *Multivariate statistical analysis: a conceptual introduction*. 2. izd. New York: Radius.
- Nillesen, P., H. L. Pollitt in G. Michael 2005. The consequences for consumer welfare of the 2001–2003 electricity distribution price review in the Netherlands. Predavanje na konferenci CIREP 2005, Torino, 6.–9. junij.
- Nieminen, P., in J. Takala. 2006. Achieving better on-time-delivery performance with the help of internal dependencies in the production. *International Journal of Management and Enterprise Development* 3 (1/2): 181–190.
- Philipson, L. W., in H. Lee. 1998. *Understanding electric utilities and deregulation*. New York: Dekker.
- Ressinger, H. R., in L. Akbrecht. 1999. Electricity market liberalisation and demand side management in the EU: recommendations for Slovenia. V *Power engineering*, ur. J. Voršič. Maribor: University of Maribor.
- Shahidehpour, M., H. Yamin in Z. Li. 2002. *Market operations in electric power systems: forecasting, scheduling, and risk management*. New York: Wiley.
- Stoft, S. 2002. *Power system economics: designing markets for electricity*. New York: Wiley.
- Takala, J., A. Bhufhai in K. Phusavat. 2006. Proposed verification method for the content suitability of the customer satisfaction survey. *Industrial Management & Data Systems* 106 (6): 841–854.
- Vokurka, R. J., in G. M. Zank. 2006. A systematic approach to supplier improvement. *International Journal of Management and Enterprise Development* 3 (1/2): 85–97.

Vloga finančnih omejitev pri poslovanju na tujih trgih

ČRT KOSTEVC

Ekonomska fakulteta

Univerza v Ljubljani

Nedavne raziskave o pomenu dejavnosti na tujih trgih za lastnosti podjetij so, skoraj brez izjem, potrdile, da obstajajo značilne razlike med izvozniki in neizvozniki tako v njihovi produktivnosti kot velikosti, naložbeni dejavnosti, inovativnosti. Kljub obilju dokazov o prednostih izvoznikov pred podjetji, ki delujejo zgolj na domačih trgih, pa ostaja vprašanje vzrokov teh prednosti nepojasnjeno. V pričujočem prispevku analiziramo vlogo finančnih omejitev kot enega od dejavnikov selekcije pred vstopom na tuje trge. Skozi pregled dosedanje teoretične in empirične literature bomo prikazali prispevek finančnih omejitev, ki posameznim podjetjem omogočajo dostop na tuje trge, drugim pa ga preprečujejo. Razvidno je, da dostopnost finančnih sredstev v veliki meri določa izbor podjetij, ki bodo vstopala na tuje trge, saj, tudi ob upoštevanju drugih dejavnikov (na primer velikost podjetja, produktivnost, kapitalna intenzivnost), finančno omejena podjetja izvažajo redkeje in manj, kot bi lahko pričakovali glede na njihove druge lastnosti.

Ključne besede: heterogenost podjetij, izvoz, produktivnost, finančne omejitve

Uvod

Razmah teoretične in empirične zunanjetrgovinske literature, ki smo mu priča v zadnjem obdobju, je s konceptom vstopnih stroškov ter modeliranjem heterogenosti med podjetji ponudil razlago pogostega opažanja, da zgolj nekatera podjetja v določeni (ozko definirani) panogi izvažajo, druga pa ostajajo samo na domačem trgu. Omenjene raziskave so v veliki večini potrdile obstoj značajnih vstopnih stroškov, ki bremenijo nove izvoznike, ko ti pridobivajo informacije o tujih trgih, razvijajo tržne poti, prilagajajo proizvode in embalažo okusom tujih porabnikov ter se prilagajajo birokratskim in tehničnim zahtevam tujih trgov. Ti stroški pa na drugi strani pomenijo, da se bodo za izvoz odločila zgolj najproduktivnejša in/ali največja podjetja, saj bodo le njihovi pričakovani dobički na novem trgu dovolj veliki, da bodo pokrili začetne »potopljene« stroške (Bernard in Jensen 2004; Bernard in dr. 2003; Das, Roberts in Tybout 2004; Head in

Ries 2003; Helpman, Melitz in Yeaple 2004; Melitz 2003; Damijan, Polanec in Prašnikar v pripravi).

Najnovejši prispevki k teoriji zunanje trgovine s heterogenimi podjetji proučujejo nov in do zdaj v dobršni meri zanemarjen vidik delovanja na tujih trgih tako, da analizirajo finančno dimenzijo izvoza. Vprašanje, na katerega poskušajo pri tem odgovoriti, je, ali finančne omejitve (oziroma omejitve pri dostopu do finančnih sredstev) lahko odločilno vplivajo na sposobnost potencialnih izvoznikov, da ti premagajo začetne stroške vstopa na tuji trg. Omenjena smer analize tako združuje teorijo zunanje trgovine z obširno literaturo o nepopolnosti kapitalskih trgov in z njihovim vplivom na dejavnosti podjetij. Slednja namreč potrjuje pomen, ki ga imajo finančne omejitve za vlaganje, zaposlovanje in odločitve o raziskavah in razvoju, ki jih podjetja sprejemajo (Bond in Van Reenen (2005) predstavljata pregled raziskav omenjenega področja). Glede na pomen, ki ga ima dostop do kapitalskih trgov za »redno« poslovanje podjetij, je torej popolnoma realno pričakovati, da bodo likvidnostne omejitve značajno vplivale tudi na poslovanje na tujih trgih. Podjetja, ki bi bila glede na svoje značilnosti (kot so velikost, kapitalaska intenzivnost, produktivnost, kadrovska struktura itn.) sposobna prodreti na tuje trge, bodo zaradi omejenega dostopa do virov financiranja lahko zastala pri prvem koraku, medtem ko bodo podobna ali celo manj konkurenčna podjetja uspela z nastopom na tujem zgolj zaradi dostopnejših kreditnih linij.

Za zdaj sicer zelo redki poskusi empiričnih potrditev omenjene hipoteze nakazujejo na njeno veljavo. Campa in Shaver (2002) na primeru španskih izvoznikov ter Greenaway, Guariglia in Kneller (2005) na vzorcu britanskih podjetij so namreč potrdili pomen, ki ga ima dostop do kapitalskih trgov za izvoz. Dodatno pa sta Guariglia in Mateut (2005) – prav tako na vzorcu podjetij iz Velike Britanije – potrdila, da je dostop do kapitala lažji za mednarodno angažirana podjetja kot pa za njihove tekmece, ki so vezani zgolj na domače trge.

V nadaljevanju je članek razdeljen na štiri dele. V drugem delu je orisan enostaven model zunanje trgovine s heterogenimi podjetji, ki vključuje možnost likvidnostnih omejitev. Tretji del povzema dosedanje empirične raziskave na področju likvidnostnih omejitev in izvozne dejavnosti, četrti del odpira nekatera vprašanja in možnosti za nadaljnje raziskave. V zadnjem, petem delu so sklepne misli.

Model mednarodne trgovine z likvidnostno omejenimi podjetji

Pričujoči prikaz modela je povzet po Chaneyju (2005), katerega analiza temelji na Melitzovem (2003) prikazu oblikovanja zunanje tr-

govine s heterogenimi podjetji. Tako kot pri Melitzu tudi Chaneyjev model temelji na predpostavki monopolistične konkurence, kjer podjetja ohranjajo določeno tržno moč na podlagi diferenciacije proizvodov. Konstanten pribitek, ki ga podjetja dosegajo na trgu, heterogenost mejnih stroškov in fiksni stroški vstopa na tuji trg pomenijo, da bodo v primeru likvidnostnih omejitev zgolj najbolj produktivna podjetja generirala dovolj lastnih denarnih tokov, da bodo lahko vstopila na izvozne trge. Medtem ko druga podjetja, ki bi sicer lahko dosegala pozitivne stopnje dobička na tujih trgih, z omejenim dostopom do kapitalskih trgov ne bodo dobila priložnosti za dokazovanje na mednarodnih trgih.

V modelu, kjer je delo edini proizvodni dejavnik, Chaney predpostavlja obstoj dveh držav (spremenljivke, ki se nanašajo na tujo državo, so označene z zvezdico) s populacijama L (in L^* za tujo državo) ter dveh gospodarskih sektorjev (sektorja s homogenimi proizvodi in konstantnimi donosi obsega, npr. kmetijstvo, in sektorja diferenciranih proizvodov, kjer je vsak proizvajalec monopolist v proizvodnji svoje različice, npr. predelovalna industrija). Če za enoto mere vzamemo proizvod kmetijskega sektorja in njegovo ceno postavimo na 1, bo za enoto proizvodnje homogenega proizvoda potrebno $1/w$ dela (oziroma $1/w^*$ v tuji državi). Če obe državi ohranjata svoja sektorja s homogenimi proizvodi, bodo plače w in w^* .

Povpraševanje opisuje funkcija s konstantno elastičnostjo substitucije:

$$U \equiv q_0^{1-\mu} \left(\int_{x \in X} q(x)^{\frac{\sigma-1}{\sigma}} dx \right)^{\frac{\sigma}{\sigma-1}\mu}. \quad (1)$$

Pri tem je μ elastičnost povpraševanja po kompozitnem indeksu diferencirane dobrine, σ pa elastičnost substitucije med katerima koli različicama. Pri ceni $p(x)$ za posamezno različico je mogoče za obe državi oblikovati cenovna indeksa:

$$P = \left(\int_{x \in X} p(x)^{1-\sigma} dx \right)^{\frac{1}{1-\sigma}}. \quad (2)$$

Reprezentativni porabnik ima izoelastično povpraševanje po vsaki od različic, pri čemer za vsako porabi:

$$r(x) = \mu w L \left(\frac{p(x)}{P} \right)^{1-\sigma}. \quad (3)$$

Pri tem je $\mu w L$ delež dohodka, porabljen za diferencirano dobrino. Ovire za zunanjo trgovino so fiksni stroški vstopa na tuji trg (C_f), pri čemer jih Chaney izraža v enotah tuje delovne sile (torej $w^* C_f$). Omenjena predpostavka se izkaže za ključno pri večini drugih rezultatov, ki jih avtor predpostavi, vendar ni potrebna za prikaz vpliva likvidnostnih omejitev na izvozno dejavnost. V literaturi

je stalna praksa, da so predpostavljeni tudi transportni stroški po predpostavki »ledene gore«. ¹ Državi razpolagata z enako tehnologijo in mejni stroški proizvodnje za posamezno podjetje so konstantni. Ko začnejo podjetja proizvajati, plačajo fiksne vstopne stroške tudi na domačem trgu (C_d), ki so, tokrat merjeno v domači delovni sili, enaki wC_d . ² Podobno kot na primer že pri Melitzu (2003) je podjetjem njihova produktivnost ($x > 0$) dodeljena na podlagi loterije ob vstopu na trg. Stroški proizvodnje q_d enot (oziroma q_f enot za izvoz) so potem enaki:

$$c_d(q_d) = q_d \frac{w}{x} + wC_d \quad \text{in} \quad c_f(q_f) = q_f \frac{\tau w}{x} + w^* C_f. \quad (4)$$

Enostavna maksimizacija ob konstantni elastičnosti povpraševanja tako dá optimalne cene na domačem in tujem trgu:

$$p_d(x) = \frac{\sigma}{\sigma-1} \frac{w}{x} \quad \text{in} \quad p_f(x) = \frac{\sigma}{\sigma-1} \frac{\tau w}{x}. \quad (5)$$

Produktivnejša podjetja bodo sposobna ponuditi nižje cene na domačem in tujem trgu in tako prevzeti večja tržna deleža ter generirati večje dobičke na obeh trgih.

$$\begin{aligned} \pi_d &= \frac{r_d(x)}{\sigma} - wC_d = \frac{\mu}{\sigma} wL \left(\frac{\sigma}{\sigma-1} \frac{w}{xP} \right)^{1-\sigma} - wC_d, \\ \pi_f &= \frac{r_f(x)}{\sigma} - wC_f = \frac{\mu}{\sigma} wL \left(\frac{\sigma}{\sigma-1} \frac{\tau w}{xP} \right)^{1-\sigma} - wC_f. \end{aligned} \quad (6)$$

Na podlagi zgornjih enačb je mogoče določiti spodnji meji produktivnosti, ki bosta še omogočali obstoj na trgu, pri čemer velja:

$$\pi_d(\bar{x}_d) = 0 \quad \text{in} \quad \pi_f(\bar{x}_f) = 0. \quad (7)$$

Jasno je torej, da bodo produktivnejša podjetja (z višjim x) sposobna prevzemati večje tržne deleže doma in na tujem trgu, manj produktivna pa ne bodo sposobna pokriti vstopnih stroškov za (domači ali) tuji trg in bodo trg zapustila. Izvažala bodo podjetja s produktivnostjo, večjo od \bar{x}_f .

Chaney (2005) na tej točki formalizira tudi likvidnostne omejitve, pri čemer predpostavlja, da informacijska asimetrija med trgi povzroča obstoj likvidnostnih omejitev le za vstop na tuje trge. Posojilodajalci (banke) tako nimajo informacij o tujih trgih in posledično ne posojajo bodočim izvoznikom. ³ Edina možnost, da podjetja lahko postanejo izvozniki, je torej lastno pridobivanje likvidnosti, s katerim se pokrijejo vstopni stroški.

Dodatno se predpostavlja, da je podjetjem lasten tudi naključen šok likvidnosti A (denominiran v enotah domače delovne sile kot wA). Par (A, x) je za vsako podjetje »izvlečen« iz skupne porazdelitve, ki ima kumulativno distribucijsko funkcijo $F(A, x)$ v prostoru $\mathbb{R}^- \times \mathbb{R}^-$

in $F_x(x) \equiv \lim_{A \rightarrow \infty} F(A, x) \in \mathbb{R}^-$. Pri tem produktivnost in likvidnostni šok nista nujno korelirana.

Če želi podjetje izvažati, mora imeti dovolj veliko likvidnost, da pokrije vstopne stroške w^*C_f . Del likvidnosti prihaja iz lastnega dobička, $\pi_d(x)$, dodatno pa imajo podjetja dostop do eksogene likvidnosti wA . Glede na omenjeno je vsak izvoznik omejen z naslednjo likvidnostno omejitvijo:

$$\pi_d(x) + wA \geq w^*C_f. \quad (8)$$

Produktivnejša podjetja bodo uspela ustvariti večje dobičke na domačem trgu in bodo manj odvisna od zunanjega financiranja. Produktivnost $\bar{x}(A)$ lahko definiramo kot najnižjo produktivnost, pod katero podjetje z likvidnostjo A ne more zbrati dovolj sredstev za vstop na tuje trge. $\bar{x}(A)$ je podan kot:

$$\pi_d(\bar{x}) + wA \geq w^*C_f. \quad (9)$$

Vsa podjetja, katerih produktivnost ne dosega ravni $\bar{x}(A)$, tako ne morejo izvažati zaradi zavezujočih likvidnostnih omejitev, čeprav bi jim njihova produktivnost omogočala uspešno nastopanje na tujih trgih. Če so torej stroški vstopa na tuje trge w^*C_f dovolj visoki, bodo tudi zelo produktivna podjetja občutila potrebo po zunanjem financiranju. Nerazviti finančni trgi z dragimi in močno omejenimi kreditnimi potenciali bodo posledično odločilno omejili mednarodno dejavnost gospodarskih subjektov in tudi njihovo dolgoročno konkurenčnost. V državah z razvitimi finančnimi trgi, kjer so posojila dostopna širšemu krogu podjetij, pa edino merilo za vstop na izvozne trge ostane zgolj produktivnost izvoznika (kot je prikazano v enačbi 7, mora biti ta višja od \bar{x}_f).

Pregled empiričnih raziskav

Dejstvo, da gre za razmeroma novo in slabo raziskano vprašanje v sodobni zunanjetrgovinski teoriji, je najboljše razvidno iz obsega do zdaj opravljenih empiričnih raziskav.

Eno prvih obravnav finančnih dejavnikov znotraj zunanjetrgovinske teorije na ravni podjetja sta prispevala Campa in Shaver (2002). V nasprotju z nekaterimi drugimi avtorji pa slednja ne proučujeta vpliva finančnih omejitev na izvoz, temveč se osredotočita na vpliv izvoza na likvidnostne omejitve, ki jih podjetja pri svojem poslovanju občutijo. S svojo analizo poskušata odgovoriti na dve ključni vprašanji. Glede na diverzifikacijo prihodkov, ki je omogočena izvoznikom, avtorja predvidevata, da bo posledično prihodek izvoznikov stabilnejši in da bodo tudi njihove naložbe stabilnejše od neizvoznikov.

Njuna druga hipoteza pa se nanaša na dostop izvoznikov do zunanjih virov financiranja. Pri tem ugotavljata, da naj bi bil izvoz močan pozitiven signal za posojilodajalce in posledično naj bi povzročil precej manj restriktivno finančno omejitev. Omenjeni hipotezi Campa in Shaver preverjata na vzorcu španskih podjetij predelovalne industrije med letoma 1990 in 1998. Opravljeni preizkusi v celoti potrdijo njuna predvidevanja. Izkaže se namreč, da so španski izvozniki v opazovanem obdobju res imeli občutno stabilnejše denarne tokove in naložbe, prav tako pa jim je bil omogočen tudi precej lažji dostop do finančnih virov. Dodatno potrditev za svoje ugotovitve avtorja najdeta tudi pri podjetjih, ki so postala novi izvozniki, oziroma pri podjetjih, ki so prenehala izvažati.

