

# Neizkoriščen podjetniški potencial

GEM Slovenija 2018

Miroslav Rebernik  
Polona Tominc  
Karin Širec  
Barbara Bradač Hojnik  
Matej Rus  
Katja Crnogaj





Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



# Neizkoriščen podjetniški potencial

GEM Slovenija 2018

Urednika:

Miroslav Rebernik

Karin Širec

Avtorji:

Miroslav Rebernik

Polona Tominc

Karin Širec

Barbara Bradač Hojnik

Matej Rus

Katja Crnogaj



Maj, 2019

**Knjižna zbirka:** Slovenski podjetniški observatorij

**ISSN:** 1854-8040

**Naslov:** Neizkoriščen podjetniški potencial

**Podnaslov:** GEM Slovenija 2018

**Title:** Untapped Entrepreneurial Potential

**Subtitle:** GEM Slovenia 2018

**Urednika:** red. prof. dr. Miroslav Rebernik  
(Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta)  
izr. prof. dr. Karin Širec  
(Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta)

**Avtorji:** red. prof. dr. Miroslav Rebernik, red. prof. dr. Polona Tominc,  
izr. prof. dr. Karin Širec, izr. prof. dr. Barbara Bradač Hojnik,  
mag. Matej Rus, doc. dr. Katja Crnogaj

**Recenzija:** prof. dr. Slavica Singer (Univerza v Osijeku, Ekonomska fakulteta)  
prof. dr. Dijana Močnik (Univerza v Mariboru, Fakulteta za  
elektrotehniko, računalništvo in informatiko)

**Jezikovni pregled:** mag. Darja Gabrovšek Homšak

**Oblikovanje:** Nebia, d.o.o.

**Grafične priloge:** avtorji

**Založnik:** Univerzitetna založba Univerze v Mariboru, Slomškovo trg 15,  
2000 Maribor, Slovenija, <http://press.um.si>, [zalozba@um.si](mailto:zalozba@um.si)

**Izdajatelj:** Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Razlagova ulica 14,  
2000 Maribor, Slovenija, <http://www.epf.um.si>, [epf@mb.si](mailto:epf@mb.si)

**Izdaja:** prva izdaja

**Vrsta:** e-knjiga

**Dostopno na:** <http://press.um.si/index.php/ump/catalog/book/409>

**Izid:** Maribor, maj 2019

© Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba

Vse pravice pridržane.

Brez pisnega dovoljenja založnika je prepovedano reproduciranje, distribuiranje, predelava ali druga uporaba tega dela ali njegovih delov v kakršnemkoli obsegu ali postopku, vključno s fotokopiranjem, tiskanjem ali shranjevanjem v elektronski obliki.

Izšlo v knjižni zbirki »Slovenski podjetniški observatorij«.

Slovenski podjetniški observatorij financirajo Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije – SPIRIT, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo RS in Javna agencija za raziskovalno dejavnost RS.

CIP - Kataložni zapis o publikaciji  
Univerzitetna knjižnica Maribor

334.7"2018"(497.4)(0.034.2)

NEIZKORIŠČEN podjetniški potencial [Elektronski vir] : GEM Slovenija 2018 / avtorji Miroslav Rebernik ... [et al.] ; [grafične priloge avtorji ; urednika Miroslav Rebernik, Karin Širec]. - 1. izd. - El. knjiga. - V Mariboru : Univerzitetna založba Univerze, 2019. - (Slovenski podjetniški observatorij, ISSN 1854-8040)

ISBN 978-961-286-265-7 (pdf)

doi: 10.18690/978-961-286-265-7

1. Rebernik, Miroslav

COBISS.SI-ID 96637185

**ISBN:** 978-961-286-265-7 (PDF)

978-961-286-266-4 (Broš.)

**DOI:** 10.18690/978-961-286-265-7

**Cena:** Brezplačen izvod.

**Odgovorna**

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

# Neizkoriščen podjetniški potencial

## GEM Slovenija 2018

Miroslav Rebernik

Polona Tominc

Karin Širec

Barbara Bradač Hojnik

Matej Rus

Katja Crnogaj

---

### **Povzetek:**

Leta 2018 je največja svetovna raziskava podjetništva Globalni podjetniški monitor – GEM zaključila svoj 20. cikel. GEM je bil zasnovan zato, da bi (1) meril razlike v odnosu do podjetništva, aktivnosti in v aspiracijah posameznikov v čim večjem številu držav, (2) odkrival dejavnike, ki spodbujajo ali ovirajo podjetniško aktivnost, še zlasti v odnosu do družbenih vrednot, osebnih značilnosti in podjetniškega ekosistema, (3) zagotavljal platformo za ocenjevanje vpliva podjetniške aktivnosti na ekonomsko rast v določenem gospodarstvu ter (4) odkrival potrebne politične ukrepe za krepitev podjetništva. S pomočjo te raziskave bolje razumemo odnos družbe do podjetništva ter individualne značilnosti posameznika, kot so dojemanje lastnih sposobnosti za podjetniško delovanje, sposobnost zaznavanja priložnosti, podjetniške namere in strah pred neuspehom. Ker GEM spremlja podjetniško aktivnost v celotnem življenjskem ciklu (nastajajoča, nova in ustaljena podjetja, prenehanje poslovanja), po tipih aktivnosti (visoka rast, inovativnost, internacionalizacija) in po sektorjih aktivnosti (zgodnja podjetniška aktivnost, podjetniška aktivnost zaposlenih), dobimo precej bogatejšo sliko o dogajanjih, kot če bi izhajali zgolj iz podatkov, ki nam jih ponujajo običajne statistične baze podatkov.

### **Ključne besede:**

Globalni podjetniški monitor, podjetništvo, celotna zgodnja podjetniška aktivnost, gospodarski razvoj, podjetniški ekosistem

---

### **Naslovi avtorjev:**

dr. Miroslav Rebernik, redni profesor, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, Slovenija, e-pošta: miroslav.rebernik@um.si

dr. Polona Tominc, redna profesorica, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, Slovenija, e-pošta: polona.tominc@um.si

dr. Karin Širec, izredna profesorica, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, Slovenija, e-pošta: karin.sirec@um.si

dr. Barbara Bradač Hojnik, izredna profesorica, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, Slovenija, e-pošta: barbara.bradac@um.si

mag. Matej Rus, višji predavatelj, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, Slovenija, e-pošta: matej.rus@um.si

dr. Katja Crnogaj, docentka, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, Slovenija, e-pošta: katja.crnogaj@um.si

---

# Kazalo

<b>Uvodni povzetek</b> .....	<b>11</b>
Predstavitev Globalnega podjetniškega monitorja .....	11
Podjetniška zmogljivost in odnos do podjetništva v družbi .....	13
Podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva .....	15
Demografske značilnosti slovenskega podjetništva .....	17
Podjetniške aspiracije .....	20
Ocena podjetniškega okolja .....	22
<b>1. Uvodna predstavitev Globalnega podjetniškega monitorja</b> .....	<b>25</b>
1.1 20 let globalnega raziskovanja podjetništva .....	25
1.2 Konceptualni okvir GEM in spremljanje podjetniškega ekosistema in procesa .....	27
1.3 Podatkovne podlage za GEM .....	30
1.4 Dostopnost raziskav in podatkov GEM .....	32
<b>Nacionalni profil: Slovenija</b> .....	<b>33</b>
<b>2. GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji</b> .....	<b>35</b>
<b>3. Podjetniška zmogljivost odraslega prebivalstva in zaznavanje odnosa do podjetništva v družbi</b> .....	<b>41</b>
3.1 Samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika .....	42
3.2 Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu .....	47
<b>4. Podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva</b> .....	<b>53</b>
4.1 Faze in učinkovitost podjetniškega procesa .....	54
4.2 Zgodnja podjetniška aktivnost .....	57
4.3 Motivacija za podjetništvo .....	60
4.4 Ustaljeni podjetniki .....	62
4.5 Podjetniška aktivnost zaposlenih .....	64
4.6 Drugi tipi podjetništva .....	66
4.7 Prenehanje poslovanja .....	66

<b>5. Demografske značilnosti slovenskega podjetništva</b> .....	<b>69</b>
5.1 Starost .....	70
5.2 Podjetništvo in mladi .....	73
5.3 Spol .....	76
5.4 Izobrazba .....	81
5.5 Dohodek .....	82
<b>6. Podjetniške aspiracije</b> .....	<b>85</b>
6.1 Usmerjenost v rast .....	87
6.2 Inovacijska naravnost .....	90
6.3 Internacionalizacija .....	93
<b>7. Kakovost nacionalnega podjetniškega okvira</b> .....	<b>97</b>
7.1 Splošen pogled na okvirne pogoje za podjetništvo .....	99
7.2 Globalni položaj slovenskega podjetniškega ekosistema .....	105
7.3 Indeks nacionalnega podjetniškega konteksta (NECI) .....	107
7.4 Prednosti in slabosti nacionalnega podjetniškega okolja .....	111
7.5 Priporočila slovenskih izvedencev za izboljšanje podjetniškega okolja .....	113
<b>Literatura in viri</b> .....	<b>115</b>
<b>P1 Značilnosti vzorca slovenskih izvedencev v letu 2018</b> .....	<b>121</b>
<b>P2 Metodološka pojasnila</b> .....	<b>123</b>
Razlika med podatki GEM in podatki poslovnih registrov ali AJ PES .....	123
Ključne mere GEM .....	124
Opis GEM-ovih okvirnih pogojev za podjetništvo, GEM 2018, NES .....	127
<b>P3 Podatkovne tabele</b> .....	<b>129</b>
<b>P4 Raziskovalni timi in sponzorji GEM v letu 2018</b> .....	<b>137</b>
<b>P5 Avtorji</b> .....	<b>147</b>

## Kazalo slik

<b>Slika 1.1:</b>	Konceptualni okvir GEM .....	28
<b>Slika 1.2:</b>	Podjetniški proces .....	29
<b>Slika 2.1:</b>	Primerjava Slovenije, povprečja držav EU in povprečja GEM za izbrane kazalnike .....	36
<b>Slika 3.1:</b>	Podjetniška zmogljivost – samozaznavanje in dojetanje podjetništva z vidika posameznika .....	43
<b>Slika 3.2:</b>	Zaznavanje poslovnih priložnosti (v evropskih državah GEM) .....	43
<b>Slika 3.3:</b>	Zaznano podjetniško znanje, izkušnje in sposobnosti (v evropskih državah GEM) .....	44
<b>Slika 3.4:</b>	Podjetniške namere (v evropskih državah GEM) .....	45
<b>Slika 3.5:</b>	Strah pred neuspehom (v evropskih državah GEM) .....	46
<b>Slika 3.6:</b>	Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu (v evropskih državah GEM) .....	48
<b>Slika 3.7:</b>	Odstotek ljudi, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani (v evropskih državah GEM) .....	48
<b>Slika 3.8:</b>	Odstotek ljudi, ki menijo, da je podjetništvo primerna izbira karijerne poti (v evropskih državah GEM) .....	49
<b>Slika 3.9:</b>	Odstotek ljudi, ki zaznavajo medijsko podporo podjetništvu v družbi (v evropskih državah GEM) .....	50
<b>Slika 3.10:</b>	Odstotek ljudi, ki menijo, da je enostavno začeti z novim poslom (v evropskih državah GEM) .....	50
<b>Slika 4.1:</b>	Izbrani kazalniki podjetniškega procesa v Sloveniji .....	54
<b>Slika 4.2:</b>	Puščanje podjetniškega voda v Sloveniji .....	56
<b>Slika 4.3:</b>	Indeks TEA v izbranih skupinah držav .....	58
<b>Slika 4.4:</b>	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (v evropskih državah GEM) .....	58
<b>Slika 4.5:</b>	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji v letih od 2010 do 2018 .....	59
<b>Slika 4.6:</b>	Podjetništvo iz priložnosti in iz nuje kot odstotek odraslega prebivalstva v Sloveniji v letih od 2010 do 2018 .....	62
<b>Slika 4.7:</b>	Odstotek ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom (v evropskih državah GEM) .....	63
<b>Slika 4.8:</b>	Ustaljeni podjetniki kot odstotek odraslega prebivalstva v Sloveniji v letih od 2010 do 2018 .....	63
<b>Slika 4.9:</b>	Podjetniška aktivnost zaposlenih kot odstotek odrasle populacije (v evropskih državah GEM) .....	65
<b>Slika 4.10:</b>	Opustitev poslovanja v zadnjih 12 mesecih v celotnem podjetniškem procesu in v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti (v evropskih državah GEM) .....	67
<b>Slika 4.11:</b>	Glavne skupine razlogov za prenehanje poslovanja v Sloveniji .....	68
<b>Slika 5.1:</b>	Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in zaradi nuje po starostnih razredih .....	71
<b>Slika 5.2:</b>	Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost .....	72



<b>Slika 5.3:</b>	Število in delež mladih v registrirani brezposelnosti .....	74
<b>Slika 5.4:</b>	Odstotek nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let.....	75
<b>Slika 5.5:</b>	Podjetniška aktivnost nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let.....	75
<b>Slika 5.6:</b>	Izobrazbena raven nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih skupinah od 18 do 34 let in od 35 do 64 let .....	76
<b>Slika 5.7:</b>	Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol .....	77
<b>Slika 5.8:</b>	Zgodnja podjetniška aktivnost moških in žensk (v evropskih državah GEM) .....	78
<b>Slika 5.9:</b>	Zgodnja podjetniška aktivnost med spoloma.....	79
<b>Slika 5.10:</b>	Zgodnja podjetniška aktivnost žensk zaradi nujnosti (v evropskih državah GEM).....	80
<b>Slika 5.11:</b>	Izobrazba nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov ter nepodjetnikov .....	82
<b>Slika 5.12:</b>	Podjetniška aktivnost glede na dohodek v celotni populaciji.....	83
<b>Slika 5.13:</b>	Dohodkovni razredi v celotnem podjetniškem procesu.....	84
<b>Slika 6.1:</b>	Pričakovanja podjetnikov, da v petih letih ustvarijo več kot pet delovnih mest, v TEA (v evropskih državah GEM) .....	88
<b>Slika 6.2:</b>	Načrti podjetnikov o zaposlovanju po skupinah držav .....	89
<b>Slika 6.3:</b>	Podjetniki, ki že zaposlujejo oziroma to načrtujejo, v celotni populaciji (v evropskih državah GEM) .....	90
<b>Slika 6.4:</b>	Inovacijska naravnost nastajajočih in novih podjetnikov po skupinah držav.....	91
<b>Slika 6.5:</b>	Nastajajoči in novi podjetniki z novim izdelkom ali storitvijo in hkrati malo oziroma nič konkurence, po skupinah držav .....	92
<b>Slika 6.6:</b>	Inovacijska naravnost nastajajočih in novih podjetnikov (v evropskih državah GEM).....	92
<b>Slika 6.7:</b>	Intenzivnost internacionalizacije nastajajočih in novih podjetnikov po skupinah držav .....	94
<b>Slika 6.8:</b>	Intenzivnost internacionalizacije nastajajočih in novih podjetnikov (v evropskih državah GEM).....	94
<b>Slika 7.1:</b>	Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji in evropskih državah.....	101
<b>Slika 7.2:</b>	Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji primerjalno s povprečjem evropskih držav in vseh držav GEM.....	105
<b>Slika 7.3:</b>	Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji primerjalno s povprečjem visokodohodkovnih gospodarstev in držav GEM.....	106
<b>Slika 7.4:</b>	Najvišje uvrščene države po indeksu NECI v letu 2018 .....	107
<b>Slika 7.5:</b>	Rezultati NECI 2018 za 54 gospodarstev po štirih geografskih regijah .....	108
<b>Slika 7.6:</b>	Vrednosti indeksa NECI po skupinah držav.....	109
<b>Slika 7.7:</b>	Stanje in pomembnost 12 okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji .....	110

## Kazalo tabel

<b>Tabela 1.1:</b> Države GEM glede na regijo in stopnjo razvitosti.....	26
<b>Tabela 1.2:</b> Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2018, APS.....	30
<b>Tabela 1.3:</b> Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih državah po tipih gospodarstva, GEM 2018, APS.....	30
<b>Tabela 1.4:</b> Število sodelujočih nacionalnih izvedencev v sodelujočih državah po tipih gospodarstva, GEM 2018, NES.....	31
<b>Tabela 2.1:</b> GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2018, APS.....	37
<b>Tabela 3.1:</b> Elementi podjetniške zmogljivosti, GEM Slovenija 2018, APS.....	42
<b>Tabela 3.2:</b> Elementi zaznavanja družbenih vrednot do podjetništva v družbi, GEM Slovenija 2018, APS.....	47
<b>Tabela 4.1:</b> Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po posameznih fazah in po skupinah držav, GEM Slovenija 2018, APS.....	57
<b>Tabela 4.2:</b> Razmerje med nastajajočimi in novimi podjetniki ter indeks smrtnosti v Sloveniji v letih od 2010 do 2018, GEM Slovenija 2018, APS.....	60
<b>Tabela 4.3:</b> Podjetništvo iz priložnosti in iz nuje, razvojno usmerjeni podjetniki in motivacijski indeks (v evropskih državah GEM), GEM Slovenija 2018, APS.....	61
<b>Tabela 4.4:</b> Ključne značilnosti celotne zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti in zaradi nuje v odrasli populaciji, GEM Slovenija 2018, APS.....	61
<b>Tabela 4.5:</b> Podjetniška aktivnost zaposlenih v Sloveniji v letih od 2011 do 2018, GEM Slovenija 2018, APS.....	65
<b>Tabela 4.6:</b> Razlogi za prenehanje poslovanja po skupinah držav, GEM Slovenija 2018, APS.....	68
<b>Tabela 5.1:</b> Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2018, APS.....	70
<b>Tabela 5.2:</b> Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2018, APS.....	73
<b>Tabela 5.3:</b> Odstotek nastajajočih in novih podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2014–2018, GEM Slovenija 2018, APS.....	77
<b>Tabela 5.4:</b> Odstotek ustaljenih podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2014–2018, GEM Slovenija 2018, APS.....	79
<b>Tabela 6.1:</b> Ambicioznost podjetnikov po skupinah držav, GEM Slovenija 2018, APS.....	87
<b>Tabela 6.2:</b> Načrti podjetnikov o zaposlovanju po skupinah držav, GEM Slovenija 2018, APS.....	89
<b>Tabela 7.1:</b> Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji, GEM Slovenija 2018, NES.....	99

<b>Tabela 7.2:</b> Ocene slovenskih izvedencev v okviru izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo, GEM Slovenija 2018, NES .....	100
<b>Tabela 7.3:</b> Ocene slovenskih izvedencev v okviru odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, GEM Slovenija 2018, NES .....	102
<b>Tabela 7.4:</b> Ocene slovenskih izvedencev v okviru dostop do poslovne in strokovne infrastrukture, GEM Slovenija 2018, NES .....	102
<b>Tabela 7.5:</b> Ocene slovenskih izvedencev v okviru vladne politike, GEM Slovenija 2018, NES .....	103
<b>Tabela 7.6:</b> Ocene slovenskih izvedencev v okviru kulturne in družbene norme, GEM Slovenija 2018, NES .....	104
<b>Tabela 7.7:</b> Teme, ki so jih nacionalni izvedenci navedli kot glavne omejitve in prednosti pri podpori podjetništva v Sloveniji v letih 2017 in 2018, GEM Slovenija 2018, NES.....	111
<b>Tabela 7.8:</b> Najpogostejša priporočila izvedencev za izboljšanje podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2018, NES.....	113



# Uvodni povzetek

## Predstavitev Globalnega podjetniškega monitorja

Leta 2018 je največja svetovna raziskava podjetništva Globalni podjetniški monitor (ang. *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM) zaključila svoj 20. cikel. Od leta 1999, ko so bili z raziskavo v desetih razvitih gospodarstvih vzpostavljeni temelji longitudinalnega raziskovanja podjetništva, je bilo proučenih že 2,9 milijona odraslih prebivalcev v 112 gospodarstvih. Slovenija se je v ta globalni projekt vključila leta 2002 in od takrat tudi sodelovala v vseh letnih ciklih, tako da imamo za preteklih 17 let podatke, s pomočjo katerih lahko pomembne elemente podjetništva v Sloveniji, še zlasti v njegovih začetnih fazah, primerjamo s podjetništvom v drugih državah, ki sodelujejo ali so sodelovale v GEM. Prednost GEM pred drugimi podjetniškimi raziskavami je, da razpolagamo s podatki, ki temeljijo na enotni metodologiji. Tako dobimo jasnejšo sliko o stanju in razvoju podjetništva v državi, oblikovalci podjetniške politike pa si lahko ustvarijo boljše razumevanje in trdnjšo osnovo za pripravo in izbiro učinkovitih ukrepov in programov, usmerjenih k podpiranju takšnega tipa podjetništva, ki lahko najbolj prispeva k razvoju.

Globalna vpetost raziskovalnega programa GEM in transparentnost podatkov med raziskovalci omogočata precej širšo sliko, kot bi jo dobili, če bi raziskovali samo znotraj nacionalnega okvira. Že res, da je podjetništvo v svojem jedru vselej individualno, vendar je kot dejavnost globalno, zato globalnost raziskovalnega programa GEM daje raziskavi posebno veljavo in težo. Tudi zato, ker je nujno poznati in upoštevati razvitost posamezne države, saj ta ne vpliva samo na potek podjetniškega procesa od zagonske ideje do opustitve poslovanja, ampak v veliki meri tudi na kontekst poslovanja, z njim pa tudi na možnosti, kako na ta kontekst vplivati. Zaradi socialne, kulturne in ekonomske raznolikosti držav je tudi narava poslovnih priložnosti in podjetniškega udejstvovanja različna, kar je treba v polni meri upoštevati tako pri raziskovanju podjetniških procesov in aktivnosti kot pri oblikovanju ustrezne podjetniške politike, saj ni enotnega recepta za spodbujanje podjetništva.

Konceptualni okvir GEM razpoznava bogato raznolikost podjetništva in upošteva, da je osrednji akter podjetniškega procesa posameznik, ki racionalno presoja stroške in koristi podjetniškega angažiranja, pri tem pa poleg njegovih osebnih značilnosti igrajo pomembno vlogo tudi številni dejavniki v njegovem neposrednem življenjskem prostoru, od prevladujočih kulturnih vrednot

in institucionalnega okolja podjetij do splošnega odnosa družbe do podjetništva in lastne usposobljenosti za podjetništvo. GEM je bil zasnovan zato, da bi (1) meril razlike v odnosu do podjetništva, aktivnosti in v aspiracijah posameznikov v čim večjem številu držav, (2) odkrival dejavnike, ki spodbujajo ali ovirajo podjetniško aktivnost, še zlasti v odnosu do družbenih vrednot, osebnih značilnosti in podjetniškega ekosistema, (3) zagotavljal platformo za ocenjevanje vpliva podjetniške aktivnosti na ekonomsko rast v določenem gospodarstvu ter (4) odkrival potrebne politične ukrepe za krepitev podjetništva.

Temu primerno je zasnovan tudi raziskovalni okvir GEM, ki se osredotoča na podjetnega posameznika, ki se nameni, da se bo podal v podjetništvo, na poti od zaznave podjetniške priložnosti do izvajanja podjetniške aktivnosti in njegove opustitve pa se srečuje s številnimi dejavniki, ki so pomembni za razumevanje podjetniškega procesa. Zato GEM poskuša razumeti družbeni in individualni odnos do podjetništva, značilnosti vključevanja v podjetniške aktivnosti ter podjetniške aspiracije posameznikov. Zato zbira primarne podatke na globalni ravni, anketira posameznike o različnih ključnih vprašanjih glede podjetniških aspiracij, nagnjenj, namenov in aktivnosti ter proučuje podjetništvo v celotnem podjetniškem procesu – od zasnove podjetniške priložnosti do njene zrelosti in ustaljenosti ali morebitnega propada.

Družbeni, kulturni, politični in ekonomski kontekst, ki upošteva stopnjo razvitosti posameznega nacionalnega gospodarstva in razvitost ključnih podjetniških pogojev, je predstavljen z okvirom nacionalnih pogojev in z okvirom podjetniških pogojev. Ocenjujemo ga s pomočjo strokovnih mnenj skrbno izbranih izvedencev, ki imajo dober vpogled v različne segmente podjetniškega procesa. Ti izvedenci, ki prihajajo z različnih področij, ocenijo dvanajstih okvirnih gradnikov podjetniškega ekosistema, ki zajemajo finančno podporo, podporo vladnih politik, regulativo vladnih politik, vladne programe, podjetniško izobraževanje v osnovnih in srednjih šolah, podjetniško izobraževanje in usposabljanje po končani srednji šoli, prenos raziskav in razvoja, poslovno in strokovno infrastrukturo, dinamičnost notranjega trga, odprtost in bremena notranjega trga, fizično infrastrukturo ter kulturne in družbene norme.

Družbene vrednote in dojemanje podjetništva podrobneje raziščemo tako, da vprašamo vzorec odraslih prebivalcev, ali družba sprejema podjetništvo kot dobro karierno izbiro, ali imajo podjetniki visok družbeni status ter kolikšno pozornost posvečajo podjetništvu mediji in s tem prispevajo k razvoju podjetniške kulture. S pomočjo odgovorov na ta vprašanja lahko bolje sklepamo o pomenu posameznih dejavnikov, ki lahko vplivajo na to, ali se bo posameznik odločil za podjetniško pot ali ne, pa tudi razmišljamo o možnostih, da bo dejansko realiziral svoje namene.

Individualne značilnosti dejanskih podjetnikov in nepodjetnikov ter tistih, ki imajo potencial, da bi lahko postali podjetniki, spremljamo v najzgodnejših fazah podjetniškega procesa. Poskušamo razumeti podjetniški potencial in oceniti delež potencialnih podjetnikov, to je tistih, ki ocenjujejo, da imajo dovolj znanja in podjetniških sposobnosti, prepoznavajo poslovne priložnosti v svojem okolju in jih strah pred potencialnim neuspehom njihovega podjetja ne bi odvrnil od ustanovitve podjetja. Tako bolje razumemo odnos družbe do podjetništva ter individualne značilnosti posameznika, kot so dojemanje lastnih sposobnosti za podjetniško delovanje, sposobnost zaznavanja priložnosti, podjetniške namere in strah pred neuspehom.

Ker GEM spremlja podjetniško aktivnost v celotnem življenjskem ciklu (nastajajoča, nova in ustaljena podjetja, prenehanje poslovanja), po tipih aktivnosti (visoka rast, inovativnost, internacionalizacija) in po sektorjih aktivnosti (zgodnja podjetniška aktivnost, podjetniška aktivnost zaposlenih), dobimo precej bogatejšo sliko o dogajanjih, kot če bi izhajali zgolj iz podatkov, ki nam jih ponujajo običajne statistične baze podatkov. Zbir nastajajočih in novih podjetnikov predstavlja celotno zgodnjo podjetniško aktivnost, ki jo izražamo z indeksom TEA, v

okviru katerega analiziramo profil zgodnje podjetniške aktivnosti, še zlasti izbrane značilnosti teh podjetnikov, kot so osebnostne lastnosti (spol, starost in motivacija) in njihove aspiracije po rasti podjetja, inovativnosti in internacionalizaciji podjetja.

## Podjetniška zmogljivost in odnos do podjetništva v družbi

Podjetniška aktivnost se vselej začne pri posamezniku, ki začneja razmišljati o novem podjetju, ali pri zaposlenem, ki nov podjetje začne v okviru svoje zaposlitve. Z vidika posameznika je zato pomemben sklop dejavnikov, na osnovi katerih zaznava in dojema svoje kompetence za podjetništvo. V tem okviru analiziramo posameznikovo samozaznavanje sposobnosti za podjetništvo, ki se kaže v njegovem samozaupanju v znanje, potrebno za podjetništvo, ter zmožnosti razpoznavanja obetavnih poslovnih priložnosti, morebitnem strahu pred neuspehom, ki bi ga odvrnil od podjetniške poti, in v podjetniških namerah ljudi. Ker so posamezniki del širšega kulturnega in družbenega okolja, ki vpliva na njihove podjetniške odločitve in jih sooblikuje, v okviru raziskave GEM proučujemo tudi zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu. V primerjavi z letom 2017 smo na tem področju zaznali nekaj pomembnih premikov, predvsem večji delež posameznikov, ki menijo, da se bodo v njihovem okolju pojavile dobre poslovne priložnosti za začetek novega posla. To je pomembno, saj je sposobnost zaznavanja obetavnih poslovnih priložnosti ključni dejavnik vključevanja v podjetništvo. V Sloveniji 42,2 % ljudi v svojem okolju zaznava obetavne poslovne priložnosti, kar je izjemno pozitiven rezultat za našo državo, še posebej če upoštevamo, da se zadnja leta ta delež vztrajno večja – od 20,5 % v letu 2015 do 25,3 % v letu 2016 in 34,6 % v letu 2017. Kljub temu porastu je Slovenija še vedno nekoliko pod povprečjem evropskih držav. Zaznavanje poslovnih priložnosti je sicer največje na Srednjem vzhodu in v afriških državah, saj več kot 70 % ljudi v Saudovi Arabiji, Angoli in Sudanu v svojem okolju zaznava veliko obetavnih poslovnih priložnosti. Seveda pa je v nizkodohodkovnih državah, kot je denimo Angola, narava priložnosti precej drugačna kot v Sloveniji in drugih visokodohodkovnih državah.

Pomemben pogoj za izkoriščanje zaznane podjetniške priložnosti so zadostno podjetniško znanje in sposobnosti. Slovenci smo se v vseh letih raziskovanja GEM vedno uvrščali visoko na lestvicah držav po deležu ljudi, ki menijo, da imajo potrebno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo. V naši državi je v letu 2018 tako menilo kar 51 % ljudi, kar uvršča Slovenijo na tretje mesto na lestvici evropskih držav, za Hrvaško (52,3 %) in Slovaško (53,3 %). Ker lahko dejansko vrednost samozaznane poslovne priložnosti in sposobnosti, da se izkoristi, zares preverimo šele, ko se aktivnosti izkoriščanja poslovne priložnosti začnejo oziroma izvedejo, pa ni mogoče vnaprej oceniti, ali je samozaznana podjetniško znanje tudi zares ustrezno. Vemo pa, da dvom posameznikov v lastne sposobnosti in/ali njihovo mnenje, da podjetniških priložnosti ni, pomembno omeji njihovo podjetnost in zmanjšata verjetnost, da bodo začeli nov posel.

V Evropi najdemo gospodarstva, v katerih sta stopnja zaznavanja podjetniških priložnosti in stopnja samozaznavanja podjetniških zmogljivosti zelo neusklajeni. Tak primer je Švedska, kjer več kot 80 % ljudi zaznava poslovne priložnosti, a jih manj kot 40 % meni, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo. V Sloveniji je ta razkorak v drugi smeri – samozaznavanje podjetniških zmogljivosti je nekoliko večje (51,0 %) kot zaznavanje poslovnih priložnosti (42,2 %). V večini držav, ne glede na njihovo razvitost, so podjetniške namere v povprečju večje kot zgodnja podjetniška aktivnost. V Sloveniji je delež ljudi, ki izražajo podjetniške namere, več kot dvakrat večji (16,3 %) kot zgodnja podjetniška aktivnost (6,4 %). V Rusiji, Bolgariji, Švici, Veliki Britaniji, na Nizozemskem, v ZDA in Kanadi pa je stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti višja od stopnje podjetniških namer.

Eden izmed elementov podjetniške zmogljivosti je tudi strah pred neuspehom, ki lahko vpliva na posameznikovo razmišljanje o podjetništvu in nato tudi na dejansko vključitev v podjetništvo. Predvidevamo, da je to povezano tudi z večjim tveganjem, ki ga prinaša samozaposlitev v primerjavi z varnejšo zaposlitvijo v obstoječih podjetjih, saj je v visokodohodkovnih gospodarstvih v povprečju več zaposlitvenih možnosti. Strah pred neuspehom je v evropskih državah najmočneje izražen v Grčiji (68 %), sledijo ji Ciper (55,1 %), Italija (52 %) in Luksemburg (50,7 %). V drugih evropskih državah je ljudi s strahom pred neuspehom manj kot 50 %, v večini evropskih držav pa 40–50 %. Po strahu pred neuspehom so Slovenci skoraj na repu lestvice (37,4 %), manj ga občutijo le še Nizozemci (34,8 %) in Francozi (36,7 %).

Razlike med državami glede zaznavanja zmogljivosti za podjetništvo je mogoče do določene mere razložiti z razlikami v sistemih kulturnih in družbenih norm. V letu 2018 je v povprečju v vseh proučevanih visokodohodkovnih državah, med katere sodi tudi Slovenija, skoraj 70 % odraslega prebivalstva verjelo, da so uspešni podjetniki v družbi dobro sprejeti, spoštovani in uživajo velik ugled. Ni pa jih tudi toliko menilo, da je podjetništvo tudi ustrezna oziroma zaželena poklicna pot. Uspešni podjetniki so v slovenski družbi spoštovani bolj, kot to velja za povprečje evropskih držav. O tem je bilo leta 2018 prepričanih 75,8 % ljudi, kar uvršča Slovenijo na četrto mesto v evropskem merilu, kjer je na prvem mestu Irska s 83,9 %, sledita ji Velika Britanija s 76,4 % in Poljska s 76,3 %. Podjetniški poklic je bil v letu 2018 najmanj spoštovan na Hrvaškem (43,0 %), ki je bila na zadnjem mestu lestvice tudi v letu 2017, na repu pa so še Španija (49,8 %), Slovaška (60,4 %) in Nizozemska (63,1 %). Povprečje evropskih držav znaša 69,1 %. Pozitivne družbene vrednote o podjetništvu večinoma pomenijo več podjetniške aktivnosti med prebivalci in tudi več kakovostnega podjetništva, to je tistega, ki je sposobno ustvarjati podjetja, ki bodo rasla in zaposlovala.

Naklonjenost medijev lahko pripomore k ustvarjanju zavedanja o pomenu podjetništva, lahko poveča pozornost in pripomore k pozitivnejšemu odnosu in sprejemanju podjetništva v družbi. Medijska podpora je seveda pomembna, vendar je to le eden od podpornih mehanizmov spreminjanja kulturnih in družbenih norm v smeri sprejemanja in podpore podjetništvu v družbi, skupaj z ukrepi ekonomske politike, vodenjem politike izobraževanja in usposabljanja, s pravnim redom in uveljavljanjem pravne države itd., kar je ključna vloga države oziroma nosilcev ekonomske politike. V Sloveniji je v letu 2018 porasla zaznana medijska pozornost za podjetništvo, saj je v povprečju 77,2 % ljudi menilo, da je v medijih v Sloveniji pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih novih podjetnikih. Glede tega je Slovenija v letu 2018 v samem vrhu lestvice sodelujočih evropskih držav, sledijo ji Irska (73,4 %), Nizozemska (66,8 %) in Avstrija (64,6 %). Najmanjšo zaznano medijsko podporo podjetništvu so izkazale Bolgarija (44,6 %), Poljska (46,2 %), Švica (47,7 %) in Rusija (49,0 %).

Skupek dejavnikov zaznane podjetniške zmogljivosti in družbenih norm glede podjetništva lahko sooblikuje zaznave posameznikov o tem, kako enostavno je v njihovi državi mogoče ustanoviti novo podjetje ali začeti z novim poslom. V Sloveniji je v enostavnost tega prepričanih 39,2 % ljudi, kar je tik nad evropskim povprečjem. Najvišje na lestvici je Nizozemska, kjer 74,7 % ljudi meni, da je enostavno začeti z novim poslom, sledita Poljska (74,1 %) in Švedska (74,0 %), najnižje na lestvici pa so Grčija (12,2 %), Bolgarija (14,3 %), Hrvaška (16,4 %) in Italija (16,8 %). Povezava med zaznano enostavnostjo začeti z novim poslom in tem, ali ljudje mislijo, da je to dobra poklicna izbira, lahko odraža dejstvo, da ni velikih ovir za začetek novega posla in da je to hkrati najboljša možnost za zaslužek, lahko pa tudi pomeni, da so druge karijerne alternative bolj zaželeno in da je manj verjetno, da bi ljudje razmišljali o ustanovitvi lastnega podjetja. Takšno sklepanje opozarja, da zmanjšanje ovir za ustanovitev podjetja v nekaterih državah ni dovolj za spodbujanje več podjetništva v družbi, je pa lahko eden od pomembnih dejavnikov v tem procesu, še zlasti v državah s slabše razvitim podjetniškim ekosistemom.



## Podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva

Za gospodarski razvoj ni pomembno le ustanavljanje podjetij, ampak zlasti ustvarjanje trajnostnih podjetij. Medtem ko nova podjetja prinašajo v gospodarstvo dinamiko, ustvarjajo delovna mesta in nove vrednosti za odjemalce, pa ustaljena podjetja zagotavljajo stabilne zaposlitve, znane izdelke in storitve z uveljavljenimi blagovnimi znamkami ter dolgoročno vrednost tako za zaposlene kot za odjemalce. Na ravni nacionalnega gospodarstva je zato treba zagotoviti pogoje, ki bodo spodbujali podjetne posameznike k ustanavljanju novih podjetij in hkrati zagotavljali možnosti za njihovo preživetje, rast in razvoj, da bi se v gospodarstvu zagotovila ustrezna kombinacija dinamičnosti in stabilnosti. GEM spremlja podjetne posameznike v različnih fazah podjetniškega procesa – od proučevanja potencialnih podjetnikov, nastajajočih podjetnikov, novih podjetnikov, ustaljenih podjetnikov vse do prenehanja poslovanja.

V podjetniškem procesu modela GEM predstavljajo prvo fazo *potencialni podjetniki*. To skupino sestavljajo posamezniki, ki menijo, da imajo dovolj znanja in podjetniških sposobnosti, da uresničijo neki podjem, ki prepoznavajo poslovne priložnosti ter sprejemajo tveganje in potencialni neuspeh svoje podjetniške aktivnosti. V letu 2018 jih je bilo v Sloveniji 16,3 %. Drugo fazo predstavljajo *nastajajoči podjetniki*. Mednje spadajo posamezniki, ki so dejansko že začeli izvajati aktivnosti za ustanovitev podjetja ali so podjetje že ustanovili pred manj kot tremi meseci. V Sloveniji jih je bilo v letu 2018 4,02 %. Tretjo fazo, *nove podjetnike*, sestavljajo podjetniki, ki imajo podjetje več kot tri mesece in izplačujejo plače, vendar ne več kot tri leta in pol. Mednje preide le določen delež nastajajočih podjetnikov. V preteklem letu jih je bilo v Sloveniji 3,6 %. Nastajajoči in novi podjetniki skupaj sestavljajo *celotno zgodnjo podjetniško aktivnost*, ki jo prikazujemo z *indeksom zgodnje podjetniške aktivnosti TEA* in v raziskavi GEM predstavlja eno izmed temeljnih mer. Prikazuje odstotek odrasle populacije od 18. do 64. leta starosti, ki se vključuje v podjetništvo. Četrto fazo sestavljajo *ustaljeni podjetniki*, ki jim uspe uspešno voditi podjetje več kot tri leta in pol. V letu 2018 jih je bilo v Sloveniji 6,8 %. Faza *prenehanja poslovanja* v modelu GEM ni pojmovana kot podjetniški neuspeh, ampak se nanaša tudi na vse druge razloge, zaradi katerih je podjetnik v zadnjih dvanajstih mesecih opustil poslovanje. Podjetnikov, ki so v zadnjih 12 mesecih prenehali poslovati, je bilo v letu 2018 v Sloveniji 2,4 %.

Z *družbeno sprejetostjo podjetništva* predstavljamo družbeno-kulturni kontekst, ki prikazuje prepričanja in namere posameznikov za podjetništvo, zaznavanje poslovnih priložnosti in odločitve posameznikov o podjetniški karieri. Proučujemo torej delež posameznikov v družbi, ki imajo pozitivno percepcijo o podjetništvu. V raziskavi GEM je mera izračunana kot aritmetična sredina treh elementov, in sicer (1) posameznikov, ki dojemajo podjetništvo kot družbeno zaželeno poklicno izbiro, (2) posameznikov, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status, in (3) posameznikov, ki zaznavajo, da je v medijih mogoče pogosto zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih. V Sloveniji je imelo leta 2018 tako izražen pozitiven odnos do podjetništva 70,5 % odraslega prebivalstva. Ta delež zadnja tri leta pomembno narašča (67,1 % v letu 2017 in 63,9 % v letu 2016), tako da v zadnjem letu manj kot 30 % prebivalcev ne izraža pozitivnega odnosa do podjetništva.

Če je v Sloveniji sprejetost podjetništva kot pojava v družbi relativno velika, pa je *samozaupanje v podjetniške zmogljivosti* na nižji ravni. V raziskavi GEM to mero sestavljajo posamezniki, ki (1) menijo, da imajo potrebne sposobnosti, znanje in izkušnje za podjetništvo, (2) zaznavajo poslovne priložnosti v okolju in (3) jih strah pred neuspehom ne bi odvrnil od podjetniške poti. Toda samozaupanje v podjetniške zmogljivosti v zadnjih treh letih v Sloveniji narašča, saj ga je v letu 2018 izražalo 43,5 % posameznikov, v letu 2017 40,9 %, v letu 2016 pa 37,6 %.

Kljub porastu rezultatov v prvih fazah, pred dejanskim začetkom podjetniških aktivnosti, je dejanskega začetka podjetniških aktivnosti manj kot leto prej. Čeprav so posamezniki sicer prepričani v svoje podjetniške sposobnosti, se dejansko za podjetniško kariero ne odločijo. K temu je prispevala tudi gospodarska rast, ki s povpraševanjem po delovni sili v ustaljenih podjetjih zmanjšuje željo posameznikov po podjetniški karieri.

Rezultati namreč kažejo, da Slovenija pomembno zaostaja v prvih fazah podjetniške aktivnosti v primerjavi z drugimi primerljivo razvitimi državami, pa tudi primerjalno z vsemi državami GEM na svetu. V Sloveniji je indeks TEA pod evropskim povprečjem (7,5 %) in je v letu 2018 znašal 6,4 %. Glede na pretekli dve leti je upadel; v zadnjih devetih letih je bil najvišji v letu 2016 (8 %). Upad zgodnje podjetniške aktivnosti je bil največji v letih gospodarske krize, v času gospodarske rasti je ponovno narasla. Trenutne razmere na trgu pa kažejo, da je prav zaradi rasti na trgu povpraševanje po delovni sili tako veliko, da nekateri posamezniki s podjetniškim potencialom raje izberejo zaposlitev, kot se podajo na lastno podjetniško pot. Najnižje stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti so v evropskih in severnoameriških državah, ki večinoma spadajo med gospodarstva z visokim dohodkom. GEM tradicionalno ugotavlja, da razvita gospodarstva težijo k nižjim stopnjam podjetništva, vsaj delno zaradi prisotnosti alternativnih možnosti zaposlitve in višjih stopenj konkurenčnosti, ki lahko povzročijo, da je zagon podjetja manj privlačna alternativa. V Evropi dosejata najvišje stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti Nizozemska (12,3 %) in Slovaška (12,1 %), najnižji indeks TEA pa sta imela v letu 2018 Ciper (3,9 %) in Italija (4,2 %).

Razmerje med nastajajočimi in novimi podjetniki je v Sloveniji zmeraj na strani nastajajočih podjetnikov, kar je tudi razumljivo, saj določen del nastajajočih podjetnikov nikoli ne realizira svojih podjetniških ambicij. Že zaradi tega je pomembno, da čim več potencialnih podjetnikov motiviramo, da začnejo razmišljati o podjetniški karieri, in jih potem opolnomočimo, da bi se podjetništva tudi dejansko lotili in uspeli. Razmerje med tema dvema fazama podjetniške aktivnosti izražamo z indeksom smrtnosti, ki je v Sloveniji relativno visok. Visok indeks smrtnosti pomeni, da je veliko posameznikov, ki so začeli s podjetniško aktivnostjo, to aktivnost opustilo, še preden so stabilizirali svoje podjetje. Indeks smrtnosti je bil v Sloveniji v zadnjih osmih letih najvišji v letu 2016. V tem osemletnem obdobju pa se je v letu 2018 prvič zgodilo, da je bilo novih podjetnikov več kot nastajajočih. Ta podatek je še posebej spodbuden, saj so začetne faze najranljivejše in največ posameznikov tudi opusti podjetniške aktivnosti prav v začetnih fazah. Velik prehod iz nastajajočih med nove podjetnike je pripisati tudi spodbudam podjetniškega ekosistema, ki v obliki finančnih in nefinančnih spodbud pomagajo podjetnikom do začetnega uspeha v poslu.

Nekateri posamezniki se odločijo za podjetništvo, ker nimajo druge možnosti zaposlitve, drugi zato, ker so prepoznali obetavno poslovno priložnost, ki obeta več kot njihova sedanja zaposlitev. GEM podrobneje proučuje tako podjetništvo iz priložnosti kot podjetništvo iz nuje, bodisi posamično ali pa skupaj kot celotno zgodnjo podjetniško aktivnost. V nizkodohodkovnih gospodarstvih so podjetniki v večjem deležu motivirani z nujnostjo kot v bogatejših gospodarstvih – v povprečju kar 35 % podjetnikov pravi, da so začeli poslovati iz nuje, ker niso imeli boljše alternative za delo. V teh gospodarstvih je običajno manj možnosti za zaposlitev, zato je podjetništvo pogosto edina možnost za pridobivanje prihodka. Delež podjetništva iz nuje se zmanjšuje z naraščanjem ravni gospodarskega razvoja. V gospodarstvih s srednjimi dohodki je delež podjetnikov iz nuje v povprečju 28-odstoten, v gospodarstvih z visokim dohodkom pa le še 18-odstoten. Med podjetniki iz priložnosti sta prevladujoča motiva višji dohodek in večja neodvisnost. Primerjava razvojno naravnanih podjetnikov, to je tistih, ki izkoriščajo priložnosti in želijo povečati prihodke in neodvisnost, s podjetniki iz nuje pokaže, da je v povprečju med nastajajočimi in novimi podjetniki v nizkodohodkovnih gospodarstvih razvojno usmerjenih podjetnikov 37 %, v gospodarstvih s srednjim dohodkom 42 % in v gospodarstvih z visokim dohodkom 51 %. Največ podjetnikov iz nuje

je v Rusiji (39,8 %) in na Hrvaškem (32,3 %), največ podjetnikov iz priložnosti pa v evropskih državah najdemo na Poljskem (90,9 %) in v Švici (87,1 %). Primerjava podjetniške aktivnosti iz priložnosti z evropskimi državami GEM kaže, da je Slovenija na 13. mestu med 20 državami.

Vsa začetna podjetniška prizadevanja ne preidejo v faze zrelosti, vendar pa podjetja, ki preživijo in se uveljavijo, tvorijo stabilni del gospodarstva, ki ima sicer manjšo dinamiko kot začetne faze podjetniškega procesa, vendar pa so pomembni odjemalci novih, mikro podjetij. Glavna ustaljena podjetja so tudi eden osnovnih virov ekonomske rasti, ki igrajo odločilno vlogo zlasti na mednarodni trgih.

Doseganje trajnosti poslovanja in rasti podjetij je zahtevno zaradi konkurenčnih ali tržnih razmer, pa tudi drugih dejavnikov, kot so birokracija, gospodarska ali politična stabilnost ali korupcija. V svetu zaznavamo različne deleže ustaljenih podjetnikov. V vseh državah GEM je bilo v letu 2018 povprečno 8,4 % ustaljenih podjetnikov, v državah z visokim dohodkom pa 6,8 %. Za evropske države so značilne precejšnje razlike v stopnjah ustaljenega podjetništva, najmanjše so v Franciji (2,5 %) in Luksemburgu (3,4 %), največje pa na Poljskem (13 %) in Nizozemskem (12 %). V Sloveniji je ustaljenih podjetnikov 6,8 %.

Velik del podjetniških zamisli z novimi iniciativami se uresničuje prav v velikih in srednje velikih podjetjih, kjer spodbujajo zaposlene, da predlagajo in implementirajo različne podjetniške aktivnosti ali razvijajo nove projekte. Torej mora tudi v teh podjetjih obstajati podjetništvo, ki ga raziskava GEM proučuje kot *podjetniško aktivnost zaposlenih*. Podjetniška aktivnost zaposlenih je največja prav v evropskih državah in znaša v povprečju 4,8 %, največja je na Irskem (8,6 %) in Nizozemskem (7,9 %), najmanjša pa v Bolgariji in Rusiji (0,5 %). Slovenija ima nadpovprečen delež podjetnih zaposlenih, kar 5,9 %.

Podjetniki lahko prenehajo poslovati iz več razlogov, najpogostejši pa je, da ne bodo mogli doseči ali ohraniti dobičkonosnosti ali pa jim bo zmanjkalo finančnih sredstev. V povprečju je v svetu najpogostejši razlog za prenehanje poslovanja nedobičkonosnost podjetja (31 %). V Sloveniji pa, nasprotno, prevladuje razlog pridobitev drugega dela ali druga poslovna priložnost (29,6 %), nedobičkonosnost je na drugem mestu (18,5 %), sledijo pa osebni razlogi (16,3 %) in vladne ali davčne politike in birokracija (15,9 %).

## Demografske značilnosti slovenskega podjetništva

Podjetništvo ima mnogo obrazov in je različno privlačna karierna izbira za posameznike v različnih življenjskih in družbeno-socialnih okoliščinah. V zgodnji podjetniški aktivnosti v večini gospodarstev prevladuje starostna skupina posameznikov, starih od 25 do 34 let ali od 35 do 44 let. V teh dveh starostnih skupinah so si posamezniki najverjetneje že pridobili želeno izobrazbo in nekaj delovnih izkušenj, kar jim predstavlja dobro osnovo za prepoznavanje potencialno obetavnih podjetniških priložnosti. Hkrati je to starostno obdobje še vedno toliko zgodnje v življenju posameznika, da v primeru neuspeha pušča obilo alternativnih načinov ustvarjanja dohodka. Izpostaviti velja, da nekatere države vendarle izkazujejo nekoliko drugačno starostno porazdelitev. Tako je na primer v Braziliji, Kanadi, na Slovaškem, Švedskem in v Grčiji podjetniško najaktivnejša najmlajša starostna skupina (od 18 do 24 let), ki ji sledi strm upad zgodnje podjetniške aktivnosti v naslednjih letih. Razlogov za takšno stanje je več. Lahko, da je v teh gospodarstvih okolje naklonjeno in spodbuja mlade k podjetniškemu udejstvovanju, res pa je tudi, da lahko v tem obdobju izgubijo najmanj, ker so šele na začetku kariere. Lahko tudi, da s podjetništvom začnejo že med šolanjem/študijem ali pa to zanje predstavlja alternativo študiju. Ponekod je lahko podjetništvo boljše alternativa trenutno razpoložljivim delovnim mestom ali njihovem primanjkljaju, lahko pa je takšno stanje tudi odraz demografske strukture prebivalstva v neki državi. V Sloveniji je izrazito najaktivnejša starostna skupina od 25 do 34 let, katere delež znaša kar

41,4 %. Zaskrbljujoče je padanje deleža najmlajše starostne skupine v Sloveniji, torej skupine od 18 do 24 let, ki se dogaja že tretje leto zapovrstjo (s 17,5 % v letu 2016 na zgolj 5,18 % v letu 2018) in katere delež je zdrsnil daleč pod povprečje vseh treh proučevanih skupin držav. Ti dve starostni skupini (od 25 do 34 let in od 18 do 24 let) izkazujeta tudi največje odstopanje v primerjavi z drugimi državami ali skupinami držav. Ali Slovenija izgublja potencial najmlajših ali pa je zabeležen padec preprosto posledica alternativnih zaposlitvenih možnosti, ki so bile na voljo mladim zaradi lanskoletne konjunkturo in visoke gospodarske rasti, iz podatkov ni razvidno.

Prav nasprotno pa v Sloveniji že tretje leto zapovrstjo beležimo porast deleža najstarejše starostne skupine zgodnjih podjetnikov. Njihov delež se je z zgolj 5,5 % v letu 2016 povečal na 10,2 %, kar je primerljivo s proučevanimi skupinami držav. Delni razlog za to je lahko tudi v neugodni pokojninski zakonodaji, ki ob upokojitvi posameznikom močno zniža življenjski standard, predvsem pa je posledica starajočega se prebivalstva v Sloveniji, saj delež starejših narašča, število rojstev stagnira, število neto priselitev pa je razmeroma majhno. Spodbujanje podjetniškega udejstvovanja starejših, ki imajo številne prednosti v smislu znanj, veščin, izkušenj, mrež in povezav, finančnega zaledja in kredibilnosti, je zato še kako pomembno za reševanje demografskih izzivov, ki so pred nami.

Podjetniška aktivnost mladih je ena izmed alternativ za njihov vstop na trg dela. Participacija mlajših na trgu dela se je v zadnjih letih povečala, na kar poleg večje gospodarske aktivnosti vplivajo tudi demografska gibanja in ukrepi. Od leta 2013 se delovna aktivnost mladih povečuje. Slovenija odstopa tudi po deležu ustaljenih mladih podjetnikov. Prikaz petletnega gibanja podjetniške aktivnosti mladih skozi tri faze življenjskega cikla (nastajajoči, novi in ustaljeni podjetniki) nakazuje na zelo veliko zmanjševanje deleža nastajajočih podjetnikov. Z vidika prihodnje podjetniške aktivnosti je ta trend seveda zaskrbljujoč, saj gre za prvo fazo v podjetniškem procesu, ki bo imela najmočnejši vpliv na celotno podjetniško aktivnost v prihodnjih letih. Ta padec se že zrcali tudi v podatkih za leto 2018, ko v skupini ustaljenih podjetnikov nismo identificirali nikogar iz najmlajše starostne skupine (od 18 do 24 let). Najzgodnejše faze podjetniške aktivnosti so tudi najranljivejše, zato je treba razmisliti o dveh smereh ukrepanja: kako na eni strani stimulirati čim več mladih, da se podajo na samostojno podjetniško pot, in kako na drugi strani zagotoviti ustrezno podporno okolje s programi ukrepov, da bo njihova stopnja preživetja čim višja.

Med globalnimi regijami je precejšnja raznolikost tudi med vključenostjo spolov v podjetniško aktivnost. V tem smislu odražata precej več enakosti Vzhodna in Južna Azija ter Latinska Amerika. Med 49 proučevanimi državami je bilo v letu 2018 šest takšnih, v katerih so bile ženske prav toliko zgodaj podjetniško aktivne kot moški (Indonezija, Tajski, Panama, Katar, Madagaskar in Angola). Evropa in Severna Amerika pa se na tem področju soočata z nižjo ravno enakosti med spoloma. V šestih državah, med katerimi se je na vrh uvrstila prav Slovenija, se ženske v primerjavi z moškimi v več kot pol manjši meri lotevajo podjetništva. Take države so še Grčija, Švedska, Švica, Velika Britanija in Turčija.

Podrobnejši vpogled v podatke za Slovenijo v letu 2018 kaže na kar nekaj odstopanja v zgodnji podjetniški aktivnosti med spoloma po proučevanih starostnih skupinah. Med moškimi je izrazito odstopala starostna skupina mladih od 25. do 34. leta, ki je kar za trikratnik preseгла zastopanost preostalih starostnih skupin. Med ženskami je zastopanost po starostnih skupinah bolj usklajena. Najaktivnejše so bile zgodnje podjetnice, stare od 25 do 34 let in od 35 do 44 let. Lanskoletni rezultati torej nakazujejo, da so v Sloveniji k zgodnji podjetniški aktivnosti (indeks TEA) v največji meri prispevali mladi moški. Pomemben dodatni vpogled v podjetniško udejstvovanje po starostnih skupinah bi kazalo pridobiti pri evalvaciji programov podpornega okolja. Če bi tudi ta nakazovala slabo vključenost žensk v programe, to pomeni, da univerzalen pristop ni ustrezen, saj – kot kaže – intenzivneje nagovarja moški del populacije. Za intenzivnejše vključevanje žensk v podjetniško aktivnost so torej nujni njim namenjeni in prilagojeni programi za ta namen.

V opazovanem obdobju 2014–2018 je zastopanost žensk v Sloveniji v precejšnji meri zaostala za primerjanimi skupinami držav. Slovenija se je v letu 2018 med 49 državami, vključenimi v raziskavo GEM, po zastopanosti zgodaj podjetniško aktivnih žensk v celotni populaciji uvrstila na predzadnje mesto. Najmanjšo zastopanost podjetnic v odrasli populaciji je zabeležila Nemčija. Države z največjo zastopanostjo žensk zasledimo, zanimivo, med predstavnicami tako nizko- in srednje- kot visokodohodkovnih gospodarstev. Tako je največ zgodnje podjetniške aktivnosti evidentirane v Angoli, Gvatemali in Čilu. Samo v treh gospodarstvih pa nove in nastajajoče podjetnice presegajo raven podjetnikov: na Madagaskarju, v Indoneziji in Panami.

Primerjava razmerja zastopanosti moških in žensk v zgodnji podjetniški aktivnosti v evropskih državah kaže, da so bile v letu 2018 najaktivnejše zgodnje podjetnice v Španiji (47 %), Bolgariji (46,5 %) in Franciji (43 %). Najmanj aktivne so bile v primerjavi z moškimi nastajajoče in nove podjetnice na Švedskem (29,7 %), v Sloveniji (30,1 %) in v Grčiji (30,8 %).

V Sloveniji se je odstotek zgodnje podjetniške aktivnosti žensk v celotni populaciji v primerjavi z letom 2017 znižal s 4,3 % na 3,8 %. Med evropskimi državami je največjo zgodnjo podjetniško aktivnost žensk v celotni populaciji izkazala Slovaška (9,0 %). V Sloveniji se je posledično v primerjavi z letom 2017 poslabšalo tudi razmerje med spoloma, saj smo imeli v letu 2017 na vsakih 10 podjetnikov 4,6 podjetnice, v letu 2018 pa 4,3. Nekoliko bolj spodbudni so podatki o ustaljeni podjetniški aktivnosti žensk. Narašča že četrto leto zapovrstjo in s skoraj 35 % se je zelo približala povprečju, ki ga izkazujejo vse tri skupine proučevanih gospodarstev. Gre za pozitiven signal, ki nakazuje, da ženske kljub nizki stopnji zgodnje podjetniške angažiranosti v nadaljnjih fazah podjetniškega procesa izkazujejo višjo raven preživitvene sposobnosti njihovih podjetij. Pri tem velja izpostaviti, da se podjetja, ki jih vodijo ženske, razlikujejo od podjetij, ki jih vodijo moški. Največkrat so njihova podjetja manjša in tudi delujejo v drugih panogah kot moški.

Motivacija za podjetništvo nakazuje, v kolikšni meri se posamezniki lotevajo podjetniških izzivov zaradi zaznane priložnosti ali zaradi nuje, ker nimajo druge alternativne možnosti. Podatki so v primerjavi s preteklimi leti za Slovenijo precej manj ugodni. Če se je povprečni delež podjetništva iz nuje v Evropi zmanjšal s 24,1 % na 19,8 %, smo v Sloveniji v letu 2018 zabeležili porast te podjetniške aktivnosti, ki je praviloma manj inovativna in tudi manj usmerjena v rast in zaposlovanje, s 24,2 % na kar 32,8 %. Več podjetništva iz nuje izkazuje le še Rusija (51,1 %) in Bolgarija (34,8 %), najmanj nastajajočih in novih podjetnic zaradi nuje pa sta imela Švedska (1,3 %) in Luksemburg (4,2 %). Primerjava z moškimi pokaže, da se ti v Sloveniji v precej večji meri lotevajo podjetništva iz zaznanih priložnosti (72,6 %) in v primerjavi z ženskami v bistveno manjši meri iz nuje (20,7 %). Ena izmed možnih razlag za dvig zgodnje podjetniške aktivnosti žensk zaradi nuje bi lahko bil tudi instrument subvencije za samozaposlitev žensk, ki sta ga v okviru aktivnosti spodbujanja podjetništva v letu 2018 nudila Zavod RS za zaposlovanje oziroma Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti. Gre za nepovratne subvencije za samozaposlitev v višini 5.000 evrov, do nje pa so upravičene brezposelne osebe, ki se odločijo za eno od oblik samozaposlitve. Ker gre pri takem vstopu v podjetništvo za iniciativo podpornih institucij, posameznice tak podjetniški angažma najverjetneje dojemajo kot vstop v podjetništvo zaradi nuje, čeravno je bilo za realizacijo podjetniške ideje treba zaznati primerno poslovno priložnost. Za izboljšanje kakovosti zgodnje podjetniške aktivnosti žensk bi bilo treba spodbude uvajati zlasti v okviru izobraževalnih programov in vseživljenjskega učenja, saj precej manj žensk kot moških meni, da imajo ustrezna znanja in veščine za podjetniško udejstvovanje.

Kar se tiče izobraževanja za podjetništvo, dosedanje raziskave kažejo pozitivno povezavo med stopnjo dosežene izobrazbe in uspešnostjo podjetniške aktivnosti. Zato je spodbuden podatek, da se delež odraslih (od 25 do 64 let) s terciarno izobrazbo v Sloveniji povečuje in je enak povprečju EU.

V primerjavi s preteklimi leti se je najbolj povečal predvsem delež najvišje izobraženih nastajajočih in novih podjetnikov, in sicer z 39,7 % v letu 2017 na kar 47,3 % v letu 2018. Posledično se je v celotni strukturi zmanjšal delež zgodnjih podjetnikov z nižjimi stopnjami izobrazbe. Primerjava v skupini ustaljenih podjetnikov pa, zanimivo, pokaže ravno obratno. Tukaj se je zmanjšal delež najvišje izobraženih zaradi večjega deleža srednje in višje strokovno izobraženih podjetnikov. Med nepodjetniki večjih odstopanj v izobrazbeni strukturi v primerjavi s preteklimi leti ni zaznati.

Večja izobraženost posredno prispeva k dvigu kakovostne podjetniške aktivnosti, zelo pomembno pa je tudi neposredno podjetniško izobraževanje, saj krepi poklicne ambicije, vodi k večji zaposljivosti, izboljšuje podjetniške veščine in podjetniški odnos ter privede do vedenjskih sprememb v smislu več podjetniških namer. Pri diplomantih, ki so opravili podjetniške programe in aktivnosti v času izobraževanja, je opaziti več podjetniških vrlin, višje aspiracije in boljši odnos do podjetništva, večje namere ustanoviti svoje podjetje in inovirati zanj ali v okviru zaposlitve v drugem podjetju. Na slovenskih univerzah je podjetniško izobraževanje žal še slabo razvito, čeravno podjetniška miselnost pri mladih prispeva, da so kreativnejši, samozavestnejši in privlačnejši za delodajalce, podjetniško izobraževanje pa lahko prenese podjetniško znanje, spretnosti in podjetniško miselnost v vse pore družbe in s tem zagotovi bolj trajnosten razvoj.

Ob motivaciji, podjetniških zmogljivostih, spodbudnih kulturnih in družbenih normah ter ustreznih okvirnih pogojih za podjetniško aktivnost igra pomembno vlogo tudi razpoložljivost dohodka posameznikov, ki se odločajo za podjetniško udejstvovanje. Kot v preteklih letih so tudi leta 2018 med zgodnjimi in ustaljenimi podjetniki prevladovali posamezniki z najvišje dohodkovne ravni. Med zgodnjimi podjetniki se je znatno zmanjšal delež tistih z najnižje dohodkovne ravni (s 5,7 % v letu 2017 na 2,2 % v letu 2018). Ker je ta skupina v podjetništvo največkrat potisnjena zaradi nuje, je ta podatek seveda spodbuden in skladen z razmerami okrevanja na trgu dela. Med nastajajočimi in novimi podjetniki je zaznati porast podjetniške aktivnosti v skupini srednjega dohodkovnega razreda in upad v skupini najnižje dohodkovne ravni. Prav slednja se je med ustaljenimi podjetniki povečala, medtem ko ostaja podjetniška aktivnost tistih z najvišjimi razpoložljivimi dohodki med ustaljenimi podjetniki na približno enaki ravni kot leto poprej. Čeravno smo v preteklih letih izkazovali več podjetniške aktivnosti med najpremožnejšimi, se zaradi krepitve gospodarske rasti podjetniška dejavnost seli tudi med prebivalstvo nižjih dohodkovnih ravni.

## Podjetniške aspiracije

Kakovostna delovna mesta, ki ustvarjajo veliko dodano vrednost, so eden ključnih ciljev vsakega gospodarstva. Daleč največ takih delovnih mest ustvarjajo hitro rastoča podjetja, zato je za vsako družbo pomembno, da ima čim večji delež motiviranih in v rast podjetij usmerjenih podjetnikov, saj ti največ prispevajo h gospodarski rasti in razvoju. Podatki pa žal kažejo, da je delež zelo ambicioznih podjetnikov, ki so pripravljeni vlagati veliko energije v rast svojih podjetij, praviloma zelo majhen. V okviru raziskave GEM zajemamo in analiziramo podatke o podjetniški aktivnosti v fazi zagona novega podjetja in tudi v fazi njegove rasti. Vsi načrti za rast se žal vedno ne realizirajo, saj podjetnikom ne uspe zagotoviti vseh ustreznih virov, ne dobijo pozitivnega odziva na trgu ali pa naletijo na druge ovire v poslovnem okolju, v katerem delujejo. Toda pozitivne namere podjetnika za rast so pomembne že od vsega začetka procesa izgradnje podjetja.

V okviru raziskave GEM želimo meriti in bolje razumeti nivo aspiracij podjetnikov po rasti v zgodnji podjetniški aktivnosti. Nivo aspiracij merimo s pomočjo njihovih subjektivnih ocen o tem, koliko dodatnih delovnih mest bo njihovo podjetje zagotovilo v naslednjih petih letih. S svojimi

raziskovalnimi rezultati želimo pomagati oblikovalcem vladnih politik in ukrepov, ki spodbujajo te namere oziroma olajšujejo njihovo udejanjanje v praksi.

Ambicioznost slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov negativno odstopa od ambicioznosti podjetnikov iz posameznih skupin držav, kar je posledica padca pričakovanj v zadnjem letu (pričakovanja so se namreč v letih 2017 in 2018 zmanjšala za več kot dve odstotni točki). Sicer pa podjetniki iz skupine držav visokodohodkovnih gospodarstev izkazujejo malenkost višjo stopnjo ambicioznosti, saj je znotraj TEA dobrih 17 % takšnih, ki pričakujejo, da bo njihovo podjetje ustvarilo 10 ali več delovnih mest v petih letih od zagona podjetja (v Sloveniji je ta delež v letu 2018 znašal dobrih 12 %, v letu 2017 pa dobrih 14 %). Večje razlike med Slovenijo in proučevanimi skupinami držav po ambicioznosti podjetnikov zasledimo tudi pri še ambicioznejši zastavljenem cilju, in sicer 19 ali več ustvarjenih novih delovnih mest v petih letih. To vprašanje GEM analizira na ravni celotne populacije. Če je v Sloveniji 0,4 % anketirancev prepričanih, da lahko v petih letih ustvarijo 19 ali več delovnih mest, je ta delež v državah GEM in visokodohodkovnih gospodarstvih skoraj trikrat večji. V primerjavi s skupino evropskih držav (0,8 %) pa zaostanek v ambicioznosti ni tako velik.

V okviru raziskave GEM proučujemo inovacijsko naravnost zgodnjega podjetništva s pomočjo podjetnikov, ki ocenijo, ali (potencialni) kupci že poznajo izdelek oziroma storitev, soroden tistemu, ki ga trži nastajajoče ali novo podjetje. Prosimo jih tudi za oceno o obstoju konkurenčnih podjetij, ki ponujajo enake ali podobne izdelke ali storitve, pri čemer se zavedamo raziskovalnih omejitev, saj gre za subjektivne ocene podjetnikov, ki delujejo v različno razvitih gospodarskih okoljih. Opažamo, da delež podjetij z inovativnim značajem narašča z gospodarsko razvitostjo. Če primerjamo Slovenijo s posameznimi skupinami držav, vidimo, da naša država tako po stopnji novosti izdelka ali storitve za kupce kot tudi po obstoju drugih konkurenčnih rešitev na trgu zaostaja za povprečjem najrazvitejših skupin držav. V Sloveniji 43 % podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva meni, da imajo izdelek ali storitev, ki je nov(a) za nekatere ali celo vse potencialne kupce. Po tem kazalniku je med evropskimi državami najvišje Luksemburg s 66 %, sledita mu Italija s 65 % in Avstrija s 60 %. Najslabše rezultate so raziskovalci izmerili za Poljsko in Bolgarijo (22 %) ter Rusijo (25 %).

Prav tako je Slovenija nekje v sredini na lestvici po kazalniku usmeritve v nove tržne niše, pri čemer 43 % podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva meni, da so njihovi izdelki ali storitve na trgu novi, saj da je na trgu zelo malo ali celo nič konkurentov. Bistveno višjo stopnjo novosti svojih izdelkov ali storitev za trg izražajo irski (65 %) ter luksemburški in švicarski (60 %) podjetniki TEA. Najslabše rezultate so zabeležili na Poljskem (26 %), v Rusiji (27 %) in Bolgariji (28 %).

Uvajanje novih tehnologij v poslovanje podjetja lahko prispeva k dvigu dodane vrednosti podjetja in potencialu za rast. Delež nastajajočih in novih podjetnikov, ki menijo, da uporabljajo relativno nove tehnologije, torej takšne, ki niso starejše od pet let, je leta 2018 v Sloveniji znašal 35 %. Po tem kazalniku so od Slovenije med evropskimi državami izrazito boljše Hrvaška in Bolgarija (56 %) ter Luksemburg (50 %), slabši pa sta Poljska (12 %) in Nizozemska (19 %). Vedeti pa je treba, da so odgovori podjetnikov zelo subjektivne narave in odraz okolja, v katerem delujejo, saj je sicer zelo težko pojasniti rezultat za tehnološko in gospodarsko zelo napredno in razvito Nizozemsko (19 %) v primerjavi z razvojnimi šibkimi državama, kot sta Hrvaška in Bolgarija.

Vsako gospodarstvo je tudi del globalnega gospodarstva, zato je pomembno, da poskušamo razumeti, kako lahko internacionalizacija poslovanja prispeva k rasti podjetij in posledično celotnega gospodarstva. Pri tem se morajo podjetniki proaktivno soočiti z odkrivanjem in izkoriščanjem priložnosti v povezavi s tujimi trgi, kar je povezano s številnimi tveganji, istočasno pa tudi s potencialno rastjo podjetja.

S stopnjo internacionalizacije zgodnje podjetniške aktivnosti, ki je tesno povezana z rastjo in konkurenčnostjo podjetij, merimo podjetniške aspiracije nastajajočih in novih podjetnikov po izvozu izdelkov ali storitev. Ocena zajema tako neposredni izvoz kakor tudi morebitno internetno prodajo v tujini ter nakupe tujcev v proučevani državi. Analiza za Slovenijo kaže, da je leta 2018 delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da je več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov ali storitev iz tujine, znašal 29 % (42 % v letu 2017), kar je malo več kot v posameznih skupinah. Najvišje stopnje internacionalizacije (več kot 25 % kupcev v tujini) med nastajajočimi in novimi podjetniki v evropskih državah so bile izmerjene v Luksemburgu (47 %), Avstriji (43 %) in na Hrvaškem (40 %), najnižje stopnje internacionalizacije pa v Rusiji (2 %), na Poljskem (3 %) in v Bolgariji (7 %).

Slovenski podjetniki so že tradicionalno zelo mednarodno usmerjeni, kar kažejo tudi rezultati raziskave. K temu jih sili majhnost slovenskega trga, ki je še posebej omejujoča na zelo nižnih trgih. Določena inovacijsko gnana slovenska podjetja tako na slovenskem trgu sploh ne ustvarjajo omembe vrednega obsega poslovanja, ampak so skoraj v celoti usmerjena na mednarodne trge. Svojo dejavnost ohranjajo v Sloveniji, ker so tukaj doma ustanovitelji, ker je domače okolje pomemben vir talentiranih posameznikov in zanesljivih sodelavcev in ker so lahko razvili kritično maso raziskovalno-razvojnih, proizvodnih in drugih poslovnih kapacitet. Pomembno je zavedanje, da lahko ta podjetja svoje aktivnosti deloma ali v celoti preselijo tudi v druga poslovna okolja, s čimer bi Slovenija izgubila njihov prispevek k ustvarjanju kakovostnih delovnih mest v Sloveniji. Zato je ključno, da država nadaljuje s procesi izboljšav poslovnega okolja in na ta način podpre najambicioznejša podjetja, da jim zaradi negativnih vplivov poslovnega okolja ne bi upadel zagon po rasti in inovativnosti.

## Ocena podjetniškega okolja

Neposredno družbeno, politično in gospodarsko okolje lahko podjetniško dejavnost stimulira ali zavira. Spodbuden podjetniški ekosistem prinaša podjetnikom številne koristi in povečuje konkurenčnost novih podjetij. V okviru GEM ga proučujemo s pomočjo presoje dvanajstih okvirnih pogojev za podjetništvo, ki so: finančna podpora, podpora vladnih politik, regulativa vladnih politik, vladni programi, podjetniško izobraževanje v osnovnih in srednjih šolah, podjetniško izobraževanje in usposabljanje po končani srednji šoli, prenos raziskav in razvoja, poslovna in strokovna infrastruktura, dinamičnost notranjega trga, odprtost in bremena notranjega trga, fizična infrastruktura ter kulturne in družbene norme. V letu 2018 je GEM uvedel tudi sestavljeni indeks nacionalnega podjetniškega konteksta NECI (ang. *national entrepreneurship context index*). Indeks izhaja iz dvanajstih okvirnih pogojev za podjetništvo in tehta ocene teh pogojev s pomembnostjo, ki jim jo pripišejo anketirani izvedenci.

V Sloveniji se je leta 2018 v primerjavi z letom poprej nekoliko izboljšalo 75 % okvirnih pogojev za podjetništvo. Pri zgolj treh okvirnih pogojih so bile zabeležene nižje povprečne ocene; to so izobraževanje za podjetništvo na primarni in sekundarni ravni, kulturne in družbene norme ter prenos raziskav. Najbolje ocenjen pogoj ostaja dostop do razpoložljive fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij, kot so na primer komunikacije, komunalne storitve, ceste, zemljišča ali prostor. Povprečna ocena se je v primerjavi z letom 2017 najbolj zvišala vladnim programom, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva, temu sledi izboljšanje odprtosti notranjega trga, kar se nanaša na prost vstop novih podjetij na obstoječa tržišča. Izvedenci so pogoje ocenjevali na 9-stopenjski lestvici, pri čemer ocene nad 5 pomenijo pozitivno rangiranje, ocene pod 5 pa negativno. V Sloveniji sta s povprečno oceno nad 5 ocenjena zgolj dva okvirna pogoja, poleg fizične infrastrukture še dinamičnost notranjega trga. Kot dejavnike, ki podjetništvo v Sloveniji najbolj zavirajo, lahko v letu 2018 identificiramo izobraževanje za podjetništvo na



primarni in sekundarni ravni, vladne politike na področju regulative (nestimulativni davki in predpisi), za podjetništvo premalo spodbudne kulturne in družbene norme, nezadosten prenos raziskav in razvoja ter šibko podporo vladnih politik. Izobraževanje za podjetništvo na primarni in sekundarni ravni je bilo tudi v letu 2018 najbolj kritično ocenjeno in po mnenju izvedencev ostaja največji zaviralni dejavnik za podjetništvo v naši državi. Poučevanje v osnovnih in srednjih šolah po mnenju izvedencev še vedno ne namenja ustrezne pozornosti podjetnosti in podjetniškim procesom. Izvedenci vztrajajo, da morata podjetnost in inovativnost postati bistvena komponenta izobraževalnega sistema tudi na nižjih ravneh izobraževanja. Tudi izvedenci v drugih evropskih državah izobraževanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah v povprečju slabo ocenjujejo. Slabše povprečne ocene kot v Sloveniji beležijo na primer Nemčija, Velika Britanija, Avstrija, Italija, Francija. Najvišjo oceno tega okvira pa ima podobno kot že leta poprej Nizozemska, in to tako na primarnem in sekundarnem kot tudi na terciarnem nivoju.

Pod povprečjem evropskih držav GEM je Slovenija pri štirih okvirnih pogojih, najbolj pri obsegu, v katerem kulturne in družbene norme spodbujajo ali zavirajo dejavnosti, ki vodijo do novih poslov, metod ali dejavnosti, ki lahko povečajo osebno premoženje in dohodek. Temu sledijo regulativa vladnih politik, dostop do poslovne in strokovne infrastrukture ter izobraževanje na primarnem in sekundarnem nivoju.

Izvedenci v povprečju ocenjujejo, da v Sloveniji nova in rastoča podjetja relativno lahko pridobijo dobre in strokovne pravne ter računovodske storitve, da je relativno dovolj kooperantov, dobaviteljev in svetovalcev, ki podpirajo nova in rastoča podjetja, ter da nova in rastoča podjetja lahko pridobijo dobre bančne storitve, čeprav so pri zadnji trditvi mnenja izvedencev najbolj deljena. Izvedenci pa se ne strinjajo s trditvama, da nova in rastoča podjetja z lahkoto najdejo dobre kooperante, dobavitelje in svetovalce ter da zmorejo kriti stroške njihove uporabe. Pri tem se pojavlja vrzel: po mnenju izvedencev imamo v Sloveniji dovolj kooperantov, dobaviteljev in svetovalcev, ki podpirajo nova in rastoča podjetja, pa vendar podjetja dobre težko najdejo in po večini tudi težko krijejo njihove stroške. Izvedenci potemtakem menijo, da imajo podjetniki težave s pridobivanjem potencialnih poslovnih partnerjev in njihovega financiranja. Razlogi za to so lahko različni, na primer težave pri zagotavljanju zadostnih količin zaradi majhnosti novoustanovljenih podjetij, manjša kredibilnost novoustanovljenih podjetij, težave pri pridobivanju potrebnih certifikatov ipd. Zato se priporočila za izboljšanje poslovnega okolja v prvi vrsti nanašajo na področje ozaveščanja, informiranja in izobraževanja. Priporočila se nanašajo tudi na krepitev subvencij za pridobivanje različnih certifikatov, ki jih podjetja potrebujejo za poslovanje, vzpostavljanje partnerstev med podjetji, na primer po vavčerskem sistemu (SPOT točke), ki omogoča poenostavljen dostop do sofinanciranja posameznih storitev, s pomočjo katerih bodo podjetja krepila svojo konkurenčnost in kompetence, pa tudi preko sofinanciranja investicij, kar bi omogočalo hitrejšo rast podjetja in s tem večjo moč pri iskanju potencialnih, kvalitetnih poslovnih partnerjev.

Regulativa vladnih politik predstavlja podjetnikom pri poslovanju največje težave. Najbolj kritični so izvedenci pri težavah s pridobivanjem potrebnih dovoljenj in koncesij, temu sledijo davčna bremena in birokratske ovire. Raziskovalci GEM že vsa leta opozarjamo tudi na visoka davčna bremena, ki so eden večjih zaviralnih dejavnikov za podjetništvo v Sloveniji, pri čemer mislimo tudi na številne druge prispevke, ki bremenijo poslovanje podjetja. Z napovedjo sprememb davčne zakonodaje ob nastopu nove vlade so bili v letu 2018 zabeleženi nekateri odmevni odzivi in ukrepi uspešnih slovenskih podjetij, kar opozarja na potreben dialog pri snovanju ukrepov, ki bodo na koncu sprejeti.

Spodbudno kulturno okolje in pozitivno dojemanje podjetništva je izjemno pomembno. Slovenski izvedenci so v tej zvezi v letu 2018 najbolj kritično ocenili družbeni sistem vrednot, ki stigmatizira podjetniški neuspeh, in menijo, da nacionalna kultura ne spodbuja ali ne poudarja dovolj

podjetniških vrednot, kot so tveganje, ustvarjalnost, inovativnost ali individualna odgovornost. Zanimivo je, da se pri tem okviru Slovenija pojavlja povsem na repu evropskih držav GEM. V letu 2018 je bil med vsemi evropskimi državami GEM ta okvirni pogoj za podjetništvo slabše kot pri nas ocenjen le še na Slovaškem, v Bolgariji, Italiji in na Hrvaškem. Najbolje ocenjena evropska država v tem okviru je že vsa leta Nizozemska (s povprečno oceno 6,2 v letu 2018), ki je v letu 2018 beležila v povprečju najvišje ocene pri kar sedmih okvirnih pogojih za podjetništvo. Slovenija od skupine visokodohodkovnih gospodarstev in tudi vseh držav GEM najbolj pozitivno odstopa pri finančni podpori za podjetništvo, ki je po mnenju izvedencev pri nas nadpovprečno dobro urejena. Poleg odprtosti in konkurenčnosti na notranjem trgu ter prisotnosti fizične infrastrukture velja izpostaviti tudi prisotnost in kakovost vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva (spodbude za MSP) na vseh vladnih ravneh (nacionalni, regionalni in občinski).

Novost raziskave GEM v letu 2018 je uvedba sestavljenega indeksa NECI, ki odraža »zdravje« oziroma »kondicijo« nacionalnega podjetniškega okolja. Izhaja iz dvanajstih okvirnih pogojev za podjetništvo in tehta ocene teh pogojev s pomembnostjo, ki jim jo pripišejo anketirani izvedenci. Lestvica NECI za 54 gospodarstev pokaže, da vrednost nacionalnega podjetniškega konteksta ni povsem vezana na ekonomsko moč posameznega nacionalnega gospodarstva, saj je na vseh treh stopnjah (v nizko-, srednje- in visokodohodkovnih gospodarstvih) mogoče najti države tako z visoko kot tudi z nizko vrednostjo indeksa NECI. Slovenija se je z vrednostjo indeksa nacionalnega podjetniškega konteksta 5,2 uvrstila na 25. mesto med 54 državami GEM, kar je nekoliko nad polovico lestvice, ob bok Poljske in Čila. Uporabnost rezultatov indeksa NECI je predvsem v identifikaciji območja, kjer so vrzeli med ocenami okvirnih pogojev za podjetništvo in njihovo pomembnostjo. Indeks nas opominja, da smo pozorni na vrsto dejavnikov, še posebej ker lahko slabe razmere na nekaterih področjih omejujejo pripravljenost in sposobnost ljudi za vstop v podjetništvo kljub moči na drugih področjih.

Rezultati raziskave GEM 2018 za Slovenijo kažejo, da se večja delež ljudi, ki v svojem okolju zaznavajo obetavne poslovne priložnosti, prav tako se visoko uvrščamo po deležu ljudi, ki menijo, da imajo sposobnosti za podjetništvo, medtem ko je celotna zgodnja podjetniška aktivnost nekoliko upadla. To v povezavi z rezultati indeksa NECI nakazuje na potrebne ukrepe predvsem vladne politike z vidika podpore in regulative ter zagotavljanje neoviranega prehoda od ustanovitvenih faz do ustaljenih, zrelih podjetij. Treba je torej odstraniti ovire. Izvedenci so jih največ našli na področju vladne politike (75 % navedb), sledijo kulturne in družbene norme (47 % navedb), finančna podpora ter izobraževanje in usposabljanje (oboje po 22 % navedb) in zmogljivosti za podjetništvo (19 % navedb). V sklopu vladnih politik kot največje omejitve so izvedenci tudi v letu 2018 na prvo mesto postavili nestimulativne davke in birokratske ovire, pri čemer so ob nestimulativni, nepredvidljivi in (pre)prepegosto spreminjajoči se davčni zakonodaji izpostavili tudi pomanjkanje davčnih olajšav za start-up podjetja ter dolgotrajne postopke in stroške ustanovitve podjetja v primerjavi s postopki v nekaterih drugih državah. Izvedenci kot oviro v slovenskem podjetniškem okolju vidijo tudi togo zakonodajo ter pogosto nesmiselne in v praksi skoraj neizvedljive zakone. Po mnenju izvedencev so odzivi vlade še vedno prepočasni ali v nekaterih primerih neodločni, navajajo pomanjkanje dialoga med vlado in podjetji, pomanjkanje ustrezne strategije na nacionalni ravni in pomanjkanje sodelovanja med različnimi inštitucijami.

Strnemo lahko, da okvirni pogoji za podjetništvo v Sloveniji še naprej ponujajo možnosti za izboljšanje. Prav tako velja izpostaviti, da za kakovostno, stimulatивно podjetniško okolje niso dovolj posamezni, izolirani ukrepi, temveč je bistven celovit pristop, ki ureja in vzpostavlja povezave na različnih področjih, pomembnih za podjetništvo.

# Uvodna predstavitev Globalnega podjetniškega monitorja

# 1

## 1.1 20 let globalnega raziskovanja podjetništva

Leta 2018 je največja svetovna raziskava podjetništva Globalni podjetniški monitor (ang. *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM) zaključila svoj 20. cikel. Od leta 1999, ko so bili v prvi raziskavi, izvedeni v desetih razvitih gospodarstvih, vzpostavljeni temelji longitudinalnega raziskovanja podjetništva, je bilo proučenih že 2,9 milijona odraslih prebivalcev v 112 gospodarstvih. Slovenija se je v ta globalni projekt vključila leta 2002 in od takrat tudi sodelovala v vseh letnih ciklih, tako da imamo za preteklih 17 let podatke, s pomočjo katerih lahko pomembne elemente podjetništva v Sloveniji, še zlasti v njegovih začetnih fazah, primerjamo s podjetništvom v drugih državah, ki sodelujejo ali so sodelovale v GEM. Prednost GEM pred drugimi podjetniškimi raziskavami je, da razpolagamo s podatki, ki temeljijo na enotni metodologiji. Tako dobimo jasnejšo sliko o stanju in razvoju podjetništva v državi, oblikovalci podjetniške politike pa si lahko ustvarijo boljše razumevanje in trdnejšo osnovo za pripravo in izbiro učinkovitih ukrepov in programov, usmerjenih k podpiranju takšnega tipa podjetništva, ki lahko najbolj prispeva k razvoju.