Podobno ugotavljata, vendar na vzorcu britanskih podjetij med letoma 1993 in 2003, tudi Guariglia in Mateut (2005). Njuna analiza povezave med finančnimi spremenljivkami in občutljivostjo naložb v zalogo kaže, da so manjša, mlajša in bolj rizična podjetja občutljivejša za raznovrstna nihanja prihodkov in nekaterih finančnih kazalnikov. Podobno so občutljivejša tudi podjetja, ki ne izvažajo, in pa podjetja, ki niso v tuji lasti. Izkaže se, da mednarodno udejstvovanje občutno zmanjša opaženo občutljivost in tako ščiti internacionalizirana podjetja pred zavezujočimi finančnimi omejitvami. Izvoz (ter druge oblike nastopanja na tujih trgih) se izkaže kot ključni dejavnik predvsem za skupino manjših, mlajših oziroma bolj rizičnih podjetij. V začetni fazi izvažanja avtorja vidita priložnost za aktivno vlogo politike, ki bi z ukrepi za promoviranje izvoza lahko prispevala k hkratni gospodarski rasti in povečani odpornosti gospodarskih subjektov.

Nekoliko bliže ideji, predstavljeni v uvodu in teoretičnem delu, je prispevek Greenawaya, Guariglia in Knellerja (2005), v katerem omenjeni avtorji ugotavljajo, ali finančne omejitve vplivajo na odločitve podjetij o vstopu na tuje trge. V nasprotju s Campom in Shaverjem (2002) torej predpostavljajo, da kavzalnost poteka od dostopnosti kapitala proti izvozni naravnosti, in ne nasprotno. Svojo hipotezo utemeljujejo po eni strani na podlagi ugotovitev zunanjetrgovinske teorije s heterogenimi podjetji, po drugi strani pa upoštevajo tudi ugotovitve bogate finančne literature, ki ponuja odgovore na vprašanja o vplivu dostopnosti do kapitala na dejavnosti in odločitvene procese v podjetju. Številne analize finančnega delovanja podjetja so tako občutljivost za kapitalske tokove interpretirale kot kazalnik občutnih finančnih omejitev. Likvidnostno limitirano podjetje, za katerega je dostop do zunanjega financiranja (kot so na primer posojila) omejen ali pa je to predrago, bo vlagalo, samo če ima zadovoljivo veliko lastno akumulacijo. Naložbe takega podjetja bodo posledično popolnoma odvisne od razpoložljivih denarnih tokov. Dokaze v prid

hipotezi finančnih omejitev so med drugimi predstavili Kashyap, Lamont in Stein (1994), Carpenter, Fazzari in Petersen (1994; 1998) za ZDA, Guariglia (1999; 2000), Bond in dr. (2004) za Veliko Britanijo, Konings, Rizov in Vandenbussche (2003) za Češko, Bolgarijo in Romunijo ter Hoshi, Kashyap in Scharfstein (1991) za Japonsko.⁴ Na podlagi tega Greenaway, Guariglia in Kneller (2005) predpostavljajo, da bo finančno omejenim podjetjem vstop na tuje trge precej otežen ali celo onemogočen. Z večjim številom kazalnikov finančnega zdravja oziroma likvidnostnega stanja podjetij omenjeni avtorji dokazujejo, da imajo finančno omejena podjetja manj možnosti za vstop na tuje trge.⁵ Opažen vpliv kazalnikov razlagajo s tem, da finančno bolj zdrava podjetja lažje prenašajo breme »potopljenih« vstopnih stroškov dodatnega trga. Manjšim oziroma finančno šibkejšim podjetjem, ki bi sicer lahko konkurirala na tujih trgih, naj bi država pomagala pri zagotovitvi potrebnih začetnih sredstev za delovanje tako na domačem trgu kakor tudi na mednarodnih. Pomen takšnih subvencij izvoza poudarja tudi Zia (2005), ki na primeru pakistanskih izvoznikov prikaže vpliv kreditnih virov na uspešnost podjetij. Ukinitev subvencioniranih izvoznih posojil v začetni fazi izvažanja naj bi tako povzročila 29-odstotno zmanjšanje podjetniškega izvoza.

V nasprotju s prej omenjenimi analizami pa Blalock in Roy (2005) na primeru azijske finančne krize in takratne občutne devalvacije valut mnogih držav v regiji ugotavljata, da ta (v nasprotju s teoretičnimi napovedmi) ni vplivala na povečanje agregatnega izvoza. Dogajanje na podjetniški ravni se izkaže za precej kompleksnejše, kot bi lahko sklepali na podlagi agregatnih podatkov. Tako je občutna devalvacija v Indoneziji (Južni Koreji, Maleziji in na Tajskem) povečala število podjetij, ki so prvič vstopala na izvozne trge, po drugi strani pa se je med obstoječimi izvozniki znatno zmanjšal izvoz in v določenih primerih so celo popolnoma prenehale dejavnosti na tujih trgih. Nekoliko nepričakovano avtorja ne najdeta dokazov, da bi spremembe v položaju izvoznikov lahko bile posledica zaostritev oziroma poslabšanja razpoložljivosti finančnih sredstev, ki bi jih lahko povezovali z azijsko krizo. Percepcija »ekonomskih omejitev«, ki so jih morala podjetja sprejeti, se ni pomembno razlikovala med podjetji, ki so na tuji trg vstopila, in tistimi, ki so ga morala zapustiti. Po drugi strani so na izvozno dejavnost značilno vplivali drugi dejavniki, na primer tuje lastništvo podjetij, raziskovalna in razvojna dejavnost, vrednost naložb in sredstva, namenjena za izobraževanje.⁶

Možnosti za nadaljnje raziskave

Glede na to, da je obseg opravljenih analiz na področju empiričnega in teoretičnega dela še zelo omejen, obstaja veliko možnosti tako za

nadaljevanje dela kot tudi za nadgrajevanje že opravljenega dela. Za zdaj je bilo opravljenih zgolj manjše število empiričnih raziskav, ki (v najožji definiciji področja analize) pokrivajo podatke samo iz dveh držav (Španije in Velike Britanije). Zato bi bilo treba v prvi fazi opraviti podobne analize na širšem vzorcu držav. Kljub nekaterim posrednim dokazom o vplivu finančnih trgov na izvozno dejavnost (Van Biesebroeck 2005; Blalock in Roy 2005) bi razširitev analize na manj razvite države oziroma države z manj razvitimi finančnimi trgi omogočila relativizacijo do zdaj pridobljenih rezultatov, prav tako pa bi dovoljevala boljše izolacijo vpliva finančnih dejavnikov od drugih okoljskih vplivov na razvitih trgih.

Iz opisanih empiričnih raziskav je razvidno poglavitno in za zdaj še neraziskano vprašanje vpliva finančnih omejitev, ki se skriva v dualnosti do zdaj uporabljenih metod analize. Na eni strani se je znotraj finančne teorije uveljavila hipoteza finančnih omejitev (Financing Constraints Hypothesis), ki med drugim v dejavnostih na zunanjih trgih vidi možnost za diverzifikacijo tveganja in posledično lažjo dostopnost do posojilnih trgov. Nastopanje na tujih trgih se v tovrstni literaturi pojavlja kot vzrok za spremembe v načinu financiranja podjetij oziroma je dejavnik pri določanju njihove posojilne sposobnosti. V nasprotju s tem pa zunanjetrgovinska literatura smer kavzalne povezanosti med likvidnostnimi omejitvami in mednarodno dejavnostjo vidi nekoliko drugače. Dostop do financiranja je tako potreben pogoj za vstop na tuje trge. S tem so finančni dejavniki le eden od dejavnikov vpliva na dejavnosti potencialnih izvoznikov. Nadaljnje delo na področju izvažanja in likvidnostnih omejitev bi se tako moralo osredotočiti na določanje dejanske vzročno-posledične povezave. Vsekakor velja, da dostop do finančnih sredstev v neki meri določa izvozni status, po drugi strani pa tudi slednji vpliva na kreditni potencial izvoznika. Vzpostavitev prednostne smeri kavzalnosti oziroma določitve vzroka in posledice vsekakor ni preprosta naloga in bo zahtevala tudi kritično maso opravljenih raziskav, preden bo mogoče dati dokončen odgovor. Na težavnost omenjenega vprašanja opozarja reševanje podobne endogene povezave med produktivnostjo in izvažanjem, ki pa niti po desetletju intenzivnih raziskav ni dalo dokončnega odgovora. Del odgovora se vsekakor skriva tudi v boljši razpoložljivosti podatkov, saj bodo daljše časovne vrste in obširnejši nabor (finančnih) podatkov dovolili jasnejše odgovore.

Dinamična narava povezave med finančnimi dejavniki in odločitvijo podjetja o vstopu na nove trge zahteva tudi spremembo teoretičnega pristopa k modeliranju posojilnih trgov in poslovnih odločitev podjetja. V modelu, opisanem v drugem, delu, bi bilo tako treba

upoštevati časovne dimenzije odločitev o načinu financiranja na eni strani, prav tako pa tudi dinamiko odločitev o vstopu na tuje trge. Podobno so se drugih vidikov modeliranja zunanje trgovine s heterogenimi podjetji lotili tudi Bernard in Wagner (2001), Bugamelli in Infante (2003), Tybout (2003) ter Greenaway, Guariglia in Knel-ler (2005), ki so postavili teoretične okvire za dinamično obravnavo fiksnih vstopnih stroškov. Njihov pristop temelji na oblikovanju racionalne odločitve o vstopu na tuji trg glede na maksimizacijo pričakovanih dobičkov take odločitve. Pričakovani prihodki podjetja, ki niso odvisni zgolj od trenutne odločitve o vstopu, temveč tudi od preteklega statusa, so tako:

$$\begin{aligned} \pi(e_t, x_{it}, y_t) + v_{it}, \quad & \text{če velja } EXP_{it} = 1 \text{ in } EXP_{i(t-1)} = 1, \\ \pi(e_t, x_{it}, y_t) - F + v_{it}, \quad & \text{če velja } EXP_{it} = 1 \text{ in } EXP_{i(t-1)} = 0, \\ 0, \quad & \text{če velja } EXP_{it} = 0 \text{ in } EXP_{i(t-1)} = 0. \end{aligned} \quad (10)$$

Pri tem je π_{it} izvozni dobiček, ki je odvisen od menjalnega tečaja e_t , produktivnosti x_{it} in faktorja, ki ponazarja eksogene premike tujega povpraševanja y_{it} . v_{it} je serijsko nekorelirana napaka, EXP_{it} pa ponazarja indikacijsko spremenljivko, ki zavzame vrednost 1, ko podjetje izvažata, in 0, ko ne izvažata.

Če diskontni faktor označimo z δ , dobimo Bellmanovo enačbo, katere rešitev bi bila optimalen vzorec udejstvovanja na tujih trgih skozi čas:

$$\begin{aligned} V_{it}(e_t, x_{it}, y_{it}, v_{it}, EXP_{i(t-1)}) = \max_{EXP_{it}} \{ & \pi(e_t, x_{it}, y_t) - (1 - EXP_{i(t-1)})F \\ & + \delta E_t V_{it-1}(e_{t-1}, x_{it-1}, y_{t-1}, v_{it-1}, EXP_{it}) \}. \end{aligned} \quad (11)$$

Tako bodo podjetja izvažala samo, če velja:

$$\begin{aligned} \pi(e_t, x_{it-1}, y_t) - (1 - EXP_{i(t-1)})F + v_{it} \\ + \delta \{ E_t V(e_{t-1}, x_{it-1}, y_{t-1}, v_{it-1}, EXP_{it} | EXP_{it} = 1) \\ - E_t V(e_{t-1}, x_{it-1}, y_{t-1}, v_{it-1}, EXP_{it} | EXP_{it} = 0) \} > 0. \end{aligned} \quad (12)$$

Zgornja enačba pa ne pomeni nič drugega kot to, da je za podjetja dobičkonosno začeti izvažati, če so trenutni izvozni dobički (minus fiksni stroški vstopa na izvozni trg) in povišanje vrednosti podjetja zaradi izvažanja pozitivni. Na podlagi zgornje enačbe optimalnega vedenja potencialnih izvoznikov je mogoče oblikovati reducirano obliko te, ki ponuja enostavno empirično preverjanje:

$$\begin{aligned} EXP_{it} = 1, \quad & \text{če je } \beta X_{it} + \eta EXP_{it-1} + u_1 + u_2 + v_{it} > 0 \text{ in} \\ & = 0 \text{ v nasprotnem primeru.} \end{aligned} \quad (13)$$

Če bi veljavnost enačbe 13 preverili na podjetniških podatkih, bi pozitiven in značilen η pomenil, da so fiksni vstopni stroški značilni.

Dodatna vključitev finančnih dejavnikov v enačbo 13 bi morala prej omenjeno napoved spremeniti (koeficient η bi moral postati neznačilen), če vstopni stroški in finančne omejitve (npr. dostop do posojil) dejansko »merijo« iste ovire ob vstopu. Če finančno omejena podjetja ne izvažajo, podatek, da niso izvažala niti v predhodnem obdobju, ne bo imel dodatne pojasnjevalne vrednosti (Greenaway, Guariglia in Kneller 2005).

Sklep

Izboljšana dostopnost do baz podatkov na podjetniški ravni in razvoj novih metodoloških okvirov za mikroekonomsko analizo sta omogočila premik težišča empirične ekonomske analize z agregatne, celtnogospodarske ravni na delovanje podjetij in drugih tržnih agentov. Med področji, ki so nove priložnosti sprejela najhitreje, je prav gotovo teorija mednarodne menjave, kjer se je v zadnjem desetletju razcvetela tako teoretična kot tudi empirična literatura o heterogenosti podjetij in mednarodni menjavi.

Poglavitno vprašanje, ki je dominiralo nad dosedanji raziskovanji o povezavi med nastopanjem na tujih trgih in lastnostmi podjetij, je bilo vloga produktivnosti pri odločitvah o vstopu na tuji trg ter vloga takšnih odločitev na spremembe produktivnosti. Pomen dostopa do finančnih trgov za odločitev o internacionalizaciji poslovanja je do pred kratkim ostal popolnoma zanemarjen kljub bogati literaturi o vplivu finančnih omejitev na lastnosti podjetja. Redki dosednji poskusi empirične in teoretične analize pa odkrivajo celoten spekter ključnih vprašanj o povezavi med odločitvijo o izvozu in likvidnostnimi omejitvami, ki jim je bilo podjetje pri tem izpostavljeno. V skladu s teoretičnimi pričakovanji so se finančne omejitve na primerih posamičnih razvitih držav pokazale kot pomemben negativen dejavnik ob vstopu podjetij na nove (tuje) trge. Likvidnostno omejena podjetja, ki ali nimajo dostopa do posojil ali pa so ta predraga, ne glede na svojo produktivnost, velikost, kapitalsko intenzivnost in druge dejavnike ne bodo uspela s prodorom na tuje trge, ker ne bodo zmogla bremena stroškov za vstop na določen trg. Nerazviti kapitalski trgi bodo tako prispevali k manjši izvozni usmerjenosti gospodarstva in celo k manjši konkurenčnosti in potencialno nižji gospodarski rasti.

Poleg omenjenih odgovorov pa analiza povezave med kapitalskimi trgi in mednarodno dejavnostjo odpira tudi celo vrsto še nepojasnjenih vprašanj. Med pomembnejšimi problemi, ki na odgovore še čakajo, je tudi vprašanje dejanske kavzalnosti med dostopom do kapitala in izvoznim statusom, saj empirične raziskave nakazujejo tako

vpliv finančnih trgov na izvozni status kot tudi to, da izvozni status določa kreditni potencial podjetja.

Opombe

1. Takšna formulacija transportnih stroškov predvideva, da se del (diferencirane) dobrine na poti do namembnega kraja stopi. Tako zgolj del $1/\tau$ prispe na cilj, pri čemer τ pomeni transportne stroške.
2. Fiksni stroški seveda pomenijo, da lahko proizvajalci izkoriščajo ekonomije obsega in bo (v ravnotežju) število proizvajalcev enako številu različic.
3. Dodatno Chaney predpostavlja, da zaradi nepopolnosti mednarodnih pogodb izvozniki ne bodo dobili posojil niti na svetovnih kapitalskih trgih.
4. V zadnjih letih so se pojavili tudi dokazi, ki omenjeni hipotezi nasprotujejo. Kaplan in Zingales (1997) ter Cleary (1999) tako pokažejo, da so prav naložbe finančno najbolj zdravih podjetij najbolj občutljivejše za denarne tokove podjetij. Nadalje so Cummins, Hasset in Oliner (2006) za ZDA ter Bond in dr. (2004) za Veliko Britanijo pokazali, da ko so alternativne naložbene priložnosti pravilno upoštevane, občutljivost naložb na denarne tokove popolnoma izgine.
5. Dodatno se izkažejo kot pomembne tudi druge bilančne spremenljivke.
6. Podobno na manjši pomen finančnih dejavnikov za izvozno dejavnost opozarja tudi Van Biesebroeck (2005), ki ugotavlja povezavo med dostopnostjo do formalnih finančnih posojil in izvozno dejavnostjo v podjetjih v posameznih državah podsaharske Afrike.