K temu pomagajo tudi številne tematske publikacije, ki izhajajo iz GEM-ovih podatkov in so publicirane na globalni ravni. Doslej so bile poglobljeno proučene tematike ženskega podjetništva, podjetniškega izobraževanja, v razvoj usmerjenega podjetništva, podjetništva v organizacijah, podjetništva mladih in starejših, pregled podjetniških politik in primeri dobrih praks te politike. V letu 2019 pričakujemo še tudi publikacijo o gig podjetništvu in delitveni ekonomiji ter družinskem podjetništvu. Če k temu prištejemo še okrog 700 znanstvenih člankov ali poglavij v monografijah, v katerih so uporabljeni podatki, zbrani v okviru konzorcija GEM, vidimo, da gre za raziskavo, s pomočjo katere lahko dobimo pomembne vpoglede v stanje podjetništva in njegove značilnosti tako v nacionalnem kot globalnem okviru.

Globalna vpetost raziskovalnega program GEM in transparentnost podatkov med raziskovalci omogočata precej širšo sliko, kot bi jo dobili, če bi raziskovali samo znotraj nacionalnega okvira. V raziskovalnem ciklusu 2018 je bilo v raziskavo APS vključenih 48 držav. V raziskavi grupiramo

države v skladu z letno klasifikacijo Svetovnega gospodarskega foruma ([www.weforum.org](http://www.weforum.org)) in Svetovne banke v štiri skupine glede na bruto nacionalni dohodek na prebivalca, in sicer na nizkodohodkovna gospodarstva s 1.045 USD ali manj, srednjedohodkovna gospodarstva (spodnja polovica) z dohodkom od 1.046 do 4.125 USD, srednjedohodkovna gospodarstva (zgornja polovica) z dohodkom od 4.126 do 12.745 USD in visokodohodkovna gospodarstva z 12.746 USD ali več (World Economic Forum, 2019). Ta klasifikacija se razlikuje od klasifikacije na faktorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva, ki smo jo uporabljali v preteklih letih. Sprememba je namenska in uporabljena s ciljem, da so še naprej mogoče primerjave in skladnost s Svetovnim gospodarskim forumom in njegovim letnim poročilom o konkurenčnosti (Schwab, 2018). Razporeditev svetovnih makro regij je narejena po klasifikaciji Združenih narodov ([www.unstats.un.org/unsd/methodology/m49](http://www.unstats.un.org/unsd/methodology/m49)).

Tabela 1.1: Države GEM glede na regijo in stopnjo razvitosti

	Nizkodohodkovna gospodarstva	Srednjedohodkovna gospodarstva	Visokodohodkovna gospodarstva
Vzhodna in Južna Azija	Indija, Indonezija	Kitajska, Tajska	Japonska, Južna Koreja, Tajvan
Evropa in Severna Amerika		Bolgarija, Kazahstan*, Rusija, Turčija	Avstrija, Ciper, Francija, Grčija, Hrvaška, Irska, Italija, Kanada, Latvija*, Luksemburg, Nemčija, Nizozemska, Poljska, Slovaška, Slovenija, Španija, Švedska, Švica, ZDA, Velika Britanija
Latinska Amerika in Karibi		Brazilija, Dominikanska republika*, Gvatemala, Kolumbija, Mehika*, Peru	Argentina, Čile, Panama, Portoriko, Urugvaj
Bližnji vzhod in Afrika	Angola, Egipt, Madagaskar, Maroko, Mozambik*, Sudan	Iran, Libanon	Izrael, Katar, Saudova Arabija, Združeni arabski emirati

\*Vključene samo v raziskavo nacionalnega podjetniškega konteksta (NECI).

Stopnja razvitosti posamezne države vpliva ne samo na potek podjetniškega procesa od zagonske ideje pa vse do opustitve poslovanja, ampak v veliki meri tudi na kontekst poslovanja, z njim pa tudi na možnosti, kako na ta kontekst vplivati. Države se namreč ne razlikujejo samo po ekonomski moči, merjeni z bruto družbenim proizvodom, razlikujejo se tudi kulturno, politično, demografsko itd., zato ni enotnega recepta za spodbujanje podjetništva. Pri nizkodohodkovnih državah gre predvsem za mobilizacijo osnovnih proizvodnih dejavnikov, kot so zemlja in primarne dobrine, in delovne sile, ki je v velikem deležu še nekvificirana, ter za urejanje temeljev za dostojno zadovoljevanje osnovnih življenjskih potreb (zdravstvo, šolstvo, infrastruktura itd.). Tudi narava poslovnih priložnosti je v primerjavi z visokodohodkovnimi državami enostavnejša, pa vendar jih je zaradi nerazvitosti poslovnega okolja pogosto dosti težje uresničiti. Različna je tudi motivacija za podjetništvo, saj je v revnejših državah precej večji delež samozaposlitvenega podjetništva, ki je ob odsotnosti delovnih mest pogosto edina možnost za dostojno preživetje.

Slovenija se glede na svojo ekonomsko moč uvršča med visokodohodkovna gospodarstva, zato ima že tudi dobro razvito infrastrukturo in relativno urejeno poslovno okolje. Seveda pa je ocena tako infrastrukture kot tudi poslovnega okolja odvisna od tega, s katero državo in katerimi

segmenti podjetniškega konteksta se primerjamo. Tudi zaradi tega je GEM dragocen, saj omogoča zanesljivo podatkovno podlago, s katero so takšne primerjave možne, na tej osnovi pa je tudi mogoče zasnovati in uresničevati z dejstvi utemeljeno vodenje podjetniške politike (ang. *evidence based policy making*).

## 1.2 Konceptualni okvir GEM in spremljanje podjetniškega ekosistema in procesa

Konceptualni okvir GEM razpoznava bogato raznolikost podjetništva in upošteva proaktivno in ustvarjalno vodenje posameznikov, ki je v veliki meri odvisno od okolja in odnosa tega okolja do podjetniške aktivnosti. Izhaja s stališča, da je osrednji akter podjetniškega procesa posameznik, ki racionalno presoja stroške in koristi podjetniškega angažiranja, pri tem pa poleg njegovih osebnih značilnosti igrajo pomembno vlogo tudi številni dejavniki v njegovem neposrednem življenjskem prostoru, od prevladujočih kulturnih vrednot in institucionalnega okolja podjetij do splošnega odnosa družbe do podjetništva in lastne usposobljenosti za podjetništvo.

GEM je bil zasnovan zato, da bi:

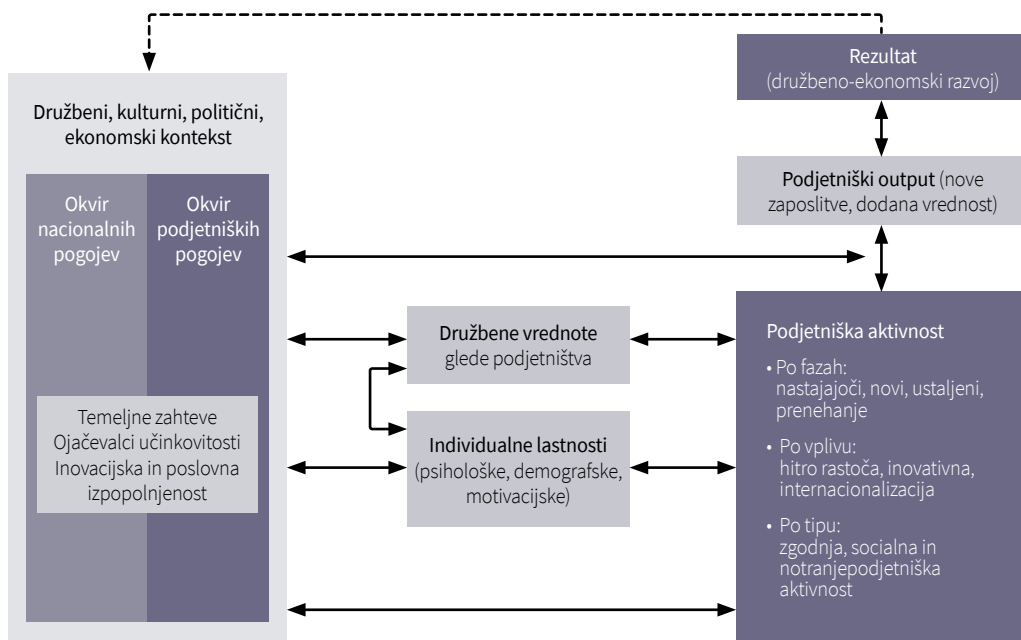
- meril razlike v odnosu do podjetništva, aktivnosti in v aspiracijah posameznikov v čim večjem številu držav,
- odkrival dejavnike, ki spodbujajo ali ovirajo podjetniško aktivnost, še zlasti v odnosu do družbenih vrednot, osebnih značilnosti in podjetniškega ekosistema,
- zagotavljal platformo za ocenjevanje vpliva podjetniške aktivnosti na ekonomsko rast v določenem gospodarstvu ter
- odkrival potrebne politične ukrepe za krepitev podjetništva.

Temu primerno je zasnovan tudi raziskovalni okvir, v katerem je upoštevano, da ima raziskovanje na globalni ravni zaradi silne različnosti držav in okolij številne omejitve, ki jih je treba upoštevati tako pri zasnovi vprašalnikov in načinov pridobivanja podatkov kot tudi pri njihovi harmonizaciji. Globalni podjetniški monitor se ne osredotoča na statistične vire in registracijske podatke o podjetjih tako kot številne druge podjetniške raziskave, saj je zaradi velike neusklajenosti in raznolikosti teh virov med državami, pogosto pa tudi zaradi neprimerljivosti posameznih podatkovnih baz ali ker tovrstnih baz sploh ni, to nemogoče. Za številne značilnosti, ki jih ugotavlja GEM, takšnih baz sploh ni. Namesto tega se GEM osredotoča na podjetnega posameznika, ki se odloči za podjetniško kariero in ustanovi podjetje. Razlika med podatki, ki jih pridobimo v GEM, in podatki, ki jih zagotavljajo različni statistični viri, je strnjeno predstavljena v *prilogi 2*.

Podjetni posameznik se na svoji potencialni poti od zaznave podjetniške priložnosti do izvajanja podjetniške aktivnosti in njegove opustitve srečuje s številnimi dejavniki, ki so pomembni za razumevanje podjetniškega procesa. Za spremljanje teh dejavnikov in ključnih elementov podjetniškega procesa so bile razvite tudi ustrezne mere. Ker so tako viri podatkov kot tudi rezultati primerno harmonizirani, jih lahko primerjamo med posameznimi državami in delno spremljamo tudi njihovo dinamiko. Te mere temeljijo na konceptualnem okviru GEM in jih lahko strnemo v več skupkov, ki opisujejo ključne dejavnike podjetniškega procesa: stanje v podjetniškem ekosistemu, družbene vrednote in dojemanje podjetništva, individualne značilnosti potencialnega podjetnika, posamezne faze podjetniške aktivnosti in podjetniške aspiracije.

Na *sliki 1.1* je prikazan konceptualni okvir, ki kaže, da je GEM pozoren ne samo na individualne lastnosti podjetnikov, ampak tudi na družbeni in ekonomski kontekst določenega okolja, ki sooblikuje podjetniško kulturo v državi.

Slika 1.1: Konceptualni okvir GEM



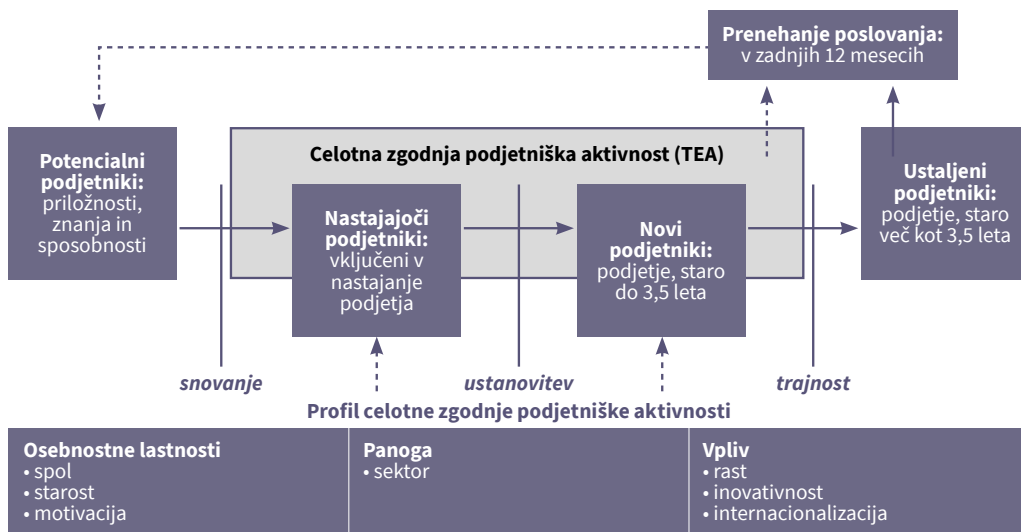
**Družbeni, kulturni, politični in ekonomski kontekst**, ki upošteva stopnjo razvitosti posameznega nacionalnega gospodarstva in razvitost ključnih podjetniških pogojev, je predstavljen z okvirom nacionalnih pogojev in z okvirom podjetniških pogojev. Pri okviru nacionalnih pogojev gre za razvitost inštitucij, infrastrukturo, makroekonomsko stabilnost, zdravstveno in primarno izobraževanje, visoko izobraževanje in usposabljanje, učinkovitost trga dobrin, učinkovitost trga delovne sile, izpopolnjenost finančnega trga, tehnološko usposobljenost, velikost trga, poslovno urejenost in inovacije. V okviru podjetniških pogojev so med drugim podjetniške finance, vladni programi, podjetniško izobraževanje, dostopnost tveganega kapitala, prenos tehnologije itd. Vse te komponente podrobneje analiziramo v 7. poglavju, v katerem govorimo o podjetniškem ekosistemu. Ocenjujemo ga s pomočjo strokovnih mnenj skrbno izbranih izvedencev, ki imajo dober vpogled v različne segmente podjetniškega procesa. Ti izvedenci, ki prihajajo z različnih področij, ocenijo dvanajstih okvirnih pogojev za podjetništvo, ki so podrobneje pojasnjeni v *prilogi 2* (Metodološka pojasnila), zajemajo pa finančno podporo, podporo vladnih politik, regulativo vladnih politik, vladne programe, podjetniško izobraževanje v osnovnih in srednjih šolah, podjetniško izobraževanje in usposabljanje po končani srednji šoli, prenos raziskav in razvoja, poslovno in strokovno infrastrukturo, dinamičnost notranjega trga, odprtost in bremena notranjega trga, fizično infrastrukturo ter kulturne in družbene norme. Letošnja novost raziskave GEM je v točki 7.3 podrobneje opisan indeks nacionalnega podjetniškega konteksta – NECI (ang. *national entrepreneurship context index*), ki izhaja iz dvanajstih okvirnih pogojev za podjetništvo in tehta ocene teh pogojev s pomembnostjo, ki jim jo pripišejo anketirani izvedenci.

**Družbene vrednote in dojetanje podjetništva** podrobneje raziščemo tako, da vprašamo vzorec odraslih prebivalcev, ali družba sprejema podjetništvo kot dobro karierno izbiro, ali imajo podjetniki visok družbeni status ter kolikšno pozornost posvečajo podjetništvu mediji in s tem prispevajo k razvoju podjetniške kulture. S pomočjo odgovorov na ta vprašanja lahko bolje

sklepamo o pomenu posameznih dejavnikov, ki lahko vplivajo na to, ali se bo posameznik odločil za podjetniško pot ali ne, pa tudi razmišljamo o možnostih, da bo dejansko realiziral svoje namene.

**Individualne značilnosti** dejanskih podjetnikov in posameznikov, ki imajo potencial, da bi lahko postali podjetniki, pa tudi nepodjetnikov, spremljamo v najzgodnejših fazah podjetniškega procesa, ki ga prikazujemo na *sliki 1.2*. S pomočjo nekaterih demografskih dejavnikov (spol, starost, geografska lokacija), psiholoških dejavnikov (samozaznavanje osebnih zmogljivosti za podjetništvo, zaznavanje poslovnih priložnosti, strah pred propadom) in motivacijskih vidikov (podjetništvo zaradi nujnosti, zaradi priložnosti ali zaradi izboljšanja položaja) poskušamo razumeti podjetniški potencial in oceniti delež *potencialnih podjetnikov*. To so posamezniki, ki menijo, da imajo dovolj znanja in podjetniških sposobnosti, da bi lahko začeli s podjetništvom, ki prepoznavajo poslovne priložnosti v svojem okolju in jih strah pred potencialnim neuspehom njihovega podjetja ne bi odvrnil od ustanovitve podjetja.

Slika 1.2: Podjetniški proces



**Podjetniško aktivnost** proučuje GEM glede na fazo življenjskega cikla podjetja. *Nastajajoči podjetniki* so posamezniki, ki so v to, da bi se začeli ukvarjati s podjetništvom, že vložili svoj čas in morebiti tudi denarna sredstva, z omejitvijo, da še ne izplačujejo plač dlje kot tri mesece. *Novi podjetniki* so posamezniki, ki so lastniki podjetja in ga tudi vodijo, to podjetje pa ne izplačuje plač dlje kot tri leta in pol. *Ustaljeni podjetniki* so tisti, ki imajo podjetje, ki plače izplačuje že dlje kot tri leta in pol. Določen delež jih tudi opusti poslovanje, kar je prav tako evidentirano. Zbir nastajajočih in novih podjetnikov predstavlja celotno zgodnjo podjetniško aktivnost, ki jo izražamo z *indeksom TEA*. V okviru kazalnika TEA se analizira tako imenovani profil zgodnje podjetniške aktivnosti, v okviru katerega proučujemo izbrane značilnosti teh podjetnikov, med katerimi so osebnostne lastnosti (spol, starost in motivacija), panoge in aspiracije podjetnikov po rasti, inovativnosti in internacionalizaciji podjetja.

Podrobna razlaga ključnih mer, s katerimi proučujemo dejavnike na navedenih treh področjih, je dodana na koncu te monografije kot *priloga 2*.

## 1.3 Podatkovne podlage za GEM

Raziskava GEM zagotavlja primarne vire podatkov, pri čemer je osrednji vir anketna raziskava odraslega prebivalstva (ang. *adult population survey* – APS) v starosti od 18 do 64 let, pri čemer v vsaki sodelujoči državi raziskovalni timi oblikujejo slučajni vzorec najmanj 2000 anketiranih. Poleg tega v vsaki državi nacionalni timi izvedejo tudi poglobljene intervjuje z nacionalnimi izvedenci, to pa so izbrani strokovnjaki na področjih, ki predstavljajo okvirne pogoje za podjetništvo. Ob primarnih podatkih so v raziskavo GEM vključeni tudi zanesljivi sekundarni viri podatkov – podatkovne baze, s katerimi razpolagajo Združeni narodi, Eurostat, Svetovna banka, ILO, Mednarodni denarni sklad, OECD.

Anketiranje odraslega prebivalstva (APS) je najpomembnejši vir primarnih podatkov; anketiranje v vsaki sodelujoči državi izvede usposobljena agencija – v Sloveniji je anketiranje izvedlo podjetje Mediana iz Ljubljane v času od 17. maja do 16. junija 2018. Značilnosti vzorca v Sloveniji so prikazane v *tabeli 1.2*. Struktura vzorca je usklajena s strukturo statistične množice glede na statistične regije v Sloveniji (12 regij), spol in starost ljudi ter glede na značilnost območja (urbano ali ruralno okolje). Vzorci vseh držav so uteženi na osnovi standardizirane ocene strukture prebivalstva po starosti in spolu; to vsako leto za vse države zagotavlja US Census International Population Data Base.

*Tabela 1.2: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2018, APS*

	Neuteženi vzorec	Uteženi vzorec (18 do 64 let)
Skupaj	2000	2000
Moški	1019	1029
Ženske	981	971
Število nastajajočih podjetij	55	57
Število novih podjetij	71	73
Motivacija – priložnost	86	89
Motivacija – nujnost	30	31
Število ustaljenih podjetij	139	137
Neformalni investitorji	53	54

V *tabeli 1.3* prikazujemo skupno strukturo anketiranih oseb v okviru APS v raziskavi GEM 2018.

*Tabela 1.3: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih državah po tipih gospodarstva, GEM 2018, APS*

Gospodarstva	Število držav	Število anketiranih oseb v vzorcu		Skupno število anketiranih oseb
		min	max	
Nizkodohodkovna	7	2002	4165	19.591
Srednjedohodkovna	11	2000	3268	26.125
Visokodohodkovna	31	1496	23.100	108.655
Skupno število anketiranih oseb				154.371



Anketna raziskava poteka s pomočjo razvitega vprašalnika GEM, ki je v vseh sodelujočih državah enak in preveden v nacionalne jezike. Anketna raziskava v večini držav poteka tudi s pomočjo telefonske ankete, izvedene po stacionarnih in v vedno večji meri po mobilnih telefonih, v katerih državah pa tudi osebno, glede na posebne značilnosti dostopa do vseh struktur prebivalstva; to zagotavlja reprezentativnost vzorca odrasle populacije v vseh sodelujočih državah. Metodologija zbiranja podatkov in kodiranja je uveljavljena in enotna za vse sodelujoče države, kar zagotavlja primerljivost zbranih podatkovnih baz ter zanesljive in smiselne poglobljene analize znotraj posameznega gospodarstva kot tudi primerjalne analize med sodelujočimi državami. Metodologija raziskave in proces harmoniziranja podatkov ter testiranje modela GEM so opisani v znanstveni literaturi (Reynolds *et al.*, 2005; Levie in Autio, 2008).

Drugi pomemben vir primarnih podatkov v okviru raziskave GEM so ključni ugledni nacionalni izvedenci (NES), izbrani kot strokovnjaki na področjih, ki predstavljajo okvirne pogoje za podjetništvo: finančna podpora, vladne politike, vladni programi, izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, raziskave in razvoj, dostop do poslovne in strokovne infrastrukture, odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, dostop do fizične infrastrukture ter kulturne in družbene norme. V okviru tega dela zbiranja primarnih podatkov nacionalni izvedenci izpolnijo podroben vprašalnik, ki je prav tako identičen v vseh sodelujočih državah in tematsko usklajen z vprašalnikom v okviru APS, vsebuje pa še dodaten nabor tem, ki se nanašajo na okvirne pogoje za podjetništvo, podjetniško zmogljivost ter razpoznavanje poslovnih priložnosti, pa tudi na druge družbeno-demografske značilnosti.

Poleg tega izvedenci predstavijo tudi svoje poglede na, po njihovem mnenju, tri temeljne slabosti, ki zavirajo podjetniško aktivnost v državi, tri temeljne prednosti, ki podjetniško aktivnost pospešujejo, ter tri priporočila za izboljšanje podjetniškega okolja.

Vzorec izvedencev za vse sodelujoče države in tako tudi za Slovenijo je utežen glede na zgoraj omenjenih devet okvirnih pogojev za podjetništvo, glede na tip izvedenca (strokovnjak ali podjetnik), spol, sektor gospodarstva (javni ali zasebni) in geografsko porazdelitev; v Sloveniji je sodelovalo 36 izvedencev. Anketiranje je tako kot v drugih državah GEM tudi v Sloveniji potekalo od maja do junija 2018. V letu 2018 je bilo anketiranih skupaj 2.228 nacionalnih izvedencev, kar je po skupinah držav glede na tip gospodarstva prikazano v tabeli 1.4.

Tabela 1.4: Število sodelujočih nacionalnih izvedencev v sodelujočih državah po tipih gospodarstva, GEM 2018, NES

Tip gospodarstva	Število držav*	Število nacionalnih izvedencev		Skupno število nacionalnih izvedencev
		min	max	
Nizkodohodkovna	8	36	78	399
Srednjedohodkovna	14	36	41	525
Visokodohodkovna	32	35	98	1304
Skupno število nacionalnih izvedencev				2228

\* Razlike med številom držav v tabelah 1.3 in 1.4 so zato, ker je v raziskavi NES sodelovalo več držav.

## 1.4 Dostopnost raziskav in podatkov GEM

GEM je konzorcij nacionalnih timov, ki so povezani v krovno organizacijo Global Entrepreneurship Research Association (GERA), v okviru katere se izvaja projekt GEM. Konzorcij GEM je edinstvena mreža številnih podjetniških raziskovalcev, ki gradijo podatkovno bazo, da bi z njeno pomočjo pridobili trdnejša spoznanja o podjetniških pojavih. Na domači strani konzorcija GEM ([www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)) in tudi na slovenski strani ([www.gemslovenia.org](http://www.gemslovenia.org)) lahko zainteresirani bralci najdejo številne informacije – od nacionalnih raziskav do podatkovnih baz in pregleda vse bogatejše zbirke znanstvenih člankov, ki nastajajo z uporabo podatkov, pridobljenih v raziskavah GEM. Od leta 2012 so podatkovne baze za pretekla leta urejene tako, da ponujajo možnosti primerjav posameznih indikatorjev med državami (glej <https://www.gemconsortium.org/data>), kar je še posebej priročno za nekatere hitre preglede stanja podjetništva.



# Nacionalni profil: Slovenija



**Število prebivalcev:**  
2,1 milijona (2018)



**Rast BDP:**  
5,0 %



**BDP na prebivalca:**  
20.815 € (2017)



**Ocena Svetovne banke o enostavnosti poslovanja (Doing Business) (2018):** ocena 92,88/100, rang 38/190



**Ocena Svetovnega gospodarskega foruma (WEF) o konkurenčnosti (2015):** rang 35/140



**Ocena Svetovnega gospodarskega foruma o povprečnem dohodku:** visokodohodkovne države

## Samozaznavanje in dojemanje podjetništva

	Vrednost	Rang
Zaznane priložnosti	42,2 %	27/49
Zaznane zmogljivosti	51,0 %	22/49
Strah pred neuspehom ni ovira	32,0 %	31/49
Podjetniške namere	15,3 %	28/48

## Podjetniška aktivnost

	Vrednost	Rang
Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (TEA)		
TEA 2018	6,4 %	38/48
TEA 2017	6,9 %	45/54
TEA 2016	8,0 %	48/65
Stopnja ustaljenega podjetništva	6,8 %	25/48
Podjetniška aktivnost zaposlenih	5,9 %	13/49

## Motivacijski indeks

	Vrednost	Rang
Razvojno usmerjeni podjetniki / podjetniki iz nuje	2,0	25/48

## Enakost med spoloma

	Vrednost	Rang/54
Ženske/moški – razmerje TEA	0,43	45/48
Ženske/moški – razmerje priložnost	0,86	35/48

## Vpliv podjetništva

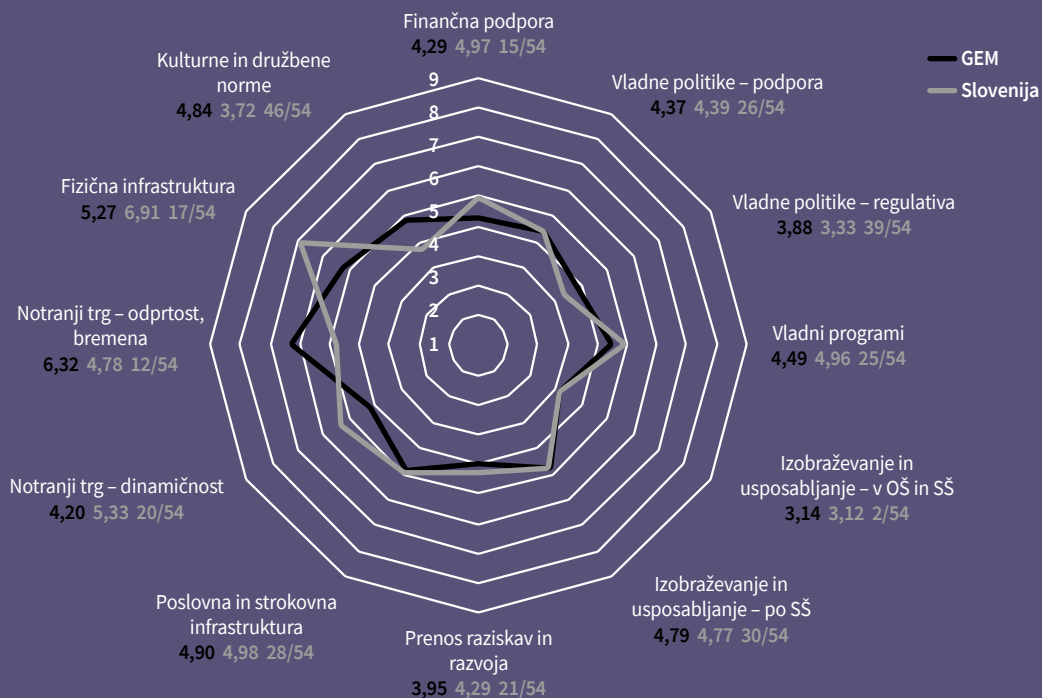
	Vrednost	Rang
Pričakovana nova delovna mesta (6+)	15,3 %	31/48
Inovacijska naravnost	25,5 %	25/48
Panoga (% v dejavnosti poslovnih storitev)	32,4 %	3/48

## Družbene vrednote o podjetništvu

	Vrednost	Rang
Spoštovanje podjetnikov	75,8 %	16/47
Podjetništvo kot zaželena karierna izbira	58,4 %	31/47

## Ocena nacionalnih izvedencev o podjetniškem ekosistemu (rang/54 vse države GEM)

1 = zelo slabo, 9 = zelo dobro



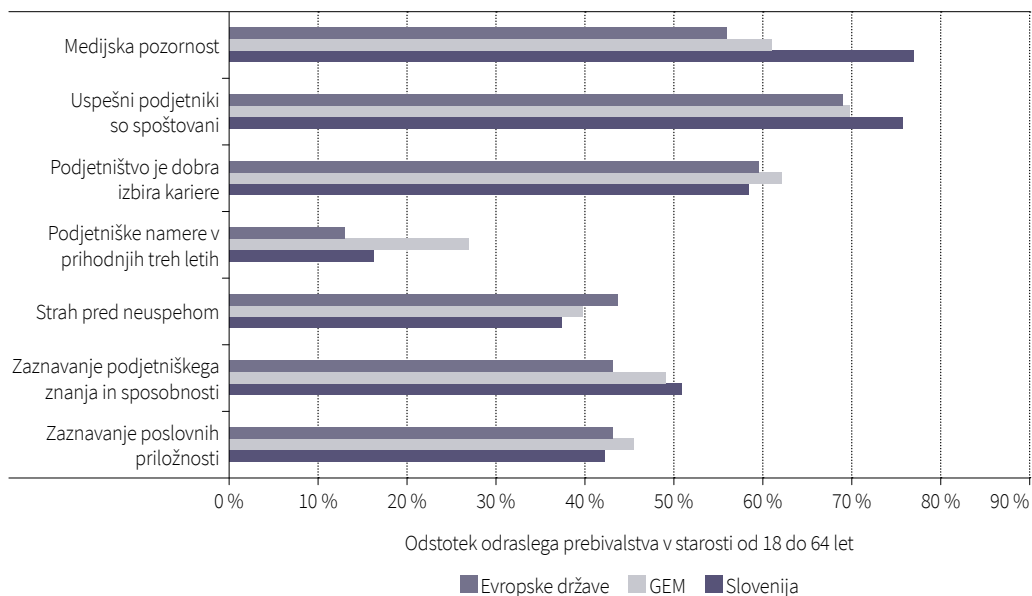
# GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji

# 2

Podjetništvo je proces, ki se odvija v fazah svojega življenjskega cikla, vendar ni enoznačno določen in tudi ne poteka vedno enako. Podjetniška aktivnost se vselej začne pri posamezniku, ki začneja razmišljati o novem podjetju, ali pri zaposlenem, ki nov podjetje začne v okviru svoje zaposlitve. GEM identificira podjetniške namere ljudi v prihodnjih treh letih, analizira zgodnjo podjetniško aktivnost, nato ustaljeno podjetništvo, pa tudi prenehanje podjetniške aktivnosti, ki je prav tako sestavni del podjetniškega procesa. V okviru raziskave GEM analiziramo tudi podjetniške značilnosti oziroma zmogljivosti ljudi, njihov odnos oziroma dojemanje inovativnih značilnosti njihovih podjetij, aspiracije po rasti in zaposlovanju, pa tudi širše, odnos ljudi in družbe do podjetništva, kar odraža kompleksnost in večdimenzionalnost podjetniškega procesa. V okviru raziskave GEM vse te vidike merimo oziroma opisujemo s kazalniki, ki so z metodološkega vidika opisani v *poglavju 1* in v *prilogi 3*.

Na *sliki 2.1* prikazujemo izbrane kazalnike za dva izbrana vidika proučevanja podjetništva. Prvi vidik se nanaša na skupino kazalnikov, ki opisujejo elemente družbenega okolja ter kulturnih in družbenih norm, ki lahko podpirajo ali zavirajo podjetniške procese v družbi. Nato so prikazane podjetniške namere prebivalstva v prihodnjih treh letih. Drugi sklop se tako nanaša na skupino kazalnikov podjetniške zmogljivosti, in sicer na zaznavanje poslovnih priložnosti v okolju ter na samooceno znanja, izkušenj in sposobnosti za podjetništvo in strahu pred neuspehom, ki posameznika lahko odvrne od podjetniškega udejstvovanja.

Slika 2.1: Primerjava Slovenije, povprečja držav EU in povprečja GEM za izbrane kazalnike



GEM Slovenija 2018, APS

Slovenija je v letu 2018 izkazovala podobno sliko kot leto poprej, zlasti kar se tiče podpore družbenega okolja podjetništvu. Ljudje v Sloveniji v povprečju zaznavajo visoko stopnjo pozitivne medijske podpore uspešnim podjetnikom in velik delež jih meni, da so uspešni podjetniki v Sloveniji spoštovani – oboje v povprečju v večji meri kot v drugih državah GEM. Hkrati pa jih tudi – podobno kot leto poprej – manj kot v drugih sodelujočih državah GEM meni, da je podjetništvo dobra izbira kariere, kar kaže na zavedanje o težavnosti podjetniškega udejstvovanja.

Podjetniške namere, ki so pomembna predhodnica dejanskega kasnejšega podjetniškega udejstvovanja, so bile v Sloveniji v letu 2018 nekoliko večje v primerjavi s povprečjem evropskih držav, vendar manjše od povprečja vseh sodelujočih držav GEM. Tudi zaznavanje poslovnih priložnosti v razvitih gospodarstvih je pomemben predhodnik podjetniške aktivnosti, ki je večinoma usmerjena v izkoriščanje zaznane obetavne poslovne priložnosti (v primerjavi s podjetništvom iz nuje). V Sloveniji se je zaznavanje poslovnih priložnosti po nekaj letih, ko je bilo primerjalno z drugimi razvitimi državami majhno, povečalo in je na primerljivi ravni tako s povprečjem sodelujočih evropskih držav kot tudi vseh sodelujočih držav GEM.

V tabeli 2.1 zbirno prikazujemo različne vidike podjetniške aktivnosti v Sloveniji leta 2018 primerjalno z letom poprej. V naslednjih poglavjih te monografije podrobneje analiziramo vse te vidike podjetniške aktivnosti.

Tabela 2.1: GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2018, APS

Podjetniški dejavniki	Nastajajoči podjetniki (N = 55)				Novi podjetniki (N = 71)				Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (N = 124)*				Ustaljeni podjetniki (N = 139)			
	2017	rang	2018	rang	2017	rang	2018	rang	2017	rang	2018	rang	2017	rang	2018	rang
Vključenost v podjetništvo (% populacije)	4,02	39/54	2,84	42/49	2,96	40/54	3,64	32/49	6,85	45/54	6,37	25/49	6,76	28/54	6,84	40/49
Spol (% populacije)																
Moški	5,5		3,7		4,1		5,3		9,34	40/54	8,80	38/49	9,45	25/54	8,87	27/49
Ženske	2,5		1,9		1,8		1,9		4,26	47/54	3,80	46/49	3,97	35/54	4,69	28/49
Spol (% podjetnikov)																
Moški	70,0		67,6		70,2		74,7		69,5		74,1		71,2		66,7	
Ženske	30,0		32,4		29,8		25,3		30,5		28,9		28,8		33,3	
Starost (% populacije)																
Od 18 do 24 let	4,4		2,1		3,2		1,0		7,59	32/54	3,12	46/49	1,27	30/52	/	/
Od 25 do 34 let	6,3		6,4		5,3		7,2		10,89	34/54	13,37	26/49	3,96	29/54	4,74	21/49
Od 35 do 44 let	5,8		2,2		3,3		4,1		9,14	42/54	6,32	43/49	10,48	20/54	8,98	21/49
Od 45 do 54 let	2,9		2,4		2,1		3,2		5,03	46/54	5,42	39/49	10,32	28/54	10,10	25/49
Od 55 do 64 let	1,0		1,2		1,3		1,6		2,27	51/54	2,85	42/49	4,33	43/54	6,29	36/49
Starost (% podjetnikov)																
Od 18 do 24 let	11,7		7,7		11,3		3,1		11,78	37/54	5,18	47/49	1,99	41/52	/	/
Od 25 do 34 let	31,8		44,5		36,3		38,9		32,38	18/54	41,41	6/49	11,92	38/54	13,67	31/49
Od 35 do 44 let	34,2		18,2		26,3		27,9		31,44	9/54	23,59	44/49	36,51	6/54	31,25	12/49
Od 45 do 54 let	16,7		19,7		16,5		19,6		16,96	32/54	19,67	21/49	35,21	9/54	34,16	15/49
Od 55 do 64 let	5,6		9,8		9,6		10,5		7,44	40/54	10,15	21/49	14,37	43/54	20,92	24/49
Izobrazba (% podjetnikov)																
Dokončana osn. šola ali manj	1,7		1,9		2,1		2,9		1,9		2,5		0,8		0,7	
Dokončana poklicna šola	14,4		8,6		8,5		8,9		12,1		8,8		10,3		11,3	
Srednješolska izobrazba	35,6		36,2		34,7		28,3		34,9		31,8		41,3		43,5	
Višješolska strok. izobrazba	11,5		12,7		13,0		7,1		11,4		9,6		11,2		16,8	
Visokoš. ali univ. izobr. ali več	36,8		40,6		41,8		52,8		39,7		47,3		36,3		27,7	
Izobrazba (% populacije)																
Manj kot srednješolska									5,37	39/53	4,51	12/49	4,22	36/54	5,17	21/49
Srednješolska									5,93	41/53	4,91	10/47	6,93	24/53	7,20	25/47
Več kot srednješolska									7,42	49/53	8,20	12/49	7,09	28/53	6,99	22/49
Visokošolska/Univerzitetna									15,54	22/44	12,10	14/39	12,39	15/46	8,86	22/40

Podjetniški dejavniki	Nastajajoči podjetniki (N = 55)				Novi podjetniki (N = 71)				Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (N = 124)*				Ustaljeni podjetniki (N = 139)			
	2017	rang	2018	rang	2017	rang	2018	rang	2017	rang	2018	rang	2017	rang	2018	rang
<b>Dohodkovni razred (% populacije)</b>																
Spodnja tretjina	4,2		1,3		1,5		0,9		5,69	40/54	2,15	1/49	4,11	31/54	5,85	29/47
Srednja tretjina	2,4		3,1		2,0		3,9		4,20	51/54	6,80	12/47	4,93	35/54	4,72	15/49
Zgornja tretjina	5,7		3,8		4,9		4,6		10,34	39/53	8,28	9/49	8,69	35/53	9,84	22/49
<b>Dohodkovni razred (% podjetnikov)</b>																
Spodnja tretjina	25,6		12,0		13,2		7,4		20,9		9,5		16,8		22,9	
Srednja tretjina	24,1		41,1		27,2		43,8		24,8		42,5		32,4		26,1	
Zgornja tretjina	50,3		47,0		59,7		48,9		54,3		48,0		50,8		51,0	
<b>Motivacija (% populacije)</b>																
Nujnost	0,5		0,5		0,8		1,0		1,34	38/54	1,54	33/49	1,8		2,5	
Priložnost	3,3		2,2		1,9		2,4		5,07	44/54	4,44	42/49	4,2		3,7	

\* Celotna zgodnja podjetniška aktivnost zajema nastajajoča in nova podjetja, seštevke pa je različen od njihove vsote, saj predstavlja posameznike, med katerimi imajo nekateri tako nastajajoče kot tudi novo podjetje.

Podjetniški dejavniki	Nastajajoči podjetniki				Novi podjetniki				Celotna zgodnja podjetniška aktivnost				Ustaljeni podjetniki			
	2017	rang	2018	rang	2017	rang	2018	rang	2017	rang	2018	rang	2017	rang	2018	rang
<b>Motivacija (% podjetnikov)</b>																
V celoti priložnost	61,5		60,1		52,1		50,0		55,5		54,4		50,5		44,4	
Deloma priložnost	21,5		16,5		12,5		14,0		18,2		15,2		11,9		10,3	
Nujnost	12,3		18,2		27,1		28,9		20,0		24,2		25,7		37,7	
Ne more opredeliti	4,6		5,2		8,3		7,1		6,4		6,2		11,9		8,0	
<b>Izkoriščanje poslovne priložnosti zaradi (% podjetnikov, katerih motivacija je v celoti priložnost)</b>																
Neodvisnosti in osebne svobode pri delu	46,2		32,3		39,5		44,7		43,36	29/54	38,39	18/49	54,6		50,8	
Povečanja dohodka	18,5		40,1		40,1		37,7		27,82	44/54	38,93	19/49	33,2		31,1	
Ohranitve ravni dohodka	20,9		15,6		5,1		11,4		15,50	11/54	13,49	42/49	10,1		8,8	
Drugega	14,4		12,0		15,3		6,2		13,33	4/54	9,18	44/49	2,1		9,3	



Podjetniški dejavniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost				Ustaljeni podjetniki			
	2017	rang	2018	rang	2017	rang	2018	rang
<b>Inovacijska naravnost (% podjetnikov)</b>								
Novost izdelkov – izdelek je nov za vse kupce	19,86	12/54	18,40	29/49	18,38	11/54	15,92	33/49
Konkurenca – ni konkurenčnih podjetij	15,83	6/54	14,68	43/49	5,59	20/54	3,58	21/49
Tehnologija – uporaba tehnologij, ki so na voljo manj kot eno leto	16,63	23/54	9,01	16/49	5,58	16/54	6,03	31/49
<b>Nagnjenost k rasti (% podjetnikov)</b>								
Zaposlovanje – porast za najmanj 10 delovnih mest in hkrati za najmanj 50 % v petih letih	14,41	26/54	12,05	18/49	5,66	21/54	5,08	26/49
Izvoz – več kot 50 % strank živi zunaj države	2,15	10/54	1,13	28/49	0,93	13/54	0,69	32/49

Podjetniški dejavniki	Nastajajoči podjetniki		Novi podjetniki		Ustaljeni podjetniki		% prebivalstva v starosti od 18 do 64 let				Nepodjetniki	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	rang	2018	rang	2017	2018
Razpoznavanje poslovnih priložnosti	54,2	62,6	43,5	50,2	47,3	35,5	34,60	40/54	42,17	27/49	32,5	30,9
Podjetniške namere v prihodnjih treh letih							16,72	35/54	16,30	36/49	14,23	14,3
<b>Podjetniška zmogljivost – dojemanje kulturne podpore</b>												
Egalitarizem	75,5	73,0	77,6	80,0	81,9	78,2	80,45	5/49	82,82	3/43	80,7	81,4
Poklicna izbira	47,2	44,8	43,7	36,4	48,7	46,9	55,12	35/52	58,43	31/47	56,2	56,8
Spoštovanje podjetniškega poklica	59,1	71,2	53,5	61,7	55,8	65,1	73,42	21/52	75,78	16/47	75,9	73,7
Odnos medijev	74,3	74,4	62,5	75,1	65,0	73,4	72,65	14/52	77,19	5/47	73,4	74,9
<b>Podjetniška zmogljivost – samozaupanje</b>												
Znanje in veščine	82,3	83,3	89,5	84,5	88,3	81,3	53,31	18/54	50,97	23/49	48,2	45,0
Strah pred neuspehom	14,6	30,8	19,4	24,2	16,4	18,0	34,77	39/54	37,42	33/49	37,5	39,7



# Podjetniška zmogljivost odraslega prebivalstva in zaznavanje odnosa do podjetništva v družbi

# 3

## Ključna spoznanja:

- V Sloveniji 42,17 % ljudi v svojem okolju zaznava obetavne poslovne priložnosti. Zelo pozitiven rezultat za Slovenijo je, da se zadnja leta ta delež vztrajno večja – od 20,5 % v letu 2015 do 25,3 % v letu 2016 in 34,60 % v letu 2017. Lani se je Slovenija z vrednostjo 43,17 %, kar je tik pod povprečjem evropskih držav, uvrstila na sredino lestvice.
- Slovenci se uvrščamo visoko po deležu ljudi, ki menijo, da imajo potrebno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo – v letu 2018 je tako menilo kar 51 % ljudi, kar postavlja Slovenijo na tretje mesto na lestvici evropskih držav. Slovenija se tako uvršča v skupino evropskih držav, v katerih je razkorak med zaznavanjem podjetniške zmogljivosti in zaznavanjem poslovnih priložnosti.
- V Sloveniji le 37,42 % ljudi zaznava strah pred podjetniškim neuspehom. V Evropi je manj strahu pred neuspehom prisotnega le še med Nizozemci in Francozi. Hkrati bi 32 % tistih posameznikov v Sloveniji, ki v svojem okolju zaznavajo podjetniške priložnosti, strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja.
- Uspešni podjetniki so v slovenski družbi spoštovani bolj, kot to velja za povprečje evropskih držav. O tem je prepričanih 75,78 % ljudi, kar uvršča Slovenijo na četrto mesto v evropskem merilu.
- V Sloveniji je v letu 2018 rahlo porasel delež ljudi, ki menijo, da je podjetništvo dobra izbira kariere – tako je menilo 58,43 % vprašanih; Slovenija je na devetem mestu evropske lestvice.
- V Sloveniji je v letu 2018 porasla zaznana medijska pozornost za podjetništvo in v povprečju kar 77,19 % ljudi meni, da je v medijih v Sloveniji pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih novih podjetnikih. Glede tega je bila Slovenija v letu 2018 v samem vrhu na lestvici sodelujočih evropskih držav.
- Skupek dejavnikov zaznane podjetniške zmogljivosti in družbenih norm glede podjetništva lahko sooblikuje zaznave posameznikov o tem, kako enostavno ali neenostavno je v njihovi državi mogoče ustanoviti novo podjetje ali začeti z novim poslom. V Sloveniji je v enostavnost tega prepričanih 39,2 % ljudi, kar je tik nad evropskim povprečjem, ki znaša 38,82 %.

V okviru raziskave GEM proučujemo pomembne vidike podjetništva, ki signalizirajo, kako podjetniška je družba in koliko je v družbi posameznikov potencialnih podjetnikov, prav tako pa tudi, kako so do podjetništva naravnani preostali.

Z vidika posameznika je zato pomemben sklop dejavnikov, na osnovi katerih on sam zaznava in dojema svoje kompetence za podjetništvo – *govorimo o podjetniški zmogljivosti*. V tem okviru analiziramo posameznikovo samozaznavanje sposobnosti za podjetništvo, ki se kaže v njegovem samozaupanju v znanje, potrebno za podjetništvo, ter zmožnosti razpoznavanja obetavnih poslovnih priložnosti, morebitnem strahu pred neuspehom, ki bi ga odvrnil od podjetniške poti, in v podjetniških namerah ljudi. Ker so posamezniki del širšega kulturnega in družbenega okolja, ki vpliva na njihove podjetniške odločitve in jih sooblikuje, v okviru raziskave GEM proučujemo tudi *zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu*.

Kazalniki podjetniške zmogljivosti odraslega prebivalstva in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi so za vse sodelujoče države GEM v letu 2018 prikazani v *tabeli 1*, v *prilogi prilogi 3*.

### 3.1 Samozaznavanje in dojetanje podjetništva z vidika posameznika

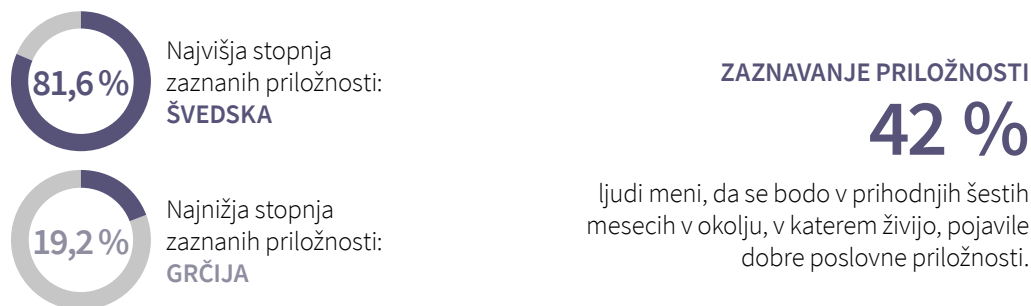
V raziskavi GEM smo v letu 2018 v Sloveniji opazili nekaj pomembnih premikov v primerjavi z letom 2017, predvsem večji delež posameznikov, ki menijo, da se bodo v njihovem okolju pojavile dobre poslovne priložnosti za začetek novega posla, na drugi strani pa se v Sloveniji ponovno pojavlja v povprečju nekoliko večji strah pred neuspehom. V *tabeli 3.1* prikazujemo primerjavo Slovenije z izbranimi skupinami držav glede samozaznavanja in dojetanja podjetništva.

*Tabela 3.1: Elementi podjetniške zmogljivosti, GEM Slovenija 2018, APS*

	Slovenija	GEM	Visokodohodkovna gospodarstva	Evropske države
Podjetniška zmogljivost – samozaznavanje in dojetanje podjetništva z vidika posameznika				
Zaznavanje poslovnih priložnosti	42,17 %	45,60 %	46,63 %	43,17 %
Zaznavanje sposobnosti za podjetništvo	50,97 %	49,19 %	46,61 %	43,10 %
Zaznavanje strahu pred neuspehom	37,42 %	39,84 %	40,40 %	43,78 %
Podjetniške namere	16,30 %	26,95 %	20,36 %	12,92 %

Poslovne priložnosti so pomemben sestavni del podjetništva, zato igra sposobnost posameznikovega zaznavanja obetavnih poslovnih priložnosti ključno vlogo pri vključevanju v podjetništvo. Prav zato morajo imeti posamezniki ne samo potrebne veščine, da bodo znali videti, kaj so nezapolnjene vrzeli na trgu in katere potrebe imajo potencialni kupci, ampak tudi zmožnost, da izkoristijo zaznane poslovne priložnosti. Pomembno je torej tudi posameznikovo samozaznavanje sposobnosti za tovrstno udejstvovanje.

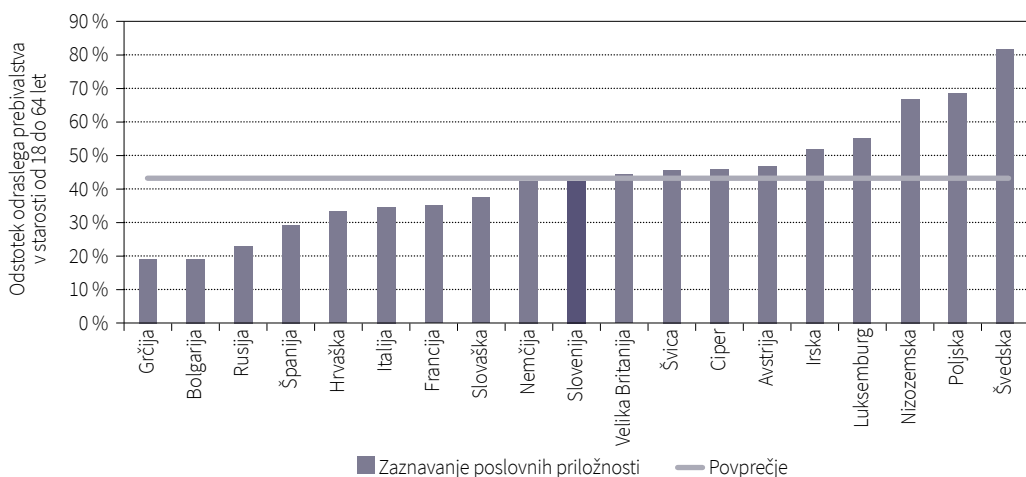
Slika 3.1: Podjetniška zmogljivost – samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika



GEM Slovenija 2018, APS

V Sloveniji 42,17 % ljudi v svojem okolju zaznava obetavne poslovne priložnosti. Zelo pozitiven rezultat za Slovenijo je, da se zadnja leta ta delež vztrajno večja – od 20,5 % v letu 2015 do 25,3 % v letu 2016 in 34,60 % v letu 2017. Kot prikazujemo na *sliki 3.2*, se Slovenija na lestvici 19 evropskih držav po tem kazalniku uvršča na sredino in je s svojo vrednostjo tik pod povprečjem evropskih držav (43,17 %).

Slika 3.2: Zaznavanje poslovnih priložnosti (v evropskih državah GEM)



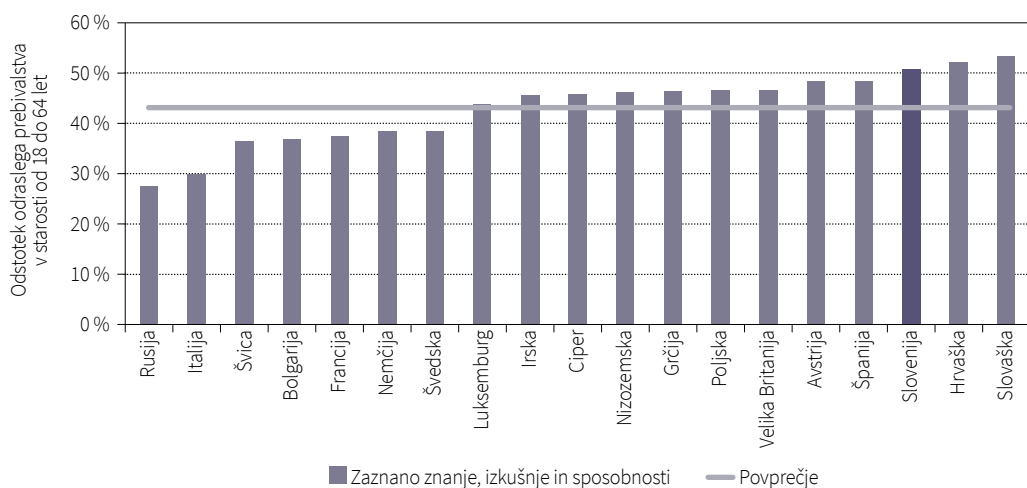
GEM Slovenija 2018, APS

V svetu je zaznavanje poslovnih priložnosti največje na Srednjem vzhodu in v afriških državah, saj več kot 70 % ljudi v Saudovi Arabiji, Angoli in Sudanu v svojem okolju zaznava veliko obetavnih poslovnih priložnosti.

Eden ključnih pogojev za izkoriščanje zaznane podjetniške priložnosti so zadostno podjetniško znanje in sposobnosti. Slovenci smo se v vseh letih raziskovanja GEM vedno uvrščali visoko na lestvicah držav po deležu ljudi, ki menijo, da imajo potrebno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo. V naši državi je v letu 2018 tako menilo kar 51 % ljudi, kar uvršča Slovenijo na tretje mesto na lestvici evropskih držav, za Hrvaško (52,3 %) in Slovaško (53,3 %), kot prikazujemo na *sliki 3.3*. V letu 2017 se je Slovenija s prav takšnim povprečnim odstotkom kot lani Slovaška uvrstila celo na prvo mesto med evropskimi državami, ki so sodelovale v raziskavi. Obetavnost zaznane poslovne priložnosti in sposobnost, izkoristiti takšno poslovno priložnost, je seveda mogoče preveriti šele potem, ko se aktivnosti izkoriščanja poslovne priložnosti začnejo oziroma izvedejo – zato tega, ali je samozaznano podjetniško znanje dejansko ustrezno, ni mogoče oceniti vnaprej. Dejstvo pa je, da sicer dvom posameznikov v lastne sposobnosti in/ali njihovo mnenje, da podjetniških priložnosti ni, omejujeta njihovo podjetnost in zmanjšujeta verjetnost, da bodo začeli nov posel.

V evropskem merilu je mogoče najti gospodarstva, v katerih sta stopnja zaznavanja podjetniških priložnosti in stopnja samozaznavanja podjetniških zmogljivosti zelo neusklajeni. Tak primer je Švedska, kjer več kot 80 % ljudi zaznava poslovne priložnosti, a jih manj kot 40 % meni, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo. V evropskem merilu je podobno tudi na Poljskem – skoraj 70-odstotni delež pri zaznavanju poslovnih priložnosti in manj kot 50-odstotni pri samozaznavanju podjetniške zmogljivosti. Slovenija se uvršča v skupino držav, v katerih je razkorak v drugi smeri – samozaznavanje podjetniških zmogljivosti je nekoliko višje (51,0 %) kot zaznavanje poslovnih priložnosti (42,17 %). V evropskem merilu je ta razkorak, ki bi ga lahko označili kot pomanjkanje zaznanih poslovnih priložnosti glede na podjetniške zmogljivosti, mogoče opaziti v Grčiji, Bolgariji, Španiji, na Hrvaškem in Slovaškem, v svetovnem merilu pa tako v Vzhodni in Južni Aziji (Koreja, Indonezija) kot tudi v Severni Ameriki (ZDA), na Srednjem vzhodu (Libanon, Iran) in v Afriki (Madagaskar, Sudan) ter v vseh sodelujočih državah Južne Amerike in Karibov.

Slika 3.3: Zaznano podjetniško znanje, izkušnje in sposobnosti (v evropskih državah GEM)

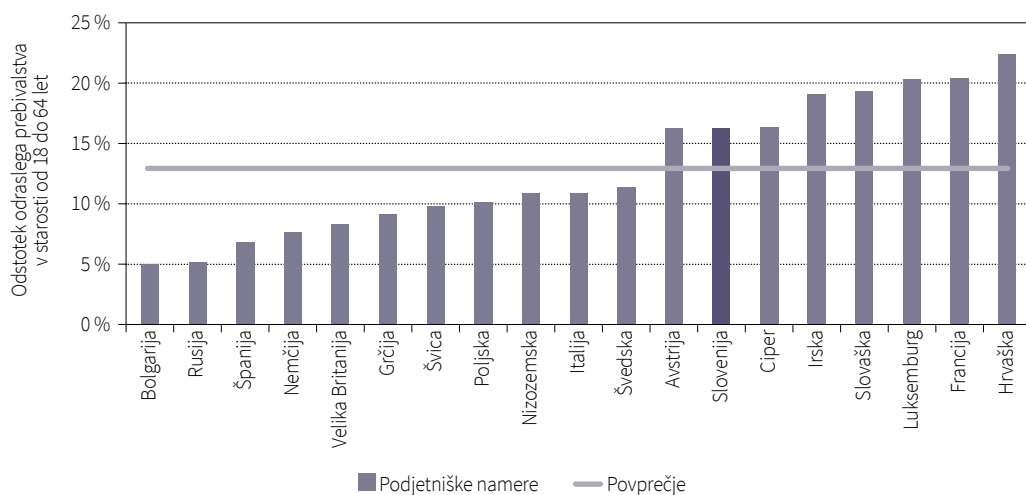


V okviru raziskave GEM merimo tudi podjetniške namere, in sicer z deležem ljudi, ki so pritrdilno odgovorili na vprašanje, ali nameravajo v prihodnjih treh letih začeti nov posel. Ni pa nujno, da se povečane podjetniške namere v preteklih letih tudi dejansko odražajo v višji stopnji zgodnjega podjetništva (več nastajajočih in novih podjetnikov in podjetij), izraženi s povečanim indeksom TEA. V vseh sodelujočih državah GEM iz geografskih območij Vzhodne in Južne Azije, Južne Amerike in Karibov ter Srednjega vzhoda in Afrike, ne glede na dohodkovno skupino gospodarstva, so podjetniške namere v povprečju večje, kot je stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti. Le v Evropi in Severni Ameriki je v nekaterih državah stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti višja od stopnje podjetniških namer: v Rusiji, Bolgariji, Švici, Veliki Britaniji, na Nizozemskem, v ZDA in Kanadi. V Sloveniji je delež ljudi, ki izražajo podjetniške namere, več kot dvakrat večji (16,30 %), kot je zgodnja podjetniška aktivnost (6,37 %).

Kot kažejo pretekle raziskave, so podjetniške namere ljudi v povprečju pozitivno povezane z njihovo dejansko kasnejšo podjetniško aktivnostjo v okviru novega ali obstoječega posla (Linan in Fayolle, 2015). Prav zato je tudi obetavno, da so se podjetniške namere ljudi, prav tako kot tudi že omenjeno zaznavanje poslovnih priložnosti, v Sloveniji v preteklih letih krepile in v letu 2018 tudi ostale na približno enaki ravni kot leto poprej. V letu 2016 je bilo odraslih posameznikov, ki razmišljajo o tem, da bi v prihodnjih treh letih ustanovili podjetje, 14,3 %, v letu 2017 16,7 % in v letu 2018 16,30 %. Kot prikazujemo na *sliki 3.4*, je v evropskem merilu največ podjetniških namer mogoče že dve leti zapored zaznati na Hrvaškem (v letu 2018 je ta kazalnik enak 22,39 %), kjer je ta delež morda tako velik tudi zato, ker se velik odstotek podjetnikov vključuje v podjetništvo zato, ker nimajo druge, boljše možnosti za zaslužek (odstotek podjetništva iz nuje je visok). Tik pod vrhom sta Francija in Luksemburg, kjer je podjetništva iz nuje bistveno manj; državi izkazujeta več kot 20-odstotni delež prebivalstva s podjetniškimi namerami v prihodnjih treh letih (20,38 % in 20,31 %). Slovenija se glede na podjetniške namere ljudi v prihodnjih treh letih uvršča na sedmo mesto med evropskimi državami GEM in je nad evropskim povprečjem, ki je 12,91 %.

Na drugi strani lestvice držav, kjer so podjetniške namere najmanj prisotne, v evropskem merilu najdemo Bolgarijo (5,03 %), Rusijo (5,13 %) in Španijo (6,81 %), pa tudi Nemčijo (7,65 %) in Veliko Britanijo (8,31 %).

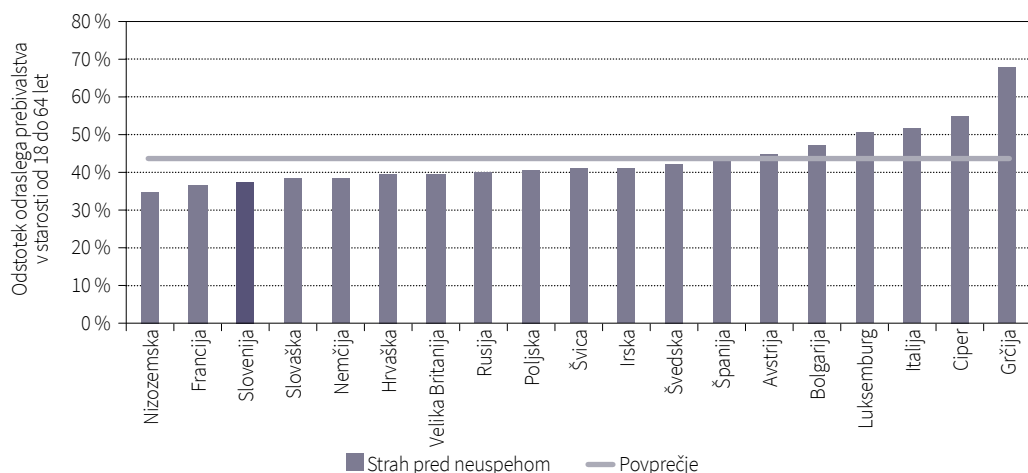
Slika 3.4: Podjetniške namere (v evropskih državah GEM)



V skupini kazalnikov podjetniške zmogljivosti obravnavamo tudi strah pred neuspehom, saj nagnjenost k tveganju oziroma – na drugi strani – strah pred tveganjem podjetniškega neuspeha lahko pomembno vpliva na posameznikovo razmišljanje o podjetništvu in nato tudi na dejansko vključitev v podjetništvo. Stopnja strahu pred neuspehom je v visokodohodkovnih gospodarstvih v povprečju višja, kar je zelo podobno ugotovitvam iz preteklih let in odraža dejstvo, da so osebne zaznave posameznikov povezane z njihovim družbenim okoljem in kulturnimi normami v tem okolju. Kot smo ugotavljali že v prejšnjih letih, je strah pred neuspehom v razvitih gospodarstvih gotovo povezan tudi s prevzemanjem tveganja samozaposlitve v primerjavi z morda zaznanim varnejšim delovnim okoljem oziroma zaposlitvijo v uveljavljenih podjetjih, ki jih je v visokodohodkovnih gospodarstvih v povprečju več kot v drugih (Rebernik et al., 2018).

Na *sliki 3.5* prikazujemo delež ljudi, ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja. Strah pred neuspehom v evropskih državah je najmočnejše izražen v Grčiji (67,97 %), tako kot je bilo že v letu 2017. Sledijo ji Ciper (55,06 %), Italija (51,95 %) in Luksemburg (50,74 %). V drugih evropskih državah je ljudi s strahom pred neuspehom manj kot 50 %, v večini evropskih držav pa 40–50 %. Po strahu pred neuspehom so Slovenci skoraj na repu lestvice (37,42 %), manj ga občutijo le še Nizozemci (34,83 %) in Francozi (36,71 %).

*Slika 3.5: Strah pred neuspehom (v evropskih državah GEM)*



GEM Slovenija 2018, APS

Strah pred neuspehom je smiselno primerjati z zaznavanjem podjetniških priložnosti. V svetovnem merilu jih med tistimi ljudmi, ki menijo, da bodo obetavne podjetniške priložnosti na voljo v njihovem okolju, najmanjši delež zaznava strah pred neuspehom v Angoli (16,6 %), največji delež pa v Maroku (64,2 %). V evropskih državah je visoko stopnjo strahu pred neuspehom med tistimi, ki zaznavajo poslovne priložnosti, mogoče zaslediti v Grčiji (57,8 %), Rusiji (46,4 %), Italiji (51,7 %) in na Cipru (48,5 %), v Sloveniji pa bi 32 % tistih posameznikov, ki v svojem okolju zaznavajo podjetniške priložnosti, strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja.

Kot ugotavljamo že nekaj preteklih let, je bilo torej podobno tudi v letu 2018 – podjetniška zmogljivost ljudi v Sloveniji je velika, zlasti glede samozaupanja v lastno znanje, izkušenj in sposobnosti za podjetništvo, kaže pa se tudi v relativno nizki stopnji strahu pred neuspehom (četudi nekoliko višji kot leto poprej). Vse komponente podjetniške zmogljivosti pa vendarle kažejo



zgolj na večjo ali manjšo verjetnost oziroma možnost, da posameznik začne z novim podjemom, hkrati pa ostaja odprto vprašanje, ali je ta samoznani potencial tudi objektivno ocenjen, saj ga je mogoče preveriti le v podjetniški praksi. Različne raziskave kažejo, da se v podjetništvo v večji meri vključujejo ljudje, ki verjamejo, da imajo znanje in obvladujejo večšine, potrebne za podjetništvo, kot tisti, ki tega samozaupanja nimajo, samozaupanje ljudi pa se krepi prav z njihovo udeležbo v podjetniškem izobraževanju in usposabljanju. Rezultati preteklih raziskav kažejo, da se je inoviranja in podjetništva mogoče naučiti (Halilović et al., 2014), tri najpomembnejše oblike izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo pa so predvsem formalno izobraževanje v okviru rednega izobraževanja v osnovni in srednji šoli, neformalno izobraževanje na univerzi ter podjetniško samoizobraževanje z nabiranjem izkušenj, znanja, sposobnosti in spretnosti z opazovanjem drugih podjetnikov in sodelovanjem pri poslih drugih (Tominc, 2013), kar pomeni, da je realno podjetniško okolje hkrati najustreznejši učni prostor.

### 3.2 Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu

Družbene vrednote in norme o podjetništvu lahko pomembno vplivajo na razvoj podjetniškega potenciala v družbi, saj so lahko pomembna podpora oziroma spodbuda za podjetniške ambicije in aktivnosti ljudi, lahko pa jih tudi zavirajo (Hopp in Ute, 2012; Meek et al., 2009). V okviru tega področja v raziskavi GEM proučujemo prepričanja ljudi v družbi o spoštovanju podjetniškega poklica ter o zaznavanju podjetništva kot zaželenih poklicnih poti, pa tudi medijsko podporo podjetništvu.

V tabeli 3.2 prikazujemo primerjavo Slovenije z izbranimi skupinami držav glede zaznavanja družbenih vrednot o podjetništvu. Ugotavljamo, da so se v letu 2018 v Sloveniji izboljšali nekateri pomembni kazalniki, ki predstavljajo odnos ljudi do podjetništva, ter kazalniki o dojemljanju podjetništva v družbi.

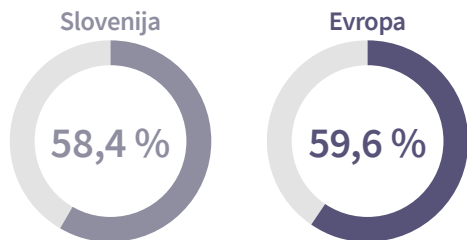
Tabela 3.2: Elementi zaznavanja družbenih vrednot do podjetništva v družbi, GEM Slovenija 2018, APS

	Slovenija	GEM	Visokodohodkovna gospodarstva	Evropske države
<b>Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu</b>				
Podjetništvo kot karierna pot	58,43 %	62,27 %	57,90 %	59,55 %
Spoštovanje podjetnikov	75,78 %	69,80 %	67,60 %	69,14 %
Medijska podpora podjetništvu	77,19 %	61,04 %	60,64 %	55,95 %
Egalitarizem	82,82 %	62,24 %	60,68 %	63,13 %

Razlike med državami glede zaznavanja zmogljivosti za podjetništvo je mogoče do določene mere razložiti z razlikami v sistemih kulturnih in družbenih norm. V letu 2018 je v povprečju v vseh proučevanih visokodohodkovnih državah, med katere sodi tudi Slovenija, skoraj 70 % odraslega prebivalstva (67,60 %) verjelo, da so uspešni podjetniki v družbi dobro sprejeti, spoštovani in uživajo velik ugled. Hkrati pa je v povprečju 10 % manj prebivalcev menilo, da je podjetništvo ustrežna oziroma zaželena poklicna pot. V povprečju je 60,64 % odraslih prebivalcev tudi menilo, da je uspešno podjetništvo deležno znatne medijske pozornosti.

Slika 3.6: Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu (v evropskih državah GEM)

## Zaznavanje podjetništva kot privlačne karierni izbire



## NAJBOLJ POZITIVNE ZAZNAVE:

spoštovanje podjetnikov: **Irska 83,86 %**  
 karierna pot: **Poljska 85,9 %**  
 medijska podpora: **Slovenija 77,19 %**

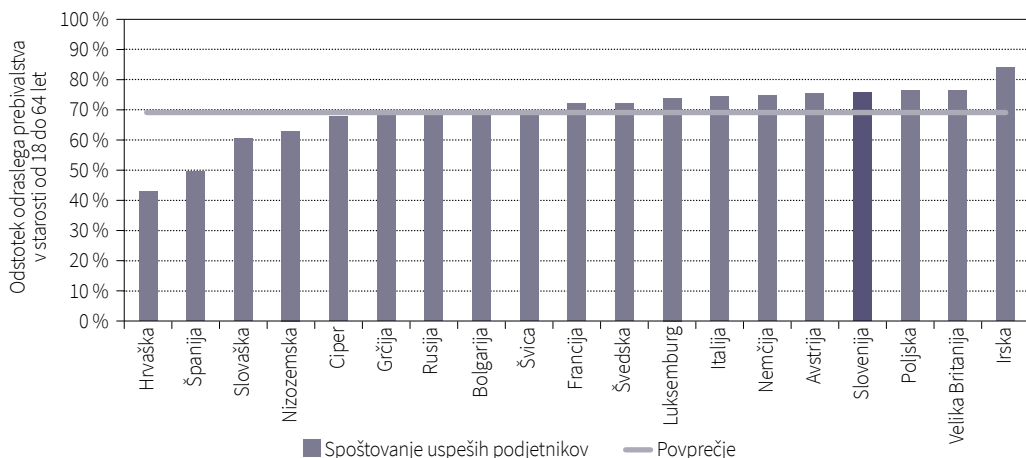
## NAJBOLJ NEGATIVNE ZAZNAVE:

spoštovanje podjetnikov: **Hrvaška 43,0 %**  
 karierna pot: **Švica 46,5 %**  
 medijska podpora: **Bolgarija 44,6 %**

GEM Slovenija 2018, APS

Kot prikazujemo na *sliki 3.7*, so uspešni podjetniki v slovenski družbi spoštovani bolj, kot to velja za povprečje evropskih držav. O tem je bilo leta 2018 prepričanih 75,78 % ljudi, kar uvršča Slovenijo na četrto mesto v evropskem merilu, kjer je na prvem mestu Irska s 83,86 %, ki je bila na vrhu lestvice tudi v letu 2017, sledita ji Velika Britanija (76,42 %) in Poljska (76,33 %). V letu 2018 je bilo spoštovanja podjetniškega poklica najmanj na Hrvaškem (42,97 %), ki je bila na zadnjem mestu lestvice tudi v letu 2017, na repu pa so še Španija (49,75 %), Slovaška (60,36 %) in Nizozemska (63,05 %). Povprečje evropskih držav znaša 69,14 %.

Slika 3.7: Odstotek ljudi, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani (v evropskih državah GEM)



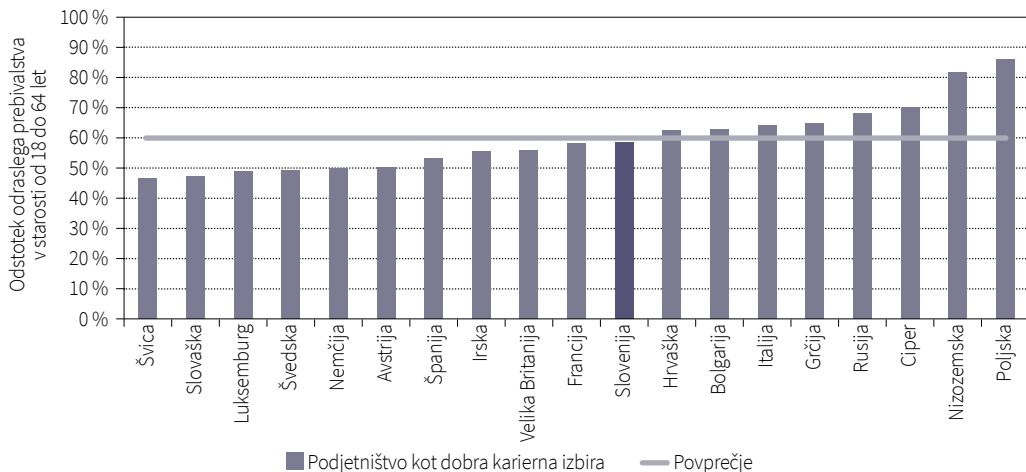
GEM Slovenija 2018, APS

V Sloveniji je v letu 2018 rahlo porasel delež ljudi, ki menijo, da je podjetništvo dobra izbira kariere – tako je v tem letu menilo 58,43 % vprašanih. Podjetniška karierna pot je v Evropi najbolj zaželena na Poljskem (85,9 %) in na Nizozemskem (81,7 %), Slovenija pa je na devetem mestu. Na spodnjem koncu lestvice so Švica (46,54 %), Slovaška (46,89 %), Luksemburg (48,81 %) in Švedska (49,01 %), kar prikazujemo na *sliki 3.8*.

Za večino od 22 držav Evrope, Evrazije in Severne Amerike, ki so sodelovale v GEM v letu 2018, velja, da večji delež ljudi meni, da je podjetniški poklic v družbi spoštovan, kot pa da je podjetniška pot dobra izbira kariere (največja razlika je na Irskem). Obratna slika, torej da večji delež ljudi zaznava

podjetništvo kot zaželeno poklicno izbiro, kot pa jih meni, da je podjetniški poklic spoštovan, pa je le na Hrvaškem, v Španiji, na Nizozemskem, v Turčiji, na Cipru in na Poljskem.

Slika 3.8: Odstotek ljudi, ki menijo, da je podjetništvo primerna izbira karierne poti (v evropskih državah GEM)

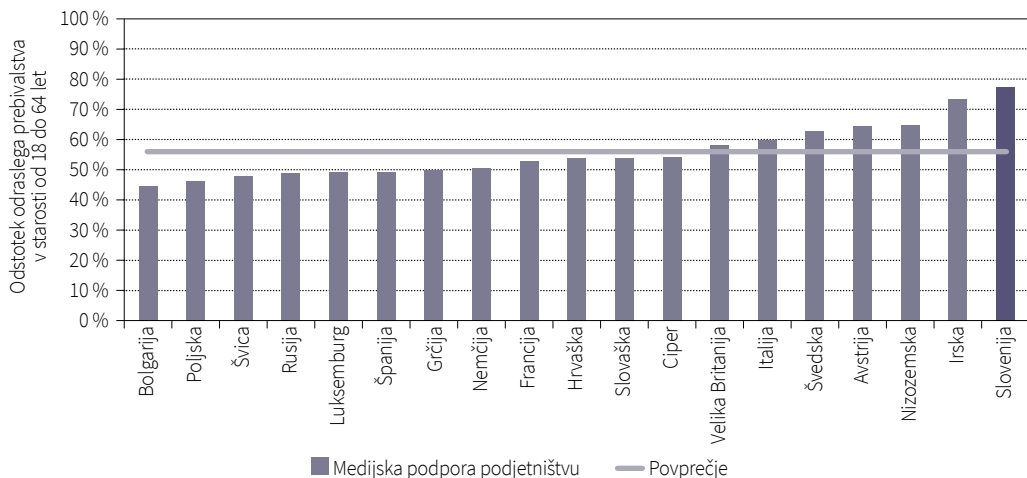


GEM Slovenija 2018, APS

Rezultati preteklih raziskav GEM so pokazali, da bolj pozitivne družbene vrednote o podjetništvu večinoma pomenijo več podjetniške aktivnosti med prebivalci in tudi več kakovostnega podjetništva, to je tistega, ki je sposobno ustvarjati podjetja, ki bodo rasla in zaposlovala. Naklonjenost medijev lahko pripomore k ustvarjanju zavedanja o pomenu podjetništva, lahko poveča pozornost, pripomore k pozitivnejšemu odnosu in sprejemanju podjetništva v družbi (Bosma in Kelley, 2018). Medijska podpora je seveda pomembna, vendar je to le eden od podpornih mehanizmov spreminjanja kulturnih in družbenih norm v smeri sprejemanja in podpore podjetništvu v družbi, skupaj z ukrepi ekonomske politike, vodenjem politike izobraževanja in usposabljanja, s pravnim redom in uveljavljanjem pravne države itd., kar je ključna vloga države oziroma nosilcev ekonomske politike.

V Sloveniji je v letu 2018 porasla zaznana medijska pozornost za podjetništvo, saj je v povprečju 77,19 % ljudi menilo, da je v medijih v Sloveniji pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih novih podjetnikih. Glede tega je Slovenija v letu 2018 v samem vrhu lestvice sodelujočih evropskih držav (v letu 2017 se je Slovenija uvrstila na drugo mesto med takrat sodelujočimi evropskimi državami), sledijo ji Irski (73,4 %), Nizozemska (66,8 %), Avstrija (64,57 %), Švedska (62,81 %) in Italija (60,23 %). Nad evropskim povprečjem (55,95 %) je le še Velika Britanija. Na spodnji strani lestvice, z najnižjo zaznano medijsko podporo podjetništvu, so Bolgarija (44,64 %), Poljska (46,22 %), Švica (47,70 %) in Rusija (49,01 %). Zaznana medijsko podporo podjetništvu v evropskih državah GEM prikazujemo na *sliki 3.9*.

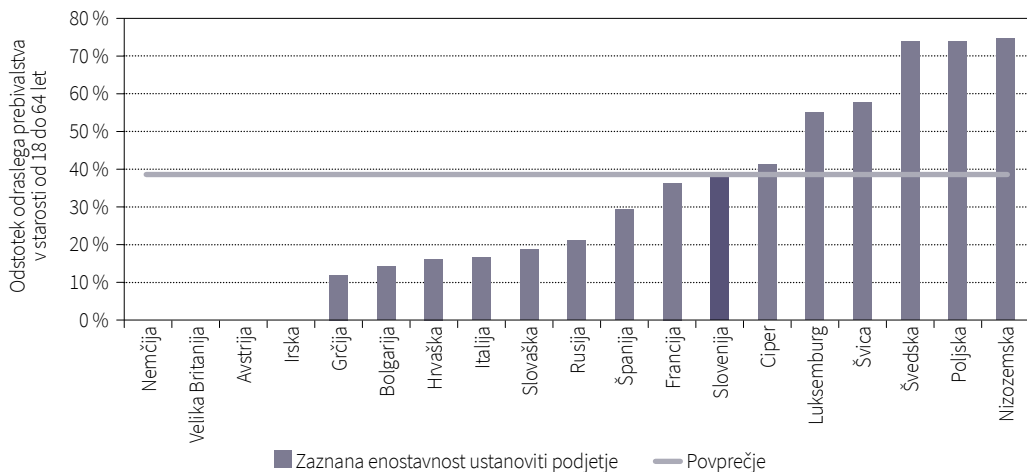
Slika 3.9: Odstotek ljudi, ki zaznavajo medijsko podporo podjetništvu v družbi (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2018, APS

Skupek dejavnikov zaznane podjetniške zmogljivosti in družbenih norm glede podjetništva lahko sooblikuje zaznave posameznikov o tem, kako enostavno ali neenostavno je v njihovi državi mogoče ustanoviti novo podjetje ali začeti z novim poslom. V Sloveniji je v enostavnost tega prepričanih 39,2 % ljudi, kar je tik nad evropskim povprečjem, ki znaša 38,82 %. Najvišje na lestvici je Nizozemska, kjer 74,7 % ljudi meni, da je enostavno začeti z novim poslom, sledita Poljska (74,1 %) in Švedska (74,0 %). Naslednje države zaostajajo za več kot 15 odstotnih točk, najnižje na lestvici pa so Grčija (12,2 %), Bolgarija (14,3 %), Hrvaška (16,4 %) in Italija (16,8 %), kar prikazujemo na sliki 3.10.

Slika 3.10: Odstotek ljudi, ki menijo, da je enostavno začeti z novim poslom (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2018, APS

V nekaterih primerih obstaja povezava med zaznano enostavnostjo začeti z novim poslom in tem, ali ljudje mislijo, da je to dobra poklicna izbira (Bosma in Kelley, 2018). Ta povezava lahko

odraža različne situacije v družbi: lahko odraža dejstvo, da ni ovir za začetek novega posla in da je to hkrati najboljša možnost za zaslužek. V tem primeru taka povezava kaže tudi na to, da je pomembno zmanjšati ovire za podjetništvo in olajšati ta prizadevanja, da bi povečali nagnjenost ljudi k razmišljanju o tem, da je to ustrezna poklicna pot. Tako na Nizozemskem in Poljskem večina ljudi misli, da z lahkoto ustanovijo podjetje in da je to hkrati privlačna poslovna kariera. Drugače je v Grčiji, kjer se zdi, da ustanoviti podjetje ni preprosto, a hkrati približno dve tretjini odraslega prebivalstva menita, da je podjetništvo zaželena karierna pot. Morda je podjetništvo privlačno ali vsaj dobra zaposlitvena možnost pri pomanjkanju drugih kariernih možnosti.

Po drugi strani je Švedska primer, kjer kljub dejstvu, da tri četrtine odraslih meni, da je enostavno ustanoviti podjetje, manj kot polovica ljudi meni, da je to dobra poklicna izbira. To ponazarja, da so druge karierne alternative bolj zaželeno in da je manj verjetno, da bi ljudje razmišljali o ustanovitvi lastnega podjetja. Ti rezultati tudi kažejo, da zmanjšanje ovir za ustanovitev podjetja ni dovolj za spodbujanje več podjetništva v družbi, je pa lahko eden od dejavnikov v tem procesu.



# Podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva

# 4

## Ključna spoznanja:

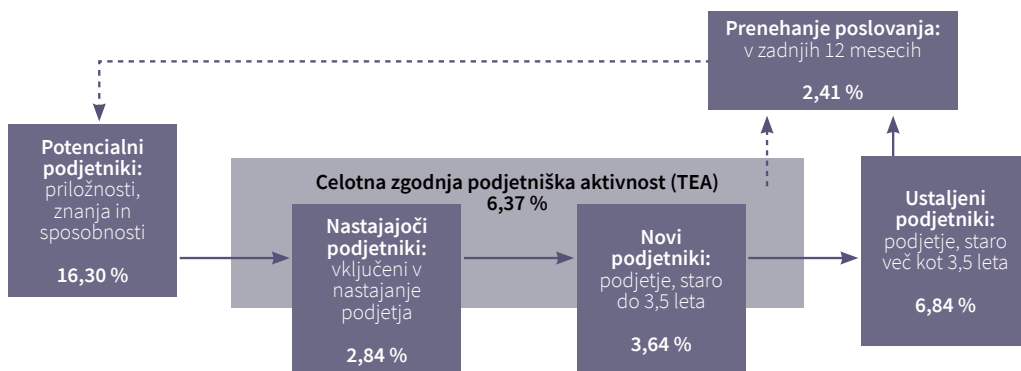
- V letu 2018 smo zaznali izboljšanje v večini podjetniških faz podjetniškega procesa, še zlasti pri družbeni sprejetosti podjetništva in presoji podjetniških sposobnosti. V kasnejših fazah procesa je prehod iz začetnih podjetniških faz v naslednje še zmeraj treba izboljšati.
- Celotna zgodnja podjetniška aktivnost, sestavljena iz nastajajočih in novih podjetnikov, se je v letu 2018 v Sloveniji glede na leto prej zmanjšala s 6,85 % na 6,37 %, vendar se je v tej vrednosti povečal delež novih podjetnikov.
- V celotni podjetniški aktivnosti je bil v letu 2018 delež nastajajočih (2,84 %) podjetnikov manjši od deleža novih (3,64 %) podjetnikov. To pomeni, da se je stopnja preživetja v najranljivejših fazah podjetniškega procesa bistveno izboljšala, saj je bilo leto poprej 4,02 % nastajajočih in le 2,96 % novih podjetnikov.
- V letu 2018 je bilo v Sloveniji razmerje med razvojno usmerjenimi podjetniki in podjetniki iz nuje 1,96 in se je poslabšalo glede na leto prej, ko je bilo 2,47. Manj razvojno usmerjenih podjetnikov pomeni praviloma manj najbolj ambicioznih podjetnikov, ki izkoriščajo priložnosti in želijo izboljšati svoje prihodke in neodvisnost.
- V Sloveniji se podjetniki za prenehanje poslovanja v 30 % odločajo zaradi drugega dela ali druge poslovne priložnosti, v svetu pa kot najpogostejši razlog prevladuje nedobičkonosnost podjetja (31 %). Ta razlog je v Sloveniji sicer na drugem mestu, vendar ga navaja manj kot petina podjetnikov (18,5 %), ki je prenehala poslovati v zadnjem letu.