Literatura

- Bernard, A. B., J. Eaton, J. B. Jensen in S. Kortum. 2003. Plants and productivity in international trade. *American Economic Review* 93 (4): 1268–1290.
- Bernard, A. B., in J. B. Jensen. 2004. Why some firms export. *Review of Economic and Statistics* 86 (2): 561–569.
- Bernard, A. B., in J. Wagner. 2001. Export entry and exit by German firms. *Weltwirtschaftliches Archiv* 137 (1): 105–123.
- Blalock, G., in S. Roy. 2005. A firm-level examination of the exports puzzle: why East Asian exports didn't increase after the 1997–1998 financial crisis? Rokopis, Cornell University.
- Bond, S., A. Klemm, R. Newton-Smith, M. Syed in G. Vlieghe. 2004. The roles of expected profitability, Tobin's Q and cash flow in econometric models of company investment. WP04/12, Institute for Fiscal Studies.
- Bond, S., in J. Van Reenen. 2005. Microeconomic models of investment and employment. V *Handbook of econometrics*, ur. J. Heckman in E. Leamer. 6. zvezek. Amsterdam: Elsevier.

- Bugamelli, M., in L. Infante. 2003. Sunk cost of exports. Bank of Italy Discussion Paper 469.
- Campa, J.-M., in J.-M. Shaver. 2002. Exporting and capital investment: on the strategic behavior of exporters. IESSE Discussion Paper 469.
- Carpenter, R., S. Fazzari in B. Petersen. 1994. Inventory (dis)investment, internal finance fluctuations, and the business cycle. *Brookings Papers in Economic Activity*, št. 2:75–112.
- . 1998. Financing constraints and inventory investment: a comparative study with high-frequency panel data. *Review of Economics and Statistics* 80 (4): 513–519.
- Chaney, T. 2005. Liquidity constrained exporters. Rokopis, Massachusetts Institute of Technology.
- Cleary, S. 1999. The relationship between firm investment and financial status. *Journal of Finance* 54 (2): 673–692.
- Cummins, J. G., K. A. Hassett in S. D. Oliner. 2006. Investment behavior, observable expectations, and internal funds. *American Economic Review* 96 (3): 796–810.
- Damijan, J., S. Polanec in J. Prašnikar. V pripravi. Does exporting increase productivity: firm level evidence from Slovenia.
- Das, S., M. Roberts in J. Tybout. 2004. Market entry costs, producer heterogeneity, and export dynamics. Rokopis, Pennsylvania State University.
- Greenaway, D., A. Guariglia in R. Kneller. 2005. Do financial factors affect exporting decisions? GEP Research Paper 2005/28.
- Guariglia, A. 1999. The effects of financial constraints on inventory investment: evidence from a panel of UK firms. *Economica* 66 (261): 43–62.
- . 2000. Inventory investment and capital market imperfections: a generalization of the Linear Quadratic Inventory Model. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* 62 (1): 223–242.
- Guariglia, A., in S. Mateut. 2005. Inventory investment, global engagement and financial constraints in the UK: evidence from micro data. GEP Research Paper 2005/23.
- Head, K., in J. Ries. 2003. Heterogeneity and the foreign direct investment versus exports decision of Japanese manufacturers. *Journal of Japanese and International Economies* 17 (2): 448–467.
- Helpman, E., M. Melitz in S. Yeaple. 2004. Export versus FDI with heterogeneous firms. *American Economic Review* 94 (1): 300–316.
- Hoshi, T., A. Kashyap in D. Scharfstein. 1991. Corporate capital structure, liquidity and investment: evidence from Japanese industrial groups. *Quarterly Journal of Economics* 106 (1): 33–60.
- Kaplan, S., in L. Zingales. 1997. Do investment-cash flow sensitivities provide useful measures of financial constraints? *Quarterly Journal of Economics* 112 (1): 169–215.

- Kayshap, A., O. Lamont in J. Stein. 1994. Credit conditions and the cyclical behavior of inventors. *Quarterly Journal of Economics* 109 (3): 565–592.
- Konings, J., M. Rizov in H. Vandenbussche. 2003. Investment and financial constraints in transition economies: micro evidence from Poland, the Czech Republic, Bulgaria and Romania. *Economic Letters* 78 (2): 253–258.
- Melitz, M. 2003. The impact of trade on aggregate industry productivity and intra-industry reallocations. *Econometria* 71 (6): 1695–1725.
- Tybout, J. 2003. Plant- and firm-level evidence on 'new' trade theories. V *Handbook of international trade*, ur. E. Choi in J. Harrigan. Oxford: Blackwell.
- Van Biesebroeck, J. 2005. Exporting raises productivity in Sub-Saharan African manufacturing firms. *Journal of International Economics* 67 (2): 373–391.
- Zia, B. H. 2005. The effectiveness and allocation of subsidized credit: evidence from export loans. Rokopis, Massachusetts Institute of Technology.

Financiranje podjetniških mrež s tveganim kapitalom

LIDIJA ROBNIK

Zasebna predavateljica

Prihodnost, učinkovitost in možnost dodatnega razvoja podjetništva v razmerah mednarodne globalne konkurence in tekmovalnosti je v strateškem povezovanju in mreženju. Uspešnost poslovanja podjetij se preusmerja v roke podjetnikov, ki se bodo pripravljene učiti in prilagajati dinamiki konkurenčnosti globalnega okolja. Podjetniki in podjetništvo so pomemben potencial rasti gospodarstva, zato se pojavlja potreba po nenehnem raziskovanju podjetništva in iskanju odgovorov glede prihodnosti z vidika organiziranosti, povezovanja, sodelovanja in financiranja. Tvegani kapital je pomembna sestavina nove ekonomije, saj omogoča tehnološki in podjetniški razvoj. Pomembna je vloga tveganega kapitala pri zaposlovanju, rasti prodaje, tehnološkem razvoju in večanju dodane vrednosti v podjetjih.

Ključne besede: podjetništvo, podjetniške mreže, tvegani kapital

Uvod

Podjetništvo je v zgodovini človeštva igralo pomembno in odločujočo vlogo v obdobjih večjih družbenih sprememb, v razvoju in prestrukturiranju tržnega gospodarstva. V različnih obdobjih industrijskih revolucij so podjetništvu dali pečat sposobni in prodorni posamezniki ali podjetniške skupine. Sodobno podjetništvo je nepredvidljivo in v stalnem spreminjanju. Prihodnost, učinkovitost in razvoj podjetništva se preusmerjajo k tistim podjetnikom, ki se bodo sposobni učiti in prilagoditi dinamiki konkurenčnega globalnega okolja. Podjetniški proces je rezultat gonilnih sil, kot so podjetniki, poslovne priložnosti in potrebna finančna sredstva za uresničevanje podjetniških poslovnih priložnosti, zagon ali razvoj in rast.

Težnja in razvoj podjetništva so izključno ustanavljanje malih in srednje velikih podjetij, v določenih panogah njihovo mreženje in skupno marketinško nastopanje ter delno financiranje poslovanja z vstopom tveganega kapitala v podjetniške mreže. Prihodnost učinkovitega razvoja podjetništva se preusmerja k podjetnikom, ki se bodo učili in znali prilagoditi dinamiki konkurenčnega okolja. Razumevanje finančnih zahtev in potreb po kapitalu je pomembno za novonastala ali že delujoča podjetja. Pri tem velja, da podjetje v zgod-

nejših fazah nujno potrebuje kapital, saj hitreje ko podjetje raste, bolj se pojavljajo potrebe po dodatnem kapitalu.

Namen našega prispevka je, da z raziskavo odgovorimo na raziskovalno vprašanje, zakaj naložbe tveganega kapitala v Sloveniji ne zazivijo, in da potrdimo ali zavrnamo zastavljene hipoteze. V prvem delu prispevka bomo uporabili teoretične navedbe in citate tujih avtorjev s področja podjetništva in tveganega kapitala. V drugem delu prispevka bomo analizirali lastno raziskavo, ki smo jo naredili med slovenskimi podjetniki, in poskušali ugotoviti, kakšne so njihove navede in načini pri izbiri virov financiranja, ali poznajo tvegani kapital in ali bi ga uporabili za financiranje v svojih podjetjih.

Teorija in hipoteze

VODENJE PODJETNIŠTVA

Življenjski cikel podjetja je zasnovan tako, da se vse začne pri ideji, nato sledijo priložnosti, pojavi se začetek poslovanja, sledi rast, konča pa se z doseženim zelenim rezultatom (Rebernik in Močnik 1997). Čedalje več ljudi bo zaposlenih v malih in srednje velikih podjetjih z visoko dodano vrednostjo (Vahčič 2000, 51), ki bodo prispevali k ustvarjanju novih delovnih mest, podjetij in naložb (Acs 1996, 160). Osnovna odločitev glede nadaljnega podjetništva so dobro pripravljene načrti, ki jih podjetnik lahko uresniči le, če ima na voljo znanje, denar in trg. Element in merilo uspešnosti v podjetništvu je rast (Skrtnar in Antončič 2004, 116), kajti za podjetniški razvoj je pomemben podjetniški kapital, ki je sestavljen iz stvarnega kapitala, ljudi in njihovega znanja (Skrtnar in Antončič 2004, 119). Kultura in znanje podjetnikov sta odločilna za močne in dolgoročne poslovne vezi in odnose (Liesch in Wilson 2005, 171), saj so za razvoj podjetništva pomembne fleksibilnost zasebnega kapitala in podjetniške pobude, akcije in pobude posameznikov, ki se pojavljajo v vlogi lastnikov in podjetnikov (Casson 1993, 45–49). Obrtniško miselnost, kot jo navaja Campbell (2003, 2), bo treba spremeniti v podjetniško razmišljanje, zato morajo biti v podjetništvo vključeni instrumenti, ki bodo omogočali drugačno organizacijo in inovativno vodenje. Za vodenje podjetij so pomembni znanje, izobraževanje in izkušnost (Antončič in Hvalič Erzetič 2003, 170; Jones in Tullous 2002, 235). Nekateri avtorji ugotavljajo, da se podjetniki med seboj razlikujejo po znanju in izkušnjah, saj nekateri želijo zelo preprosto in hitro zaslužiti (Keeley in Kapp 1994, 90–95; Griffith in Harvey 2004, 247; Goldberg, Cohen in Fiegenbaum 2003, 183). Podjetnik je posameznik, ki uvaja nove tehnologije, proizvode, delovna mesta ter dodano vrednost (Timmons 1999, 677). Težko je napisati recept znanja, ki

ga podjetnik potrebuje pri delu in sprejemanju poslovnih odločitev (Edvinsson 2002, 74). Pravzaprav je najenostavnejši in najprimernejši tisti recept znanja, ki vključuje koncept podjetnikovega znanja in doseženih izkušenj. V podjetjih je zelo pomembno, od kot izvira znanje podjetnika in njegovih najožjih članov, saj znanje, sposobnosti in izkušnje vplivajo na uspešnost vodenja. Čeprav je podjetništvo v Sloveniji v zadnjih letih doživelo pravi razcvet, v primerjavi s podjetništvom v razvitih državah še vedno zaostaja. Ekonomska politika bo morala urediti področja, kot so regulativa, transport in komunikacije, prostor, znanje in izobraževanje, zaposlovanje, raziskave in razvoj, financiranje ter krepitev kapitalskega trga (Majerič 2004, 28).

HIPOTEZA 1 Podjetnikovo znanje je pogoj za dosežen donos poslovanja.

PODJETNIŠKO MREŽENJE

Obstajajo neformalne mreže, v katere je vključeno večje število podjetij, ki želijo doseči skupen cilj (usposabljanje, promocija ipd). Poznamo tudi formalne mreže, v katere je vključeno manjše število tržno usmerjenih podjetij, ki pričakujejo večjo pravno in finančno varnost ter želijo uresničiti določene projekte, kot so skupna vlaganja, mešana podjetja ipd. Uspeh malih podjetij je odvisen od prijateljskih in osebnih povezav ali mrež, saj posamezniki težko ali sploh ne morejo dobiti ustreznih ugodnih virov financiranja, ki jih potrebujejo pri poslovanju. Podjetniške mreže so pomembne za pridobitev sredstev in predstavitev podjetij, saj ponujajo različne možnosti in oblike povezovanj in so odvisne od vrste premoženja, virov, trga, podjetij, proizvodov, storitev in tehnologije.

Obstajajo različni interesi mreženj, ali gre za proizvodna ali neproizvodna podjetja, kajti mala podjetja so pozitivna kombinacija med inovacijami in mreženjem, kar ne velja za srednje velika in velika podjetja. V začetnih fazah podjetništva in v nadaljnji perspektivi vodenja je pomembna kombinacija upravljanja in uporabe ustreznih povezav oziroma mreženj. Podjetnik, ki je edini lastnik, sam težko prevzema in odgovarja za celotno poslovanje, zato nastanejo potrebe po oblikovanju neformalnih mrež, v katerih se krepí sodelovanje in prenaša znanje med podjetniki. Za razvoj mreženja je treba vzpostaviti in vzdrževati dobre osebne odnose. Podjetja glede na različne zahteve trga oblikujejo medsebojne povezave, ki se razlikujejo po intenzivnosti, trajanju in vključenih partnerjih. Zelo pomemben je izbran model mreženja, saj je potrebno zaupanje med sodelujočimi podjetji in podjetniki. Praksa je pokazala, da so dobri rezultati doseženi tam, kjer se povezujejo podjetja, ki se poslovno že poznajo).

Podjetniške povezave so pomembne za nadaljnji razvoj podjetništva (Jack 2003, 3), saj omogočajo pridobitev sredstev in promocijo, odvisne pa so od najrazličnejših vplivov (Antončič 2002).

Pomembno je, da so določeni pogoji za oblikovanje podjetniških povezav, ki se morajo kazati v sorazmerno stabilnih medsebojnih odnosih, v katerih morajo biti točno definirane obveznosti in dolžnosti vseh sodelujočih. Medsebojni odnosi na podlagi moči se ne obnesejo, ampak so v ospredju odnosi, ki temeljijo na medsebojnem zaupanju. Poslovno sodelovanje omogoča hitrejšo rast, razvoj, tržno uspešnost in nove spodbude v gospodarstvu. Podjetja, ki so zgled v poslovnem okolju, potegnejo za sabo posameznike, ki imajo ideje, vendar jih težko sami uresničijo, ker niso prepoznavni in nimajo dovolj finančnih sredstev.

HIPOTEZA 2 Podjetniške mreže omogočajo večji donos poslovanja.

POMEN TVEGANEGA KAPITALA ZA PODJETNIŠTVO

Vidik vsakega podjetništva so finance – denar ima pomembno vlogo za gospodarstvo, saj je ključna modrost. Če bo na razpolago dovolj kapitala, se bodo ustanovljala podjetja, če kapitala ne bo, podjetij ne bo (Hisrich in Peters 2004, 385). Uspeh malih podjetij je odvisen od prijateljskih in osebnih mrež, saj posameznik ne more pridobiti dovolj potrebnih virov od dobaviteljev, bank, vladnih agencij, sorodnikov in prijateljev ter ne nazadnje tudi nepovratnih sredstev (Premaratne 2001, 368). O'Rourke (2000, 2) ugotavlja, da je delež zadolževanja v Evropski uniji približno 70 %, medtem ko je zadolženost v ZDA približno 30 %. Za novoustanovljena podjetja sta pomembna velikost in dolgoročno razmerje med tujim kapitalom in bančnim financiranjem, saj mora biti struktura kapitala odvisna od strukture premoženja (Cassar 2004, 275). Osrednji dejavnik ekonomije informacij 21. stoletja je tvegani kapital, ki omogoča, spodbuja in podpira razvoj in rast podjetniških idej, inovacij od začetka do končne realizacije na trgu. Tvegani kapital je v podjetje vloženi kapital in pomeni vire financiranja za podjetja v začetni ali razvojni fazi ter za nove tvegane posle (Ribnikar 1991, 195; Holt 1995, 435). Tvegani kapital nastopi takrat, ko je situacija takšna, da ni mogoče pridobiti novih oblik virov financiranja oziroma ti niso dostopni na blagovnem ali denarnem trgu (Pratt in Khoylian 1988, 613). Naložbe financirjev tveganega kapitala zahtevajo določene izkušnje, znanje in sposobnosti tveganj – njihova nagrada so visoki kapitalski dobički. Tvegani kapital se zbira v investicijskih skladih, katerih interes je, da vložijo tvegani kapital v nova in rastoča podjetja, v katerih želijo imeti lastništvo glede na višino vložene kapitala (Griffin in Ebert 1993,

570–571; Keeley in Kapp 1994, 99–100). Primeri, ki jih zasledimo iz tuje teorije in prakse, nakazujejo, da se vlagatelji tveganega kapitala odločajo za mlada hitro rastoča podjetja, ki se ukvarjajo z visoko tehnologijo.

Podjetniki iščejo tiste lastnike tveganega kapitala, ki imajo denar in so ga pripravljeni vložiti v podjetje, kajti ti iščejo tvegane oblike naložb in želijo s podjetjem in podjetniki dolgoročno poslovno sodelovati v obliki lastništva (Holt 1995, 437). Iz proučene literature smo ugotovili, da vlagatelje tveganega kapitala različni avtorji različno razvrščajo. Garner, Owen in Coway (1994, 64) so jih razdelili v sedem različnih skupin:

1. zasebni tvegani kapital (družinski prihranki, pokojninski skladi, skupine individualnih vlagateljev ipd.);
2. skladi tveganega kapitala,
3. korporacije tveganega kapitala,
4. finančne institucije tveganega kapitala,
5. male specializirane investicijske družbe,
6. individualni vlagatelji in
7. država.

Ross, Westerfield in Jordan (1996, 432) so vlagatelje tveganega kapitala razdelili v štiri skupine:

1. tisti, ki vložijo družinske prihranke ob začetku poslovanja, saj želijo finančno podpreti obetavne posle;
2. zasebni partnerji ali družbe, ki upravljajo z investicijskimi skladi in želijo doseči večjo donosnost z vlaganji v podjetja, kot bi jo dosegli z vlaganji v zavarovalnice ali pokojninske sklade;
3. velike industrijske in finančne družbe, ki imajo ustanovljenih veliko svojih podružnic, ki s svojim nastopom na trgu kapitala nimajo velikega deleža;
4. individualni udeleženci trga tveganega kapitala (angeli), ki vlagajo lastne prihranke.

Eden od načinov financiranja poslovnih priložnosti je tvegani kapital, ki se od drugih oblik financiranja razlikuje po pravno-organizacijskih oblikah, trajnosti naložbe, potrpežljivosti vlagateljev in njihovi aktivni vlogi pri upravljanju. Vedeti je treba, da vstop sklada tveganega kapitala ne pomeni izgube upravljalvske svobode, gre za skupen cilj, saj sklad teži k rasti in dobičkonosnosti podjetja.

Tvegani kapital nastopa v različnih vlogah (Žugelj in dr. 2001, 44–45):

1. s tveganim kapitalom financiramo ustanovitev in začetni zagon podjetja;
2. v fazi rasti podjetja – to potrebuje dodaten kapital za novo opremo in stroje, da bi zagotovilo rast, razvoj in izkoristilo poslovne priložnosti;
3. s tveganim kapitalom lahko financiramo poslovne mreže s komplementarnimi podjetji z namenom povečati obseg proizvodnje, prodaje in deleža na trgu;
4. tvegani kapital je lahko namenjen za financiranje menedžerskih odkupov.

Da bodo podjetniki cilje lahko uresničili, bodo morali osvojiti nova in dodatna znanja s področja podjetništva in tveganega kapitala (Campbell 2003, 3). Obstajajo različni interesi, ki se pojavijo na strani vlagateljev tveganega kapitala in podjetnikov, zato so prednostnega pomena medsebojni odnosi, in podjetniki morajo sproti obveščati lastnike o dejavnostih in rezultatih dela, da opravičijo zaupanje lastnikov vloženega kapitala (Barney in Moesel 1994, 334). Lastnike tveganega kapitala je mogoče najti prek združenj tveganega kapitala ali v državnih združenjih malih investicijskih družb, ki so povezane v formalne mreže tveganega kapitala (Holt 1995, 438). De Clercq (2003, 36) je vlaganje tveganega kapitala razdelil na dve področji, in sicer vlaganje v rastoča industrijska podjetja in vlaganje v podjetja, ki se povezujejo v poslovne mreže.

Vlagatelji tveganega kapitala si najprej želijo sestanek z vodilnimi v podjetju, v katerega so pripravljene vlagati, saj pričakujejo izvedbo takšnih poslovnih dejavnosti, ki spodbujajo rast poslovanja in hitrejše obračanje denarja (Meyer 2004, 12). Nadaljnji razvoj in napredek industrije bosta mogoča le s financiranjem tveganega kapitala, saj bo ta oblika financiranja prinesla nove poslovne cikle v industriji, zato prihajajo pomembna leta za vlagatelje tveganega kapitala, ki naj bi približno 60 % kapitala vložili v industrijske projekte (Heesen 2005, 3). Za financiranje tveganega kapitala je pomembno, da uporabijo vsa znanja, ki so potrebna, da ugotovijo, kam in v katera področja vlagati (De Clercq 2003, 39), kajti večina jih želi dodatne zasluge (Henderson in Leleux 2003, 38–39).

HIPOTEZA 3 Tvegani kapital omogoča večji donos poslovanja.

Metode raziskave

Za prvi del empirične raziskave smo zbrali primarne podatke s poizvedovanjem, metoda zbiranja podatkov je bila pisna anketa. V drugem delu empirične raziskave smo uporabili statistične metode in-

terpretacije sekundarnih virov podatkov, ki smo jih podprli z metodo analize. Neodvisna spremenljivka je tvegani kapital, odvisna spremenljivka je premalo znanja o tveganem kapitalu.

MERSKI INSTRUMENTI

Anketni vprašalnik je bil sestavljen iz strukturiranih 19 vprašanj zaprtega tipa in razdeljen na pet poglavij:

1. podatki o podjetniku (status podjetnika, vrsta izobrazbe in znanje za vodenje),
2. podatki o podjetju (dejavnost, pravna oblika, število let delovanja, število lastnikov, število zaposlenih),
3. načini financiranja poslovanja (vrste virov financiranja, vrste tujih virov financiranja, dejavniki, ki vplivajo na izbiro),
4. tvegani kapital (poznavanje in zaupanje v tvegani kapital, perspektiva tveganega kapitala, pripravljenost vključiti tvegani kapital v podjetje),
5. cilji in prihodnost podjetja (poslovna ideja, katere vire bodo uporabili za dolgoročno financiranje, možnost iskanja novih družbenikov).

V poglavju 1 in 2 je bilo treba izbrati po en odgovor. V poglavju 3 in 4 je bil del odgovorov merjen z Likertovo lestvico (kjer je za privlačnost virov financiranja 1 najprivlačnejši in 5 najmanj privlačen, za poznavanje in zaupanje v tvegani kapital 1 zelo poznam in zaupam ter 5 ne poznam in ne zaupam), pri delu vprašanj pa je bila možnost enega odgovora. V poglavju 5 je bilo treba izbirati med odgovori a – da, b – ne, c – ne vem, pri nekaterih vprašanjih pa izbrati enega od danih odgovorov.

Analiza raziskave je izdelana na osnovi primerjave frekvenčnih porazdelitev. Primarne in sekundarne podatke smo obdelali s programi *ms Access 2000* in *ms Excel 2000*.

Univariatno analizo smo izvedli s statističnim programom *SPSS 10.0*. Naredili smo univariatno analizo vseh spremenljivk. Sledila je bivariatna analiza, kjer gre za preskušanje domnev o aritmetični sredini. S proceduro *t*-test smo primerjali aritmetične sredine dveh spremenljivk. Sledila je še regresijska analiza, ki nam omogoča napovedovanje in ugotavlja odvisnost ene spremenljivke od neodvisne spremenljivke.

Uporabili smo vsebinsko analizo, s katero smo interpretirali primarne in sekundarne pisne in slikovne podatke. Na osnovi že poznanih zakonitosti smo s prognozo opredelili stališča in mnenja o možnostih gibanja in uporabe določenih pojavov.

VZOREC

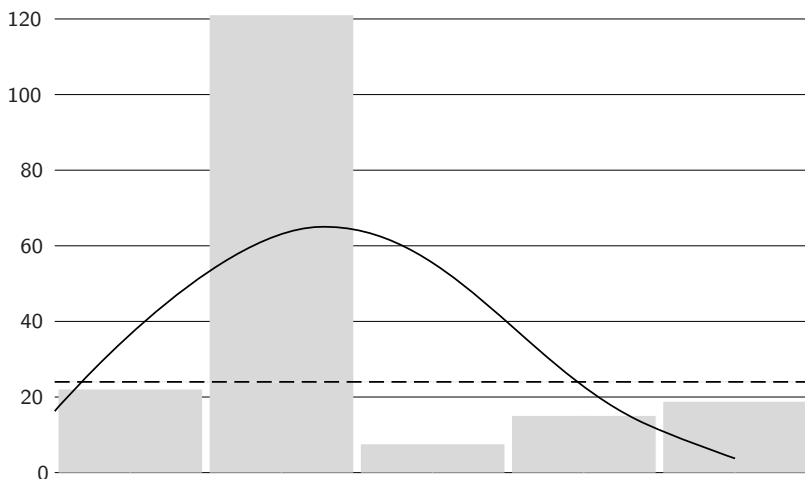
Empirično raziskavo o prepoznavnosti, vlogi in prihodnosti tvegane kapitala v Sloveniji smo izvedli s pisnim anketiranjem. Iz heterogene populacije smo dobili vzorec 183 samostojnih podjetnikov in malih družb z omejeno odgovornostjo različnih dejavnosti, ki poslujejo na ozemlju Slovenije (42 % storitve, 27 % trgovina, 10 % proizvodnja, 8 % posredništvo, 8 % intelektualne storitve in 5 % drugo) in skupno zaposlujejo približno 1.500 ljudi. Dobrih 75 % podjetnikov ima poklicno ali srednjo izobrazbo, 22 % pa višjo ali visokošolsko izobrazbo. 75 % podjetnikov posluje več kot sedem let. Tretjina ima enega zaposlenega, 17 % do pet, četrtnina do deset in 22 % več kot deset zaposlenih. Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije je bilo v letu 2003 registriranih 80.225 družb z omejeno odgovornostjo (do 50 zaposlenih) in 59.260 samostojnih podjetnikov (33 % trgovina, 26 % posredništvo, 25 % proizvodnja in 20 % storitve) in so skupno zaposlovali 283.734 ljudi. Menimo, da so dobljeni in analizirani podatki našega vzorca dovolj primerljivi in zanesljivi, da smo jih lahko posplošili na širšo populacijo malih podjetnikov in podjetij in s tem omogočili, da je raziskava dala realne in zanesljive rezultate. Vse anketne vprašalnike smo osebno izročili in osebno dvignili, zato so bili vsi izpolnjeni in vrnjeni. Anketirancem smo zagotovili anonimnost.

Ugotovitve raziskave

Z raziskavo smo preverili hipoteze in jih s tem poskušali potrditi ali zavrniti. Povprečna izobrazba anketirancev je srednja šola, kar kaže prenizko in nezadostno izobrazbo podjetnikov in direktorjev malih družb (slika 1). Zaskrbljujoče je, da so podjetniki zadovoljni s svojim znanjem, ki ga imajo pri vodenju svojih podjetij. Naše prepričanje je, da je stopnja izobrazbe in pripravljenost po funkcionalnem izobraževanju podjetnikov posreden dokaz, da je med podjetniki premalo znanja s področja podjetništva in nezadostno poznavanje sodobnih smernic, kar je potrebno pri vodenju in financiranju podjetij.

Naredili smo tudi korelacijsko tabelo, kjer smo ugotavljali odvisnost spremenljivk, vendar statistično značilne povezanosti nismo ugotovili. Lahko rečemo, da obstaja rahla tendenca za povezanost med spremenljivko izobrazba in x_{10} (povezanost med izobrazbo in interesom do mreženja), kar pomeni, da višja kot je izobrazba anketiranih, bolj razmišljajo o povezavi z drugimi (sig. = 0,098).

Pri vprašanju o najprimernejših virih donosnosti pri financiranju poslovanja so anketiranci razvrščali različne vire financiranja. Lastni kapital je 65 % anketirancev opredelilo kot najdonosnejši. Pri razvr-



SLIKA 1 Izobrazba anketirancev (std. odklon = 1,11; povp. = 2,4; $N = 183$)

ščanju tujih virov največ anketirancev (36%) meni, da kapital ni niti donosen, niti nedonosen (povprečna ocena 3). Enako je pri tveganem kapitalu – skoraj polovica jih trdi, da tvegani kapital ni niti donosen, niti nedonosen. Histogram je nekoliko asimetričen v levo, kar pomeni, da se več anketirancev nagiba k tezi, da je tvegani kapital manj donosen (povprečna ocena 3,5).

Hipotezo 1 smo potrdili. Z anketo smo ugotovili, da slovenski podjetniki nimajo dovolj znanja s področja podjetniških financ. Preveč jih še vedno razmišlja, da je lastniški kapital najcenejši vir financiranja, in s tem dosegajo slabšo donosnost poslovanja. Pomanjkljivo poznavanje osnov in sodobnih smernic v poslovnih financah je vzrok, da se podjetniki zadovoljujejo z obsegom poslovanja, ki ga omogočajo lastni viri.

Z regresijsko analizo smo preverjali vpliv neodvisne spremenljivke donos podjetniških mrež in pokaže se, da je model statistično značilen ($F = 45,626$; $p = 0,000$).

Koeficient determinacije (R) nam pove, da je povezava močna, linearna in pozitivna. Z variiranjem statusa v podjetju je pojasnjenih 20% variabilnosti razmišljanja o povezovanju z drugimi. Torej, status v podjetju pojasni dovolj velik delež odgovorov o razmišljanju o povezavi z drugimi. Izbrana neodvisna spremenljivka pojasni delež ocene donosa podjetniških mrež (popravljen determinacijski koeficient oz. delež pojasnjene variance znaša 19,7% – neodvisna spremenljivka pojasni dovolj velik delež odvisne spremenljivke). To je delež pojasnjene variance.

PREGLEDNICA 1 Status v podjetju in donos podjetniških mrež

	<i>B</i>	β	<i>t</i>
CONSTANT	2,407		14,745
STATUS	0,494	0,449	6,755

PREGLEDNICA 2 Status v podjetju in donos tveganega kapitala

	<i>B</i>	β	<i>t</i>
CONSTANT	3,869		33,096
STATUS	-0,176	-0,242	-3,357

Parameter regresijske funkcije (*B*) je 0,494, kar pomeni, da tisti, ki imajo za eno enoto višji status v podjetju, bodo v povprečju za 0,5 enote več razmišljali o povezavi z drugimi in verjamejo v donos podjetniških mrež.

Signifikanca 0,000 pomeni, da je model statistično značilen. Če je signifikanca manjša ali enaka 0,05, pomeni, da sprejmemo hipotezo o povezanosti dveh spremenljivk in obenem zavrnamo ničelno hipotezo (povezanost ne obstaja).

Hipotezo 2 lahko delno potrdimo, saj smo ugotovili, da višji kot je status anketirancev, več razmišljajo o podjetniškem mreženju in verjamejo v njegov donos.

Statistično značilne povezave smo opazili le pri štirih spremenljivkah, ki tudi merijo poznavanje tveganega kapitala. Manj ko anketiranci poznajo tvegani kapital, manjkrat ko so slišali zanj, manj razmišljajo o tem, da bi ga vključili in se povezali z drugimi. Drugih statistično značilnih povezav nismo odkrili.

Pri izvedbi korelacij smo našli pomembno statistično značilno povezavo, in sicer da višji kot je status anketiranca, više uvršča donos tveganega kapitala (sig. = 0,001).

V preglednici 2 je prikazan parcialni vpliv neodvisne spremenljivke (status) na proučevano odvisno spremenljivko (donos tveganega kapitala). Z regresijsko analizo smo preverjali vpliv neodvisne spremenljivke na oceno donosa tveganega kapitala in pokaže se, da je model statistično značilen ($F = 11,272$; $p = 0,001$). Izbrana neodvisna spremenljivka pojasni le majhen delež ocene donosa tveganega kapitala (popravljeni determinacijski koeficient oz. delež pojasnjene variance znaša le 5 %). Parameter regresijske funkcije -0,176 pomeni, da bodo tisti, ki imajo za eno enoto višji status v podjetju, v povprečju za 0,2 enote bolje ocenili donos tveganega kapitala.

Hipoteze 3 ne moremo v celoti potrditi, saj anketiranci slabo poznajo tvegani kapital in v njegov donos in uspeh ne verjamejo.

Diskusija

Vsebina je sestavljena iz natančnih teoretičnih pregledov, citatov in stališč iz obstoječe domače in tuje literature, v kateri so teoretično-znanstveno predstavljeni spoznanja in utemeljitve o pomenu in perspektivi tveganega kapitala in podjetniškega mreženja. Teoretične prispevke ter testirana znanja s področja podjetništva in tveganega kapitala smo upoštevali kot osvojena znanja in stališča. V empiričnem delu članka smo z anketo med slovenskimi podjetniki želeli ugotoviti, kakšno je njihovo znanje o podjetništvu in financah, in poskušali ugotoviti, ali poznajo tvegani kapital in so ga pripravljene vključiti v poslovanje ter ali se v prihodnje nameravajo poslovno mrežiti z drugimi podjetji v prihodnje.

Sklep

Z raziskavo smo ugotovili, da podjetniki nimajo dovolj znanja s področja podjetništva in financ, saj jih dve tretjini menita, da je najdonosnejši in najvarnejši lastni kapital. Iz rezultatov ankete je razvidno, da podjetniki slabo poznajo pomen in vsebino tveganega kapitala in nimajo interesa niti namena, da bi ga vključili v poslovanje, saj lastništva ne želijo deliti. Svoje poslovanje bodo financirali z doseženim dobičkom in finančnim najemom. Ugotovili smo, da bolj kot so podjetniki izobraženi, bolj poznajo in verjamejo v tvegani kapital ter čutijo potrebo po podjetniškem mreženju in razmišljajo o tujih vlagateljih in povezavah z njimi. Vzroke takšnega razmišljanja lahko posredno iščemo v pomanjkljivem znanju in izkušnjah podjetnikov, kar smo potrdili s hipotezo 1.

Literatura

- Acs, Z. J. 1996. *Small business in the modern economy*. Oxford: Blackwell.
- Antončič, B. 2002. The entrepreneur's personal network multiplexity and venture growth. V *Frontiers of entrepreneurship research 2002*. Babson Park, MA: Babson College.
- Antončič, B., in B. Hrvatič Erzetič. 2003. Entrepreneurship education satisfaction assessment instrument: an empirical examination. V *Knowledge society – challenges to management: proceedings of the 4th international conference of the Faculty of Management Koper, University of Primorska*, 165–173. Koper: Faculty of Management.
- Barney, J. B., in D. Moesel. 1994. Determinants of a new venture team's receptivity to advice from venture capitalists. V *Frontiers of entrepreneurship research 1994*. Babson Park, MA: Babson College.
- Campbell, A. 2003. How do entrepreneurs see entrepreneurship? V *Frontiers of entrepreneurship research 2003*. Babson Park, MA: Babson College.