## 4.1 Faze in učinkovitost podjetniškega procesa

Kljub temu da dajejo nacionalna gospodarstva velik poudarek oblikovanju ustreznega podjetniškega okolja, pa so ključni podjetni posamezniki, ki se odločijo za podjetniško kariero. Pri tem ni pomembno le ustanavljanje podjetij, ampak ustvarjanje trajnostnih podjetij. Če jih je premalo doseglo že uveljavljeno poslovno fazo, to kaže na težave s trajnostjo novih podjetij, na zmožnost podjetnikov, da ohranijo svoja podjetja, in sposobnost poslovnega okolja, da omogoča neoviran prehod od ustanovitvenih faz do ustaljenih, zrelih podjetij. Medtem ko nova podjetja ustvarjajo delovna mesta in nove vrednosti za odjemalce, pa ustaljena podjetja zagotavljajo stabilne zaposlitve, znane izdelke in storitve z uveljavljenimi blagovnimi znamkami ter dolgoročno vrednost tako za zaposlene kot za odjemalce. Na ravni nacionalnega gospodarstva je zato treba zagotoviti pogoje, ki bodo spodbujali podjetne posameznike k ustanavljanju novih podjetij in hkrati zagotavljali možnosti za njihovo preživetje, rast in razvoj, da bi se v gospodarstvu zagotovila ustrezna kombinacija dinamičnosti in stabilnosti. Zato je pomembno proučevati značilnosti podjetniškega procesa v njegovih posameznih fazah.

Podjetniški proces sestavljajo zaporedne faze, ki si sledijo v logičnem zaporedju, od zaznavanja poslovne ideje, preko povoda, ki sproži začetek udejanjanja poslovne ideje, do ustanovitve podjetja, rasti in na koncu prenehanja poslovanja (Bygrave, 2004; Varela, Moreno in Bedoya, 2014; Van der Zwan et al., 2013). Podjetniško ravnanje je odvisno od osebnostnih lastnosti in okolja, v katerem podjetni posameznik živi (Leyden in Link, 2015). Osebnostne lastnosti posameznikov so tiste, ki podjetnike ločijo od drugih posameznikov, ob njih pa na podjetniško aktivnost pomembno vpliva okolje s svojimi značilnostmi tako glede razmer za poslovanje kot tudi glede odnosa do podjetništva. GEM spremlja podjetne posameznike v različnih fazah podjetniškega procesa – od proučevanja potencialnih podjetnikov (ang. *potential entrepreneurs*), nastajajočih podjetnikov (ang. *nascent entrepreneurs*), novih podjetnikov (ang. *new entrepreneurs*), ustaljenih podjetnikov (ang. *established entrepreneurs*) in vse do prenehanja poslovanja (ang. *business discontinuance*). Zaznavanje podjetniških lastnosti posameznikov smo proučevali v prejšnjem poglavju, v katerem smo tudi ugotavljali, da le določen del prebivalstva izkazuje podjetniške namere in jih začne uresničevati. V tem poglavju nadaljujemo proučevanje posameznikov, ki dejansko stopijo na podjetniško pot po posameznih fazah podjetniškega procesa, prikazanih na *sliki 4.1*, na kateri so za Slovenijo nanizani tudi deleži odraslega prebivalstva (od 18. do 64. leta), ki je vključeno v te faze.

Slika 4.1: Izbrani kazalniki podjetniškega procesa v Sloveniji





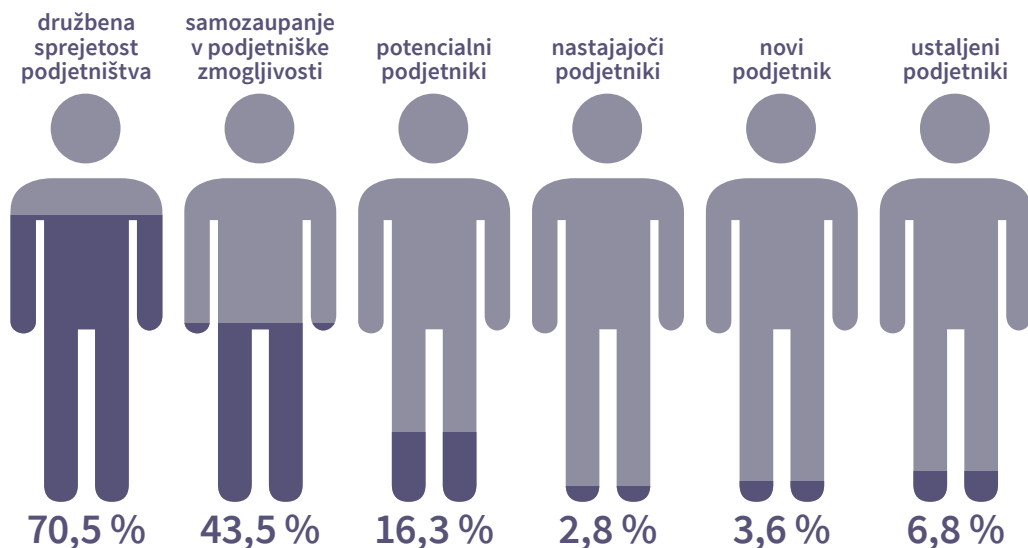
V podjetniškem procesu modela GEM predstavljajo prvo fazo *potencialni podjetniki*. To skupino sestavljajo posamezniki, ki menijo, da imajo dovolj znanja in podjetniških sposobnosti, da uresničijo neki podjem, ki prepoznavajo poslovne priložnosti ter sprejemajo tveganje in potencialni neuspeh svoje podjetniške aktivnosti. V letu 2018 jih je bilo v Sloveniji 16,30 %.

Drugo fazo predstavljajo *nastajajoči podjetniki*. Mednje spadajo posamezniki, ki so dejansko že začeli izvajati aktivnosti za ustanovitev podjetja ali so podjetje že ustanovili pred manj kot tremi meseci. V Sloveniji jih je bilo v letu 2018 4,02 %. Tretjo fazo, *nove podjetnike*, sestavljajo podjetniki, ki imajo podjetje več kot tri mesece in izplačujejo plače, vendar ne več kot tri leta in pol. Mednje preide le določen delež nastajajočih podjetnikov. V preteklem letu jih je bilo v Sloveniji 3,64 %. Nastajajoči in novi podjetniki skupaj sestavljajo *celotno zgodnjo podjetniško aktivnost*, ki jo prikazujemo z *indeksom zgodnje podjetniške aktivnosti TEA* (ang. *total early-stage entrepreneurial activity*) in v raziskavi GEM predstavlja eno izmed temeljnih mer. Prikazuje odstotek odrasle populacije od 18. do 64. leta starosti, ki se vključuje v podjetništvo. Kot je prikazano na *sliki 4.1*, je bilo v Sloveniji v letu 2018 6,37 % zgodnje podjetniške aktivnosti. Ob tem je treba pojasniti, da indeks TEA ni enak seštevku deležev novih in nastajajočih podjetnikov, saj so nekateri posamezniki vključeni tako med nastajajoče kot nove podjetnike, v indeksu TEA pa so upoštevani le enkrat.

Četrto fazo sestavljajo *ustaljeni podjetniki*, ki jim uspe uspešno voditi podjetje več kot tri leta in pol. V letu 2018 jih je bilo v Sloveniji 6,84 %. Dinamika ustaljenih podjetnikov je praviloma manjša kot v začetnih fazah poslovanja, saj imajo ta podjetja že razvite produkte, blagovne znamke in odjemalce. Odvisna je predvsem od *prenehanja poslovanja*, ki je v modelu GEM pojmovano široko, ne le kot podjetniški neuspeh, ampak se nanaša tudi na druge razloge, zaradi katerih je podjetnik v zadnjih dvanajstih mesecih opustil poslovanje. Podjetnikov, ki so v zadnjih 12 mesecih prenehali poslovati, je bilo v letu 2018 v Sloveniji 2,41 %.

Širši kontekst podjetniškega procesa, ki vključuje tudi družbeni okvir, v katerem podjetniški proces poteka, predstavlja tako imenovani podjetniški vod. Z analizo podjetništva v podjetniškem vodu ugotavljamo uspešnost prehoda v naslednje faze v podjetniškem procesu in poudarjamo potrebo po sprejemanju ustreznih ukrepov za vsako posamezno fazo. V podjetniškem vodu (ang. *entrepreneurial pipeline*) na *sliki 4.2* je prikazan podjetniški proces, ki kaže na velike razlike, ki nastajajo med posameznimi fazami procesa, in s tem na izgubo podjetniškega potenciala (Varela et al., 2017) v njem. Ob zgoraj navedenih fazah podjetniškega procesa vključuje podjetniški vod tudi širši kontekst posameznikov o dojemanju podjetništva v družbi in zaznavanje njihovih sposobnosti za podjetništvo.

Slika 4.2: Puščanje podjetniškega voda v Sloveniji



GEM Slovenija 2018, APS

Z *družbeno sprejetostjo podjetništva* predstavljamo družbeno-kulturni kontekst, ki prikazuje prepričanja in namere posameznikov za podjetništvo, zaznavanje poslovnih priložnosti in odločitve posameznikov o podjetniški karieri. Proučujemo torej delež posameznikov v družbi, ki imajo pozitivno percepcijo o podjetništvu. V raziskavi GEM je mera izračunana kot aritmetična sredina treh elementov, in sicer (1) posameznikov, ki dojemajo podjetništvo kot družbeno zaželeno poklicno izbiro, (2) posameznikov, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status, in (3) posameznikov, ki zaznavajo, da je v medijih mogoče pogosto zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih. V Sloveniji je imelo leta 2018 tako izražen pozitiven odnos do podjetništva 70,5 % odraslega prebivalstva. Ta delež zadnja tri leta pomembno narašča (67,1 % v letu 2017 in 63,9 % v letu 2016), tako da v zadnjem letu manj kot 30 % prebivalcev ne izraža pozitivnega odnosa do podjetništva.

Če je v Sloveniji sprejetost podjetništva kot pojava v družbi relativno velika, pa je *samozaupanje v podjetniške zmožljivosti* na nižji ravni. V raziskavi GEM to mero sestavljajo posamezniki, ki (1) menijo, da imajo potrebne sposobnosti, znanje in izkušnje za podjetništvo, (2) zaznavajo poslovne priložnosti v okolju in (3) jih strah pred neuspehom ne bi odvrnil od podjetniške poti. Toda samozaupanje v podjetniške zmožljivosti v zadnjih treh letih v Sloveniji narašča, saj ga je v letu 2018 izražalo 43,5 % posameznikov, v letu 2017 40,9 %, v letu 2016 pa 37,6 %.

Pozitiven trend v podjetniškem vodu v prvih fazah nakazuje predvsem na to, da se družbene percepcije in norme o podjetništvu v Sloveniji spreminjajo. K temu veliko prispevajo mediji s promocijo podjetništva in uspešnih podjetniških zgodb ter z drugimi podpornimi aktivnostmi. K boljši sprejetosti podjetništva v Sloveniji prispeva tudi vse bogatejša ponudba izobraževanj in usposabljanj s področja podjetništva in nenazadnje tudi primerno razvijajoč se podjetniški ekosistem.

Kljub porastu rezultatov v prvih fazah, pred dejanskim začetkom podjetniških aktivnosti, je dejanskega začetka podjetniških aktivnosti manj kot leto prej. Čeprav so posamezniki sicer

prepričani v svoje podjetniške sposobnosti, se dejansko za podjetniško kariero ne odločijo. K temu je prispevala tudi gospodarska rast, ki s povpraševanjem po delovni sili v ustaljenih podjetjih zmanjšuje željo posameznikov po podjetniški karieri.

Primerjava Slovenije z drugimi skupinami držav v podjetniškem procesu v *tabeli 4.1* prikazuje ustrežnejšo sliko, saj nam omogoča primerjavo na svetovni lestvici.

*Tabela 4.1: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po posameznih fazah in po skupinah držav, GEM Slovenija 2018, APS*

Faze podjetniške aktivnosti	Slovenija	GEM	Visokodohodkovne države	Evropske države
Nastajajoči podjetniki	2,84 %	6,79 %	6,00 %	4,40 %
Novi podjetniki	3,64 %	6,03 %	4,21 %	3,22 %
Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	6,37 %	12,55 %	10,02 %	7,51 %
Ustaljeni podjetniki	6,84 %	8,36 %	6,76 %	7,00 %
Prenehanje poslovanja	2,41 %	5,00 %	3,77 %	2,73 %

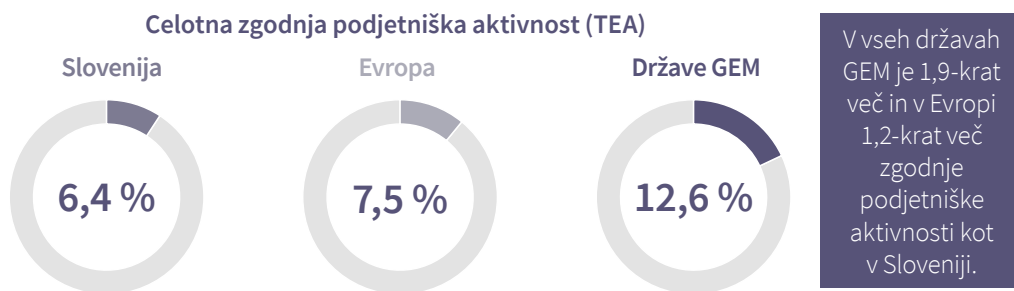
Rezultati kažejo, da Slovenija pomembno zaostaja v prvih fazah podjetniške aktivnosti v primerjavi z drugimi primerljivo razvitimi državami, pa tudi primerjalno z vsemi državami GEM na svetu. Šele delež ustaljenih podjetnikov v Sloveniji je na primerljivi ravni z deležem v drugih skupinah držav. Naša država izkazuje boljše rezultate le na področju prenehanja poslovanja, kjer je delež manjši kot v drugih skupinah držav.

V nadaljevanju poglavja vsako od faz podjetniškega procesa proučujemo ločeno.

## 4.2 Zgodnja podjetniška aktivnost

Začetki podjetniške poti so za posameznike, ki se podajo na podjetniško pot, prvi izziv. Začeti morajo ne le samo ustanoviti podjetje, ampak tudi začeti prodajati svoje proizvode, pridobivati prve kupce in ustvarjati prihodke (Peris-Ortizad, Ferreirab in Fernandes, 2018). V okviru GEM merimo začetek poslovne poti z indeksom celotne zgodnje podjetniške aktivnosti (indeks TEA). Z njim merimo podjetniško aktivnost, ki je osredotočena na obdobje med dejanskim začetkom poslovanja podjetja in takoj po njem (Bosma in Kelley, 2018). Zato vključuje fazo (1) nastajajočega podjetništva, ko je podjetnik dejavno vključen v ustanovitev podjetja, in (2) lastništva novega podjetja, ki ima v lasti in upravlja podjetje, ki obstaja manj kot tri leta in pol. V *prilogi 2, tabela 2*, so prikazane stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti za vse sodelujoče države GEM. Na *sliki 4.3* je prikazan indeks TEA v povprečju za Slovenijo, evropske države in vse države GEM.

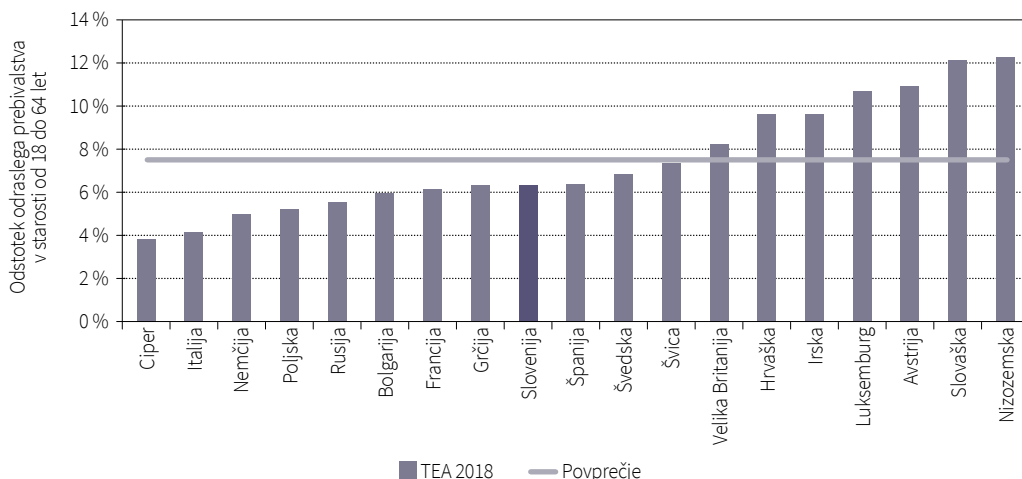
Slika 4.3: Indeks TEA v izbranih skupinah držav



GEM Slovenija 2018, APS

Najnižje stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti so v evropskih in severnoameriških državah, ki večinoma spadajo med gospodarstva z visokim dohodkom. GEM tradicionalno ugotavlja, da razvita gospodarstva težijo k nižjim stopnjam podjetništva, vsaj delno zaradi prisotnosti alternativnih možnosti zaposlitve in višjih stopenj konkurenčnosti, ki lahko povzročijo, da je zagon podjetja manj privlačna alternativa. Večina teh držav ima indeks TEA nižji od 10 %, pri čemer imata Kanada in ZDA najvišji stopnji. V evropskih državah je indeks TEA prikazan na *sliki 4.4*. V Evropi najvišje stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti izkazujejo Nizozemska (12,3 %) in Slovaška (12,1 %). Najnižji indeks TEA sta imela v letu 2018 Ciper (3,9 %) in Italija (4,2 %), ki je že tradicionalno na zadnjih mestih po zgodnji podjetniški aktivnosti v Evropi.

Slika 4.4: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (v evropskih državah GEM)

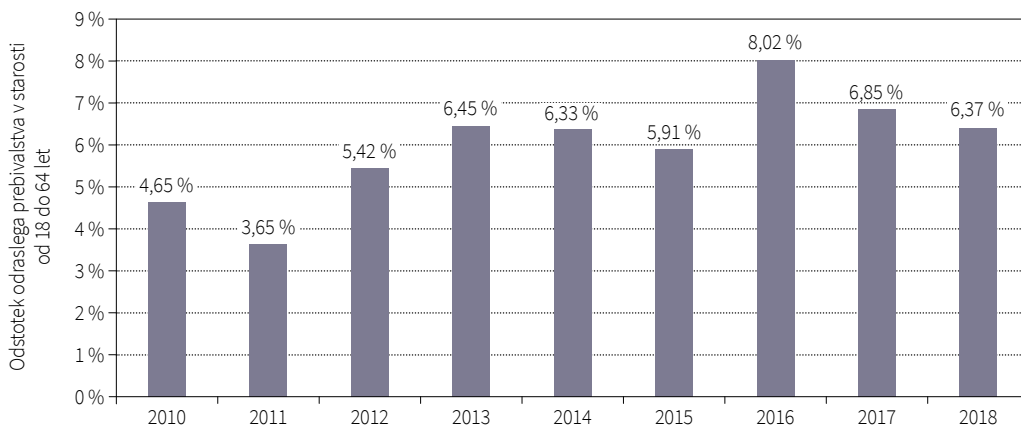


GEM Slovenija 2018, APS

V Sloveniji je indeks TEA pod evropskim povprečjem (7,5 %) in je v letu 2018 znašal 6,4 %. Glede na pretekli dve leti je upadel, kar je prikazano na *sliki 4.5*. V zadnjih devetih letih je bil najvišji v letu 2016 (8 %), v preteklem letu pa je padel na raven izpred petih ali šestih let. Upad zgodnje podjetniške aktivnosti je bil največji v letih gospodarske krize, v času gospodarske rasti pa je ponovno narasla.

Trenutne razmere na trgu kažejo, da je prav zaradi rasti na trgu povpraševanje po delovni sili tako veliko, da tudi posamezniki s podjetniškim potencialom raje izberejo zaposlitev, kot se podajo na lastno podjetniško pot, kar kažejo tudi nekatere druge raziskave na področju trga dela (na primer UMAR, 2018a).

Slika 4.5: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji v letih od 2010 do 2018



GEM Slovenija 2018, APS

Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v okviru raziskave GEM vsebuje dve fazi podjetniškega procesa (glej *sliko 4.1*). Prvo fazo predstavljajo nastajajoči podjetniki, drugo pa novi podjetniki. Podatki v *tabeli 4.2* kažejo, da je bilo razmerje med nastajajočimi in novimi podjetniki v Sloveniji zmeraj na strani nastajajočih podjetnikov, kar je tudi razumljivo, saj določen del nastajajočih podjetnikov nikoli ne realizira svojih podjetniških ambicij. Že zaradi tega je pomembno, da čim več potencialnih podjetnikov motiviramo, da začnejo razmišljati o podjetniški karieri, in jih potem opolnomočimo, da bi se podjetništva tudi dejansko lotili in uspeli. Razmerje med tema dvema fazama podjetniške aktivnosti izražamo z indeksom smrtnosti, ki je v Sloveniji relativno visok. Visok indeks smrtnosti tako pomeni, da je veliko posameznikov, ki so začeli s podjetniško aktivnostjo, to opustilo, še preden so stabilizirali svoje podjetje. Indeks smrtnosti je bil v Sloveniji v zadnjih osmih letih najvišji v letu 2016. V tem osemletnem obdobju pa se je v letu 2018 prvič zgodilo, da je bilo novih podjetnikov več kot nastajajočih. Tak podatek je še posebej spodbuden, saj so začetne faze najranjlivejše in največ posameznikov tudi opusti podjetniške aktivnosti prav v začetnih fazah. Velik prehod iz nastajajočih med nove podjetnike je pripisati tudi spodbudam podjetniškega ekosistema, ki v obliki finančnih in nefinančnih spodbud pomagajo podjetnikom do začetnega uspeha v poslu (na primer SPS, 2019; IRP, 2019).

Tabela 4.2: Razmerje med nastajajočimi in novimi podjetniki ter indeks smrtnosti v Sloveniji v letih od 2010 do 2018, GEM Slovenija 2018, APS

Leto	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Indeks smrtnosti
2011	1,91	1,75	1,09
2012	2,95	2,53	1,17
2013	3,58	2,87	1,25
2014	3,78	2,66	1,42
2015	3,22	2,79	1,15
2016	5,06	3,08	1,64
2017	4,02	2,96	1,36
2018	2,84	3,64	0,78

### 4.3 Motivacija za podjetništvo

Prepoznavanje in izkoriščanje poslovnih priložnosti je osnovni motiv posameznikov za odločanje za podjetništvo, vendar ni edini, saj se na podjetniško pot podajo tudi posamezniki, ki se tega lotijo, ker nimajo druge možnosti zaposlitve (Mickiewicz et al., 2017). Imenujemo jih podjetniki iz nujnosti. Raziskava GEM podrobneje proučuje tako podjetništvo iz priložnosti kot podjetništvo iz nuje, in sicer kot delež celotne zgodnje podjetniške aktivnosti in kot delež v odrasli populaciji. Obe vrsti podjetništva prikazujemo v tabeli 2 v prilogi 3.

Podjetniki v nizkodohodkovnih gospodarstvih so v večjem deležu motivirani z nujnostjo kot podjetniki v bogatejših gospodarstvih. Med gospodarstvi z nizkimi dohodki v povprečju 35 % podjetnikov pravi, da so začeli poslovati, ker niso imeli boljše alternative za delo (Bosma in Kelley, 2018), torej iz nuje. V teh gospodarstvih je običajno manj možnosti za zaposlitev, zato je podjetništvo pogosto edina možnost za pridobivanje prihodka. Delež podjetništva iz nuje se zmanjšuje z naraščanjem ravni gospodarskega razvoja. V gospodarstvih s srednjimi dohodki je delež podjetnikov iz nuje v povprečju 28-odstoten, v gospodarstvih z visokim dohodkom pa le še 18-odstoten.

Med podjetniki iz priložnosti sta prevladujoča motiva višji dohodek in večja neodvisnost. Tiste podjetnike, ki izkoriščajo priložnosti in želijo povečati prihodke in neodvisnost, imenujemo tudi *razvojno usmerjeni podjetniki* (ang. *improvement-driven opportunity entrepreneurs*). Primerjavo med temi podjetniki in tistimi, ki postanejo podjetniki iz nuje, prikazujemo z *motivacijskim indeksom* (ang. *motivational index*). V povprečju je med nastajajočimi in novimi podjetniki v nizkodohodkovnih gospodarstvih razvojno usmerjenih podjetnikov 37 %, v gospodarstvih s srednjim dohodkom 42 % in v gospodarstvih z visokim dohodkom 51 %. Podjetništvo iz priložnosti in iz nuje, razvojno usmerjeni podjetniki in motivacijski indeks v evropskih državah GEM so prikazani v tabeli 4.3. Največ podjetnikov iz nuje je v Rusiji (39,8 %) in na Hrvaškem (32,3 %), največ podjetnikov iz priložnosti pa v evropskih državah najdemo na Poljskem (90,9 %) in v Švici (87,1 %).

Tabela 4.3: Podjetništvo iz priložnosti in iz nuje, razvojno usmerjeni podjetniki in motivacijski indeks (v evropskih državah GEM), GEM Slovenija 2018, APS

Evropske države	TEA – nujnost (% TEA)	TEA – priložnost (% TEA)	Razvojno usmerjeni podjetniki (% TEA)	Motivacijski indeks
Avstrija	15,92	75,23	38,12	2,39
Bolgarija	28,55	68,12	27,47	0,96
Ciper	11,45	84,59	65,48	5,72
Francija	22,33	72,86	63,69	2,85
Grčija	15,56	81,30	47,41	3,05
Hrvaška	32,31	61,94	44,33	1,37
Irska	19,45	76,21	43,36	2,23
Italija	11,42	80,98	31,20	2,73
Luksemburg	11,99	80,23	55,72	4,65
Nemčija	16,69	69,84	52,82	3,16
Nizozemska	8,94	80,47	69,32	7,75
Poljska	8,35	90,93	55,13	6,60
Rusija	39,75	54,22	31,59	0,79
Slovaška	26,95	63,43	49,55	1,84
<b>Slovenija</b>	<b>24,15</b>	<b>69,62</b>	<b>47,33</b>	<b>1,96</b>
Španija	22,55	70,74	43,75	1,94
Švedska	9,30	73,41	40,91	4,40
Švica	7,41	87,08	67,77	9,15
Velika Britanija	12,89	84,16	48,21	3,74
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>18,21</i>	<i>75,02</i>	<i>48,59</i>	<i>3,54</i>

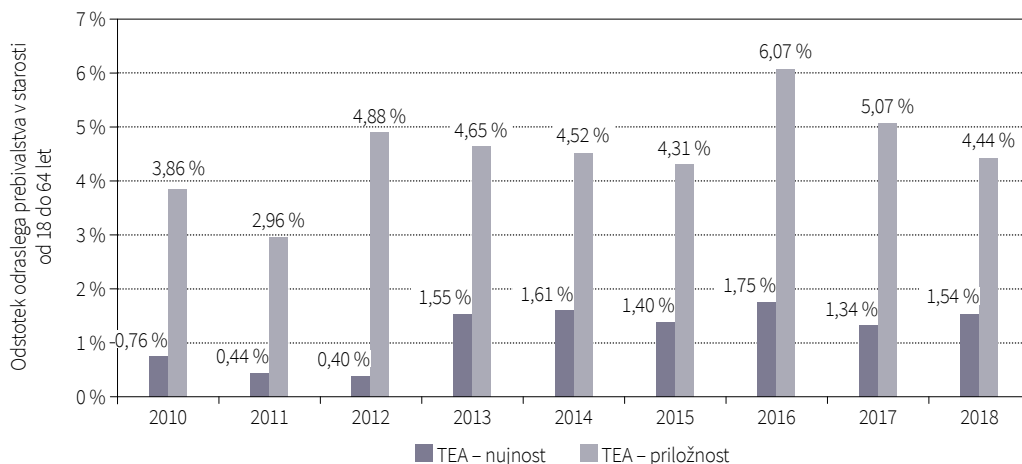
Slovenija je z izbranimi skupinami držav glede na motivacijo za podjetništvo prikazana v tabeli 4.4. V podjetniški aktivnosti iz priložnosti (TEA – priložnost v odrasli populaciji) se je Slovenija med 49 državami GEM uvrstila na 42. mesto. Primerjava podjetniške aktivnosti iz priložnosti z evropskimi državami GEM kaže, da je Slovenija na 13. mestu med 20 državami, primerjava z državami EU pa, da je na 14. mestu med 19 državami.

Tabela 4.4: Ključne značilnosti celotne zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti in zaradi nuje v odrasli populaciji, GEM Slovenija 2018, APS

	TEA - priložnost v odrasli populaciji	TEA - nujnost v odrasli populaciji
Slovenija	4,44 %	1,54 %
Najvišja vrednost	Angola 23,28 %	Angola 15,84 %
Najnižja vrednost	Rusija 3,01 %	Ciper in Poljska 0,44 %
Rang Slovenije med vsemi državami GEM	42/49	33/49
Rang Slovenije med visokodohodkovnimi državami GEM	27/31	15/31
Rang Slovenije med evropskimi državami GEM	14/19	7/19

Spremembe podjetništva iz priložnosti in iz nuje v času so prikazane na *sliki 4.6*. V Sloveniji je bilo največ zgodnje podjetniške aktivnosti iz priložnosti v letu 2016, najmanj pa v letu 2011. Največ zgodnje podjetniške aktivnosti iz nuje je bilo v letih 2016 in 2014. Toda ob tem je pomembno tudi razmerje med nujo in priložnostjo. To razmerje je bilo najboljše v letu 2012, ko je bilo na 100 podjetnikov iz priložnosti le 8 podjetnikov iz nuje, najslabše pa v letu 2014. Sledi leto 2018, ko je bilo na 100 podjetnikov iz priložnosti 35 podjetnikov iz nuje.

*Slika 4.6: Podjetništvo iz priložnosti in iz nuje kot odstotek odraslega prebivalstva v Sloveniji v letih od 2010 do 2018*



GEM Slovenija 2018, APS

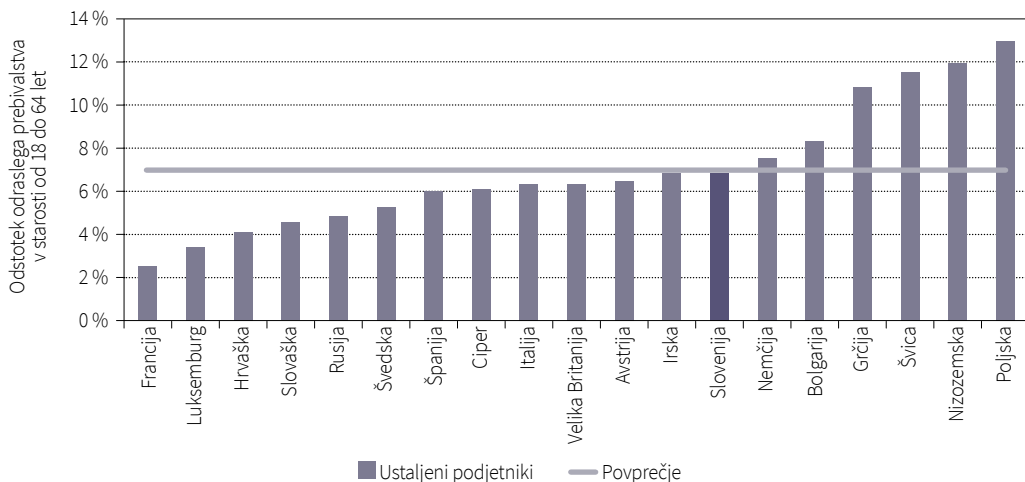
## 4.4 Ustaljeni podjetniki

V okviru raziskave GEM so ustaljeni podjetniki tisti, ki imajo podjetje več kot tri leta in pol. Razmerje med indeksom TEA in ustaljenimi podjetniki je pomembno z vidika zagotavljanja ravnotežja med začetki podjetniške aktivnosti in zrelem podjetništvom (Rigo in Kugler, 2018). Vsa začetna podjetniška prizadevanja ne preidejo v faze zrelosti, vendar pa ustaljena podjetja predstavljajo del gospodarstva, ki ima manjšo dinamiko kot začetne faze podjetniškega procesa, in so hkrati odjemalci novih, mikro podjetij (OECD, 2017).

Doseganje trajnosti poslovanja in rasti podjetij je zahtevno zaradi konkurenčnih ali tržnih razmer, pa tudi drugih dejavnikov, kot so birokracija, gospodarska ali politična stabilnost ali korupcija (Bosma in Kelley, 2018). V svetu zaznavamo različne deleže ustaljenih podjetnikov, ki so za vse sodelujoče države prikazani v *tabeli 2 v prilogi 3*. V vseh državah GEM je bilo v letu 2018 povprečno 8,36 % ustaljenih podjetnikov, v državah z visokim dohodkom pa 6,76 %. Za evropske države so značilne precejšnje razlike v stopnjah ustaljenega podjetništva, kar je prikazano na *sliki 4.7*, najmanjše so v Franciji (2,5 %) in Luksemburgu (3,4 %), največje pa na Poljskem (13 %) in Nizozemskem (12 %). V Sloveniji je ustaljenih podjetnikov 6,8 %, kar je pod evropskim povprečjem (7 %).



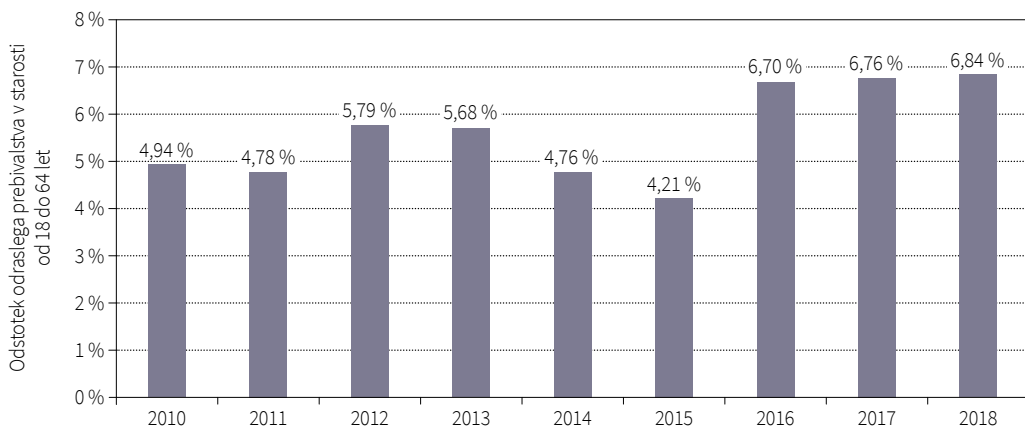
Slika 4.7: Odstotek ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2018, APS

Glavna ustaljena podjetja so eden osnovnih virov ekonomske rasti, ki igrajo odločilno vlogo zlasti na mednarodni trgu. Če so splošni nacionalni pogoji poslovanja urejeni in naravnani h konkurenčnosti, so ta podjetja lahko mednarodno uspešna, zmorejo širiti svoj posel, ustanavljati nove podjetje in lahko pripomorejo k rasti tako mikro in malih kot tudi novih podjetij (World Economic Forum, 2018). Njihov uspeh je torej odvisen tudi od splošne gospodarske situacije v državi. Pregled ustaljenih podjetnikov v letih od 2010 do 2018 v Sloveniji je prikazan na *sliki 4.8*. V Sloveniji je bilo najmanj ustaljenih podjetnikov v letih 2014 (4,8 %) in 2015 (4,2 %). V letu 2016 smo beležili velik porast ustaljenih podjetnikov (6,7 %), manjši porast je bil opazen tudi v letih 2017 in 2018. Ti podatki kažejo, da je začetne ustanovitvene faze preživelo več podjetij, ki so tudi prešla med ustaljena podjetja. V teh letih smo beležili tudi visoko gospodarsko rast, ki je najbrž pripomogla k njihovu uspehu na trgu in k trajnejšemu poslovanju.

Slika 4.8: Ustaljeni podjetniki kot odstotek odraslega prebivalstva v Sloveniji v letih od 2010 do 2018



GEM Slovenija 2018, APS

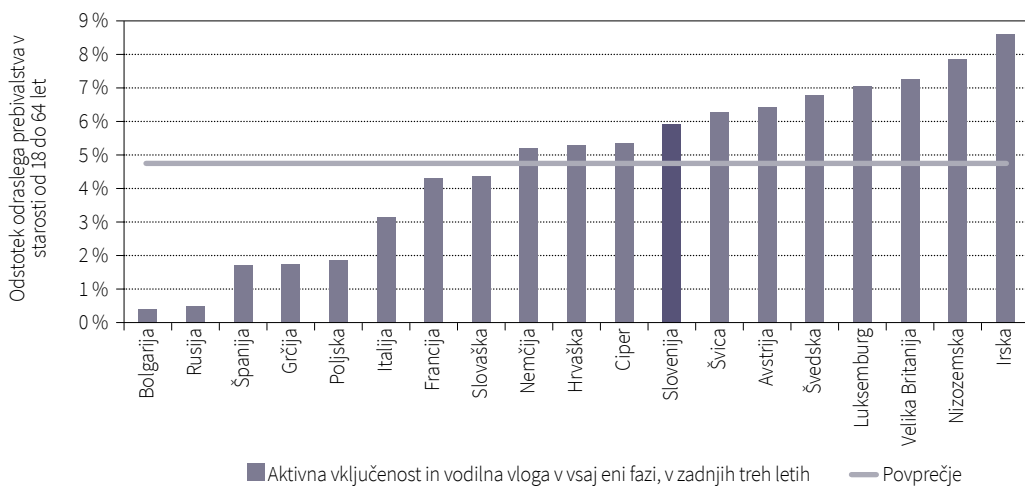
## 4.5 Podjetniška aktivnost zaposlenih

Čeprav podjetnike v splošnem pojmuemo kot posameznike, ki delujejo samostojno in zunaj obstoječih podjetij, pa morajo tudi ta podjetja ustvarjati nove vire rasti, da lahko dolgoročno preživijo (Bosma in Kelley, 2018). Velik del podjetniških zamisli z novimi iniciativami se uresničuje prav v velikih in srednje velikih podjetjih, kjer spodbujajo zaposlene, da predlagajo in implementirajo različne podjetniške aktivnosti ali razvijajo nove podjeme (Kuratko, Hornsby in Hayton, 2015; Bradač Hojnik, 2015). Torej mora tudi v teh podjetjih obstajati podjetništvo, ki ga raziskava GEM proučuje kot *podjetniško aktivnost zaposlenih*. Pri uresničevanju vseh notranjepodjetniških aktivnosti potrebujemo posameznika – notranjega podjetnika, ki te aktivnosti razvija, vodi in implementira v okviru obstoječega podjetja. V podjetjih je izziv identifikacija primernih posameznikov notranjih podjetnikov, pa tudi njihovo motiviranje in nagrajevanje. Raziskava GEM se osredotoča na individualno raven proučevanja notranjega podjetništva, to je na notranje podjetnike, ki jih proučuje od leta 2011. Podjetniška aktivnost zaposlenih v raziskavi GEM vključuje široko in ozko opredelitev (podrobna opredelitev kazalnikov je navedena v *prilogi 1*). Široka opredelitev pomeni vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost in vodilno vlogo v preteklih treh letih, ozka pa aktualno vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost in vodilno vlogo (Bosma et al., 2012). Podjetniška aktivnost zaposlenih je dodatno razdeljena na dve fazi, na fazo razvoja idej in fazo priprave in izkoriščanja izdelka ali storitve.

Podjetniško aktivni zaposleni so redek vir, saj jih je v povprečju v vseh državah GEM le 3,7 %. Največ podjetnih zaposlenih je sicer v visokodohodkovnih gospodarstvih, predvsem zato, ker so tam prisotna ustrezna ustaljena velika podjetja, ki nudijo dovolj zaposlitvenih možnosti. Taka podjetja se morajo obnašati podjetno, kar jim omogočajo prav podjetni zaposleni. Podjetniška aktivnost zaposlenih je najvišja prav v evropskih državah in znaša v povprečju 4,75 %, kar je prikazano na *sliki 4.9*. Največ podjetnih zaposlenih kot delež zaposlenih, ki imajo vodilno vlogo v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih, je na Irskem (8,6 %) in Nizozemskem (7,9 %), najmanj pa v Bolgariji in Rusiji (0,5 %). Slovenija ima med temi državami nadpovprečen delež podjetnih zaposlenih, kar 5,9 %.

Zanimiv je podatek, da najdemo celo višjo stopnjo podjetniške aktivnosti zaposlenih v primerjavi z zgodnjo podjetniško aktivnostjo, in sicer v Nemčiji (indeks TEA 5,0 %, podjetni zaposleni 5,2 %) in na Cipru (indeks TEA 3,9 %, podjetni zaposleni 5,4 %), na Švedskem pa sta stopnji enaki (6,8 %).

Slika 4.9: Podjetniška aktivnost zaposlenih kot odstotek odrasle populacije (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2018, APS

V Sloveniji se je raven podjetniške aktivnosti zaposlenih v preteklih letih precej spreminjala, kar je razvidno iz *tabele 4.5*. V preteklih letih je nihala, v letu 2017 pa je glede na leto 2016 ponovno nekoliko narasla. Po široki opredelitvi je bilo leta 2018 podjetnih zaposlenih 9,5 % od vseh zaposlenih oziroma 5,9 % odraslih prebivalcev. Če podjetne zaposlene opredelimo ožje, pa je bilo v istem letu 7,1 % zaposlenih oziroma 4,4 % odraslih prebivalcev. Največ podjetniške aktivnosti zaposlenih je bilo v Sloveniji v letih gospodarske krize, nato pa je začela počasi upadati.

Tabela 4.5: Podjetniška aktivnost zaposlenih v Sloveniji v letih od 2011 do 2018, GEM Slovenija 2018, APS

Leto	Široka opredelitev podjetnih zaposlenih		Ozka opredelitev podjetnih zaposlenih	
	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih (kot % odrasle populacije)	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih (kot % zaposlenih)	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v času raziskave (kot % odrasle populacije)	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v času raziskave (kot % zaposlenih)
2011	5,1	9,3	4,1	7,4
2012	5,9	10,5	4,9	8,7
2013	6,1	11,5	5,2	9,8
2014	4,7	8,6	3,8	6,9
2015	5,6	9,5	4,6	7,8
2016	4,7	8,0	4,3	7,3
2017	6,0	9,9	5,0	8,3
2018	5,9	9,5	4,4	7,1

## 4.6 Drugi tipi podjetništva

Ob podjetniški aktivnosti zaposlenih smo v okviru raziskave GEM v letu 2018 proučevali tudi družinsko podjetništvo ter gig ekonomijo in ekonomijo delitve. Družinska podjetja so prisotna v vseh skupnostih in predstavljajo tako uspešna majhna kot tudi velika globalno prisotna podjetja, vendar pa je malo informacij o tem, kako se v začetne faze podjetniškega procesa vključuje družina. Tokratna posebna tema družinskega podjetništva v okviru raziskave GEM nakazuje, v kolikšni meri se podjetniki v času ustanavljanja svojih podjetij zanašajo na družinske člane (Bosma in Kelley, 2018). V 47 gospodarstvih, ki so ocenjevala družinsko vpetost, skoraj vsak peti podjetnik ustanavlja podjetje, ki bo v lasti in/ali upravljanju družinskih članov. Najvišje stopnje družinskega podjetništva najdemo v Kolumbiji, Združenih arabskih emiratih in Urugvaju, kjer predstavlja več kot tretjino podjetniške aktivnosti. V Evropi in Severni Ameriki so stopnje družinskega podjetništva zmerne do visoke, saj v povprečju vsako peto novo podjetje začnejo podjetniki z družinskimi člani, kar kaže na pomembno vlogo družine v začetnih fazah podjetniškega procesa. Najvišje stopnje družinskega podjetništva v okviru zgodnje podjetniške aktivnosti najdemo v Kanadi in ZDA, najnižje pa na Poljskem in v Veliki Britaniji. O družinskem podjetništvu bo v okviru konzorcija GEM izšlo posebno poročilo.

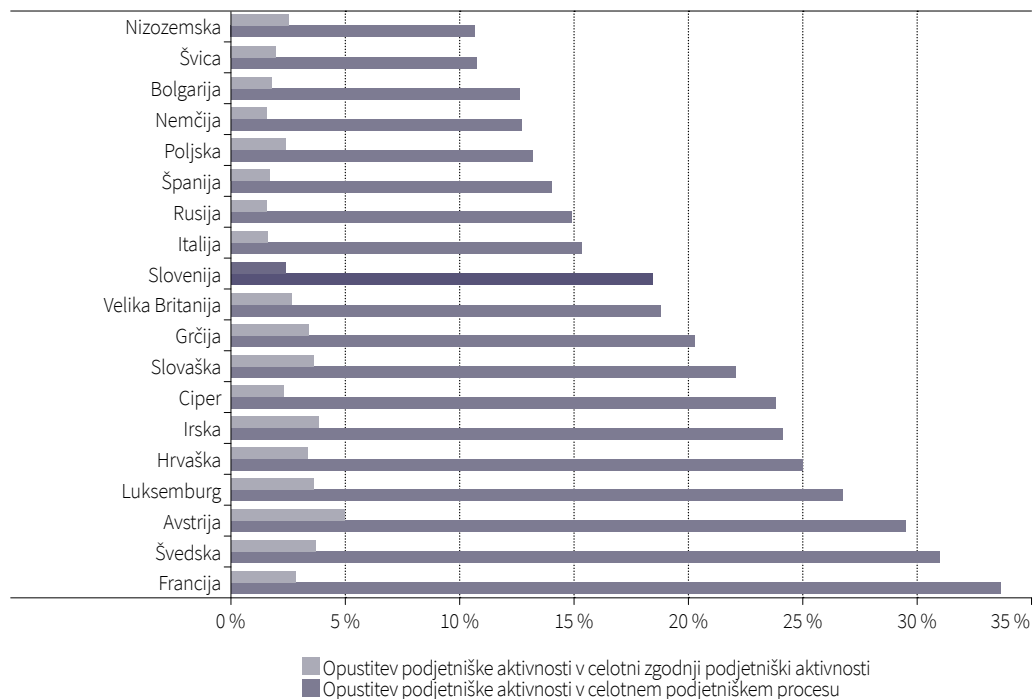
Druga posebna tema v okviru raziskave GEM 2018 je bila gig ekonomija in ekonomija delitve. Ta ekonomija se združuje v precej novo področje proučevanja v okviru ekonomije platform. Gig ekonomija se nanaša na pridobivanje posla (predvsem v obliki delnega ali kratkotrajnega dela) preko spleta ali na spletu, ki ga posamezniki najdejo na digitalnih platformah (Frenken in Schor, 2017). Digitalne platforme so spletne platforme (spletne strani ali aplikacije), ki omogočajo, da se ekonomska menjava opravi med posamezniki, za katere ni nujno, da se med seboj poznajo. Tipični primer so digitalne platforme za iskanje manjših občasnih del, kot so čiščenje, prevajanje, inštruiranje, pa tudi digitalne platforme, ki omogočajo dajanje v najem ali posojanje svojih dobrin, premoženja (na primer nepremičnin) ali dostop do storitev, kot so na primer označevanje slik ali oblikovanje spletnih strani. V raziskavi gig ekonomije je v letu 2018 sodelovalo 27 držav GEM. Med njimi je največ tovrstnih aktivnosti v Koreji in Izraelu, najmanj pa v Panami in Indoneziji. V Evropi je največ gig ekonomije in ekonomije delitve na Švedskem, najmanj pa na Poljskem. Slovenija se je uvrstila na 14. mesto med 27 državami. Tudi o gig ekonomiji in ekonomiji delitve bo v okviru konzorcija GEM izšlo posebno poročilo.

## 4.7 Prenehanje poslovanja

Podjetniki lahko prenehajo poslovati iz več razlogov, med katerimi je sicer najpogostejši razlog, da ne bodo mogli doseči ali ohraniti dobičkonosnosti ali pa jim bo zmanjkalo finančnih sredstev. Dolgoročno vzdržnost poslovanja lahko ovirajo tudi razmere v njihovem okolju, na primer pretirana birokracija. Po drugi strani pa poslovni izidi niso vedno razlog za prenehanje poslovanja (Bosma in Kelley, 2018). Podjetnik lahko proda podjetje, se upokoji ali pa preprosto odide iz podjetja, da bi začel delati nekaj drugega. V raziskavi GEM zato ugotavljajo prenehanje poslovanja v zadnjem letu in razloge za to odločitev. V nekaterih državah je podjetniška dinamika velika tako na začetku podjetniškega procesa, pri ustanavljanju podjetij, kot tudi pri prenehanju poslovanja. Med te države spadajo Tajska, Čile, Gvatemala in Libanon. Nasprotno pa je v veliko evropskih državah nizka stopnja prenehanja poslovanja, vendar so tudi stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti nizke. Na *sliki 4.10* je prikazana opustitev poslovanja v zadnjih 12 mesecih v evropskih državah. V začetnih fazah poslovanja v Evropi opusti poslovanje v povprečju 2,7 % podjetnikov. Največ podjetnikov v

začetnih fazah opusti poslovanje v Avstriji (5 %) in na Irskem (3,8 %), najmanj pa v Nemčiji in Rusiji (1,6 %). Če opazujemo celoten podjetniški proces, v vseh fazah skupaj največ podjetnikov opusti poslovanje v Franciji (33,6 %) in na Švedskem (30,9 %), najmanj pa na Nizozemskem (10,7 %) in v Švici (10,7 %); evropsko povprečje pri opustitvi poslovanja je 19,9 %.

Slika 4.10: Opustitev poslovanja v zadnjih 12 mesecih v celotnem podjetniškem procesu in v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2018, APS

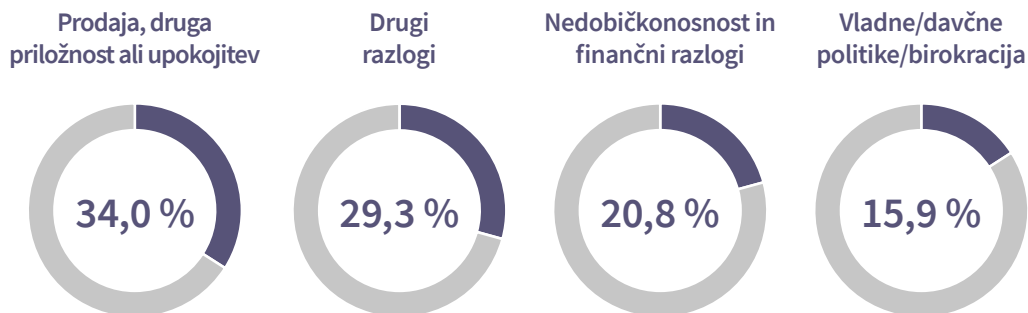
Ob deležu prenehanja poslovanja v raziskavi GEM proučujemo tudi razloge za to odločitev; za Slovenijo in izbrane skupine držav so prikazani v tabeli 4.6. V povprečju je v svetu najpogostejši razlog za prenehanje poslovanja nedobičkonosnost podjetja (31 %). V Sloveniji pa, nasprotno, prevladuje razlog pridobitev drugega dela ali druga poslovna priložnost (29,6 %), nedobičkonosnost je na drugem mestu (18,5 %), sledijo pa osebni razlogi (16,3 %) in vladne ali davčne politike in birokracija (15,9 %).

Tabela 4.6: Razlogi za prenehanje poslovanja po skupinah držav, GEM Slovenija 2018, APS

	Slovenija	GEM	Visoko-dohodkovne države	Evropske države
Podjetje ni bilo dobičkonosno	18,54 %	31,02 %	27,77 %	28,33 %
Drugo delo ali poslovna priložnost	29,59 %	10,42 %	11,44 %	12,16 %
Vladne/davčne politike/birokracija	15,92 %	6,79 %	8,67 %	9,12 %
Osebni razlogi	16,31 %	18,51 %	19,70 %	18,39 %
Finančni razlogi	2,22 %	14,10 %	11,05 %	11,46 %
Upokojitev	2,07 %	3,96 %	4,74 %	5,77 %
Opustitev je bila planirana vnaprej	4,34 %	3,85 %	4,55 %	4,64 %
Priložnost prodati podjetje	2,37 %	6,59 %	6,92 %	5,91 %
Neki nepričakovani dogodek	8,63 %	4,77 %	5,18 %	4,22 %

Posamezne razloge za prenehanje poslovanja smo združili v štiri skupine; za Slovenijo so prikazani na *sliki 4.11*. Najpogostejšo skupino razlogov v Sloveniji predstavljajo prodaja podjetja, izkoriščanje druge priložnosti ali upokojitev (34 %). Sledijo jim drugi razlogi, ki so: osebni razlogi podjetnikov, nepričakovani dogodki in planiranje prenehanja (29,3 %). Na tretjem mestu so nedobičkonosnost podjetja in drugi finančni razlogi (20,8 %), na zadnjem pa so vladne ali davčne politike in birokracija (15,9 %).

Slika 4.11: Glavne skupine razlogov za prenehanje poslovanja v Sloveniji



GEM Slovenija 2018, APS

# Demografske značilnosti slovenskega podjetništva

# 5

## Ključna spoznanja:

- V letu 2018 smo v Sloveniji zaznali izrazit padec podjetniške aktivnosti najmlajše starostne skupine (od 18 do 24 let), ki upada že tretje leto zapovrstjo (s 17,49 % v letu 2016 na zgolj 5,18 % v letu 2018). Takšen rezultat pripisujemo visoki gospodarski rasti, ki mladim omogoča alternativne zaposlitvene možnosti.
- Pozitiven je premik v smeri večanja deleža višje izobraženih zgodnjih podjetnikov tako med mladimi (z 51,11 % na 61,20 %) kakor tudi v starejši starostni skupini (z 51,04 % na 53,30 %).
- Podrobnejši vpogled v podatke o zgodnji podjetniški aktivnosti po proučevanih starostnih skupinah med spoloma kaže, da je med moškimi izrazito odstopala starostna skupina mladih od 25. do 34. leta, ki je kar za trikratnik presegla zastopanost preostalih starostnih skupin. To pomeni, da so v Sloveniji k zgodnji podjetniški aktivnosti (indeks TEA) v letu 2018 največ prispevali mladi moški.
- Slovenija se je v letu 2018 med 49 državami raziskave GEM po zastopanosti zgodaj podjetniško aktivnih žensk v celotni populaciji uvrstila na predzadnje mesto. V primerjavi z letom 2017 se je poslabšalo tudi razmerje zastopanosti spolov. V Sloveniji smo v letu 2018 na vsakih 10 podjetnikov imeli v populaciji 4,3 podjetnice (v letu 2017 jih je bilo 4,6).
- Čeravno smo v preteklih letih izkazovali več podjetniške aktivnosti med najpremožnejšimi, se zaradi krepitve gospodarske rasti podjetniška dejavnost seli tudi med prebivalstvo z nižjih dohodkovnih ravni.

Pregled demografskih značilnosti nam ponuja podrobnejšo predstavitev podjetniškega udejstvovanja različnih podskupin prebivalstva. V nadaljevanju natančneje opisujemo izvajanje podjetniških aktivnosti po različnih starostnih skupinah, med katerimi nas zanima zlasti kategorija najmlajših potencialnih, zgodnjih in ustaljenih podjetnikov. Zaradi fenomena staranja prebivalstva je za proučevanje vse zanimivejša tudi najstarejša starostna skupina, tako imenovani podjetniki seniorji. Posebno pozornost namenjamo tudi razlikam v podjetniški aktivnosti med spoloma, pri čemer Slovenija že vrsto let beleži majhno zastopanost žensk med vsemi skupinami proučevanih podjetnikov. V poglavju podajamo tudi podrobnejši prikaz izobrazbene in dohodkovne strukture zgodnjih in ustaljenih podjetnikov v Sloveniji. Podjetništvo ima mnogo obrazov in je različno privlačna karierna izbira za posameznike v različnih življenjskih in družbeno-socialnih okoliščinah. Podrobnejši prikaz stanja po demografskih značilnostih slovenskega podjetništva, kot ga podajamo v raziskavi GEM, zato predstavlja dobro podlago za oblikovanje politik, ukrepov in programov, prilagojenih specifičnim potrebam raznolikih ciljnih skupin (mladim, ženskam, seniorjem ipd.)

## 5.1 Starost

Pregled podjetniške aktivnosti po starostnih skupinah je ključen z vidika identifikacije potencialno najaktivnejše starostne skupine in ugotavljanja neizkoriščenosti tistih starostnih skupin, ki so zastopane v manjši meri. V zgodnji podjetniški aktivnosti v večini gospodarstev prevladuje starostna skupina posameznikov, starih od 25 do 34 let ali od 35 do 44 let. V teh dveh starostnih skupinah so si posamezniki najverjetneje že pridobili zeleno izobrazbo in nekaj delovnih izkušenj, kar jim predstavlja dobro osnovo za prepoznavanje potencialno obetavnih podjetniških priložnosti. Hkrati je to starostno obdobje še vedno toliko zgodnje v življenju posameznika, da v primeru neuspeha pušča obilo možnosti alternativnih načinov ustvarjanja dohodka. Izpostaviti velja, da nekatere države vendarle izkazujejo nekoliko drugačno starostno porazdelitev. Tako je na primer v Braziliji, Kanadi, na Slovaškem, Švedskem in v Grčiji izrazito podjetniško najaktivnejša najmlajša starostna skupina (tj. od 18 do 24 let), ki ji sledi strm upad zgodnje podjetniške aktivnosti v naslednjih letih (Bosma in Kelley, 2018). Razlogov za takšno stanje je več. Lahko, da je v teh gospodarstvih okolje naklonjeno in spodbuja mlade k podjetniškemu udejstvovanju, res pa je tudi, da lahko v tem obdobju izgubijo najmanj, ker so šele na začetku kariere. Lahko tudi, da s podjetništvom začenejo že med šolanjem/študijem ali pa to zanje predstavlja alternativo študiju. Ponekod je lahko podjetništvo boljša alternativa trenutno razpoložljivim delovnim mestom ali njihovem primanjkljaju, lahko pa je takšno stanje tudi odraz demografske strukture prebivalstva v neki državi.

Tabela 5.1: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2018, APS

Starost podjetnikov	Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov*			
	Slovenija	GEM	visokodohodkovna gospodarstva	evropske države
18–24 let	5,18	15,81	13,13	11,93
25–34 let	41,41	31,45	30,82	31,28
35–44 let	23,59	24,88	25,45	25,06
45–54 let	19,67	18,29	20,00	20,55
55–64 let	10,15	9,57	10,60	11,17

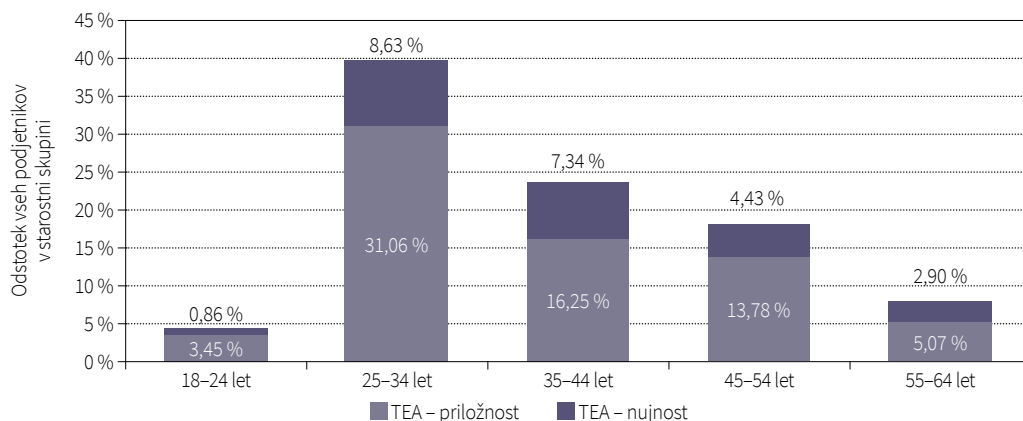
\*Izračunana so netehtana povprečja.



V tabeli 5.1 prikazujemo zgodnjo podjetniško aktivnost po starostnih skupinah za Slovenijo v primerjavi s tremi skupinami proučevanih držav (vse države GEM, visokodohodkovne države in evropske države). V Sloveniji je izrazito najaktivnejša starostna skupina od 25 do 34 let, katere delež znaša kar 41,41 %. Zaskrbljujoč je izrazit padec najmlajše starostne skupine v Sloveniji, ki upada že tretje leto zapovrstjo (s 17,49 % v letu 2016 na zgolj 5,18 % v letu 2018) in katere delež je zdrsnil daleč pod povprečje vseh treh proučevanih skupin držav. Ti dve starostni skupini (od 25 do 34 let in od 18 do 24 let) izkazuje tudi največje odstopanje v primerjavi z drugimi, če primerjamo Slovenijo in proučevane tri skupine držav. Gre za vprašanje, ali Slovenija izgublja potencial najmlajših ali pa je zabeležen padec preprosto posledica alternativnih zaposlitvenih možnosti, ki so bile na voljo mladim zaradi lanskoletne konjunkturo in visoke gospodarske rasti. Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje je v poslovnem načrtu za leto 2018 predvidel 18.050 zaposlitev mladih do 29 let (ZRSZ, 2018).

Prav nasprotno v Sloveniji že tretje leto zapovrstjo beležimo porast deleža najstarejše starostne skupine zgodnjih podjetnikov. Njihov delež se je z zgolj 5,45 % v letu 2016 povečal v dveh letih za skoraj dvakratnik in je v letu 2018 znašal 10,15 %, kar je primerljivo s proučevanimi skupinami držav. To spreminjanje je delno posledica starajočega se prebivalstva v Sloveniji. Pričakovano trajanje življenja se podaljšuje, delež starejših narašča, število rojstev stagnira, število neto priselitev pa je razmeroma majhno. Delni razlog je lahko tudi v neugodni pokojninski zakonodaji, ki ob upokojitvi posameznikom močno zniža življenjski standard. Vsi ti razlogi vplivajo na zmanjševanje ponudbe delovne sile, kar lahko v prihodnosti postane omejitveni dejavnik za gospodarski razvoj (UMAR, 2018b). Prav zato je spodbujanje podjetniškega udejstvovanja starejših, ki imajo številne prednosti v smislu znanj, veščin, izkušenj, mrež in povezav, finančnega zaledja in kredibilnosti, še kako pomembno za reševanje demografskih izzivov, ki so pred nami.

Slika 5.1: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in zaradi nuje po starostnih razredih



GEM Slovenija 2018, APS

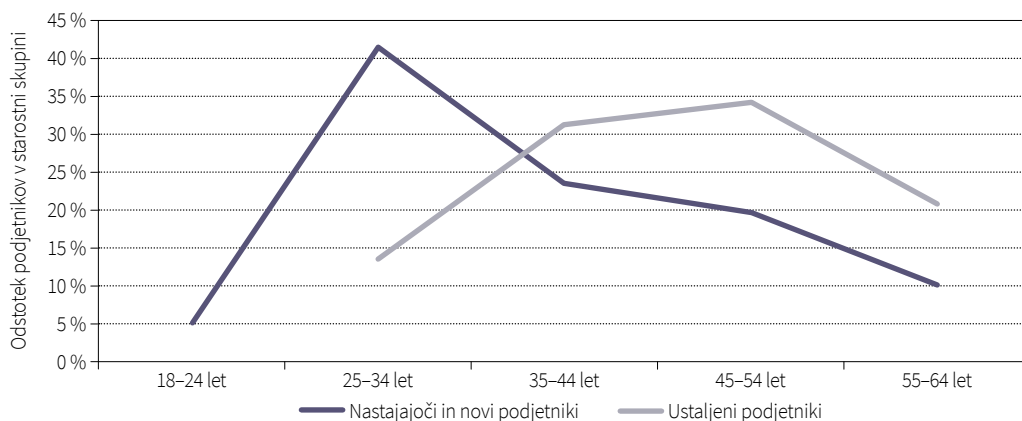
Z vidika kakovosti podjetniške aktivnosti nas še zlasti zanima razmerje med dvema najpogostejšima motivoma podjetniškega udejstvovanja, to sta podjetništvo iz nuje in zaradi zaznane podjetniške priložnosti. Podatki na sliki 5.1<sup>1</sup> se pri seštevku »TEA – nujnost« in »TEA – priložnost« za posamezno

<sup>1</sup> Na sliki 5.1 se pri seštevku »TEA – nujnost« in »TEA – priložnost« za posamezno starostno skupino pojavi razhajanje v primerjavi s podatki v tabeli 5.1. Nekateri zgodnji podjetniki se namreč niso mogli odločiti za en sam motiv, zato so na sliki 5.1 izključeni iz prikaza (gre za skupno razliko 6,23 %).

starostno skupino pojavi razhajanje v primerjavi s podatki v *tabeli 5.1*. Nekateri zgodnji podjetniki se namreč niso mogli odločiti za en sam motiv, zato so na *sliki 5.1* izključeni iz prikaza (gre za skupno razliko 6,23 %). kažejo, da je v vseh starostnih skupinah zaznana priložnost prevladujoč motiv za podjetniški angažma. Pozitivno je tudi dejstvo, da je najmanj podjetništva iz nuje med najmlajšimi, kar je sicer razumljivo, saj v tej starostni dobi številnim mladim še ni treba kriti vseh svojih življenjskih stroškov. Primerjava z letom 2017 pa je nekoliko manj ugodna, saj se je v najaktivnejših treh starostnih skupinah, pri katerih smo sicer zabeležili porast podjetniške aktivnosti, ta realizirala tudi s povečanjem deleža podjetništva iz nuje.

Primerjava starostne strukture zgodnjih in ustaljenih podjetnikov nakazuje na precejšnja odstopanja (*slika 5.2*). Najaktivnejša starostna skupina med ustaljenimi podjetniki je skupina med 45. in 55. letom starosti (34,16%). Ta delež je zelo blizu povprečja evropskih držav (33,10% – *tabela 5.2*) in je pričakovan, saj gre za izkušene, že dalj časa podjetniško aktivne posameznike, ki so s svojim dosedanjim delom akumulirali zadostna znanja, vire in povezave za uspešno podjetniško udejstvovanje. Zanimivo pa je, da v letu 2018 v Sloveniji prvič nismo identificirali ustaljenih podjetnikov v skupini najmlajših. Da je njihov delež zelo majhen tudi sicer, dokazujejo podatki za obdobje 2012–2016, ko smo v povprečju v Evropski uniji beležili le 1,8 % mladih uveljavljenih lastnikov podjetij (OECD/European Union, 2017). Ob padanju zgodnje podjetniške aktivnosti najmlajše starostne skupine ta podatek nakazuje, da je verjetno zelo nizka tudi njihova preživetvena stopnja v prvih letih po ustanovitvi podjetja. V najmlajši starostni skupini namreč nismo identificirali posameznikov, ki bi imeli podjetja stara več kot tri leta in pol. Če torej želimo mlade spodbuditi k ustanavljanju podjetij, jih moramo v naslednjih korakih njihovega podjetniškega angažmaja tudi ustrezno podpreti, da ne bo ostalo zgolj pri podjetniških poskusih, pač pa bodo prerasli v uspešne podjetniške zgodbe.

*Slika 5.2: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost*



GEM Slovenija 2018, APS

V nadaljevanju v *tabeli 5.2* prikazujemo distribucijo ustaljene podjetniške aktivnosti po starostnih skupinah v Sloveniji primerjalno s proučevanimi skupinami držav. Primerjava kaže na relativno usklajenost. Ob že omenjeni odsotnosti najmlajše starostne skupine velja izpostaviti nekoliko večji delež podjetnikov, starih od 35 do 44 let, v Sloveniji (31,25 %) v primerjavi s proučevanimi skupinami držav, kjer je njihov delež približno 25-odstoten.

Tabela 5.2: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2018, APS

Starost podjetnikov	Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov*			
	Slovenija	GEM	visokodohodkovna gospodarstva	evropske države
18–24 let	/	6,04	5,02	3,28
25–34 let	13,67	17,84	14,84	14,13
35–44 let	31,25	26,13	25,10	25,37
45–54 let	34,16	29,70	31,94	33,10
55–64 let	20,92	21,16	24,07	24,12

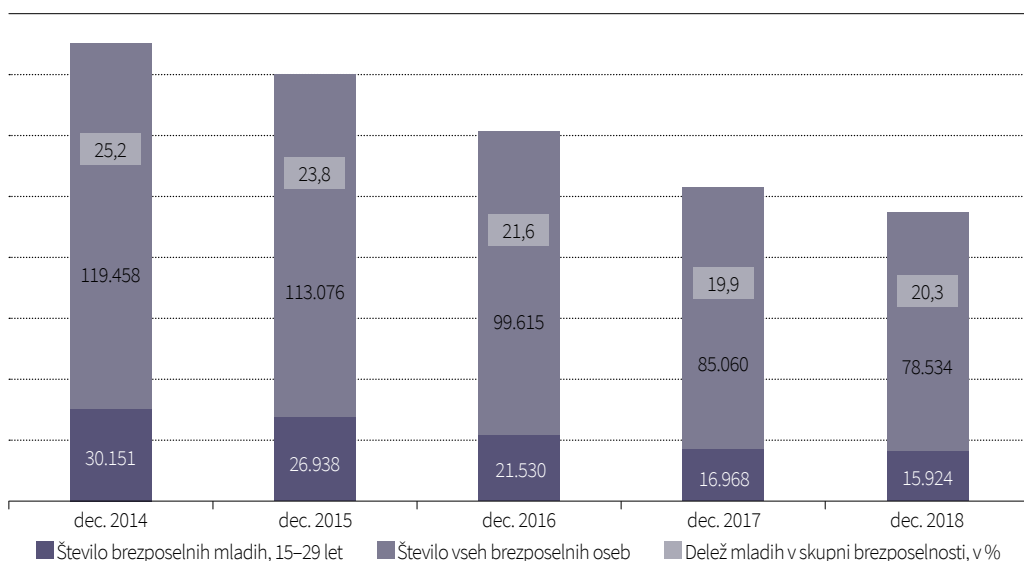
\*Izračunana so netehtana povprečja.

V najstarejši starostni skupini je v Sloveniji v primerjavi z letom 2017 zaznati precejšen porast ustaljenih podjetnikov (s 14,37 % na 20,92 %). Gre za posebno skupino podjetnikov, ki zaradi svoje starosti stojijo pred pomembnimi izzivi prenosa svojih podjetij. Zadnji podatki raziskave Slovenskega podjetniškega observatorija (Močnik et al., 2019) opozarjajo, da je v Sloveniji mogoče zaznati veliko primerov neustrezne in nepravočasne priprave na prenos podjetja v primerjavi z drugimi evropskimi državami. Nacionalni izvedenci menijo, da še vedno več pozornosti namenjamo ustanovitvam podjetij kot pa prenosom obstoječih podjetij. Analiza podpornih storitev za prenos poslovanja kaže, da je ta še vedno skromna in obstaja pretežno v obliki seminarjev, delavnic in svetovalnih storitev, pri tem pa se pogosto omejuje na podporo družinskim podjetjem. Ugotovitev omenjene študije je, da ostajajo v Sloveniji številna področja, zlasti finančna, davčna in pravna, na katerih so še možne izboljšave oziroma na katerih se pojavljajo ovire, da bi v večji meri izkoristili potencial, ki ga predstavljajo uveljavljena ustaljena podjetja.

## 5.2 Podjetništvo in mladi

Podjetniška aktivnost mladih je ena izmed alternativ za njihov vstop na trg dela. Seveda je v močni korelaciji z makroekonomskimi dogajanjem v družbi, zato si najprej pogledimo stanje mladih na trgu delovne sile skozi prizmo registrirane brezposelnosti (slika 5.3). Participacija mlajših na trgu dela se je v zadnjih letih povečala, na kar poleg večje gospodarske aktivnosti vplivajo tudi demografska gibanja in ukrepi. Zlasti mladi so bili tisti, ki jih je kriza nadpovprečno prizadela, na kar je poleg splošno majhnega povpraševanja po delu vplivala njihova velika izpostavljenost začasnim oblikam zaposlitve (delo za določen čas in študentsko delo). Od leta 2013 se delovna aktivnost mladih povečuje. Po ocenah UMAR-ja je vzrok za to predvsem povečan obseg študentskega dela in velike naravnosti aktivne politike zaposlovanja k mladim (na primer shema jamstva za mlade). Seveda pa ne gre spregledati tudi demografskih dejavnikov, ki kažejo, da se število mladih že dlje časa zmanjšuje. Mladi so sicer v Sloveniji nadpovprečno vključeni v srednješolsko in terciarno izobraževanje, posledično pa je delež tistih, ki niso niti zaposleni niti niso vključeni v izobraževanje, relativno majhen (UMAR, 2018).

Slika 5.3: Število in delež mladih v registrirani brezposelnosti

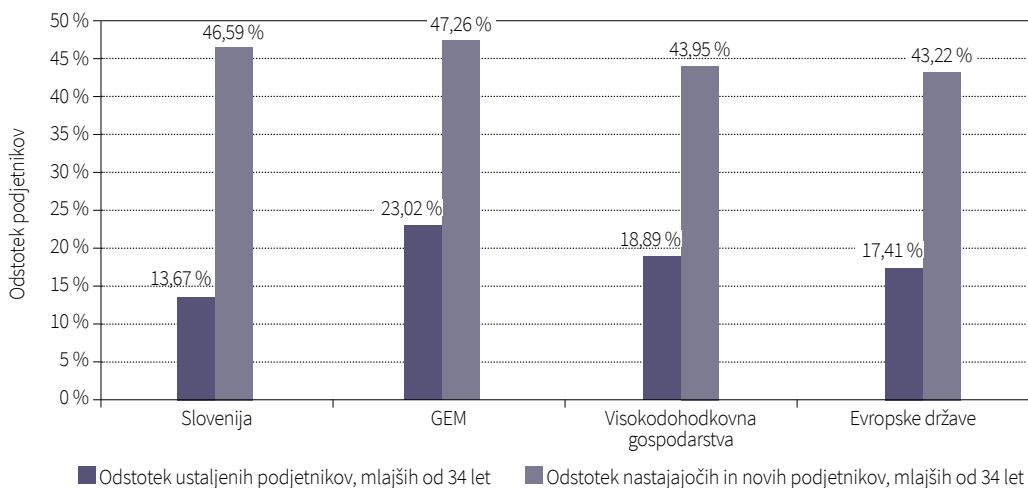


Vir: ZRSZ, 2019.

Za nadaljnjo analizo podjetniške aktivnosti mladih smo mlade definirali z združitvijo dveh doslej proučevanih starostnih skupin. Tako kot mlade obravnavamo posameznike do dopolnjenega 34. leta starosti. Na *sliki 5.4* prikazujemo podjetniško aktivnost zgodnjih in ustaljenih mladih podjetnikov za Slovenijo in proučevane skupine držav. Podobno kot smo ugotavljali že v prejšnjem poglavju, Slovenija odstopa po deležu ustaljenih mladih podjetnikov. Teh imamo precej manj (13,67 %) v primerjavi s proučevanimi gospodarstvi GEM. Vrzel pa je nekoliko manjša (3,74 %), ko se primerjamo z evropskim povprečjem. Zgodnja podjetniška aktivnost mladih kaže precej bolj usklajeno sliko. Tukaj je Slovenija s 46,59-odstotno vključenostjo mladih celo v nekoliko boljšem položaju, kot to velja za evropska (43,22 %) in tudi visokodohodkovna gospodarstva (43,95 %).

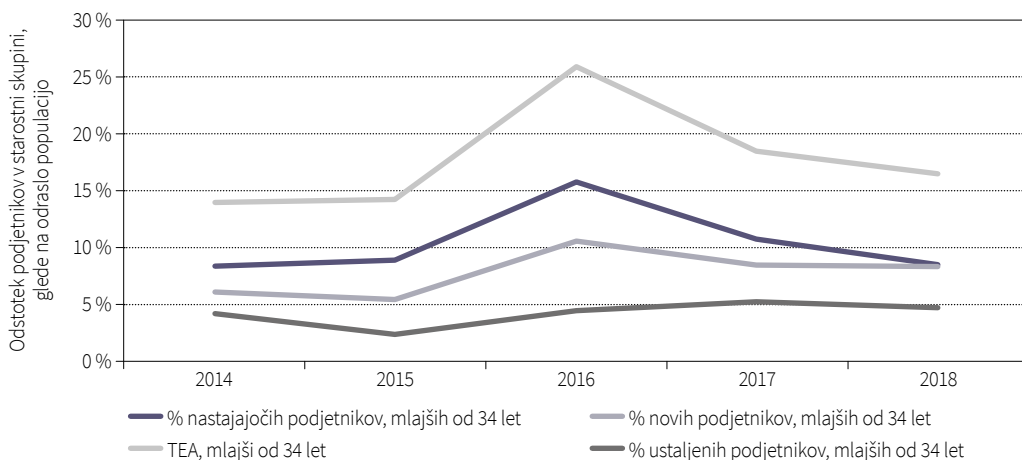
Prikaz petletnega gibanja podjetniške aktivnosti mladih skozi tri faze življenjskega cikla (nastajajoči, novi in ustaljeni podjetniki) nakazuje na zelo veliko zmanjševanje deleža nastajajočih podjetnikov. Takšno dogajanje smo sicer predvideli že lani, ko smo napovedovali dvig zaposlitvenih možnosti skoraj v vseh dejavnostih, predvsem pa v zasebnem sektorju in kot posledico sprostitev omejitev zaposlovanja tudi v državnem sektorju (ZRSZ, 2017). Z vidika prihodnje podjetniške aktivnosti je ta trend seveda zaskrbljujoč, saj gre za prvo fazo v podjetniškem procesu, ki bo imela najmočnejši vpliv na celotno podjetniško aktivnost v prihodnjih letih. Ta padec se že zrcali tudi v podatkih za leto 2018, ko v skupini ustaljenih podjetnikov nismo identificirali nikogar iz najmlajše starostne skupine (od 18 do 24 let). Najzgodnejše faze podjetniške aktivnosti so tudi najranljivejše, zato je treba razmisliti o dveh smereh ukrepanja: kako na eni strani stimulirati čim več mladih, da se podajo na samostojno podjetniško pot, in kako na drugi strani zagotoviti ustrezno podporno okolje s programi ukrepov, da bo njihova stopnja preživetja čim višja. Za primerjavo naj povemo, da so bili v obdobju 2012–2016 med evropskimi državami mladi nastajajoči podjetniki najaktivnejši v Latviji (12,4 %) in Estoniji (13,3 %), najmanj aktivni v prvih korakih procesa ustanavljanja podjetij pa so bili mladi v Španiji (2,4 %) (OECD/European Union, 2017).

Slika 5.4: Odstotek nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let



GEM Slovenija 2018, APS

Slika 5.5: Podjetniška aktivnost nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let

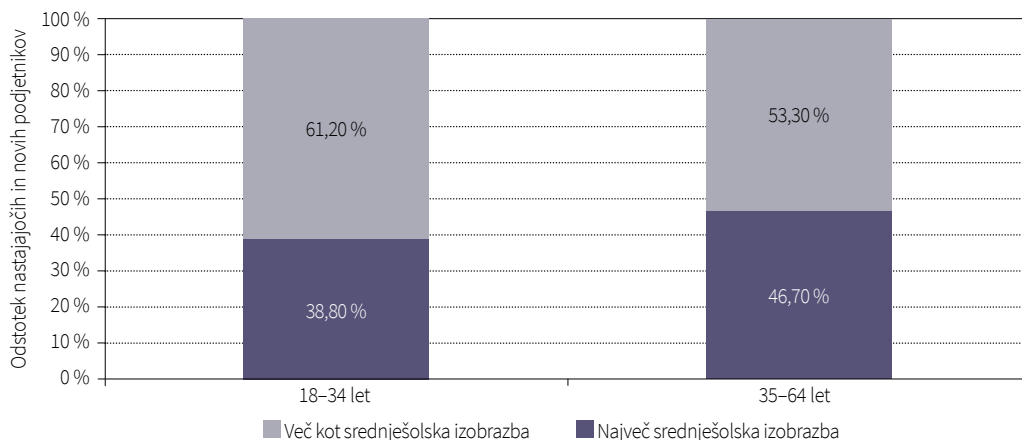


GEM Slovenija 2018, APS

V Sloveniji se število mladih, vpisanih v srednješolsko izobraževanje, zmanjšuje, kar zmanjšuje razpoložljivost bodočega človeškega kapitala. Njihovo število se je zaradi demografskih razlogov v obdobju 2006/2007–2016/2017 zmanjšalo za približno četrtno, kar je zmanjšalo potencialno število mladih za vpis v terciarno izobraževanje in vstop na trg dela (UMAR, 2018). Kljub tem negativnim trendom se delež odraslih (od 25 do 64 let) s terciarno izobrazbo povečuje in je enak povprečju EU. Rast deleža je povezana z dolgoletno veliko vključenostjo mladih v terciarno izobraževanje. Z vidika kakovostne podjetniške aktivnosti so taka gibanja, ki jih pričakujemo tudi v prihodnje, seveda ugodna z vidika povečevanja človeškega kapitala države in spodbujanja

inovacijske dejavnosti. Tako smo v letu 2018 tudi v raziskavi GEM zaznali pozitiven premik v smeri večanja deleža višje izobraženih zgodnjih podjetnikov tako med mladimi (z 51,11 % na 61,20 %) kakor tudi v starejši starostni skupini (z 51,04 % na 53,30 %).

Slika 5.6: Izobrazbena raven nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih skupinah od 18 do 34 let in od 35 do 64 let



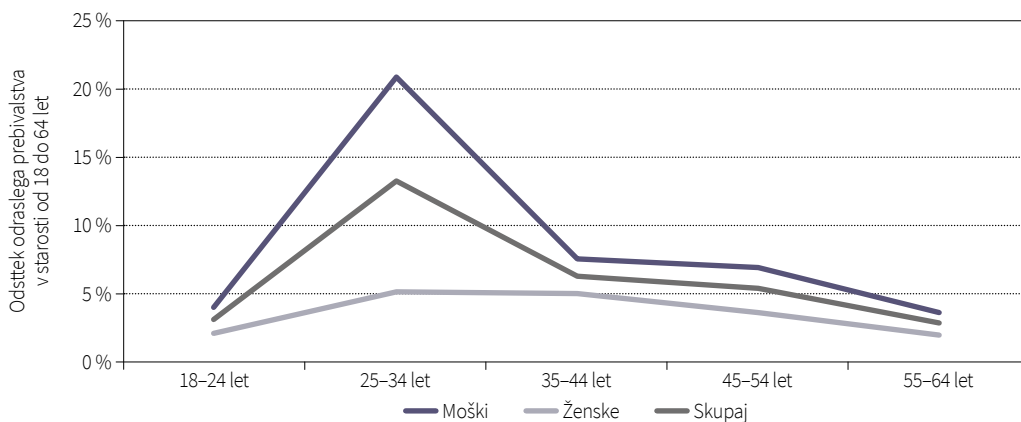
GEM Slovenija 2018, APS

## 5.3 Spol

Med globalnimi regijami obstaja precejšnja raznolikost med vključenostjo spolov v podjetniško aktivnost. V tem smislu odražata precej več enakosti Vzhodna in Južna Azija ter Latinska Amerika. Med 49 proučevanimi državami je bilo v letu 2018 šest takšnih, v katerih so bile ženske prav toliko zgodaj podjetniško aktivne kot moški (Indonezija, Tajski, Panama, Katar, Madagaskar in Angola). Evropa in Severna Amerika pa se soočata z nižjo ravno enakosti med spoloma. V šestih državah, med katerimi se je na vrh uvrstila prav Slovenija, se ženske v primerjavi z moškimi v več kot pol manjši meri lotevajo podjetništva. Te države so še Grčija, Švedska, Švica, Velika Britanija in Turčija. Zanimiv je tudi podatek, da v prav nobeni državi iz teh dveh regij ne zasledimo enakosti med spoloma v smislu njihovega podjetniškega angažmaja (Bosma in Kelley, 2018).

Podrobnejši vpogled v podatke za Slovenijo v letu 2018 kaže na kar nekaj odstopanja v zgodnji podjetniški aktivnosti med spoloma po proučevanih starostnih skupinah. Med moškimi je izrazito odstopala starostna skupina mladih od 25. do 34. leta, ki je kar za trikratnik preseгла zastopanost preostalih starostnih skupin. Med ženskami je zastopanost po starostnih skupinah bolj usklajena. Najaktivnejše so bile zgodnje podjetnice, stare od 25 do 34 let in od 35 do 44 let. Lanskoletni rezultati torej nakazujejo, da so v Sloveniji k zgodnji podjetniški aktivnosti (indeks TEA) v največji meri prispevali mladi moški. Pomemben dodatni vpogled v podjetniško udejstvovanje po starostnih skupinah bi kazalo pridobiti pri evalvaciji programov podpornega okolja. Če bi tudi ta nakazovala slabo vključenost žensk v programe, to pomeni, da univerzalen pristop ni ustrezen, saj – kot kaže – intenzivneje nagovarja moški del populacije. Za intenzivnejše vključevanje žensk v podjetniško aktivnost so torej nujni njim namenjeni in prilagojeni programi za ta namen.