- Cassar, G. 2004. The financing of business start-ups. *Journal of Business Venturing* 19 (2): 261–283.
- Casson, M. 1993. *Entrepreneurship and business culture*. Manchester: Manchester University Press.
- De Clercq, D. 2003. A knowledge-based view of venture capital firms' portfolio investment specialization and syndication. V *Frontiers of entrepreneurship research 2003*. Babson Park, MA: Babson College.
- Edvinsson, L. 2002. The new knowledge economics. *Business Strategy Review* 13 (3): 72–76.
- Garner, D. R., R. R. Owen in R. P. Coway. 1994. *Guide to financing for growth*. New York: Wiley.
- Goldberg, A. I., G. Cohen in A. Fiegenbaum. 2003. Reputation building: small business strategies for successful venture development. *Journal of Small Business Management* 41 (2): 168–186.
- Griffin, R. W., in R. J. Ebert. 1993. *Business*. London: Prentice Hall.
- Griffith, D. A., in M. G. Harvey. 2004. The influence of individual and firm level social capital of marketing managers in firm's global network. *Journal of World Business* 39 (3): 244–254.
- Heesen, M. 2005. A quiet, but critical year for venture capital. *Venture Capital Journal* 1:1–4.
- Henderson, J., in B. Leleux. 2003. Corporate venture capital: does experience matter? V *Frontiers of entrepreneurship research 2003*. Babson Park, MA: Babson College.
- Hisrich, R. D., in M. P. Peters. 2004. *Entrepreneurship*. Boston: McGraw-Hill.
- Holt, D. H. 1995. *Entrepreneurship for new venture creation*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Jack, S. L. 2003. Entrepreneurial networks: methodological approaches. V *Frontiers of entrepreneurship research 2003*. Babson Park, MA: Babson College.
- Jones, K., in R. Tullous. 2002. Behaviors of pre-venture entrepreneurs and perceptions of their financial needs. *Journal of Small Business Management* 4 (3): 233–249.
- Keeley, R. H., in R. Kapp. 1994. Founding conditions and business performance: 'High performers' vs. small vs. venture capital-backed start-ups. V *Frontiers of entrepreneurship research 2003*. Babson Park, MA: Babson College.
- Liesch, P. W., in E. J. Wilson. 2005. Business-to-business relationship architecture and networks among Australian, New Zealand, and Asian firms. *Journal of Business Research* 58 (2): 168–172.
- Majerič, M. 2004. Tvegani kapital kot dejavnik hitre rasti malih podjetij – primeri podjetij sklada Horizonte. Magistrska naloga, Ekonomska fakulteta.
- Meyer, P. 2004. Buying money for your business. *Business & Economic Review* 51 (1): 11–13.

- O'Rourke, A. R. 2000. Trenutek evropskega in slovenskega podjetništva. V *Inovativno financiranje malih in srednje velikih podjetij z lastniškim kapitalom*, ur. Jaka Vadnjal, 1–2. Ljubljana: RR.
- Pratt, S. E., in R. Khoylian. 1988. *Venture capital investment*. Homewood: Irwin.
- Premaratne, S. P. 2001. Networks, resources, and small business growth: the experience in Sri Lanka. *Journal of Small Business Management* 39 (4): 363–371.
- Rebernik, M., in D. Močnik. 1997. Entrepreneurship and small business research in Slovenia. V *Entrepreneurship and small business research in Europe: an ECB survey*, ur. H. Landström, H. Frank in J. M. Veciana, 250–262. Avebury: Aldershot.
- Ribnikar, I. 1991. Ekonomska terminologija: tvegani kapital. Ljubljana: *Bančni vestnik* 40:198–199.
- Ross, S. A., R. W. Westerfield in B. D. Jordan. 1996. *Corporate finance*. Chicago: Times.
- Skrtnar, B., in B. Antončič. 2004. Strategic planning and small firm growth: an empirical examination. *Managing Global Transitions* 2 (2): 107–122.
- Timmons, J. A. 1999. *New venture creation* Boston: McGraw-Hill.
- Vahčič, A. 2000. Stanje podjetništva v Sloveniji: slovensko podjetje v devetdesetih. *Economic and Business Review* 2:49–59.
- Žugelj, D., P. Penca, N. Slavnič, B. Žunec in J. Vadnjal. 2001. *Tvegani kapital: ali si upate tvegati?* Ljubljana: Lisac & Lisac.

Priznavanje znanja, pridobljenega z neformalnim in izkustvenim učenjem

DORIS GOMEZELJ OMERZEL IN NADA TRUNK ŠIRCA

Fakulteta za management Koper

Univerza na Primorskem

Oblikovanje prožnega visokošolskega izobraževalnega sistema, ki vsebuje postopke za vrednotenje predhodnega izobraževanja in različnih vrst znanja, je ena od prednostnih nalog držav Evropske unije, kar je v skladu s cilji EU, ki želi postati na znanju temelječa družba. Razviti bi bilo treba sistem, ki bi visokošolskim ustanovam omogočil vrednotiti in priznavati spretnosti in kompetence, ki jih ljudje pridobijo na najrazličnejše načine. Če želimo, da bo sistem uspešen, morajo pri razvoju in uveljavljanju sistema sodelovati vsi zainteresirani udeleženci: delodajalci, posamezniki in izobraževalne ustanove. Članek opisuje razmere na tem področju v državah EU in jih primerja z razmerami v Sloveniji. Nadalje v članku predstavljamo rezultate empirične raziskave, katerih cilj je bil ugotoviti motiviranost izobraževalnih ustanov za sodelovanje pri oblikovanju sistema za vrednotenje neformalnega in izkustvenega izobraževanja. Univerze in druge ustanove, ki se ukvarjajo z izobraževanjem odraslih, so prav tako vključene. V članku predstavljamo dožemanje sprejemanja in priznavanja neformalnega in izkustvenega izobraževanja skupin udeležencev znotraj in zunaj akademskega okolja.

Ključne besede: vseživljenjsko učenje, formalno izobraževanje, neformalno izobraževanje, izkustveno učenje, priznavanje, vrednotenje

Uvod

Pri uresničevanju cilja, ki si ga je zastavila EU: do leta 2010 postati najbolj konkurenčna in dinamična, na znanju temelječa družba na svetu, sposobna trajne ekonomske rasti, z več in boljšimi delovnimi mesti ter večjo socialno kohezivnostjo, imajo pomembno vlogo sistemi izobraževanja in usposabljanja držav članic EU, ki morajo v svoji zasnovi upoštevati predvsem nove izzive sodobne družbe (Council of the European Union 2001). Bolonjski proces je zagotovo osnovni dejavnik, ki spodbuja evropske visokošolske izobraževalne ustanove k spremembam, kar je razumeti tudi iz poročil vseh konferenc evropskih ministrov za visoko šolstvo. Na srečanju v Pragi so

prvič javno poudarili pomembnost vseživljenjskega učenja na visokošolski ravni. Evropa bo v prihodnosti družba, ki bo temeljila na znanju in ekonomiji. Strategije vseživljenjskega učenja so nujne, če se želimo uspešno spopasti s konkurenčnostjo, učinkovito izkoristiti vse možnosti novih tehnologij in izboljšati socialno kohezivnost (Bologna Process 2001). Na naslednjem srečanju, v Berlinu leta 2003, je bilo v povezavi z vseživljenjskim učenjem posebej omenjeno priznavanje znanja, pridobljenega zunaj akreditiranih izobraževalnih ustanov. Ministri so poudarili odgovornost visokošolskih ustanov za vzpostavitev sistema, v katerem bo vseživljenjsko učenje postalo resničnost. Pozvali so odgovorne na področju visokega šolstva, naj pripravijo vse potrebno, da bodo visokošolske ustanove sprejele vseživljenjsko učenje kot del svojih študijskih programov in v ta namen tudi uredile vse postopke za vzpostavitev sistema za priznavanje znanja, pridobljenega zunaj visokošolskih ustanov (Bologna Process 2003).

Sistem za priznavanje znanja, pridobljenega z neformalnim izobraževanjem in izkustvenim učenjem

Narava dela in s tem povezane zahtevane kompetence se spreminjajo, zato postaja vseživljenjsko učenje za posameznika pogoj za pridobivanje in ohranjanje zaposlitve ter konkurenčnosti na trgu delovne sile. Velikemu deležu neaktivnega ali nezaposlenega prebivalstva primanjkuje za to, da se lahko integrira na trg dela, prav zadostna raven formalnega izobraževanja in/ali formalno priznane poklicne usposobljenosti. Ne gre pa le za problematiko brezposelnosti. Tranzicijski šok v zgodnjih 90. letih prejšnjega stoletja je začasno, vendar dramatično, povečal tokove delavcev in delovnih mest (Vodopivec 2004). Zaposlitev za vso delovno dobo je postala bolj izjema kot pravilo. Večina zaposlenih, prostovoljno ali ne, v času svoje zaposlitve nekajkrat zamenja delovno mesto (Merkač Skok 2005). Zaposleni, ki menjajo svoje delovno mesto, morajo biti sposobni prenesti svoja znanja in pridobljene veščine na nov oddelek, v podjetje ali državo. Pri tem se pojavi potreba po priznanju neformalnega in izkustvenega izobraževanja. Posameznikovi znanje in izkušnje morajo postati vidni in ovrednoteni ne glede na to, kako je bilo znanje pridobljeno.

Starostna struktura se spreminja: delež in absolutno število odraslih oseb še nikoli do zdaj nista bila tako velika (starajoča populacija), kar narekuje oblikovanje sistemov izobraževanja in usposabljanja, prilagojenih potrebam odrasle populacije. Zaostajanje v doseženi ravni usposobljenosti in izobrazbe ter pomanjkanje motiva-

cije za izobraževanje populacije nad 35 let, predvsem pa nad 45 let, se ugotavlja na ravni vse EU. Pri odraslih je ključna ovira za nadaljnje šolanje pomanjkanje motivacije (MacKinnon-Slaney 1994). Vzroki so objektivni (pomanjkanje časa – usklajevanje dela, družinskega življenja in izobraževanja, slabše učne navade, pomanjkanje podpore delodajalca) in subjektivni (strah pred vnovičnim učenjem, neznanim, stereotipi in obrambni mehanizmi) (Bowden in Merritt 1995; Quinlan in O'Brodovich 1996). Najpogosteje pa so vzroki med seboj povezani, kar še dodatno zmanjšuje verjetnost za odločitev posameznika, da se vključi v enega od izobraževalnih programov.

To narekuje, da se v okviru problematike zaposljivosti in zaostajanja v doseženi ravni usposobljenosti in izobrazbe pri starejši populaciji sistemi usposabljanja in izobraževanja razvijajo v smeri (Commission of the European Communities 2004):

- motiviranja in omogočanja udeležbe odraslih v izobraževanju,
- oblikovanja sistemov za vrednotenje in priznavanje izkustvenega učenja (*informal learning*) in neformalnega izobraževanja (*nonformal learning*),
- iskanja načinov, da postane učenje za odraslo populacijo privlačnejše.

UNESCO (glej <http://portal.unesco.org/education>) opredeljuje tri oblike izobraževanja. Formalno izobraževanje izvajajo formalne izobraževalne ustanove v sklopu hierarhično strukturiranega in sistematičnega (po vnaprej določenem zaporedju) izobraževalnega procesa, ki vodi k certificiranju pridobljenih kompetenc (na primer visokošolski študijski program, ki se konča s pridobitvijo javno priznane listine – diplome in ustreznega naziva). Neformalno izobraževanje je organiziran izobraževalni proces, ki poteka vzporedno s formalnim izobraževalnim sistemom in po navadi ne vodi do certifikacije (na primer različne oblike in vrste seminarjev, tečajev, usposabljanj, ki vključujejo specifične vsebine – jezikovni tečaji, seminar računovodstva, usposabljanje na področju vodstvenih spretnosti itn). V nasprotju z obema oblikama izobraževanja poteka izkustveno učenje bolj spontano, posameznik se ga manj zaveda; posameznik oblikuje vrednote, spretnosti in znanja z vsakodnevnimi delovnimi in socialnimi izkušnjami, predvsem na delovnem mestu (na primer obvladovanje specifičnih postopkov delovnega procesa, ravnanje v specifičnih situacijah, v specifičnem okolju in skupini ljudi – odnosi s strankami, zaposlenimi), pa tudi v prostem času in družinskem krogu.

Ko govorimo o priznavanju znanja, ločimo dve vrsti tega procesa:

- *Formalno priznavanje* je proces identificiranja, vrednotenja in priznavanja kakor koli pridobljenih znanja, sposobnosti in veščin. Posameznik tako najprej pridobi kreditne točke, pozneje pa javno veljavno listino, s katero izkazuje formalno izobrazbo. Tako pridobljeno formalno izobrazbo potem prizna tudi družba, predvsem delodajalci.
- *Socialno priznavanje* je proces, ko kakor koli pridobljene znanje, sposobnosti in veščine prizna družba, predvsem delodajalci.

Oblikovanje in izvajanje sistema za priznavanje neformalnega izobraževanja in izkustvenega učenja je kompleksen proces, saj zahteva integracijo t. i. rezultatov izobraževanja in učenja (*learning outcomes*) iz različnih kontekstov v enoten okvir. Dokler veščine in sposobnosti, pridobljene zunaj formalnih izobraževalnih ustanov, ne bodo smiselno ovrednotene, ne moremo govoriti o uspešnosti ambicioznega koncepta vseživljenjskega učenja (Colardyn in Bjornavold 2004). Gre za interdisciplinarni proces, ki je pogojen s tesnim sodelovanjem vseh vključenih: izobraževalnih ustanov, ki izvajajo oblike formalnega in neformalnega izobraževanja, podjetij, v katerih poteka ena od najpogostejših oblik izkustvenega učenja – učenje, ki temelji na delu ali *work-based learning* (Avis 2004), ter posameznikov, ki se tako izobražujejo in učijo.

Priznavanje znanja, pridobljenega z neformalnim izobraževanjem in izkustvenim učenjem, na ravni visokošolskega izobraževanja

Na konferenci v Bergnu je bila med štirimi prednostnimi nalogami do leta 2007 tudi naslednja: ustvariti vse možnosti za čim večjo fleksibilnost visokošolskega študija, vključujoč postopke za priznavanje predhodnega izobraževanja (Bologna Process 2005). V istem dokumentu je posebej poudarjeno, da je treba pod pojmom predhodno izobraževanje razumeti tudi vse oblike neformalnega in izkustvenega učenja. Priznavanje tega se smiselno uporablja z namenom povečanja možnosti vpisa v visokošolske programe kot tudi z namenom priznavanja delov akreditiranih programov. Priznavanje neformalnega izobraževanja in izkustvenega učenja lahko razumemo tudi kot prizadevanje za prilagajanje študijskih programov, oblik in metod dela potrebam trga dela.

Evropske države se obravnavane problematike lotevajo različno. Nekatere so področje priznavanja neformalnega izobraževanja in izkustvenega učenja že sistemsko uredile, druge šele proučujejo možnosti za sistemsko ureditev. Sistemi vseživljenjskega učenja ter vrednotenja in priznavanja neformalnega in izkustvenega znanja na

ravni visokega šolstva se po državah razlikujejo. Vsaka država ureja to področje v skladu s svojim sistemom, pri tem pa se srečujejo z različnimi izzivi. Nekatere države s sprejetimi zakoni in smernicami aktivno spodbujajo priznavanje neformalnega izobraževanja in izkustvenega učenja, druge dovoljujejo, a ga ne regulirajo. V nekaterih državah obstaja za to zakonska podlaga, v drugih ne. Države kot Velika Britanija, Irska, Francija, Estonija, ki so že vpeljale metode in sisteme za identifikacijo in vrednotenje znanj, pridobljenih zunaj akreditiranih izobraževalnih programov, ugotavljajo, da se velik del znanja lahko pridobi na delovnem mestu, doma in z drugimi dejavnostmi med prostim časom. Veščine, pridobljene zunaj formalnega izobraževalnega sistema, so bile in so nujno potrebne za posameznika, podjetja in celotno družbo, zato je priznavanje tako pridobljenih kompetenc velik izziv in priložnost na nacionalni ravni.

Glede na to, do kolikšne stopnje so evropske države že uvedle sistem za priznavanje neformalnega in izkustvenega učenja na visokošolski ravni, jih lahko razdelimo v naslednje skupine (Valk 2006):

- države, v katerih je postopek že dobro vpeljan in urejen ter se že kažejo rezultati (Francija, Velika Britanija, Norveška ...);
- države, v katerih so postopki precej dorečeni, rezultati pa še niso vidni ali pa so vidni le občasno (Estonija, Italija ...);
- države, v katerih so podlage pripravljene in bolj ali manj sprejete, o rezultatih pa še ne moremo govoriti (Slovenija ...);
- države, v katerih se na tem področju ne dogaja še nič (Bolgarija, Litva ...).

Priznavanje neformalnega izobraževanja in izkustvenega učenja ima po mnenju držav, ki so take sisteme že vpeljale, številne pozitivne učinke: posameznike motivira, da se vključijo v formalno izobraževanje, med zaposlenimi poveča motivacijo in zanimanje za udeležbo v ponujenih usposabljanjih in organiziranih izobraževanjih v podjetju, s skrajšanjem časa študija, ki ga omogoča, postane študij dostopnejši posameznikom. Ti se namreč zaradi službenih ali drugih obveznosti težko odločijo za formalno izobraževanje, znižajo pa se tudi stroški. Na priznavanje neformalnega izobraževanja in izkustvenega učenja lahko gledamo tudi z vidika povečanja posameznikovih zaposlitvenih možnosti na trgu dela (Romaniuk in Snart 2000). Ob določenih pogojih pa bi znatno povečanje uvajanja takega sistema vplivalo tudi na večjo mobilnost delovne sile znotraj EU, saj bi usklajeni nacionalni sistemi za priznavanje neformalne kvalifikacije zadostili tudi enemu od standardov pravne varnosti, to je njegovi transparentnosti in predvidljivosti.

V nekaterih državah potekata zaradi zapletenosti postopka razvoj in uvajanje sistema počasneje, kot bi želeli. V prvi fazi mora zakonodaja dopuščati tako možnost pridobivanja formalne izobrazbe. Že na tej stopnji so med državami velike razlike. Tako je na primer v Franciji z zakonom določeno, da mora vsaka izobraževalna ustanova v svoje študijske programe vključiti take načine pridobivanja izobrazbe. Še vedno pa obstajajo tudi države (Bolgarija, Litva ...), v katerih ni zakonskih podlag za vzpostavitev sistema priznavanja. Ko postopek opredeli država oziroma zakonodajalec, so na vrsti izobraževalne ustanove, ki morajo sprejeti pravila in določiti postopke. Imenovana mora biti komisija, ki bo obravnavala vloge kandidatov in odločala o priznavanju znanja in spretnosti, pridobljenih zunaj formalnih izobraževalnih ustanov. Del zaposlenih se zato mora primerno usposobiti, da bo lahko verodostojno izpeljal celoten postopek priznavanja. Sprejeta morajo biti natančna merila, ki urejajo priznavanje. Ne nazadnje morajo ustanove poskrbeti za primerno informiranje javnosti o možnostih, ki jih sistem priznavanja prinaša.

Ne glede na različne zakonske podlage v evropskih državah in različne ureditve visokošolskega prostora naj bi celoten proces priznavanja vključeval naslednje korake: vloga kandidata, svetovanje kandidatu, razgovor ali intervju s kandidatom, vrednotenje znanja, pridobljenega zunaj akreditiranih visokošolskih ustanov, odločanje o priznavanju (delno ali v celoti) in ovrednotenje tako pridobljenega znanja v kreditnih točkah.

Slovenija – stanje na področju pravne ureditve priznavanja

Da bi izobraževanje imelo svoj namen, morajo biti dane določene predpostavke, med katere nedvomno sodi tudi njegova pravna ureditev, tako na ravni države kot tudi visokošolskih zavodov. Kdo lahko izvaja izobraževalni proces, pod kakšnimi pogoji, kdo in kako skrbi za to, da je podano znanje na določeni ravni, kakšno je razmerje med različnimi kvalifikacijami in kako je z njihovim medsebojnim priznavanjem, so le nekatera od vprašanj, ki so, če govorimo o formalnem izobraževanju, v Sloveniji že zdaj sorazmerno dobro urejena. Neformalno izobraževanje oz. izpopolnjevanje pa temelji na svobodni pobudi ponudnikov izobraževanja, ki odločajo o namenu in ciljnih tovrstnega izobraževanja, izvajalcih, oblikah in metodah izvedbe, o ciljni populaciji oz. slušateljih. Za zagotovitev kakovosti pa, razen nekaterih izjem, skrbijo pravila trga.

Zato se nam zastavlja vprašanje, kako zagotoviti neformalnemu izobraževanju in izkustvenemu učenju, pri katerem gre – v nasprotju s formalnim izobraževanjem, kjer gre za vertikalno dopolnjeva-

nje znanja – predvsem za horizontalno dopolnjevanje izobraževanja, ustrezno formalno veljavo.

Slovenija je že uveljavila sistem za priznavanja neformalnega izobraževanja na ravni poklicnega usposabljanja (Svetlik 2000; Zakon o nacionalnih poklicnih kvalifikacijah; Pravilnik o načinu in postopku preverjanja in potrjevanja nacionalnih poklicnih kvalifikacij) in na ravni višjega šolstva (Zakon o višjem strokovnem izobraževanju; Resolucija o nacionalnem programu izobraževanja odraslih v Republiki Sloveniji do leta 2010). Vedno večje in strožje zahteve po znanju v podjetjih, ki se kažejo v vedno večjih izobrazbenih in drugih zahtevah za zasedbo delovnih mest, pa narekujejo vpeljavo takih sistemov tudi na raven visokega šolstva. K temu nas spodbuja tudi lizbonska strategija, ki zahteva od članic EU medsebojno priznavanje formalno pridobljene izobrazbe.

Priznavanje neformalnega izobraževanja in izkustvenega učenja na ravni visokega šolstva predvideva tudi slovenska zakonodaja: temelj za njeno vpeljavo je 35. člen Zakona o visokem šolstvu, njegov 49. člen pa nalaga svetu za visoko šolstvo, da ta merila za priznavanje znanja in spretnosti, pridobljenih pred vpisom v visokošolski program prve stopnje, tudi podrobneje določi, kar je bilo do določene mere storjeno s sprejetjem meril za akreditacijo visokošolskih zavodov in študijskih programov (9. člen).

Uresničevanje priznavanja neformalnega izobraževanja in izkustvenega učenja na ravni visokošolskega izobraževanja, kot je zdaj začrtano s slovensko zakonodajo, je v zgodnji začetni fazi, zato bi bilo treba oblikovati enoten okvir, znotraj katerega bo potekalo priznavanje tako za potrebe izobraževanja kot tudi za potrebe zaposlovanja.

Univerze in druge visokošolske ustanove bodo najbolj vpletene v sistem za priznavanje neformalnega in priložnostnega učenja na visokošolski ravni. Njihova vloga bo predvsem:

- pripraviti posamezna merila za priznavanje neformalnega izobraževanja in izkustvenega učenja na ravni visokošolskih programov,
- uveljaviti drugačne metode izobraževanja in usposabljanja na ravni visokega šolstva,
- organizirati izobraževalni proces ter analizirati mogoče oblike vrednotenja in priznavanja neformalnega izobraževanja in priložnostnega učenja,
- skrbeti za večjo prehodnost znotraj visokošolskega programa in med programi,
- uresničevati koncept vseživljenjskega učenja,

- pomagati kandidatu določiti lasten individualni projekt – portfolio,
- svetovati kandidatu in ga podpirati pri pripravi vloge,
- pri delnem priznanju svetovati kandidatu, da izpolni navodila komisije, in
- spremljati učinke vpeljave tega sistema.

Udeleženci in njihova vloga v sistemu

Kljub pozitivnim učinkom, ki jih sistem za priznavanje znanja in spretnosti lahko prinese, obstajajo določene ovire za vzpostavitev sistema. V državah, kjer so na tem področju tako daleč, da lahko že analizirajo rezultate, ugotavljajo, da je največja ovira nezadostno sodelovanje med partnerji, ki so udeleženi v vzpostavljanju sistema in pozneje v postopkih priznavanja. To so visokošolske ustanove, delodajalci in posamezniki (Burton 2005; Everet, O'Siochru in McPherson 2005; Konrad 2000; Reeve and Gallacher 2005). Sodelovanje vseh treh skupin udeležencev sistema je nujno v vseh fazah, in sicer od razvoja sistema do vzpostavljanja in končne evalvacije učinkov. Sodelovanja ne moremo pričakovati, če partnerji ne bodo dovolj motivirani za spremembe izobraževalnih programov in za vzpostavitev sistema za priznavanje znanja.

Visokošolske ustanove imajo zagotovo ključno vlogo pri opredeljevanju svojih študijskih programov. To pomeni, da bodo visokošolske ustanove morale spodbujati razvoj sistema za priznavanje, sodelovati pri njegovi vzpostavitvi in pri analizi učinkov. Obstajajo torej vsaj tri skupine udeležencev, ki bi morale pri vzpostavitvi sistema za priznavanje znanja in spretnosti, pridobljenih zunaj izobraževalnih ustanov, zaznati svoj interes. Posledično bi zato morale aktivno sodelovati pri vzpostavitvi sistema ter prispevati k razvoju.

- *Posamezniki.* Za posameznika so morebitne koristi takega sistema najverjetneje najočitnejše. Tako pridobljeno formalno raven izobrazbe, ali samo dela ali pa kar v celoti, lahko posameznik uporabi za napredovanje na višje delovno mesto, za pridobitev zaposlitve ali pa zgolj za ohranitev te. Prav tako bi pri nadaljevanju študija v formalnih izobraževalnih ustanovah s tem prihranil čas in denar. Omeniti moramo še psihološki učinek na posameznika. Pridobiti višjo raven izobrazbe lahko za marsikoga pomeni pridobiti samozavest in ne nazadnje osebno zadovoljstvo (Evans 2006).
- *Delodajalci.* Izjemno pomembno je, kakšen je odnos delodajalcev do tako pridobljene formalne ravni izobrazbe. Po navadi je

cilj delodajalcev učinkovitost in produktivnost zaposlenih. Oboje pa je precej odvisno od motiviranosti zaposlenih. Veliko delodajalcev ni dovolj dobro seznanjenih s celotno zalogo znanja svojih zaposlenih. Delodajalci, ki vedo, kako je treba upravljati z razpoložljivim znanjem v podjetju, da bi razvili nova znanja, lahko ustvarijo odlično podjetje (Biloslavo 2005). Delodajalec mora imeti, in v veliko primerih tudi ima, pomemben vpliv pri razvijanju izobraževalnih programov in metod. Podjetja se morajo učiti, da bodo imela zagotovljene mehanizme, s katerimi bodo dosegala prednosti in povečala svojo uspešnost (Garcia-Morales, Llorens-Montes in Verdu-Jover 2006). Zato bi morali delodajalci imeti velik vpliv na razvoj sistema za vrednotenje in priznavanje neformalnega in izkustvenega izobraževanja kakor tudi vpliv na njegovo vrednotenje in izboljševanje.

- *Visokošolske izobraževalne ustanove.* Uresničevanje priznavanja neformalnega izobraževanja in izkustvenega učenja na ravni visokošolskega izobraževanja, kot je zdaj začrtano s slovensko zakonodajo, je nekonsistentno, zato bi bilo treba oblikovati enoten okvir, znotraj katerega bo potekalo vrednotenje tako za potrebe izobraževanja kot tudi za potrebe zaposlovanja.

Svetovne smernice spodbujajo pri izobraževalnih ustanovah potrebo po:

1. vse bolj odprtem učnem okolju;
2. privlačnem sistemu usposabljanja in izobraževanja, ki zagotavlja enake možnosti različnim skupinam prebivalstva;
3. doseganju višjih ravni izobrazbe in kvalifikacij; ter
4. zagotavljanju znanj in spretnosti ljudi, ki bodo odgovarjali spremenjenim poklicnim zahtevam in zahtevam na trgu dela.

Ta načela narekujejo, da se sistemi za usposabljanje in izobraževanje razvijajo v smeri motiviranja in omogočanja udeležbe odraslih v izobraževanju, v smeri oblikovanja sistemov za priznavanje neformalnih učnih izkušenj (izkustvenega učenja in neformalnega izobraževanja) in v smeri vzpostavljanja partnerstva med različnimi oblikami izobraževalnih in raziskovalnih ustanov ter podjetij.

Metodologija

Glede na to, da vzpostavitev celotnega sistema priznavanja neformalnega znanja in izkustvenega učenja ni mogoča brez sodelovanja visokošolskih ustanov, smo si v raziskavi zastavili naslednja raziskovalna vprašanja:

1. V kolikšni meri so slovenske visokošolske ustanove in druge organizacije, ki se kakor koli ukvarjajo z izobraževanjem odraslih, seznanjene z možnostmi priznavanja, ki jih ponuja slovenska visokošolska zakonodaja (priznavanje neformalnega znanja in izkustvenega učenja ter možnost študija »po delih«)?
2. Kakšna so njihova merila za možnost študija »po delih« ter za priznavanje neformalnega znanja in izkustvenega učenja v visokošolskih študijskih programih?

Da bi na zastavljena raziskovalna vprašanja lahko odgovorili, smo pripravili vprašalnik, s katerim smo želeli ugotoviti stanje v slovenskih visokošolskih in drugih ustanovah, ki so povezane z izobraževanjem odraslih. Ugotavljanje sedanjega stanja na področju neformalnega in izkustvenega učenja je prvi korak k oblikovanju in vzpostavljanju sistema za priznavanje neformalno pridobljenega in izkustvenega znanja na formalni, visokošolski ravni.

Anketirali smo udeležence nacionalnega posveta Priznavanje znanja in spretnosti v terciarnem izobraževanju, ki ga je 19. oktobra 2006 organizirala Fakulteta za management Koper.

Vsem 51 prijavljenim je bil že pred posvetom po elektronski pošti poslan vprašalnik, ki so ga bodisi vrnili v elektronski obliki pred posvetom oziroma po njem bodisi oddali na samem posvetu. Vrnjenih smo dobili 27 vprašalnikov, od tega je bil eden nepopoln, zato smo v analizo zajeli 26 izpolnjenih vprašalnikov. Vzorec je vključeval 11 anketirancev s slovenskih univerz (4 z Univerze v Ljubljani, 3 z Univerze v Mariboru, 2 z Univerze na Primorskem in 2 z Univerze v Novi Gorici), 2 z MVZT, 1 z Urada za mladino MOL, 1 s Konfederacije sindikatov javnega sektorja ter 11 iz raznih izobraževalnih ustanov (3 iz Andragoškega centra Slovenije, 1 iz Študijskega središča Celje, 1 z Ljudske univerze Celje, 4 s Centra za poklicno izobraževanje in 2 iz Visokošolskega središča Sežana). Med temi jih ima 7 manj kot eno leto delovnih izkušenj z izobraževanjem odraslih, 5 jih ima od 1 do 5 let takih izkušenj, 6 jih ima od 5 do 10 let delovnih izkušenj, drugi pa se že več kot 10 let ukvarjajo z izobraževanjem odraslih. V nadaljevanju so predstavljeni najpomembnejši rezultati, ki smo jih dobili na osnovi odgovorov anketirancev.

Skupaj z vprašanji, ki so se nanašala na sistem za priznavanje in vrednotenje neformalno pridobljenega znanja in znanja, pridobljenega na delovnem mestu, smo anketirancem poslali tudi pojasnila o novostih v zakonu o visokem šolstvu.

Vprašanje 1. Anketiranci so bili vprašani za mnenje o merilih za vrednotenje znanj in spretnosti, pridobljenih na delovnem mestu. V

svojih odgovorih so najpogosteje poudarili pomembnost vsebinske usklajenosti delovnih izkušenj in študijskega programa (10 odgovorov). 5 anketirancev bi upoštevalo priporočila delodajalcev, ki naj bi vsebovala opise dela, trajanje dela, opis in trajanje nalog ter odgovornost. V nekaj odgovorih je bilo zaznati dvome o avtentičnosti, pravičnosti in verodostojnosti potrdil. Zato so anketiranci predlagali tudi dodatne preizkuse znanja, preverjanje aktualnosti pridobljenih znanj, seminarsko nalogo ali vrednotenje izdelkov (članki, storitve, izdelki), za kar bi morala biti odgovorna posebna komisija. Vsi anketiranci soglašajo, da morajo biti merila čim bolj standardizirana, jasna in transparentna.

Vprašanje 2. Zanimalo nas je, kolikšen del študijskega programa bi se po mnenju anketiranih lahko priznal iz delovnih izkušenj.

Največ vprašanih (11 ali 42,3 %) se strinja, da bi se na osnovi delovnih izkušenj lahko priznalo od 11 do 30 % celotnega študijskega programa. Enak je delež tistih, ki bi priznali manj kot 10 % študijskega programa, in tistih, ki bi priznali med 31 in 60 % študijskega programa. 3 anketiranci pa bi na osnovi delovnih izkušenj priznali več kot 60 % študijskega programa.

Vprašanje 3. Anketiranci so bili vprašani za mnenje o merilih za vrednotenje znanj in spretnosti, pridobljenih z neformalnim izobraževanjem. Podobno kot pri vprašanju 1 sta tudi za ta primer ključni primerljivost in usklajenost tako pridobljenega znanja z vsebino študijskih programov, kar poudarja večina anketirancev. To znanje bi se moralo dokazati z različnimi dokazili, potrdili ali spričevali. Večinoma so poudarili aktualnost in uporabnost znanj. Po potrebi bi se morala ustreznost znanja dokazati tudi s preizkusom znanja. Podobno kot pri merilih za priznavanje znanja na osnovi delovnih izkušenj tudi tu predlagajo, da bi morala dokazila pregledati in znanje potem ovrednotiti posebna komisija.

Vprašanje 4. Zanimalo nas je, kolikšen del študijskega programa bi se po mnenju anketiranih lahko priznal na osnovi znanja, pridobljenega z neformalnim izobraževanjem.