Slika 5.7: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol



GEM Slovenija 2018, APS

Primerjava zgodnje podjetniške aktivnosti žensk med Slovenijo in proučevanimi skupinami držav je prikazana v tabeli 5.3. V opazovanem obdobju 2014–2018 je zastopanost žensk v Sloveniji v precejšnji meri zaostala za primerjanimi skupinami držav. Slovenija se je v letu 2018 med 49 državami, vključenimi v raziskavo GEM, po zastopanosti zgodaj podjetniško aktivnih žensk v celotni populaciji uvrstila na predzadnje mesto. Najmanjšo zastopanost podjetnic v odrasli populaciji je zabeležila Nemčija. Glede zastopanosti moških je rezultat nekoliko boljši, saj si Slovenci z Grki delijo 37. mesto. Države z največjo zastopanostjo žensk zasledimo, zanimivo, med predstavnicami tako nizko- in srednje- kot visokodohodkovnih gospodarstev. Tako je največ zgodnje podjetniške aktivnosti evidentirane v Angoli, Gvatemali in Čilu. Samo v treh gospodarstvih pa nove in nastajajoče podjetnice presegajo raven podjetnikov: na Madagaskarju, v Indoneziji in Panami. Podatki o deležu zgodnje podjetniške aktivnosti žensk in moških so za 49 držav GEM prikazane v prilogi 3, v tabeli 3.

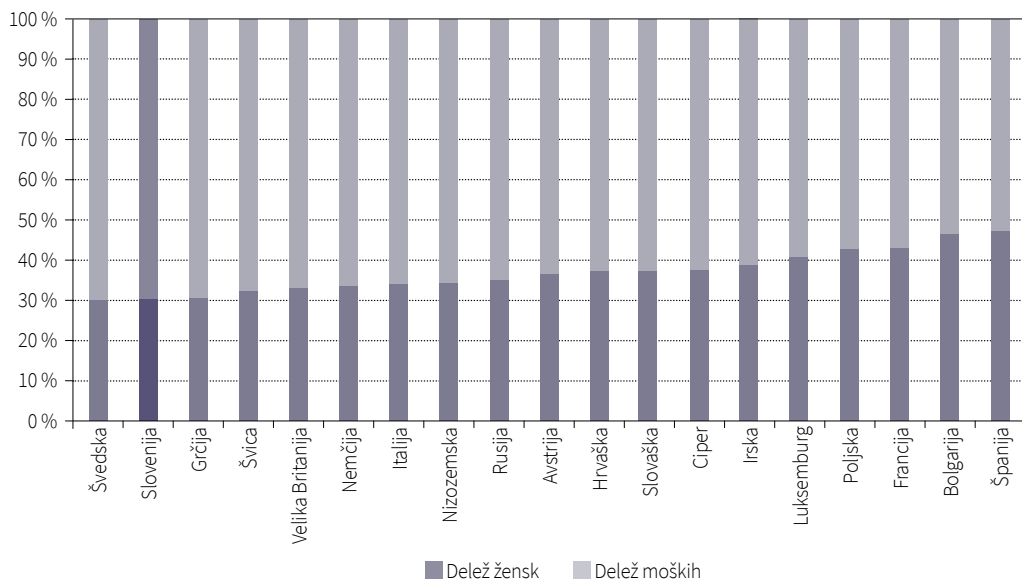
Tabela 5.3: Odstotek nastajajočih in novih podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2014–2018, GEM Slovenija 2018, APS

Odstotek podjetnic	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropske države
2014	32,7	40,7	35,7	37,2
2015	27,9	39,5	35,2	36,4
2016	30,6	39,5	36,9	37,3
2017	30,5	40,6	37,7	38,0
2018	30,1	39,9	39,2	36,7

Izračunana so netehtana povprečja.

Primerjava razmerja zastopanosti moških in žensk v zgodnji podjetniški aktivnosti v evropskih državah kaže, da so bile v letu 2018 najaktivnejše zgodnje podjetnice v Španiji (47 %), Bolgariji (46,5 %) in Franciji (43 %) (slika 5.8). Najmanj aktivne so bile v primerjavi z moškimi nove in nastajajoče podjetnice na Švedskem (29,7 %), v Sloveniji (30,1 %) in v Grčiji (30,8 %).

Slika 5.8: Zgodnja podjetniška aktivnost moških in žensk (v evropskih državah GEM)



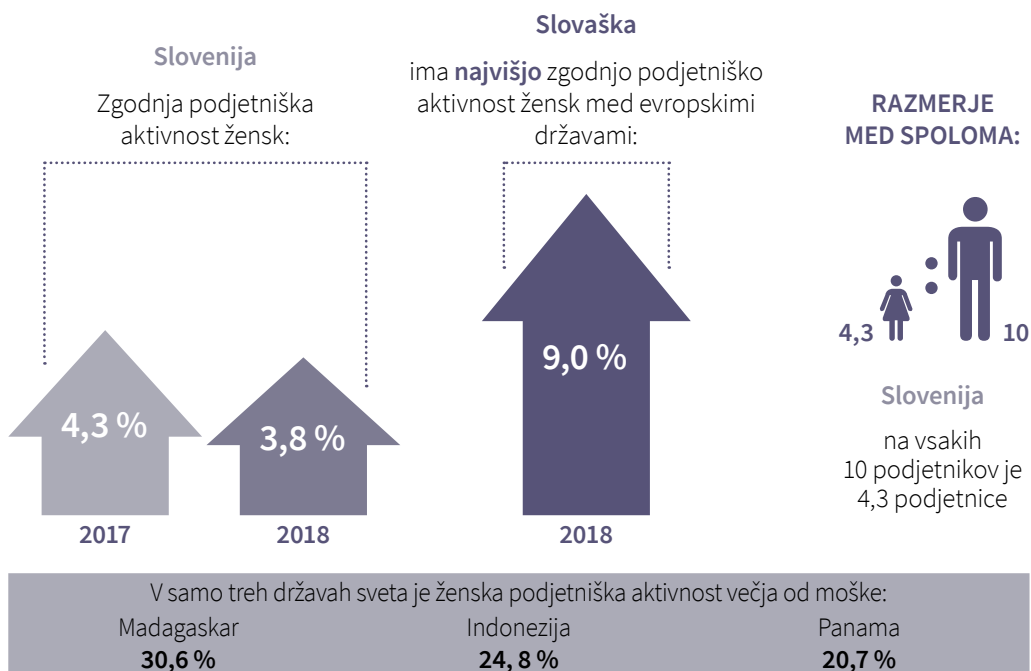
GEM Slovenija 2018, APS

V nadaljevanju prikazujemo odstotek zgodnje podjetniške aktivnosti žensk v celotni populaciji. V Sloveniji se je v primerjavi z letom 2017 znižal s 4,3 % na 3,8 %. Med evropskimi državami je največjo zgodnjo podjetniško aktivnost žensk v celotni populaciji izkazala Slovaška (9,0 %) (slika 5.9). V Sloveniji se je posledično v primerjavi z letom 2017 poslabšalo tudi razmerje med spoloma, saj smo v letu 2018 na vsakih 10 podjetnikov imeli v populaciji 4,3 podjetnice (v letu 2017 jih je bilo 4,6). Podatki zgodnje podjetniške aktivnosti moških in žensk v celotni populaciji za 49 držav so v prilogi 3, v tabeli 3.

Za leto 2018 so podatki o ustaljeni podjetniški aktivnosti žensk bolj spodbudni. Narašča že četrto leto zapovrstjo in s skoraj 35 % se je zelo približala povprečju, ki ga izkazujejo tudi vse tri skupine proučevanih gospodarstev. Gre za pozitiven signal, ki nakazuje, da ženske kljub nizki stopnji zgodnje podjetniške angažiranosti v nadaljnjih fazah podjetniškega procesa izkazujejo višjo raven preživitvene sposobnosti njihovih podjetij. Ta podatek je skladen tudi z rezultati raziskave podjetja Bismode (Bilten, 2017), v kateri je bilo ugotovljeno, da je kar 90 % samostojnih podjetnic na trgu prisotnih več kot pet let, medtem ko je ta delež pri podjetnikih le 43-odstoten. Izpostaviti velja tudi, da se podjetja, ki jih vodijo ženske, razlikujejo od podjetij, ki jih vodijo moški. Največkrat so njihova podjetja manjša in delujejo v drugih panogah kot moški (OECD/European Union, 2017). Primerjava samozaposlenih po spolu in panogah nakazuje, da so samozaposlene ženske najaktivnejše v strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih (18,4 % žensk proti 11,3 % moških). Ženske so v večji meri kot moški zaposlene v trgovini na debelo in drobno, v dejavnostih nastanitve in gostinskih storitev, umetnosti, zabave in rekreacije ter v dejavnostih na področju zdravja in socialnega varstva ljudi, v upravnih in podpornih storitvenih dejavnostih ter izobraževanju (Širec, 2018).



Slika 5.9: Zgodnja podjetniška aktivnost med spoloma



GEM Slovenija 2018, APS

Tabela 5.4: Odstotek ustaljenih podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2014–2018, GEM Slovenija 2018, APS

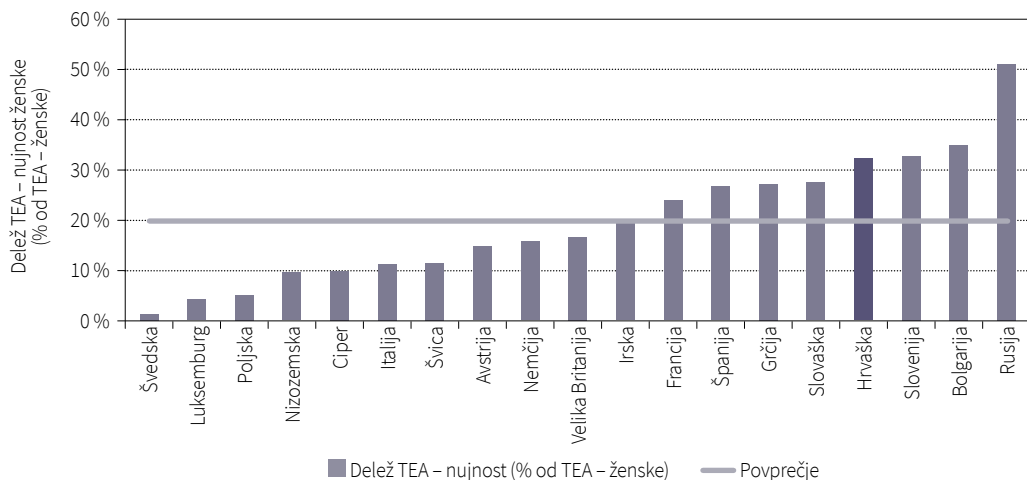
Odstotek podjetnic	Slovenija	GEM	Visokodohodkovna gospodarstva	Evropske države
2014	28,4	36,2	33,2	34,1
2015	26,6	35,5	33,9	33,7
2016	26,1	35,2	33,3	33,5
2017	29,6	35,8	32,2	33,6
2018	34,6	36,2	35,6	36,0

Izračunana so netehtana povprečja.

Seveda pa ni vsaka vrsta podjetniške aktivnosti enako zaželena. Motivacija za podjetništvo nakazuje, v kolikšni meri se posamezniki lotevajo podjetniških izzivov zaradi zaznane priložnosti ali zaradi nujne, ker nimajo druge alternativne možnosti. Z vidika kakovosti podjetniške aktivnosti je seveda bolj zaželena prva. Na *sliki 5.10* je prikazan delež zgodnje podjetniške aktivnosti žensk zaradi nujne za evropske države. Podatki so v primerjavi s preteklimi leti za Slovenijo precej manj ugodni. Če se je povprečna vrednost podjetništva iz nujne v Evropi zmanjšala s 24,1 % na 19,8 %, smo v Sloveniji v letu 2018 zabeležili porast te podjetniške aktivnosti, ki je praviloma manj inovativna in tudi manj usmerjena v rast in zaposlovanje, s 24,2 % na kar 32,8 %. Več podjetništva iz nujne

izkazujeta le še Rusija (51,1 %) in Bolgarija (34,8 %), najmanj nastajajočih in novih podjetnic zaradi nujne pa sta imela Švedska (1,3 %) in Luksemburg (4,2 %). Moški se v Sloveniji v precej večji meri lotevajo podjetništva iz zaznanih priložnosti (72,6 %) in v primerjavi z ženskami v bistveno manjši meri iz nujne (20,7 %).

Slika 5.10: Zgodnja podjetniška aktivnost žensk zaradi nujnosti (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2018, APS

Ena izmed možnih razlog za dvig zgodnje podjetniške aktivnosti žensk zaradi nujne bi lahko bil tudi instrument subvencija za samozaposlitev žensk, ki sta ga v okviru aktivnosti spodbujanja podjetništva v letu 2018 nudila Zavod RS za zaposlovanje oziroma Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti. Gre za nepovratne subvencije za samozaposlitev v višini 5.000 evrov, do nje pa so upravičene brezposelne osebe, ki se odločijo za eno od oblik samozaposlitve (s. p., d. o. o, kulturni delavci idr.). Ker gre pri takem vstopu v podjetništvo za iniciacijo s strani podpornih institucij, posameznice tak podjetniški angažma najverjetneje dojemajo kot vstop v podjetništvo zaradi nujne, čeravno je bilo za realizacijo podjetniške ideje treba zaznati primerno poslovno priložnost. Za izboljšanje kakovosti zgodnje podjetniške aktivnosti žensk bi bilo treba spodbude uvajati zlasti v okviru izobraževalnih programov in vseživljenjskega učenja, saj precej manj žensk kot moških meni, da imajo ustrezna znanja in veščine za podjetniško udejstvovanje (OECD/European Union, 2017).

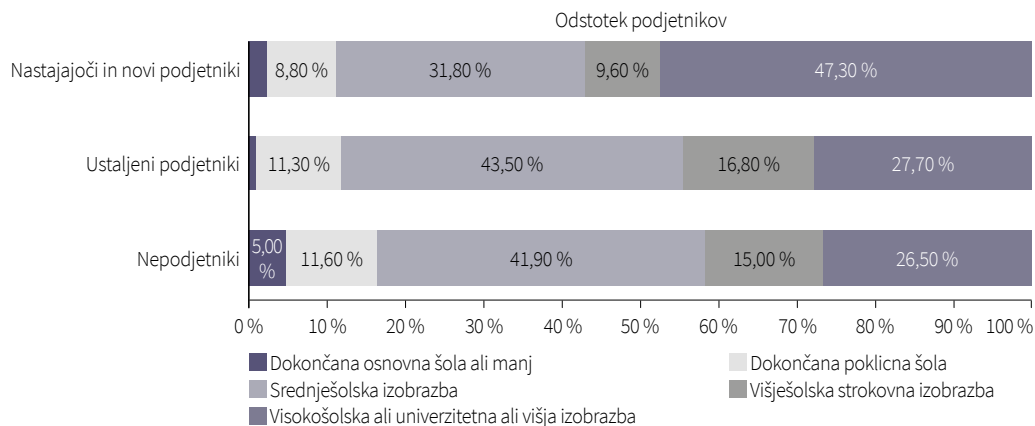
## 5.4 Izobrazba

Dosedanje raziskave kažejo, da obstaja pozitivna povezava med stopnjo dosežene izobrazbe in uspešnostjo podjetniške aktivnosti (Oosterbeek et al., 2010; Acs et al., 2009; Fayolle et al., 2006). Prav zato je spodbuden podatek, da se delež odraslih (25–64 let) s terciarno izobrazbo v Sloveniji povečuje in je enak povprečju EU. Rast deleža je povezana z dolgoletno visoko stopnjo vključenosti mladih v terciarno izobraževanje. Po napovedih UMAR-ja gre taka gibanja pričakovati tudi v prihodnje. Delež žensk s terciarno izobrazbo je v Sloveniji precej večji od deleža moških, razlika med spoloma je tudi večja kot v povprečju EU. Delež terciarno izobraženih se je v obdobju 2008–2016 najbolj povečal v mlajši (25–34 let) in srednji (35–44 let) starostni skupini, kjer je tudi večja od povprečja EU (UMAR, 2018). Z vidika podjetništva je takšno stanje ugodno, saj posredno prispeva k dvigu kakovostne podjetniške aktivnosti.

Seveda pa je z vidika podjetniške aktivnosti treba izpostaviti, da kljub dvigu terciarne izobrazbe v slovenskem visokošolskem prostoru še vedno manjka ustrezno podjetniško izobraževanje. Curth in soavtorji (2015) navajajo, da podjetniško izobraževanje na ravni posameznika (študenta) krepi poklicne ambicije, vodi k večji zaposljivosti, izboljšuje podjetniške veščine in podjetniški odnos ter privede do vedenjskih sprememb v smislu več podjetniških namer. Na drugi strani na ravni institucij velja, da univerze, ki izvajajo podjetniško izobraževanje, razvijejo močnejšo podjetniško kulturo, predavatelji postanejo bolj angažirani, ob navedenem pa se okrepi tudi sodelovanje zunanjih deležnikov z univerzo (lokalna skupnost, lokalno gospodarstvo, politika ipd.). Avtorji gredo še dlje in navajajo, da ima podjetniško izobraževanje vpliv na celotno družbo, saj predstavlja tisti element, ki lahko pomaga zaščititi posameznika pred socialno izključenostjo. Vse to so argumenti za intenziviranje podjetniškega izobraževanja ne le na terciarni ravni, pač pa v celotni izobraževalni vertikali.

Tudi podatki o izobrazbeni strukturi zgodnjih podjetnikov kažejo skladnost z zgoraj navedenimi trendi. V primerjavi s preteklimi leti se je najbolj povečal predvsem delež najvišje izobraženih nastajajočih in novih podjetnikov (*slika 5.11*), in sicer z 39,7 % v letu 2017 na kar 47,3 % v letu 2018. Posledično se je v celotni strukturi zmanjšal delež zgodnjih podjetnikov z nižjimi stopnjami izobrazbe. Primerjava v skupini ustaljenih podjetnikov pa, zanimivo, pokaže ravno obratno. Tukaj se je zmanjšal delež najvišje izobraženih zaradi večjega deleža srednje in višje strokovno izobraženih podjetnikov. Med nepodjetniki večjih odstopanj v izobrazbeni strukturi v primerjavi s preteklimi leti ni zaznati.

Slika 5.11: Izobrazba nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov ter nepodjetnikov



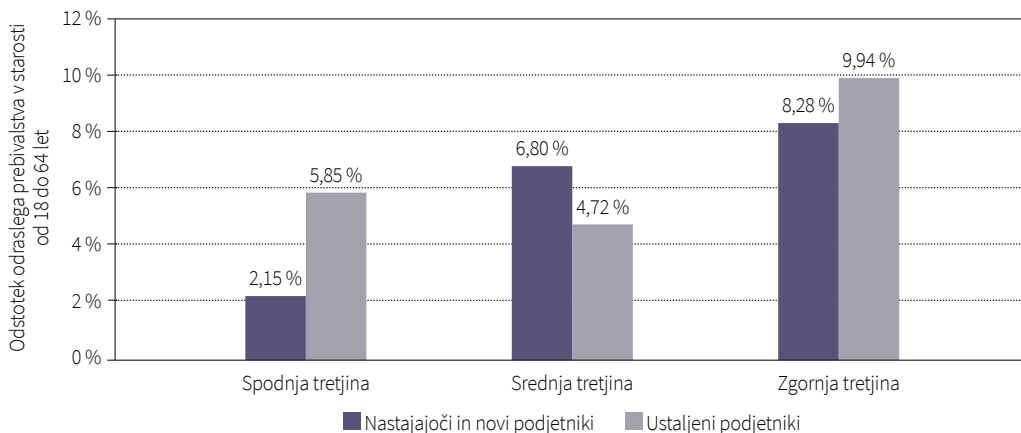
GEM Slovenija 2018, APS

Študije, ki ocenjujejo vpliv izobraževanja za podjetnost in podjetništvo na pridobitev podjetniških kompetenc, pozitivnih namer do podjetništva, zaposljivost in nasploh na družbo in gospodarstvo, kažejo, da je izobraževanje za podjetništvo izredno pomembno (Fayolle et al., 2006; Zdolšek in Širec, 2018). Pri diplomantih, ki so opravili podjetniške programe in aktivnosti v času izobraževanja, je opaziti več podjetniških vrlin, višje aspiracije in boljši odnos do podjetništva, večje namere ustanoviti svoje podjetje in inovirati za svoje podjetje ali v okviru zaposlitve v drugem podjetju (European Commission, 2012). Cilji izobraževanja za podjetništvo so izboljšati podjetniško miselnost pri mladih, da bodo lahko kreativnejši, samozavestnejši in privlačnejši za delodajalce, ter spodbujati inovativna mlada podjetja in izboljšati njihovo vlogo v družbi in gospodarstvu (European Commission, 2013). Prav podjetniško izobraževanje je zato tisto, ki lahko prenese podjetniško znanje, spretnosti in podjetniško miselnost v vse pore družbe, da se bodo posamezniki lažje odločali za podjetniško pot.

## 5.5 Dohodek

Ob motivaciji, podjetniških zmogljivostih, spodbudnih kulturnih in družbenih normah ter ustreznih okvirnih pogojih za podjetniško aktivnost ima precej pomembno vlogo tudi razpoložljivost dohodka posameznikov, ki se odločajo za podjetniško udejstvovanje. Raziskava GEM spremlja zgodnjo in ustaljeno podjetniško aktivnost z vidika razpoložljivosti dohodka v treh dohodkovnih razredih (spodnja, srednja in zgornja tretjina). Primerjava dohodkovnih ravni za skupine novih, nastajajočih in ustaljenih podjetnikov za leto 2017 in 2018 je podana v GEM-ovi preglednici značilnosti podjetništva v Sloveniji v drugem poglavju (*tabela 2.1*).

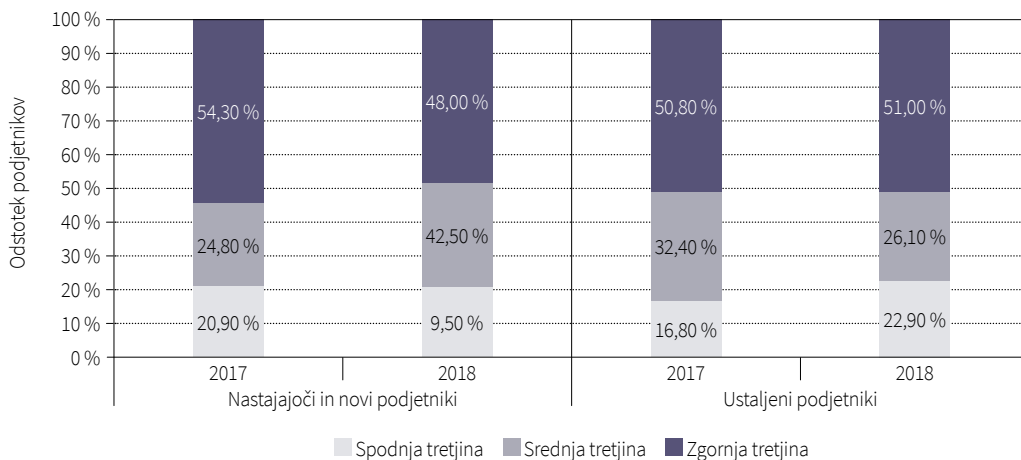
Slika 5.12: Podjetniška aktivnost glede na dohodek v celotni populaciji



GEM Slovenija 2018, APS

Po zadnjih podatkih UMAR-ja za leto 2016 je dohodkovna neenakost v Sloveniji med najmanjšimi v državah EU. Na nizko stopnjo dohodkovne neenakosti v Sloveniji močno vpliva politika redistribucije. Slovenija spada med države z močno redistribucijo dohodkov prek visoke stopnje progresivnosti obdavčitve (dohodnine) in z zmerno redistribucijo prek socialnih transferjev med delovno aktivno populacijo. Bruto prilagojeni razpoložljivi dohodek in dejanska individualna potrošnja v zadnjih letih ponovno naraščata. To je povezano z izboljševanjem razmer na trgu dela kot posledica krepitve gospodarske aktivnosti. Gospodarska kriza je dohodke gospodinjstev bolj zmanjšala v nižjih kot v višjih dohodkovnih razredih, v obdobju gospodarske rasti (po letu 2013) pa se dohodki v nižjih dohodkovnih razredih povečujejo hitreje kot v višjih (UMAR, 2018). V nadaljevanju prikazujemo razpoložljivost dohodkov zgodnjih in ustaljenih podjetnikov. Kot v preteklih letih tako med zgodnjimi kot ustaljenimi podjetniki prevladujejo posamezniki z najvišje dohodkovne ravni. Med zgodnjimi podjetniki se je znatno zmanjšal delež tistih z najnižje dohodkovne ravni (s 5,7 % v letu 2017 na 2,15 % v letu 2018). Ker je ta skupina v podjetništvo največkrat potisnjena zaradi nuje, je ta podatek seveda spodbuden in skladen z razmerami okrevanja na trgu dela. Zanimivo pa je, da se je v letu 2018 med ustaljenimi podjetniki povečal prav delež tistih z najnižje dohodkovne ravni. Ta se je v primerjavi z letom 2016, ko je znašal le 1,52 %, v letu 2018 povzpел na kar 5,85 %.

Slika 5.13: Dohodkovni razredi v celotnem podjetniškem procesu



GEM Slovenija 2018, APS

Na *sliki 5.13* prikazujemo primerjavo zgodnje in ustaljene podjetniške aktivnosti po dohodkovnih razredih med letoma 2017 in 2018. Med nastajajočimi in novimi podjetniki je zaznati porast podjetniške aktivnosti v skupini srednjega dohodkovnega razreda in upad v skupini najnižje dohodkovne ravni. Prav slednja se je med ustaljenimi podjetniki povečala, medtem ko ostaja podjetniška aktivnost tistih z najvišjimi razpoložljivimi dohodki med ustaljenimi podjetniki na približno enaki ravni kot leto poprej. Čeravno smo v preteklih letih izkazovali več podjetniške aktivnosti med najpremožnejšimi, se zaradi krepitve gospodarske rasti podjetniška dejavnost seli tudi med prebivalstvo nižjih dohodkovnih ravni. To je seveda spodbuden podatek, ki pa bi ga bilo smiselno dodatno osvetliti s proučitvijo motivov za njihov angažma.

# Podjetniške aspiracije

# 6

## Ključna spoznanja:

- V raziskavi GEM je bilo ugotovljeno, da je bilo Sloveniji v letu 2018 zelo ambicioznih nastajajočih in novih podjetnikov 12 %, kar je znižanje za dve odstotni točki glede na predhodno leto. Med take podjetnike štejemo tiste, ki pričakujejo, da bo število delovnih mest v njihovem podjetju čez pet let preseglo število deset in da bodo hkrati v tem obdobju dosegli vsaj 50-odstotno rast števila zaposlenih. Ta rezultat za Slovenijo negativno odstopa od ambicioznosti podjetnikov v drugih proučevanih skupinah držav.
- V Sloveniji je večji delež takšnih podjetnikov v celotni populaciji, ki niso zaposlovalci in tudi ne načrtujejo postati dejanski zaposlovalci. Medtem ko v Sloveniji ustvarja ali načrtuje ustvariti delovna mesta 4,79 % podjetnikov, je ta delež v državah GEM 9,20 %, v državah visokodohodkovnih gospodarstev 7,38 % in v evropskih državah 5,09 %.
- V Sloveniji 43 % podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva meni, da imajo izdelek ali storitev, ki je nov(a) za nekatere ali celo vse potencialne kupce.
- V raziskavi GEM je bilo ugotovljeno, da je v Sloveniji delež nastajajočih in novih podjetnikov, ki menijo, da uporabljajo relativno nove tehnologije, leta 2018 znašal 35 %.
- V letu 2018 se je delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da je več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov ali storitev iz tujine, zmanjšal kar za 13 odstotnih točk (z 42 % v letu 2017 na 29 % v letu 2018). Ta delež pa je še vedno malo večji kot v posameznih skupinah držav (države GEM 21 %, države iz skupine visokodohodkovnih gospodarstev 24 %, evropske države 24 %).

Kakovostna delovna mesta, ki ustvarjajo veliko dodano vrednost, so eden ključnih ciljev vsakega gospodarstva. Daleč največ takih delovnih mest ustvarjajo hitro rastoča podjetja, zato je za vsako družbo pomembno, da ima čim večji delež motiviranih in v rast podjetij usmerjenih podjetnikov, saj ti največ prispevajo h gospodarski rasti in razvoju (Wennekers et al., 2010; Estrin, Korosteleva in Mickiewicz, 2014).

Podatki kažejo, da ambiciozni podjetniki in njihova podjetja žal ne predstavljajo velikega deleža v populaciji podjetij. Po podatkih Bravo-Biosce et al. (2013) hitro rastoča podjetja v Veliki Britaniji zagotavljajo kar 64 % vseh delovnih mest, pri čemer jih je med podjetji z 10 in več zaposlenimi le 6,4 %. Številne empirične študije potrjujejo, da je raven podjetniških ambicij podjetnikov zelo pomembno povezana z rastjo podjetij (Kolvereid in Bullvag, 1996; Baum, Locke in Kirkpatrick, 1998; Baum, Locke in Smith, 2001; Wiklund in Shepherd, 2003; Delmar in Wiklund, 2008).

Rast podjetja je namreč rezultat zavestne in načrtovane aktivnosti podjetnika, za kar mora zagotoviti ustrezne in zadostne vire, prav tako pa mu morajo biti pri tem naklonjeni ugodni okvirni pogoji poslovnega okolja, v katerem deluje. Ob tem rast podjetja podjetniku ne prinaša samo prednosti oziroma koristi, ampak tudi številne izzive in slabosti. Namera podjetnika po rasti je zato rezultat tehtanja prednosti in slabosti, kar se lahko zgodi na zavedni ali nezavedni ravni. V procesu tehtanja v veliki meri pretehtajo okoliščine in dejstva, ki podjetnikov ne prepričajo v zasledovanje zelo ambicioznih načrtov. Pravzaprav je delež zelo ambicioznih podjetnikov, ki so pripravljene vlagati veliko energije v rast svojih podjetij, praviloma žal zelo majhen. Tako je Schoar (2010) v svoji študiji ugotavljal, da je v povprečju v vseh v raziskavo vključenih državah le 3-odstotni delež zelo ambicioznih podjetnikov. To posledično pomeni, da večina novih podjetij ostane malih in da rast podjetja pri veliki večini podjetnikov sploh ni cilj.

V okviru raziskave GEM zajemamo in analiziramo podatke o podjetniški aktivnosti v fazi zagona novega podjetja in tudi v fazi njegove rasti. Z vidika potenciala po ustvarjanju kakovostnih delovnih mest ločimo tako imenovana tradicionalna mala in srednja podjetja ter podjetja z velikim potencialom, ki jih označujemo tudi kot inovacijsko gnana podjetja (Aulet in Murray, 2013). Inovacijsko gnana podjetja vodijo ambiciozni podjetniki, ki premorejo višjo stopnjo podjetniške osredotočenosti na uspešno premagovanje izzivov in so zmožni voditi proces hitrega učenja na osnovi številnejših poskusov in napak.

Raziskovanje in posledično boljše poznavanje značilnosti podjetij in podjetnikov ter zmožnost njihove segmentacije so ključnega pomena za izvajanje razvojnih vladnih politik, ki želijo spodbuditi dolgoročno trajnostno naravnano gospodarsko rast in razvoj ter posledično družbeno blaginjo. V zadnjih letih se države, tudi Slovenija, vse bolj zavedajo pomena inovacijsko gnanih podjetij, ki jih ustanavljajo in vodijo ambiciozni podjetniki. To se odraža v vlaganju energije in naporov, usmerjenih v podporo podjetjem pri zagotavljanju različnih virov, pa tudi v ustvarjanje ugodnejših okvirnih pogojev za poslovanje podjetij, vse s ciljem, čim bolj aktivirati razpoložljiv podjetniški talent ter privabiti nove talente, kar prispeva h komercializaciji novih znanj in tehnologij ter ustvarjanju kakovostnih delovnih mest.

Deloma so k temu prispevali uspehi in merljivi učinki podjetij, deloma različne študije, kot je tudi raziskava GEM, deloma pa tudi vzgledi naprednejših držav, ki so prej zaznale in izkoristile potenciale ambicioznih podjetnikov.



## 6.1 Usmerjenost v rast

Kot že zapisano, so namere podjetnika po rasti podjetja rezultat njegove zavestne in načrtovane aktivnosti. Vsi načrti za rast se žal vedno ne realizirajo, saj podjetnikom ne uspe zagotoviti vseh ustreznih virov, ne dobijo pozitivnega odziva na trgu ali pa naletijo na druge ovire v poslovnem okolju, v katerem delujejo.

Toda pozitivne namere podjetnika za rast so pomembne že od vsega začetka procesa izgradnje podjetja, če ne že tudi pred samim zagonom podjetja, ko podjetnik začne s prvimi aktivnostmi za realizacijo podjetja (Zieba, 2017). Pri tem so zanimive ugotovitve avtorjev Bagerja in Schøtta (2004), ki sta v svoji študiji ugotavljala, da se nivo aspiracij podjetnikov po rasti po zagonu podjetja znižuje, saj so bile izmerjene aspiracije po rasti nastajajočih podjetnikov značilno večje od aspiracij po rasti že uveljavljenih podjetnikov. Čeprav razlogi še niso povsem raziskani in pojasnjeni, pa – kot navaja Zieba (2017) – raziskovalci iščejo razloge tako v naravni selekciji podjetnikov kot tudi v prilagajanju oziroma spreminjanju ambicij podjetnikov v procesu zagona in izgradnje podjetja.

Po eni razlagi torej trg najprej izloči tiste z največjimi aspiracijami po rasti, ki morajo za svoj uspeh pritegniti več resursov v samem obsegu in tudi več zelo specifičnih, kar je povezano z večjim tveganjem za neuspeh. Prav tako pa vidijo razloge v dejstvu, da so velike aspiracije po rasti tipično povezane z inovativnejšimi podjetji in ne povsem tradicionalnimi dejavnostmi, ki po eni strani omogočajo doseganje večje rasti, po drugi strani pa so bistveno bolj tvegani in verjetnost propada podjetja je bistveno večja.

Po drugi razlagi pa se podjetniki v procesu zagona in izgradnje podjetja prilagajajo oziroma spreminjajo svoje ambicije (praviloma navzdol), in sicer na osnovi podjetniških izkušenj, ki si jih posamezni podjetnik pridobiva s poslovanjem podjetja tako iz notranjih kot iz zunanjih dejavnikov poslovnega okolja podjetja.

V okviru raziskave GEM želimo meriti in bolje razumeti nivo aspiracij podjetnikov po rasti v zgodnji podjetniški aktivnosti. Nivo aspiracij merimo s pomočjo njihovih subjektivnih ocen o tem, koliko dodatnih delovnih mest bo njihovo podjetje zagotovilo v naslednjih petih letih. S svojimi raziskovalnimi rezultati želimo pomagati oblikovalcem vladnih politik in ukrepov, ki spodbujajo te namere oziroma olajšujejo njihovo udejanjanje v praksi.

Tabela 6.1: Ambicioznost podjetnikov po skupinah držav, GEM Slovenija 2018, APS

	Slovenija	GEM	Visoko-dohodkovna gospodarstva	Evropske države
Odstotek podjetnikov v TEA, ki pričakujejo, da bo njihovo podjetje ustvarilo 10 ali več delovnih mest v petih letih od zagona podjetja*	12,05 %	15,95 %	17,05 %	15,11 %
Odstotek podjetnikov v celotni populaciji, ki pričakujejo, da bodo ustvarili 19 ali več delovnih mest v petih letih od zagona podjetja**	0,42 %	1,22 %	1,13 %	0,76 %

\* Ali v petih letih od tega trenutka, če podjetje že posluje, pri čemer se dodatno zahteva, da znaša rast števila delovnih mest vsaj 50 %.

\*\* Ali v petih letih od tega trenutka, če podjetje že posluje.

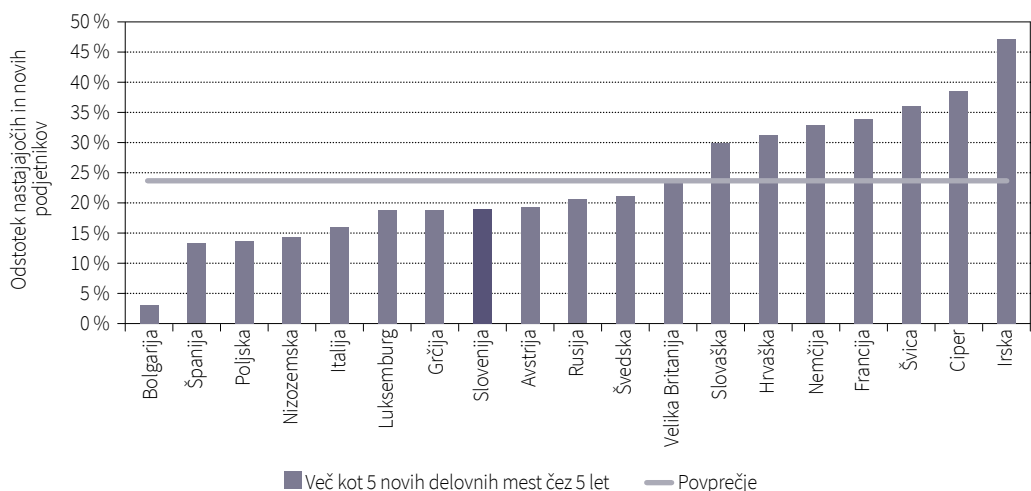
V tabeli 6.1 so prikazani odstotki najambicioznejših podjetnikov v Sloveniji in proučevanih skupinah držav. Ambicioznost slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov negativno odstopa od pričakovanj kolegov iz skupin držav, kar je bilo posledica padca pričakovanj v zadnjem letu (pričakovanja so se namreč v letih 2017 in 2018 zmanjšala za več kot dve odstotni točki). Sicer pa podjetniki iz skupine držav visokodohodkovnih gospodarstev izkazujejo malenkost višjo stopnjo ambicioznosti, saj je znotraj TEA dobrih 17 % takšnih, ki pričakujejo, da bo njihovo podjetje ustvarilo 10 ali več delovnih mest v petih letih od zagona podjetja (v Sloveniji je ta delež v letu 2018 znašal dobrih 12 %, v letu 2017 pa dobrih 14 %).

Večje razlike med Slovenijo in proučevanimi skupinami držav po ambicioznosti podjetnikov zasledimo pri še ambicioznejše zastavljenem cilju, in sicer 19 ali več ustvarjenih novih delovnih mest v petih letih. To vprašanje GEM analizira na ravni celotne populacije. Če je v Sloveniji 0,42 % anketirancev prepričanih, da lahko v petih letih ustvarijo 19 ali več delovnih mest, je ta delež v državah GEM in visokodohodkovnih gospodarstvih skoraj trikrat večji. V primerjavi s skupino evropskih držav (0,76 %) pa zaostanek v ambicioznosti ni tako velik.

Na sliki 6.1 so prikazana pričakovanja nastajajočih in novih podjetnikov glede dejstva, ali bo v njihovem podjetju čez pet let več kot pet delovnih mest. Delež takšnih nastajajočih in novih podjetnikov v Sloveniji je leta 2018 znašal 19 %. S tem se je Slovenija uvrstila v sredino vseh evropskih držav, vključenih v raziskavo GEM. Sicer je v letu 2017 ta delež v naši državi znašal 22 %, v letu 2016 33 %, v letu 2015 24 %, v letu 2014 29 % in v letu 2013 35 %. Opazimo lahko jasen trend zniževanja ambicioznosti načrtov podjetnikov.

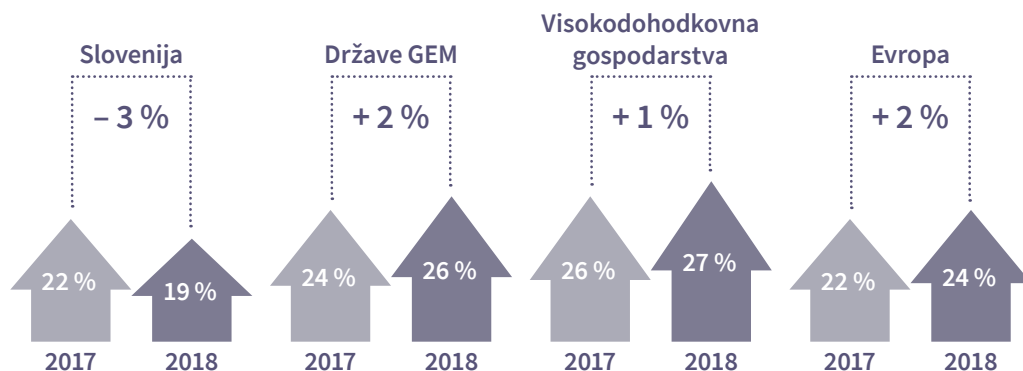
Največji delež ambicioznih podjetnikov med evropskimi državami so v letu 2018 izkazovali Irska (47 %), Ciper (39 %) in Švica (36 %). Najmanjši delež ambicioznosti glede števila zaposlenih čez pet let so v skupini evropskih držav izražali nastajajoči in novi podjetniki v Bolgariji (3 %), Španiji (13 %), na Poljskem (14 %), Nizozemskem (15 %) in v Italiji (16 %).

Slika 6.1: Pričakovanja podjetnikov, da v petih letih ustvarijo več kot pet delovnih mest, v TEA (v evropskih državah GEM)



Če Slovenijo primerjamo s posameznimi skupinami držav, kar prikazujemo na *sliki 6.2*, so se razlike v pričakovanjih o obstoju več kot petih delovnih mest v njihovem podjetju čez pet let v zadnjem letu zelo povečale. Medtem ko so se v Sloveniji pričakovanja zmanjšala za okrog 3 odstotne točke, so se pričakovanja v drugih skupinah držav povečala (v državah GEM s 24 % v letu 2017 na 26 % v letu 2018, v skupini držav visokodohodkovnih gospodarstev s 26 % v letu 2017 na 27 % v letu 2018 in v evropskih državah z 22 % na 24 %).

Slika 6.2: Načrti podjetnikov o zaposlovanju po skupinah držav



GEM Slovenija 2018, APS

Kot kažejo podatki v *tabeli 6.2*, lahko večje razlike zaznamo tudi na ravni vseh anketirancev (18–64 let), vključenih v TEA. V Sloveniji je 4,79 % oseb poročalo, da že ustvarjajo delovna mesta oziroma jih bodo vsaj v naslednjih petih letih od zagona podjetja (ali v petih letih od tega trenutka, če podjetje že posluje) in bodo tako postali »podjetje zaposlovalec«. Tudi pri tej spremenljivki je delež slovenskih podjetnikov manjši v primerjavi z drugimi skupinami držav (države GEM 9,20 %, države visokodohodkovnih gospodarstev 7,38 % in evropske države 5,09 %), kar po drugi strani pomeni, da je v Sloveniji večji delež podjetnikov takšnih, ki niso zaposlovalci in tudi ne načrtujejo postati dejanski zaposlovalci.