Tistih, ki se strinjajo, da bi se na osnovi neformalno pridobljenega znanja lahko priznalo od 0 do 10 % celotnega študijskega programa, je 10 ali 38,5 %. Prav toliko je tistih, ki bi na osnovi neformalno pridobljenega znanja priznali od 11 do 30 % celotnega študijskega programa. Samo 6 anketirancev meni, da bi na osnovi neformalno pridobljenega znanja lahko priznali več kot 61 % študijskega programa.

Vprašanje 5. Spraševali smo po trajnosti potrdil o neformalnem izobraževanju.

Največ anketirancev (12 ali 46,2 %) predlaga veljavnost potrdil nad 3 do 5 let, nekaj manj kot tretjina (8 ali 30,2 %) predlaga neomejeno veljavnost takih potrdil. Med drugimi predlogi naj omenimo razlikovanje veljavnosti potrdil glede na stroko, en anketiranec pa predlaga sicer neomejeno veljavnost, vendar z obveznim dodatnim preverjanjem znanja.

Vprašanje 6. Zanimalo nas je mnenje anketirancev o tem, ali bi takšen sistem, ki bi omogočal priznavanje neformalnega in izkustvenega znanja, motiviral posameznike k vnovični vključitvi v formalne oblike izobraževanja. Skoraj vsi anketiranci (23 ali 88,5 %) menijo, da bi priznavanje spodbudilo posameznike k nadaljnjemu izobraževanju.

Vprašanje 7. Anketirance smo vprašali, ali bi s sistemom priznavanja neformalnega in izkustvenega znanja dosegli večjo prilagojenost študija zahtevam na trgu dela. 21 (80,1 %) anketirancev odgovarja pritrdilno, 2 (7,7 %) se s tem ne strinjata, 3 (12,2 %) pa menijo, da bi tak sistem le delno pripomogel k večji prilagojenosti študijskih programov zahtevam na trgu dela.

Vprašanje 8 se je nanašalo na sodelovanje delodajalcev v sistemu priznavanja.

Več kot polovica (14 ali 53,8 %) anketiranih meni, da bi delodajalci obvezno morali biti vključeni v sistem za priznavanje neformalnega in izkustvenega znanja, nekaj več kot tretjina (10 ali 38,5 %) jih meni, da bi se delodajalci lahko vključili, če bi želeli, 2 ali 7,7 % anketiranih pa meni, da se delodajalcem ni treba vključevati v sistem priznavanja.

Vprašanje 9. Anketirance smo vprašali, ali bi se, poleg delovnih izkušenj, kot del opravljenih študijskih obveznosti, lahko priznavale še kakšne druge življenjske izkušnje. Večina anketirancev (19 ali 73 %) bi priznavala tudi druge izkušnje, če so v skladu z vsebinami študijskega programa, 4 ali 15,4 % bi jih priznavalo v vsakem primeru, 3 ali 11,6 % pa drugih življenjskih izkušenj ne bi priznavalo.

Vprašanje 10. Zanimalo nas je mnenje anketirancev o študiju »po delih«, ki ga slovenska visokošolska zakonodaja prav tako omogoča. Predvsem nas je zanimala časovna veljavnost tako opravljenega dela študijskih obveznosti. 8 ali 30,1 % anketirancev študija »po delih« ne bi omejilo, 10 ali 38,5 % anketirancev bi trajanje takega načina študija omejilo na 5 let, ostalih 7 ali 31,4 % anketirancev pa bi tak način študija omejilo z 8 leti trajanja.

Vprašanje 11. Zanimalo nas je, kolikšen delež študijskega programa bi po mnenju anketirancev s študijem »po delih« študent lahko opravil zunaj visokošolskega zavoda, ki bi izdal diplomo. Večina anketirancev (14 ali 53,8%) meni, da bi študent zunaj visokošolskega zavoda, ki mu bo izdal diplomo, lahko opravil med 31 in 60 % študijskega programa. 7 ali 26,9 % anketirancev bi dopuščalo tako opraviti le do 30 % študijskega programa, 5 ali 19,3 % anketirancev pa meni, da bi študent lahko tako opravil več kot 61 % študijskega programa.

Vprašanje 12. Zanimalo nas je, v kolikšni meri so bili anketiranci pred posvetom seznanjeni z možnostmi, ki jih na tem področju ponuja slovenska visokošolska zakonodaja, in kje so za to izvedeli. 9 ali 34,6 % anketiranih ni bilo seznanjenih s pravnimi možnostmi priznavanja. Nekateri so za to izvedeli v službi (6 ali 23,1 %) ali iz medijev (2 ali 7,7%), 2 anketiranca ali 7,7 % pa sta prebrala Zakon o visokem šolstvu (2004). Ostali so napisali, da so sicer nekaj že slišali o tem, niso pa vedeli, da je zadeva zakonsko urejena in da se ponekod res izvaja.

Glede na analizo rezultatov lahko odgovorimo na raziskovalna vprašanja. Vprašani podpirajo uvedbo sistema priznavanja. Pri opredeljevanju deleža študijskega programa, ki bi se lahko priznal na podlagi delovnih izkušenj ali kako drugače neformalno pridobljenega znanja, se sicer njihova mnenja razlikujejo, nihče pa ne nasprotuje priznavanju. Vprašani menijo, da bi vzpostavitev takega sistema pomenila spodbudo posameznikom, da bi se spet vključili v sistem formalnega izobraževanja. Predvsem pa je po njihovem mnenju treba poskrbeti, da bo sistem pravičen in verodostojen. Zato priporočajo, da se v visokošolskih ustanovah ustanovijo posebne komisije, ki bi odločale o vrednotenju in priznavanju znanja. Bolj zaskrbljujoče je dejstvo, da več kot tretjina udeležencev sploh ni bila seznanjena z možnostmi, ki jih na tem področju omogoča slovenska visokošolska zakonodaja.

Sklep

V zadnjem času veliko pozornosti namenjamo pomembnosti vseživljenjskega učenja kot tudi razvoju študijskih programov, ki bi bili bolj usklajeni s potrebami po znanju na trgu dela. Prav zato vzpostavitev sistema priznavanja znanja in spretnosti, pridobljenih zunaj formalnih študijskih programov, postaja predmet razprave vsakič, ko se trudimo pripravljati sodobne in fleksibilne študijske programe. Na posvetu je bilo ugotovljeno, da je zelo malo visokošolskih ustanov, ki so kakor koli vnesle te možnosti v svoje študijske programe, še manj

pa je tistih, ki to res izvajajo. Vzrok za neizvajanje ni v nasprotovanju takemu sistemu. Vse namreč kaže, da se visokošolske ustanove temu vprašanju še niso dovolj posvetile oziroma še niso začutile prave potrebe, da bi tak sistem vzpostavile. S primernim promoviranjem je treba visokošolske ustanove prepričati o koristnosti sistema. Vsekakor lahko pričakujemo premike v smeri priznavanja. Resen problem je lahko uvedba tovrstnega paralelnega izobraževalnega sistema na ravni visokega šolstva tudi z vidika posega v avtonomijo univerze in njeno prizadevanja za kakovostno, dolgoročno ustrezno ter uporabno izobraževanje in raziskovanje. Zaradi tega je nujno treba urediti pogoje, merila, organe in postopke, po katerih se bo določenemu neformalnemu izobraževanju lahko dalo formalno naravo.

Literatura

- Avis, J. 2004. Work based learning and social justice: learning to labour and the new vocationalism in England. *Journal of Education & Work* 17 (2): 197–218.
- Biloslavo, R. 2005. Use of the knowledge management framework as a tool for innovation capability audit. *International Journal of Innovation and Learning* 2 (4): 402–420.
- Bologna Process. 2001. Towards the European higher education area: communiqué of the meeting of European Ministers in charge of Higher Education in Prague on May 19th 2001. [Http://www.bologna-berlin2003.de/pdf/Prague_communicuTheta.pdf](http://www.bologna-berlin2003.de/pdf/Prague_communicuTheta.pdf).
- Bologna Process. 2003. Realising the European higher education area: communiqué of the Conference of Ministers responsible for Higher Education in Berlin on 19 September 2003. [Http://www.bologna-bergen2005.no/Docs/00-main_doc/030919Berlin_Communique.pdf](http://www.bologna-bergen2005.no/Docs/00-main_doc/030919Berlin_Communique.pdf).
- Bologna Process. 2005. The European higher education area – achieving the goals: communiqué of the Conference of European Ministers responsible for Higher Education, Bergen, 19–20 May 2005. [Http://www.bologna-bergen2005.no/Docs/00-Main_doc/050520_Bergen_Communique.pdf](http://www.bologna-bergen2005.no/Docs/00-Main_doc/050520_Bergen_Communique.pdf).
- Bowden, R., in R. Merritt ml. 1995. The adult learner challenge: instructionally and administratively. *Education* 115 (3): 426–432.
- Burton, J. 2005. Self-assessment, peer assessment and third party assessment: significance for work-based learning. *Work Based Learning in Primary Care* 3 (1): 1–3.
- Colardyn, D., in J. Bjornavold. 2004. Validation of formal, non-formal and informal learning: policy and practices in EU member states. *European Journal of Education* 39 (1): 69–89.
- Commission of the European Communities. 2004. Progress towards the common objectives in education and training: indicators and benchmarks. [Http://ec.europa.eu/education/policies/2010/doc/progress_towards_common_objectives_en.pdf](http://ec.europa.eu/education/policies/2010/doc/progress_towards_common_objectives_en.pdf).

- Council of the European Union. 2001. Report from the European Council on the concrete future objectives of education and training systems. [Http://register.consilium.eu.int/pdf/en/01/st05/05980en1.pdf](http://register.consilium.eu.int/pdf/en/01/st05/05980en1.pdf).
- Evans, N. 2006. Recognition, assessment and accreditation of prior experiential learning. V *Recognising experiential learning: practices in European universities*, ur. S. Corradi, N. Evans in A. Valk, 17–36. Tartu: Tartu University Press.
- Everet, T., M. O'Siochru in K. McPherson. 2005. A UK national framework for support worker education and development. *International Journal of Therapy & Rehabilitation* 12 (3): 96–106.
- Garcia-Morales, V. J., F. J. Llorens-Montes in A. J. Verdu-Jover. 2006. Antecedents and consequences of organizational innovation and organizational learning in entrepreneurship. *Industrial Management and Data Systems* 106 (1): 21–42.
- Konrad, J. 2000. Assessment and verification of national vocational qualifications: policy and practice. *Journal of Vocational Education and Training* 52 (2): 225–242.
- MacKinnon-Slaney, F. 1994. The adult persistence in learning model: a road map to counseling services for adult learners. *Journal of Counseling & Development* 72 (3): 268–276.
- Merkač Skok, M. 2005. *Osnove managementa zaposlenih*. Koper: Fakulteta za management.
- Pravilnik o načinu in postopku preverjanja in potrjevanja nacionalnih poklicnih kvalifikacij. *Uradni list RS*, št. 13/2001.
- Quinlan, K., in K. O'Brodovich. 1996. Transitional support for adult vocational learners: a review of institutional roles. *Journal of Employment Counseling* 33 (4): 174–190.
- Reeve, F., in J. Gallacher. 2005. Employer-university 'partnership': a key problem for work-based learning programmes? *Journal of Education and Work* 18 (2): 219–233.
- Resolucija o nacionalnem programu izobraževanja odraslih v Republiki Sloveniji do leta 2010. *Uradni list RS*, št. 70/2004.
- Romaniuk, K., in F. Snart. 2000. Enhancing employability: the role of prior learning assessment and portfolios. *Career Development International* 5 (6): 318–322.
- Svetlik, I. 2000. *Certificiranje poklicnih kvalifikacij v Sloveniji*. Zv. 1. Poročilo o stanju in povzetki študij. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Valk, A. 2006. Reforms in higher educations. Predavanje na posvetu Priznavanje znanja in spretnosti v terciarnem izobraževanju, Brdo pri Kranju, 19. oktober.
- Vodopivec, M. 2004. Institucionalna organiziranost trga dela. Interno gradivo, Fakulteta za management Koper.
- Zakon o nacionalnih poklicnih kvalifikacijah. *Uradni list RS*, št. 83/2003.
- Zakon o visokem šolstvu. *Uradni list RS*, št. 100/2004.
- Zakon o višjem strokovnem izobraževanju. *Uradni list RS*, št. 86/2004.

Abstracts

Organizational Learning Process in Slovenian, Croatian, and Malaysian Companies

*Vlado Dimovski, Miha Škerlavaj,
Mok Kimman, and Tomislav Hernaus*

In our contribution we aim to test differences in the way companies learn in Slovenia, Croatia, and Malaysia. We used the Organizational learning measurement instrument developed and tested by Dimovski (1994), Škerlavaj (2003), Dimovski and Škerlavaj (2005). It employs three measurement variables (Information acquisition, Information interpretation, and Behavioural and cognitive changes) as well as 38 items (presented in the paper) to measure the Organizational learning construct. In autumn 2005, data from 203 Slovenian, 202 Croatian, and 300 Malaysian companies were gathered. Results indicate that companies in all three countries under scrutiny are closest in terms of behavioural and cognitive changes, meaning that globalization and other challenges of the modern business environment demand all of them to change and adapt quickly. However, the ways they are coping with those challenges are different. Generally speaking, there are more similarities than dissimilarities between Slovenia and Croatia, while this is not the case when comparing both countries to Malaysia. When acquiring information, Slovenian and Croatian companies rely more on internal sources (own employees, past decisions, etc.), while Malaysian companies tend to rely more on external sources and more often have employees dedicated to searching for external information. When trying to interpret the information acquired, Slovenian and Croatian companies rely more on personal contacts, informal team meetings, and believe that information given to subordinates must be simple and concise, while Malaysian companies tend to use more formal collective decision-making and written communication to understand the meaning of information.

Key words: organizational learning, information acquisition, information interpretation, behavioural and cognitive changes, Slovenia, Croatia, Malaysia

The Importance of Management in the Deregulated Retail Electricity Distribution Market in Slovenia

Drago Papler and Štefan Bojnec

This paper underlines the importance of management in the deregulated retail electricity distribution market, entrepreneurship and business behaviours toward consumers' satisfaction with quality of services. The coefficients of concentration indicate a high concentration

of electricity suppliers and users in the deregulated electricity retail market for industry. The production function reveals the importance of education and electricity infrastructure, and to a lesser extent of capital intensity, in labour productivity growth in the retail electricity distribution enterprise. Electricity demand in industry is determined positively by real income growth and negatively by real electricity price increases. Multivariate factor analysis confirms two main common components of efficient retail electricity supply and satisfaction of consumers in industry. In the first group of factors of efficient retail electricity supply the highest weights are for consumption, quality of services, expenses and advice. In the second group of factors of consumers' satisfaction the highest weights are for response, needs, reliability and personnel. The impacts of changes in the dynamics of competition in the deregulated retail electricity market on management and organisational behaviours are found significant for quality of services, marketing and marketing strategies, supply-chain and customer relationship management.

Key words: electricity market, management, market structure, productivity, demand, factor analysis

The Role of Financial Constraints on Foreign Markets

Črt Kostevc

Recent research on the role of foreign activities and their impact on firm characteristics has, with few exceptions, confirmed the existence of persistently large differences between exporters and non-exporters in terms of size, investments, innovative activity etc. In spite of the mounting evidence on the advantages of exporters over firms focused solely on their domestic markets, the source of these differences is yet to be explained. The present contribution attempts to analyze the role of financial constraints as one of the factors determining which firms will export and which will not. Through a survey of the existing literature, the role of financial constraints that limit foreign market access to only a subset of the firms, will be revealed. It is shown that financial constraints – even when other factors are explicitly considered (such as firm size, productivity, capital intensity, . . .) – to a large extent determine the firms that will be able to enter into foreign markets, and also mean that financially constrained firms end up exporting less frequently and in smaller quantities than could otherwise be expected.

Key words: firm heterogeneity, exports, productivity, financial constraints

Financing Entrepreneurial Networks with Risk Capital

Lidija Robnik

The future of entrepreneurship, its efficiency and possibilities for further development, are all conditioned by international global competi-

tion and strategic connecting and business networks. The successfulness of companies rests in the hands of entrepreneurs, who must be prepared to learn and to adapt themselves to the dynamics of competitiveness in the global business environment. The potential growth of the economy depends importantly on businessman and on entrepreneurship; this is why need constantly to conduct research into entrepreneurship and to seek for answers for the future, from the aspects of organisation, inter-connection, cooperation and financing.

Key words: entrepreneurship, business networks, venture capital

Accreditation of Non-Formal and Informal Learning

Doris Gomezelj Omerzel in Nada Trunk Širca

The creation of a flexible higher education system, including procedures for the validation of previous education and all kinds of knowledge, is one of the priorities to be realized in EU countries, in accordance with the EU objective to become a knowledge-based society. We should develop a system, which will enable higher education institutions to value and accredit skills and competencies that people develop within various contexts. To be effective, the system must be developed and implemented with the partnership of all stakeholders: employers, individuals and educational institutions. This article describes the conditions in EU countries and Slovenian position in relation to them. Moreover, it presents the results of empirical research, aimed at investigating the motivation of educational institutions to cooperate in the system for validation of non-formal and informal learning. Universities and other institutions that are involved in adult education are included. The particular focus of this article is to present the perception from inside and outside the academy groups with regard to recognizing and accrediting the non-formal and informal learning.

Key words: lifelong learning, formal education, nonformal education, experiential learning, recognition, validation

Prebrali smo

Management kakovosti

Janez Marolt in Boštjan Gomišček

Moderna organizacija, 2005

574 str.

Brez ustrezne kakovosti izdelkov in storitev na trgu ne moremo nastopati niti konkurirati. Zato vsaka organizacija skrbi za doseganje najboljše kakovosti. Številne organizacije pa dobijo celo državna priznanja za poslovno odličnost.

Na slovenskih univerzah oziroma fakultetah posvečamo problematiki kakovosti ustrezno pozornost. Nekatere fakultete in visoke šole imajo posebne predmete, ki obravnavajo izključno kakovost. Med prvimi v Sloveniji je bila Fakulteta za organizacijske vede v Kranju, ki je uvedla usposabljanje za kakovost.

Prof. dr. Janez Marolt in doc. dr. Boštjan Gomišček sta celovito obdelala in prikazala management kakovosti iz najrazličnejših zornih kotov. V prvih poglavjih sta orisala razvojne stopnje managementa kakovosti in vključevanja kakovosti v proizvodne sisteme, politiko, cilje ter strategijo kakovosti v vsakdanji praksi.

V četrtem poglavju sta veliko pozornost namenila managementu celovite kakovosti – TQM in izredno podrobno ter praktično pojasnila, kaj pomeni ta pojem v teoriji in praksi, zakaj se moramo osredotočiti na kupca in kako moramo stalno izboljševati vse procese dela in poslovanja.

V petem poglavju je predstavljena družina standardov ISO 9000:2000, saj je izredno pomembno, da jih managerji, podjetniki, obrtniki in vsi drugi, ki so odgovorni za kakovost organizacije, poznajo ter jih v praksi upoštevajo.

Avtorja nista zanemarila niti problematike storitev. V ta namen sta orisala specifikacije in standarde za kakovost storitev, za ocenjevanje kakovosti in niz drugih podrobnosti, ki so s tem povezane, vključno s stroški kakovosti.

Zelo praktično sta opisala »sprejetje na osnovi vzorčnega preverjanja« in iz najrazličnejših zornih kotov osvetlila vzorčno preverjanje, načrt vzorčenja ipd. V poglavju o nestandardiziranih sistemih kakovosti sta se dotaknila vsebine »šest sigma«, njene osnove, faz in modela uravnoteženih kazalnikov. V zadnjih poglavjih sta avtorja celovito orisala poslovno odličnost, problematiko presoj in meroslovni sistem.

Ta strokovna knjiga bo izreden pripomoček pri vsakdanjem delu, poslovanju in razvoju organizacij ter hitrejšem vključevanju v mednarodne tokove znanosti in tehnike.

izr. prof. dr. Gabrijel Devetak

Zen vodenja: zelo enostaven način vodenja

*Robert Bric, Bojan Straže, David Djukić,
Jana Bogdanovski, Igor Šimac,
Lidija Robnik in Ana Jug*

Dashöfer, 2006

530 str. in dve zgoščenki

Zen vodenja je praktičen priročnik – izšel je v zbirki Direktor –, ki vsebuje temeljna znanja za razumevanje prava, financ, trženja, prodaje, poslovne komunikacije ipd. v vsakdanji gospodarski praksi. Priročniku sta priloženi tudi dve zgoščenki, ena o vodenju, druga pa o poslovni komunikaciji.

Uvodni del obravnava nekaj sprememb, ki jih prinaša novi zakon o gospodarskih družbah. Izredno obsežno in praktično je tretje poglavje, ki obravnava vodenje. Direktor mora poznati temeljne zakone vodenja in upravljanja. Zadolžen je za poslovno načrtovanje, imeti mora jasno vizijo o strategiji, poslanstvu, vrednotah, ciljih in številnih drugih pomembnih zadevah poslovanja v konkurenčnem boju. Vsak dan se sooča s problematiko človeških virov, vodenjem projektov ipd., zato mora obvladati ustrezne veščine komuniciranja, da bi poslovni procesi potekali v zadovoljstvo kupcev, zaposlenih in lastnikov kapitala. Posebna pozornost je namenjena poslovni odličnosti in obvladovanju kakovosti.

V četrtem poglavju je predstavljeno trženje, zlasti pa so izpostavljena osnovna strateška vprašanja za direktorje. Prikazan je trženjski načrt in pogled na najosnovnejše tehnike trženja, s poudarkom na tržnem komuniciranju. Vsak direktor mora poznati vlogo, mesto in pomen trženja. Zato so avtorji posebno pozornost namenili temu, kako spodbuditi stranko k vnovičnemu nakupu. Nazorno so predstavljene komunikacija s stranko, motivacija, stimulacija ipd. Prikazane so tudi največje napake manj uspešnih podjetij in konkurenčne prednosti.

V petem poglavju spoznamo skrivnost prodaje, njeno zgodovino, načine iskanja in pridobivanja kupcev.

Šesto poglavje nas uči poslovno komunicirati in se pogajati. Avtor tega poglavja je predstavil najrazličnejše vrste komuniciranja. Osvežil je notranje komuniciranje, odnose z javnostmi, javno nastopanje, poslovna pogajanja, pogajalske strategije in pogajalske taktike. Vse to morajo direktorji, managerji in poslovneži obvladati v vsakdanji praksi.

Sedmo poglavje obravnava problematiko financ in finančnega vodenja. Pomembna sta bilanca stanja in izkaz poslovnega izida. Direktor mora pravilno izbirati vire financiranja in obvladati odločanje o naložbah finančnih sredstev.

V zadnjem poglavju je prikazano pravo za direktorje.

izr. prof. dr. Gabrijel Devetak



**Konkurenčnost turističnih destinacij:
analiza konkurenčnosti Slovenije
z integriranim modelom**

Doris Gomezelj Omerzel

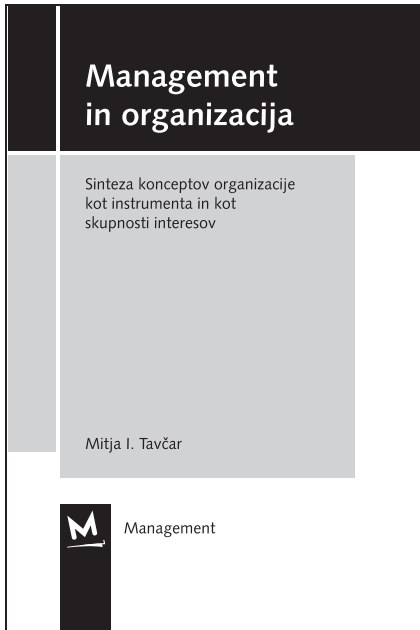
September 2006
ISBN 961-6573-30-6
120 str., 14 × 24 cm

- Definicija, vrste in zančilnosti turističnih destinacij
- Poslovne funkcije in politika turističnih destinacij
- Konkurenčnost turističnih destinacij
- Analiza konkurenčnosti Slovenije

Razmere v turističnem sektorju se s pojavom globalizacije drastično spreminjajo. Neprestan razvoj novih turističnih destinacij in kakovostna rast že obstoječih povzročata odgovornim veliko skrbi.

Knjiga podrobno predstavlja modele za ugotavljanje konkurenčnosti. Z njimi poskuša avtorica zapolniti vrzel v delih domačih avtorjev, ki jo je še zlasti občutiti na področju raziskav konkurenčnosti turistične dejavnosti. Ob tem proučuje mnenja slovenskih turističnih delavcev in analizira dejavnike konkurenčnosti v Sloveniji, hkrati pa opozarja na morebitne nevarnosti in težave ter prikazuje ustrezne predloge za doseganje boljših rezultatov.

Klubska cena 1.740,00 SIT (7,26€)
Običajna cena 2.900,00 SIT (12,10€)



**Management in organizacija:
sinteza konceptov organizacije
kot instrumenta in kot
skupnosti interesov**

Mitja I. Tavčar

November 2006

ISBN 961-6573-31-4

544 str., 14 × 24 cm

- Organizacije in managerji
- Načrtovanje in snovanje
- Urejanje in povezovanje
- Poslovanje in vodenje
- Merjenje in presojanje

To je knjiga o managementu kot obvladovanju organizacije, delov in dejavnikov delovanja organizacije, o managerjih kot strokovnjakih za obvladovanje organizacij. Gre za pregledno temeljno študijsko literaturo in hkrati za pregledno delo za slovenske managerje, ki celovito obravnava temeljne koncepte managementa in zadovoljuje družbeno potrebo po celovitem premisleku o managementu kot obvladovanju organizacije.

Izhodišče dela je iskanje in snovanje sinteze med tehnokratskim konceptom organizacije kot organizma, ustvarjenega za interese deležnikov organizacije, in humanističnim konceptom organizacije kot skupnosti interesov udeležencev organizacije kot organizma.

Sinteza omenjenih konceptov iz obeh črpa učinkovitost in uspešnost pri obvladovanju organizacije.

Klubska cena 5.640,00 SIT (23,34€)

Običajna cena 9.400,00 SIT (39,23€)



Strateški management in management spreminjanja

Roberto Biloslavo

Oktober 2006

ISBN 961-6573-25-X

392 str., 14 × 24 cm

- Osnove managementa in organizacije
- Snovanje in načrtovanje politike organizacije
- Temeljna politika organizacije
- Razvojna politika organizacije
- Sprotna politika organizacije
- Management spreminjanja

Vsebina učbenika sloni na celovitosti razumevanja politike in spreminjanja organizacije, ki ji omogoča doseganje trajnejše konkurenčne prednosti na osnovi prepoznanih temeljnih zmožnosti.

Bralcu omogoča pregled temeljnih izhodišč, pojmov, pristopov in definicij, ki se pojavljajo v novejši literaturi za strateški management.

Učbenik je mišljen kot temeljna literatura na področju strateškega managementa in managementa spreminjanja, obenem pa ponuja izhodišča za nadaljnje proučevanje in študij.

Klubska cena 4.740,00 SIT (19,78 €)

Običajna cena 7.900,00 SIT (32,97 €)



Managing Global Transitions: Globalisation, Localisation, Regionalisation

8th International Conference
of the Faculty of Management Koper,
University of Primorska

20–24 November 2007
Congress Centre Bernardin
Portorož, Slovenia

Conference Aims

- The distinctive feature of the conference is its focus on global transition and the aspiration to provide diverse perspectives on the process of change and evolution on regional and local level. The aim is to discuss and publish research on change in societies, cultures, networks, organizations, teams, and individuals, as well as the processes that are most effective in managing transitions from dominant structures to more evolutionary, developmental forms.
- Transition from central planning to a market economy was one of the challenging subjects in the emerging market economies in Central and Eastern Europe as well as in Asia during the last two decades. However, transition is an ongoing process not only in terms of human development and history but also in the perspective of an ever changing world — and its current events. Man tries to understand, anticipate and manage these transitions. During the last decade these changes are associated not only with globalisation, but also with significant regionalisation and localisation in social and economic development.
- Transition, globalisation, regionalisation and localisation are challenging economic, business, management, sociological, ethical and political questions. Due to their complexities and engagement of different social, economic and political actors, there is still limited knowledge, lack of evidence and suitable solutions to manage these processes. The conference participants with their written contributions and oral presentations are expected to contribute to the sharing of new theoretical, methodological and empirical knowledge to better understand and manage these contemporary economic and social processes at local and global level.

Conference Subject Areas/Sessions

■ Business Administration ■ Business Law and Ethics ■ Decision Sciences and Operations Management ■ E-Business, E-Government, and E-Society ■ Economics ■ Finance and Banking ■ Human Resource ■ Innovation and Learning ■ International Business ■ Knowledge Management ■ Management and Organizational Behavior ■ Management Information Systems ■ Marketing ■ Online Learning and Management in Education ■ Research Methods ■ Small Business and Entrepreneurship ■ Social Issues in Management ■ Technology and Innovation

Conference Proceedings

Full papers will be published in the MIC 2007 Conference Proceedings. Authors of the best papers presented at the conference will be invited to submit their contributions to a number of relevant referred international journals (to be announced on the MIC 2007 website).

Conference Officers

Conference Chair: Dr. Egon Žižmond

Program Chair: Dr. Štefan Bojnec

Program Chair Advisor: Dr. Binshan Lin

Conference Director: Dr. Nada Trunk Širca

Program Chair Assistant: Bojan Nastav

Conference Director Assistant: Marijana Pregarac

Important Dates

E-registration through Conference website open: February 1, 2007

Abstract/Paper submission: April 1, 2007; all submissions will be subject to a double-blind review process

Notification of acceptance: May 15, 2007

Final Paper submission: July 1, 2007

Conference duration: November 20–24, 2007

Registration Deadlines

Early registration: July 15, 2007

Late registration: September 1, 2007

University of Primorska Faculty of Management Koper

Cankarjeva 5, SI-6104 Koper

Phone: +386 5 610 2012

Fax: +386 5 610 2015

www.mic.fm-kp.si

www.fm-kp.si



Oblika članka. Rokopisi za objavo v reviji morajo biti oblikovno urejeni. Besedilo naj bo oblikovano za tiskanje na papirju formata A4, pisava naj bo Times New Roman velikosti 12 pt (ali zelo podobna pisava), vsi robovi naj bodo široki 2,5 cm, razmak med vrsticami pa 1,5.

Na prvi strani rokopisa naj bodo navedeni samo naslov članka (v krepki pisavi) ter ime in priimek avtorja (oz. avtorjev), akademski ali/in strokovni naziv, institucija in elektronski naslov avtorja oz. avtorjev. Za potrebe vpisa v Cobiss se navede tudi letnica rojstva (v članku ne bo objavljena). Na drugi strani naj bodo povzetek (največ 100 besed) in ključne besede (3–5) v slovenščini. Na tretji strani naj bodo povzetek in ključne besede v angleščini (v enakem obsegu kot v slovenščini). Za prevod povzetka in ključnih besed naj poskrbi avtor sam. Besedilo članka naj se začne na četrti strani.

Naslovi poglavij in podpoglavij naj bodo oštevilčeni (1, 2, 2.1 itn.) in napisani z malimi črkami v krepki pisavi, poudarki v besedilu naj bodo v ležeči pisavi. Daljši navedki so ločeni od drugega besedila. Izpusti v navedku so označeni z oglatim oklepajem.

Opombe pod črto se ne uporabljajo, končne opombe pa naj bodo pred seznamom literature. Navajajo se tekoče, številka opombe stoji stično za ločilom. Seznam literature naj bo na koncu članka.

Preglednice in risbe se vstavijo v besedilo, toda v članku naj ne bo preglednic ali risb, ki bi bile v celoti povzete po že objavljenih delih.

Bibliografski sklici in seznam uporabljene literature. Pri navajanju bibliografskih sklicev med besedilom se zapiše samo priimek avtorja oz. avtorjev, letnica izida dela in številka strani oz. obseg strani, npr. (Young 1997, 221) ali (Boeri 2000, 48–51). Vsakemu bibliografskemu sklicu v besedilu naj ustreza navedba dela v seznamu literature. V seznamu literature naj ne bodo navedena dela, na katera se avtor v besedilu ne sklicuje.

V seznamu literature in/ali virov se bibliografski opisi navajajo po abecednem redu (prvih) avtorjev, literatura istega avtorja pa po kronološkem redu izida:

Boeri, T. 2000. *Structural change, welfare*

system and labour reallocation. Oxford: Oxford University Press.

Han, J., in M. Lee. 1998. A study on the status of entrepreneurship education in Korea and its direction. *Business Education Research* 2 (2): 5–26.

Young, J. E. 1997. Entrepreneurship education and learning for university students and practicing entrepreneurs. V *Entrepreneurship 2000*, ur. D. L. Sexton in R. W. Smilor, 215–238. Chicago: Upstart.

Podrobnejše informacije o navajanju literature avtorji najdejo v:

Kobeja, B. 2001. *Priročnik za pisce strokovnih besedil: znanstveni aparat.* Koper: Viskola šola za management.

University of Chicago Press. 2003. *The Chicago manual of style.* Chicago in London: University of Chicago Press.

Oddaja članka. Članek se pripravi v programu MS Word ali L^AT_EX, shrani v datoteko, katere ime naj bo priimek prvega avtorja (npr. Novak.doc), in se pošlje na elektronski naslov mng@fm-kp.si.

Postopek za objavo članka. Pred objavo vsak članek pregledata vsaj dva neodvisna recenzenta. Recenzije so slepe.

Avtorje pozitivno ocenjenih člankov uredništvo povabi, da za objavo pripravijo končne različice člankov, upoštevati pa morajo pripombe recenzentov in članov uredništva. Avtorjem zavrženih člankov uredništvo pošlje pisno obrazložitev.

Člankov, ki ne ustrezajo merilom uredniške politike, uredništvo ne sprejme v obravnavo. Neobjavljenih prispevkov uredništvo avtorjem ne vrača.

Avtorske pravice. Z oddajo prispevka v postopek za objavo v reviji Management avtor zagotavlja, da besedilo še ni bilo objavljeno in da ni v postopku za objavo pri drugi reviji. Svoje besedilo avtor pozneje lahko objavlja, vendar mora pri tem vedno navesti prvotno objavo v reviji Management.

Honorar in avtorski izvodi. Za prispevke avtorjem ne izplačujemo honorarjev. Avtor prejme pet izvodov revije, v kateri je bil objavljen njegov članek, ter naročnino na en letnik revije.

Letna naročnina: 9.345,96 SIT (39 €) za fizične in 11.742,36 SIT (49 €) za pravne osebe.

INFORMATION FOR AUTHORS is available online on the website www.mng.fm-kp.si.

Univerza na Primorskem
Fakulteta za management Koper
www.mng.fm-kp.si