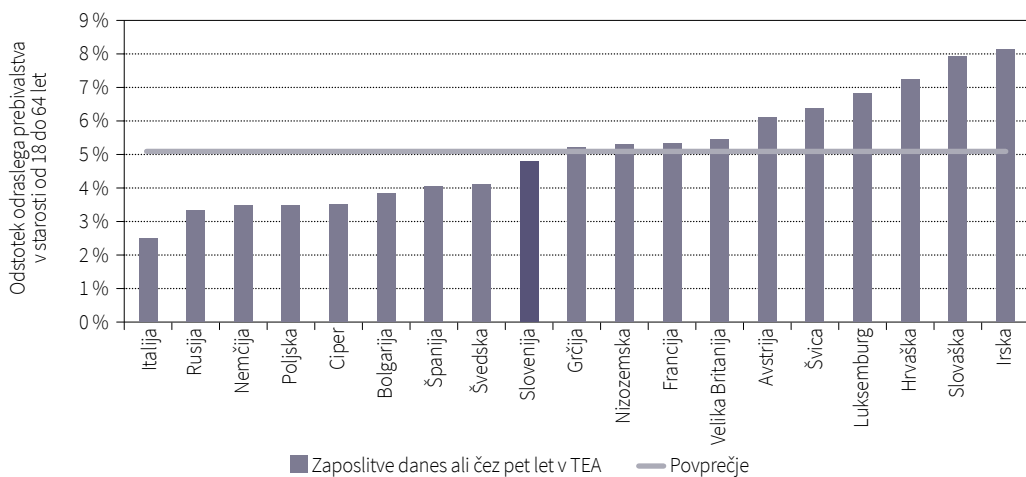
Tabela 6.2: Načrti podjetnikov o zaposlovanju po skupinah držav, GEM Slovenija 2018, APS

	Slovenija	GEM	Visokodohodkovna gospodarstva	Evropske države
Odstotek podjetnikov v TEA, ki pričakujejo, da bo v njihovem podjetju čez pet let več kot pet delovnih mest	19,15 %	25,73 %	27,35 %	23,91 %
Odstotek podjetnikov v celotni populaciji, ki že ustvarjajo delovna mesta oziroma jih bodo vsaj v naslednjih petih letih od zagona podjetja	4,79 %	9,20 %	7,38 %	5,09 %

Na *sliki 6.3* so prikazana pričakovanja odraslega prebivalstva v evropskih državah, vključenih v raziskavo GEM, glede dejstva, ali s svojo poslovno dejavnostjo že ustvarjajo delovna mesta oziroma ali pričakujejo, da bodo v naslednjih petih letih ustvarili vsaj eno delovno mesto.

Delež takšnih odraslih prebivalcev je v Sloveniji v letu 2018 znašal 4,79 %. S tem se je Slovenija v evropskem merilu uvrstila v sredino vseh držav, vključenih v raziskavo GEM. Največji delež odraslih prebivalcev, ki že ustvarjajo delovna mesta ali verjamejo, da jih bodo ustvarjali v naslednjih petih letih, je na Irskem (8,02 %), Slovaškem (7,89 %) in Hrvaškem (7,25 %), najmanjši delež pa v Italiji (2,51 %).

*Slika 6.3: Podjetniki, ki že zaposlujejo oziroma to načrtujejo, v celotni populaciji (v evropskih državah GEM)*



GEM Slovenija 2018, APS

## 6.2 Inovacijska naravnost

O inovacijah govorimo, ko podjetja na trgu predstavijo nov izdelek ali storitev, izboljšajo organizacijo dela oziroma proizvodni proces s pomočjo uvajanja novih tehnologij ali pa uveljavijo nov, inovativen poslovni model. Vse te spremembe so odvisne tako od podjetnikove inovacijske naravnosti, vpetosti podjetja v medpodjetniške in raziskovalne mreže, razvojnega sodelovanja s kupci in dobavitelji kakor tudi od inoviranju naklonjenega poslovnega okolja.

Zahtevnejše oblike inovacij so praviloma rezultat procesa ciljnih vlaganj v raziskave in razvoj ter v komercializacijo izumov ali drugih rešitev, razvitih v procesu inoviranja. O enostavnejših oblikah inovacij pa govorimo, ko na primer podjetje s svojimi proizvodi prodre v novo tržno nišo ali ko v poslovanje vpelje že drugje razvito tehnologijo. Obe vrsti inovacij prispevata k doseganju rasti, vendar v različnem obsegu. Podrobnejši pregled literature o obravnavani tematiki sta pripravila Carre in Thurik (2006).

V okviru raziskave GEM proučujemo inovacijsko naravnost podjetništva z ugotavljanjem, ali (potencialni) kupci že poznajo izdelek oziroma storitev, soroden tistemu, ki ga trži nastajajoče ali novo podjetje. Podjetnike tudi prosimo za oceno o obstoju konkurenčnih podjetij, ki ponujajo

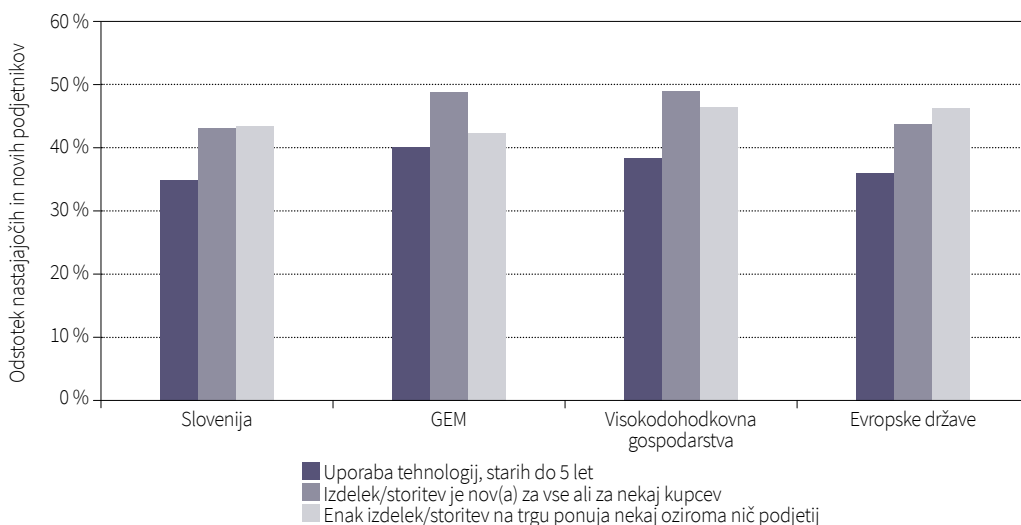
enake ali podobne izdelke ali storitve. Pri tem je pomembno upoštevati raziskovalne omejitve, saj gre za subjektivne ocene podjetnikov, ki delujejo v različno razvitih gospodarskih okoljih.

Na *sliki 6.4* je prikazan delež podjetnikov v zgodnji podjetniški aktivnosti (TEA) v letu 2018 za Slovenijo in posamezne skupine držav. Ti podjetniki izražajo inovativen značaj, merjen z:

- deležem podjetnikov v zgodnji podjetniški aktivnosti (TEA), ki ocenjujejo, da imajo izdelek ali storitev, ki je nov(a) za nekatere ali celo vse potencialne kupce, in
- deležem podjetnikov v zgodnji podjetniški aktivnosti (TEA), ki ocenjujejo, da so na trgu novi, saj takšen izdelek ali takšno storitev na trgu ponuja le malo drugih podjetij ali celo nobeno.

Dodali smo tudi podatek o deležu tistih podjetnikov v zgodnji podjetniški aktivnosti, ki ocenjujejo, da uporabljajo relativno nove tehnologije, to je tiste, ki so stare od 1 do 5 let.

*Slika 6.4: Inovacijska naravnost nastajajočih in novih podjetnikov po skupinah držav*



GEM Slovenija 2018, APS

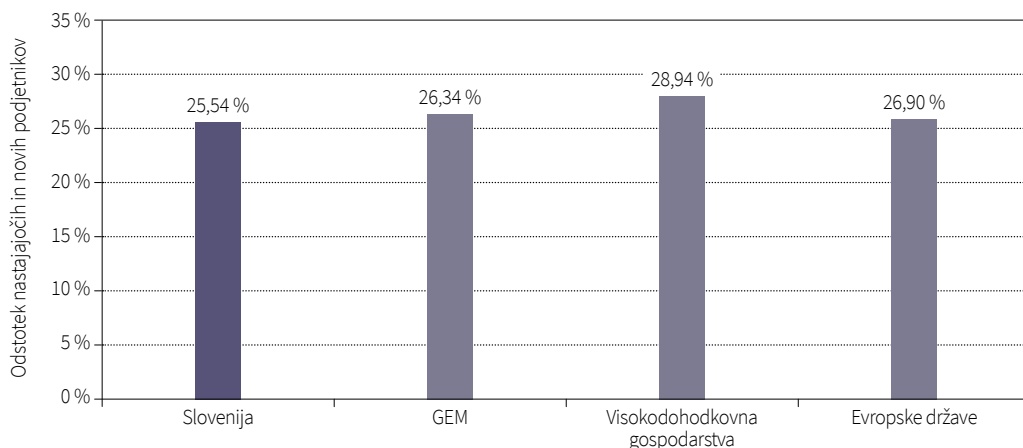
Opazimo lahko, da delež podjetij z inovativnim značajem narašča z gospodarsko razvitostjo. Če primerjamo Slovenijo s posameznimi skupinami držav, lahko opazimo, da naša država po obeh kriterijih zaostaja za povprečjem najrazvitejših skupin držav (visokodohodkovna gospodarstva in evropske države), torej tako po stopnji novosti izdelka ali storitve za kupce kot tudi po obstoju drugih konkurenčnih rešitev na trgu.

V Sloveniji 43 % podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva meni, da imajo izdelek ali storitev, ki je nov(a) za nekatere ali celo vse potencialne kupce (*slika 6.4*). Po tem kazalniku je med evropskimi državami (*slika 6.6*) najvišje Luksemburg s 66 %, sledita mu Italija s 65 % in Avstrija s 60 %. Najslabše rezultate so raziskovalci izmerili za Poljsko in Bolgarijo (22 %) ter Rusijo (25 %).

Prav tako je Slovenija nekje v sredini na lestvici po kazalniku usmeritve v nove tržne niše, pri čemer 43 % podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva meni, da so njihovi izdelki ali storitve na trgu novi, saj da je na trgu zelo malo ali celo nič konkurentov. Bistveno višjo stopnjo novosti svojih izdelkov ali storitev za trg izražajo irski (65 %) ter luksemburški in švicarski (60 %) podjetniki TEA. Najslabše rezultate so zabeležili na Poljskem (26 %), v Rusiji (27 %) in Bolgariji (28 %).

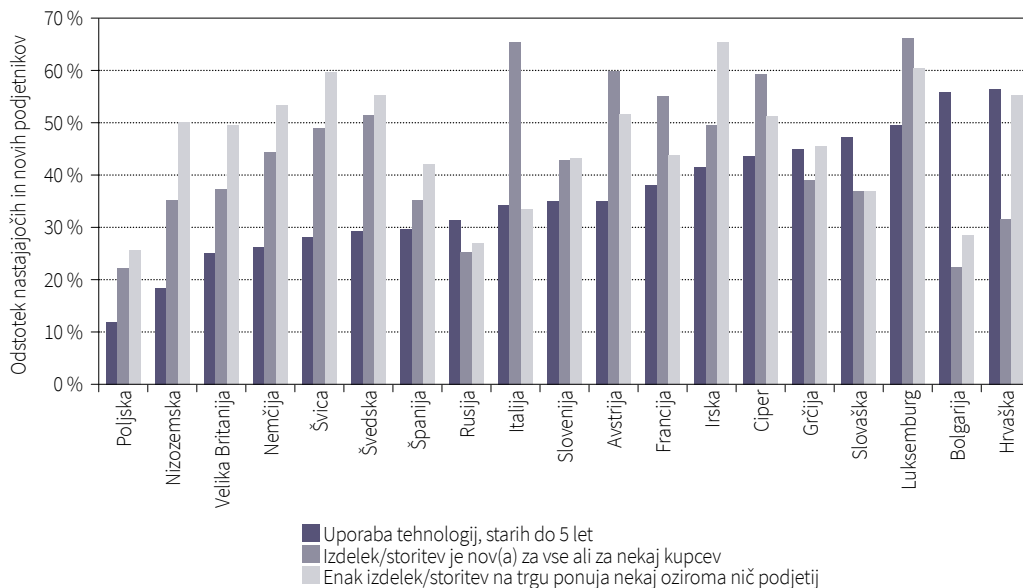
Na *sliki 6.5.* prikazujemo rezultate kombiniranega kazalnika. Ta kazalnik kaže delež podjetnikov v zgodnji podjetniški aktivnosti, ki ocenjujejo, da imajo tak izdelek ali tako storitev, ki je nov(a) za nekatere ali celo vse potencialne kupce, in hkrati tudi, da so na trgu novi, saj takšen izdelek ali takšno storitev na trgu ponuja le malo drugih podjetij ali celo nobeno. Slovenski podjetniki izkazujejo slabši rezultat (26 %) kot kolegi iz posameznih skupin držav.

*Slika 6.5: Nastajajoči in novi podjetniki z novim izdelkom ali storitvijo in hkrati malo oziroma nič konkurence, po skupinah držav*



GEM Slovenija 2018, APS

*Slika 6.6: Inovacijska naravnost nastajajočih in novih podjetnikov (v evropskih državah GEM)*



GEM Slovenija 2018, APS

Uvajanje novih tehnologij v poslovanje podjetja lahko prispeva k dvigu dodane vrednosti podjetja in potencialu za rast. Na *sliki 6.6* prikazujemo delež nastajajočih in novih podjetnikov, ki menijo, da uporabljajo relativno nove tehnologije – takšne, ki niso starejše od pet let. Delež takšnih zgodnjih podjetnikov je leta 2018 v Sloveniji znašal 35 %. Po tem kazalniku so od Slovenije med evropskimi državami izrazito boljše Hrvaška in Bolgarija (56 %) ter Luksemburg (50 %), slabši pa sta Poljska (12 %) in Nizozemska (19 %).

Iz rezultatov izhaja, da so odgovori podjetnikov zelo subjektivne narave in odraz okolja, v katerem delujejo, saj sicer zelo težko pojasnimo rezultat za tehnološko in gospodarsko zelo napredno in razvito Nizozemsko (19 %) v primerjavi z razvojnimi šibkimi državama, kot sta Hrvaška in Bolgarija (56 %).

## 6.3 Internacionalizacija

Vsako gospodarstvo je tudi del globalnega gospodarstva, zato je pomembno, da poskušamo razumeti, kako lahko internacionalizacija poslovanja prispeva k rasti podjetij in posledično celotnega gospodarstva. Pri tem se morajo podjetniki proaktivno soočiti z odkrivanjem in zadovoljevanjem priložnosti v povezavi s tujimi trgi, kar je povezano s številnimi tveganji, po drugi strani pa s potencialno rastjo podjetja (Estrin et al., 2014).

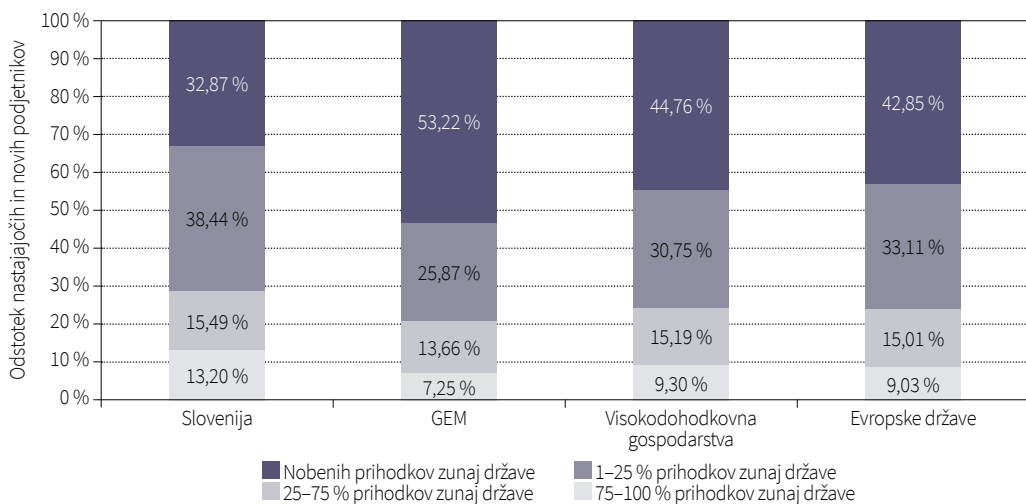
GEM loči štiri razrede intenzivnosti internacionalizacije, in sicer glede na kriterij deleža kupcev izdelkov ali storitev podjetij zunaj njihove države:

- prvi razred: podjetje nima kupcev za proizvode ali storitve zunaj države,
- drugi razred: podjetje ima od 1 do 25 % kupcev za proizvode ali storitve zunaj države,
- tretji razred: podjetje ima od 25 do 75 % kupcev za proizvode ali storitve zunaj države in
- četrti razred: podjetje ima od 75 do 100 % kupcev za proizvode ali storitve zunaj države.

S stopnjo internacionalizacije zgodnje podjetniške aktivnosti, ki je tesno povezana z rastjo in konkurenčnostjo podjetij, merimo podjetniške aspiracije nastajajočih in novih podjetnikov po izvozu izdelkov ali storitev. Ocena zajema tako neposredni izvoz kakor tudi morebitno internetno prodajo v tujini ter nakupe tujcev v proučevani državi.

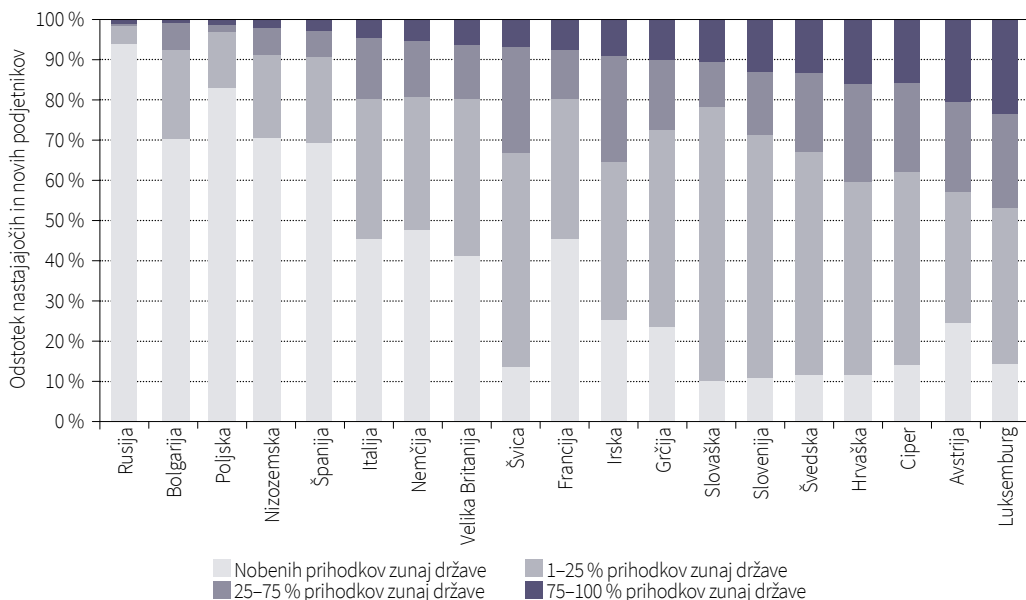
Na *sliki 6.7* je prikazana intenzivnost internacionalizacije v Sloveniji in v posameznih skupinah gospodarstev. Analiza za Slovenijo kaže, da je leta 2018 delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da je več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov ali storitev iz tujine, znašal 29 % (42 % v letu 2017), kar je malo več kot v posameznih skupinah držav (države GEM 21 %, države iz skupine visokodohodkovnih gospodarstev 24 %, evropske države 24 %).

Slika 6.7: Intenzivnost internacionalizacije nastajajočih in novih podjetnikov po skupinah držav



GEM Slovenija 2018, APS

Slika 6.8: Intenzivnost internacionalizacije nastajajočih in novih podjetnikov (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2018, APS

Najvišje stopnje internacionalizacije (več kot 25 % kupcev v tujini) med nastajajočimi in novimi podjetniki v evropskih državah so bile izmerjene (slika 6.8) v Luksemburgu (47 %), Avstriji (43 %) in na Hrvaškem (40 %), najnižje stopnje internacionalizacije pa v Rusiji (2 %), na Poljskem (3 %), v Bolgariji (7 %) in na Nizozemskem (9 %).



Slovenski podjetniki so že tradicionalno zelo mednarodno usmerjeni, kar kažejo tudi rezultati raziskave. K temu jih sili majhnost slovenskega trga, ki je še posebej omejujoča na zelo nišnih trgih. Določena inovacijsko gnana slovenska podjetja tako na slovenskem trgu sploh ne ustvarjajo omembe vrednega obsega poslovanja, ampak so skoraj v celoti usmerjena na mednarodne trge. Svojo dejavnost ohranjajo v Sloveniji, ker so tukaj doma ustanovitelji, ker je za domače okolje pomemben vir talentiranih posameznikov in zanesljivih sodelavcev, tukaj pa so razvili tudi kritično maso raziskovalno-razvojnih ter proizvodnih in drugih poslovnih kapacitet.

Pomembno je zavedanje, da lahko ta podjetja svoje aktivnosti deloma ali v celoti preselijo tudi v druga poslovna okolja in na ta način zmanjšajo prispevek k ustvarjanju kakovostnih delovnih mest v Sloveniji. Zato je ključno, da država nadaljuje s procesi izboljšav poslovnega okolja in na ta način podpre tisti mali delež najambicioznejših podjetnikov, da bi ohranili in še krepili dejavnosti podjetja v Sloveniji ter da jim ne bi upadel zagon po rasti in inovativnosti, ki bi bil posledica negativnih vplivov poslovnega okolja.



# Kakovost nacionalnega podjetniškega okvira

# 7

## Ključna spoznanja:

- Najbolje ocenjen okvirni pogoj za podjetništvo v Sloveniji ostaja dostop do razpoložljive fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij, kot so na primer komunikacije, komunalne storitve, ceste, zemljišča ali prostor.
- V primerjavi z letom 2017 se je povprečna ocena najbolj zvišala vladnim programom, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva v Sloveniji, temu sledi izboljšanje odprtosti notranjega trga.
- Po mnenju nacionalnih izvedencev so bili dejavniki, ki so v naši državi leta 2018 najbolj zavirali podjetništvo, izobraževanje za podjetništvo na primarni in sekundarni ravni, vladne politike na področju regulative, kulturne in družbene norme, prenos raziskav in razvoja ter podpora vladnih politik.
- Nizke povprečne ocene izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah sicer veljajo tudi za večino drugih evropskih držav, vendar je Slovenija po oceni družbenega sistema vrednot, naklonjenega podjetništvu, na repu lestvice evropskih držav GEM.
- V okviru vladne regulative so izvedenci najbolj kritični do težav s pridobivanjem potrebnih dovoljenj in koncesij, temu sledijo previsoka davčna bremena in birokratske ovire.
- Izvedenci ocenjujejo, da imamo v Sloveniji dovolj kooperantov, dobaviteljev in svetovalcev, ki podpirajo nova in rastoča podjetja, vendar podjetja težko najdejo dovolj dobre in po večini tudi težko krijejo njihove stroške.
- Z vrednostjo indeksa nacionalnega podjetniškega konteksta – NECI se je Slovenija uvrstila na 25. mesto med 54 državami, ob bok Poljske in Čila, torej nekoliko nad polovico lestvice vseh držav GEM.
- Izvedenci so podobno kot že leto poprej največ omejitev za podjetništvo v Sloveniji prepoznali na področju vladne politike (75 % navedb), zato so na tem področju navedli tudi največ priporočil za izboljšanje podjetniškega okolja. Največjo spodbudo podjetništvu so videli v ustrezni finančni podpori ter kulturnih in družbenih normah (oboje s po 36 % navedb).

Kot je razvidno v globalnem poročilu GEM (Bosma in Kelley, 2018) in tudi v predhodnih poglavjih te monografije, ima vsako gospodarstvo svoj specifični podjetniški profil. To so različne stopnje podjetniške aktivnosti v različnih fazah podjetniškega procesa, drugačne značilnosti podjetnikov in njihovih podjetij ter drugačna stališča in dojemanje podjetništva z vidika posameznikov. Prav tako pa ima vsako okolje specifične prednosti in omejitve, s katerimi se srečujejo podjetniki in podjetja. Podjetniška dejavnost namreč ne poteka v vakuumu, temveč v družbenem, političnem in gospodarskem okolju, kar ustvarja kontekst, ki lahko te dejavnosti stimulira ali zavira (Stam, 2015; Mason in Brown, 2014; Brown in Mason, 2017). V zadnjih letih je odnos med podjetništvom in njegovim okoljem pritegnil pozornost številnih raziskovalcev, vendar njuna povezava ni enostavna in natančneje razumevanje, kako podjetniški ekosistemi vplivajo na podjetniški proces, je za raziskovalce še naprej izziv. V nekaterih primerih bo namreč podjetništvo uspešno tudi v gospodarstvih z navidezno slabo podporo ali pa si podjetniki v tem primeru sami poiščejo načine, da se oviram izognejo. A številni raziskovalci so si edini v tem, da omejitve generalno ustvarjajo neučinkovito poslovno okolje in s tem vrzeli pri udejanjanju podjetniških priložnosti, kakovosten nacionalni podjetniški okvir pa prinaša podjetnikom številne koristi in povečuje konkurenčnost novih podjetij (na primer Spigel, 2017).

V GEM-u predstavlja podjetniški okvir kombinacija dvanajstih okvirnih pogojev za podjetništvo, ki jih predstavljamo v *prilogi 2* (Metodološka pojasnila), to pa so finančna podpora, podpora vladnih politik, regulativa vladnih politik, vladni programi, podjetniško izobraževanje v osnovnih in srednjih šolah, podjetniško izobraževanje in usposabljanje po končani srednji šoli, prenos raziskav in razvoja, poslovna in strokovna infrastruktura, dinamičnost notranjega trga, odprtost in bremena notranjega trga, fizična infrastruktura ter kulturne in družbene norme. Z oceno posameznih ključnih značilnosti, ki vplivajo na podjetniško vedenje in aktivnost, presojamo podjetniško okolje v posamezni državi ali regiji. Ocene pridobimo s pomočjo širokega nabora izjav po vseh okvirnih podjetniških pogojih, ki jih s pomočjo Likertove lestvice od 1 (povsem narobe) do 9 (povsem resnično) oceni vsaj 36 nacionalnih izvedencev/strokovnjakov iz vsake države, sodelujoče v raziskavi GEM. Izvedenci so podjetniki, managerji in drugi posamezniki iz gospodarstva, politike, državne uprave in akademske sfere, vsi z znanjem in izkušnjami z delovanjem na različnih področjih, ki vplivajo na razvoj podjetništva v državi (ali regiji) (značilnosti vzorca izvedencev za leto 2018 prikazujemo v *prilogi 1*). Novost raziskave GEM v letu 2018 pa je uvedba sestavljenega indeksa NECI – indeksa nacionalnega podjetniškega konteksta (ang. *national entrepreneurship context index*), ki izhaja iz dvanajstih okvirnih pogojev za podjetništvo in tehta ocene teh pogojev s pomembnostjo, ki jim jo pripišejo anketirani izvedenci. Rezultati indeksa NECI tako predstavljajo začetna prizadevanja za informiranje politike in drugih zainteresiranih deležnikov o stanju in moči nacionalnega okolja za podjetništvo. Indeks NECI je podrobneje opisan v točki 7.3.

## 7.1 Splošen pogled na okvirne pogoje za podjetništvo

V tabeli 1 predstavljamo povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji, izračunane z metodo glavnih komponent.

Tabela 7.1: Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji, GEM Slovenija 2018, NES

Okvirni podjetniški pogoji	Slovenija, povprečje 2017	Slovenija, povprečje 2018	Sprememba (%) 2018/2017
1. Finančna podpora	4,49	4,97	10,7
2.a Vladne politike – podpora	4,16	4,39	5,5
2.b Vladne politike – regulativa	2,98	3,33	11,7
3. Vladni programi	4,39	4,96	13,0
4.a Izobraževanje – OŠ in SŠ	3,38	3,12	-7,7
4.b Izobraževanje – po SŠ	4,71	4,77	1,3
5. Prenos raziskav in razvoja	4,3	4,29	-0,2
6. Poslovna in strokovna infrastruktura	4,96	4,98	0,4
7.a Notranji trg – dinamičnost	5,28	5,33	0,9
7.b Notranji trg – odprtost, bremena	4,25	4,78	12,5
8. Fizična infrastruktura	6,66	6,91	3,8
9. Kulturne in družbene norme	3,82	3,72	-2,6

Tehtano povprečje, 1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo

V Sloveniji se je leta 2018 v primerjavi z letom poprej izboljšalo 75 % okvirnih pogojev za podjetništvo. Pri zgolj treh okvirnih pogojih so bile zabeležene nižje povprečne ocene, to so izobraževanje za podjetništvo na primarni in sekundarni ravni, kulturne in družbene norme ter prenos R&R. Najbolje ocenjen pogoj ostaja dostop do razpoložljive fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij, kot so na primer komunikacije, komunalne storitve, ceste, zemljišča ali prostor. Povprečna ocena se je v primerjavi z letom 2017 najbolj zvišala vladnim programom, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva, temu pa sledi izboljšanje odprtosti notranjega trga, kar se nanaša na prost vstop novih podjetij na obstoječa tržišča.

Pri tem velja opozoriti, da so izvedenci trditve ocenjevali na 9-stopenjski lestvici, pri čemer ocene nad 5 pomenijo pozitivno rangiranje, ocene pod 5 pa negativno. V Sloveniji sta s povprečno oceno nad 5 ocenjena zgolj dva okvirna pogoja, poleg fizične infrastrukture še dinamičnost notranjega trga. Kot dejavnike, ki podjetništvo v Sloveniji najbolj zavirajo, pa lahko v letu 2018 identificiramo izobraževanje za podjetništvo na primarni in sekundarni ravni, vladne politike na področju regulative (nestimulativni davki in predpisi), za podjetništvo premalo spodbudne kulturne in družbene norme, nezadosten prenos raziskav in razvoja ter šibko podporo vladnih politik.

Tabela 7.2: Ocene slovenskih izvedencev v okviru izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo, GEM Slovenija 2018, NES

Trditev: V Sloveniji ...	Povprečna ocena	Standardni odklon
poučevanje v osnovnih in srednjih šolah spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo.	3,37	1,73
poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno poznavanje načel tržnega gospodarstva.	3,03	1,8
poučevanje v osnovnih in srednjih šolah namenja ustrezno pozornost podjetništvu in ustanavljanju novih podjetij.	2,92	1,56
zagotavljajo višje in visoke strokovne šole ter univerze dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in rast novih podjetij.	4,47	1,95
je poslovno in managersko izobraževanje na ravni, ki zagotavlja dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in rast novih podjetij.	5,21	1,95
izobraževalni sistemi poklicnega, strokovnega in dopolnilnega izobraževanja zagotavljajo dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in rast novih podjetij.	4,48	1,86

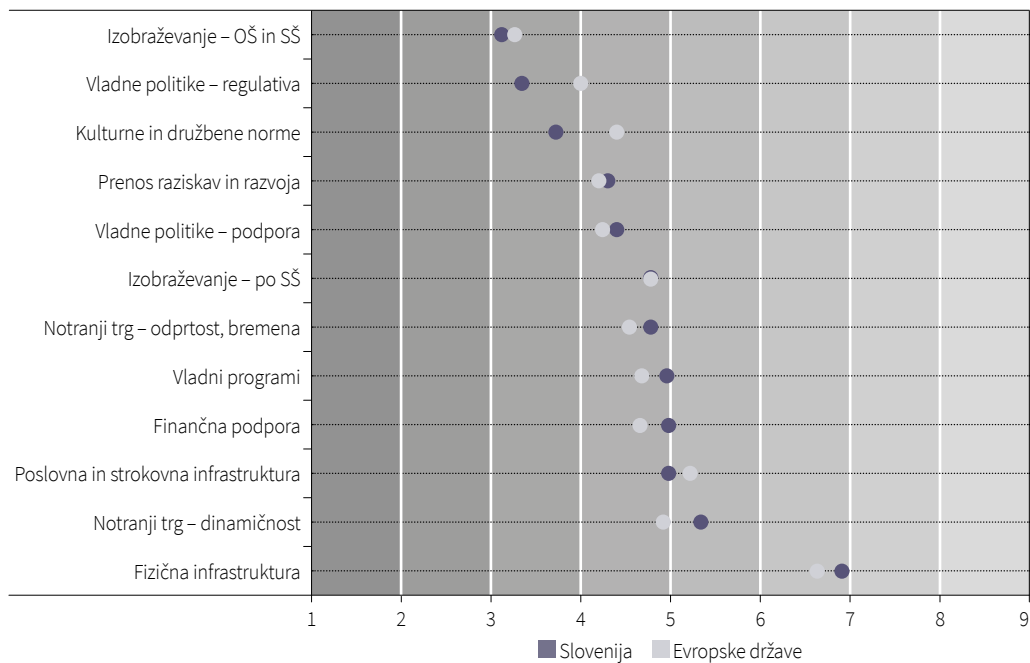
Tehtano povprečje, 1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo

Izobraževanje za podjetništvo na primarni in sekundarni ravni je bilo tudi v letu 2018 najbolj kritično ocenjeno in po mnenju izvedencev ostaja največji zaviralni dejavnik za podjetništvo v Sloveniji. Poučevanje v osnovnih in srednjih šolah po mnenju izvedencev še vedno ne namenja ustrezne pozornosti podjetništvu in ustanavljanju novih podjetij. Izvedenci s tem vztrajajo, da podjetništvo in inovativnost postaneta pomembni komponenti izobraževalnega sistema tudi na nižjih ravneh izobraževanja. V obdobju finančne perspektive 2007–2013 je Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport razvoj kompetence podjetnosti v izobraževanju spodbujalo z različnimi projekti, ki so dijakom ne samo omogočali praktične izkušnje, ampak tudi spodbudili prožno prehajanje med izobraževanjem in okoljem, predvsem trgom dela. Še več, spreminjali so kulturo poučevanja učiteljev, kar priča o tem, da je politika podjetniške kompetence prepoznala kot pomemben element, ki ga je treba razvijati že na nižjih ravneh šolanja. V projektu »Vrata odpiram sam« so povezali dijake, učitelje in podjetnike, ki so skupaj realizirali ideje v uspešne poslovne zgodbe. Ministrstvo je sodelovalo v mednarodnem projektu »Izzivi podjetnosti« (Youth Start) za mlade s Portugalske, iz Avstrije, Luksemburga in z Danske v največjem projektu spodbujanja podjetnosti za mlade v Evropi. Vključili so 21 osnovnih in 19 srednjih šol, skupaj več kot 170 učiteljev in 2000 učencev in dijakov. Z izbiro osnovnih šol in predvsem splošnih in strokovnih gimnazij je Slovenija referenčna država v projektu in Evropski komisiji, saj je dolgoročni cilj transverzalna umestitev kompetence podjetnosti v šolski prostor. V letu 2017 so objavili razpis s področja razvoja podjetnosti v izobraževanju v razvojni perspektivi 2014–2020 z naslovom »Krepitev kompetence podjetnosti in spodbujanje prožnega prehajanja med izobraževanjem in okoljem v osnovnih šolah«. Na ta način si prizadevajo z ukrepi spodbujati razvoj kompetence podjetnosti, jo umestiti v celotno vertikalo izobraževanja in z njo opolnomočiti šolajoče z znanjem in spretnostmi, da jih bodo znali uporabiti po končanem šolanju. Z načrtovanimi razvojnimi ukrepi želijo zagotoviti praktične izkušnje šolajočim, jih naučiti, kako pridobljeno znanje uporabiti izven izobraževalnega sistema, kako delovati proaktivno in samoiniciativno v inovativnem okolju ter kako izbrati in voditi svojo karierno pot (MIZŠ, 2017). Tudi v Zakonu o osnovni šoli je med cilji izobraževanja v 2. členu navedeno razvijanje podjetnosti kot osebostne naravnosti v učinkovito akcijo, inovativnosti in ustvarjalnosti učenca (Uradni list RS, št. 81/06). Maja 2017 je Državni zbor RS potrdil Zakon o vaještvi,

ki prinaša na področje srednjega poklicnega izobraževanja možnost večjega obsega usposabljanja z delom pri delodajalcu (Uradni list RS, št. 003-02-4/2017-9). V šolskem letu 2017/2018 se je tako začelo poskusno uvajati vajeništvo, katerega cilj je boljša usposobljenost glede na potrebe gospodarstva, lažji prehod od izobraževanja k delu, zgodnejše zaposlovanje mladih ter bolj usklajena ponudba in povpraševanje po kadrih (GZS, 2019). Vsako nacionalno gospodarstvo mora za uspešno delovanje podjetniškega ekosistema nameniti čas, trud in sredstva za uresničevanje dobro zastavljene, urejene in ambiciozne strategije podjetniškega izobraževanja na vseh ravneh. Učinki takih ukrepov seveda niso vidni takoj, je pa v prihodnosti na tej osnovi mogoče pričakovati več samoiniciativnosti v inovativnih, kreativnih procesih vseh, vključenih v šolski sistem, ter s tem tudi razvoj spodbudnejše podjetniške kulture.

Tudi izvedenci v drugih evropskih državah izobraževanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah v povprečju slabo ocenjujejo. Slabše povprečne ocene kot v Sloveniji beležijo na primer Nemčija, Velika Britanija, Avstrija, Italija, Francija. Najvišjo oceno tega okvira pa ima podobno kot že leta poprej Nizozemska, tako na primarnem in sekundarnem kot tudi na terciarnem nivoju.

Slika 7.1: Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji in evropskih državah



Tehtano povprečje, 1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo  
GEM Slovenija 2018, NES

Če povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo primerjamo z vsemi evropskimi državami GEM, ugotavljamo, da so slovenski izvedenci najbolj nad povprečjem evropskih držav ocenili dinamičnost notranjega trga, podobno kot tudi že leto poprej. Ugotovitev bi lahko pripisali majhnosti slovenskega trga, ki se spreminja iz leta v leto, saj se prilagaja zunanjim trendom in je odprto za vstop novih podjetij. Nekoliko izraziteje nad povprečjem evropskih ocen so tudi finančna podpora za podjetništvo, vladni programi in dostop do fizične infrastrukture.

Tabela 7.3: Ocene slovenskih izvedencev v okviru odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, GEM Slovenija 2018, NES

Trditev: V Sloveniji ...	Povprečna ocena	Standardni odklon
se trg potrošniškega blaga in storitev močno spreminja iz leta v leto.	5,51	1,99
se medpodjetniški trg blaga in storitev močno spreminja iz leta v leto.	5,19	1,8
nova in rastoča podjetja z lahkoto vstopajo na nova tržišča.	4,72	1,89
nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške vstopa na tržišče.	4,28	1,34
nova in rastoča podjetja lahko vstopajo na tržišča, ne da bi jih nepošteno ovirala že obstoječa podjetja.	4,94	1,89
je protimonopolna zakonodaja uspešna in se učinkovito izvaja.	4,9	1,95

Tehtano povprečje, 1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo

Ponudba blaga in storitev na potrošniškem (B2C) in na medpodjetniškem trgu (B2B) je v Sloveniji nadpovprečno dobro ocenjena. Tudi nova podjetja nimajo velikih težav pri vstopanju na trge, čeprav je višina vstopnih stroškov ocenjena z nekoliko slabšo povprečno oceno (4,28). Najvišjo povprečno oceno dinamičnosti notranjega trga med evropskimi državami GEM ima Poljska (6,71), odprtosti in konkurenčnosti na notranjem trgu pa Nizozemska (5,86).

Pod povprečjem evropskih držav GEM je Slovenija pri štirih okvirnih pogojih, najbolj pri obsegu, v katerem kulturne in družbene norme spodbujajo ali zavirajo dejavnosti, ki vodijo do novih poslov, metod ali dejavnosti, ki lahko povečajo osebno premoženje in dohodek. Temu sledijo regulativa vladnih politik, dostop do poslovne in strokovne infrastrukture ter izobraževanje na primarnem in sekundarnem nivoju.

Tabela 7.4: Ocene slovenskih izvedencev v okviru dostop do poslovne in strokovne infrastrukture, GEM Slovenija 2018, NES

Trditev: V Sloveniji ...	Povprečna ocena	Standardni odklon
je dovolj kooperantov, dobaviteljev in svetovalcev, ki podpirajo nova in rastoča podjetja.	5,31	1,89
nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške uporabe kooperantov, dobaviteljev in svetovalcev.	4,41	1,44
nova in rastoča podjetja z lahkoto najdejo dobre kooperante, dobavitelje in svetovalce.	4,51	1,56
nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre in strokovne pravne ter računovodske storitve.	5,56	1,76
nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre bančne storitve (transakcijski računi, plačilni promet s tujino, kreditne garancije in podobno).	5,14	2,29

Tehtano povprečje, 1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo

Izvedenci v povprečju ocenjujejo, da v Sloveniji nova in rastoča podjetja relativno lahko pridobijo dobre in strokovne pravne ter računovodske storitve, da je relativno dovolj kooperantov,



dobaviteljev in svetovalcev, ki podpirajo nova in rastoča podjetja, ter da nova in rastoča podjetja lahko pridobijo dobre bančne storitve, čeprav so pri zadnji trditvi mnenja izvedencev najbolj deljena. Izvedenci pa se ne strinjajo s trditvama, da nova in rastoča podjetja z lahkoto najdejo dobre kooperante, dobavitelje in svetovalce ter da zmorejo kriti stroške njihove uporabe. Pri tem se pojavlja vrzel: po mnenju izvedencev imamo v Sloveniji dovolj kooperantov, dobaviteljev in svetovalcev, ki podpirajo nova in rastoča podjetja, pa vendar podjetja dobre težko najdejo in po večini tudi težko krijejo njihove stroške. Izvedenci potemtakem menijo, da imajo podjetniki težave s pridobivanjem potencialnih poslovnih partnerjev in njihovega financiranja. Razlogi za to so lahko različni, na primer težave pri zagotavljanju zadostnih količin zaradi majhnosti novoustanovljenih podjetij, manjša kredibilnost novoustanovljenih podjetij, težave pri pridobivanju potrebnih certifikatov ipd. Zato se priporočila za izboljšanje poslovnega okolja v prvi vrsti nanašajo na področje ozaveščanja, informiranja in izobraževanja. Priporočila se nanašajo tudi na krepitev subvencij za pridobivanje različnih certifikatov, ki jih podjetja potrebujejo za poslovanje, vzpostavljanje partnerstev med podjetji, na primer po vavčerskem sistemu (SPOT točke), ki omogoča poenostavljen dostop do sofinanciranja posameznih storitev, s pomočjo katerih bodo podjetja krepila svojo konkurenčnost in kompetence, pa tudi preko sofinanciranja investicij, kar bi omogočalo hitrejšo rast podjetja in s tem večjo moč pri iskanju potencialnih, kvalitetnih poslovnih partnerjev.

Tabela 7.5: Ocene slovenskih izvedencev v okviru vladne politike, GEM Slovenija 2018, NES

Trditev: V Sloveniji ...	Povprečna ocena	Standardni odklon
državne politike (npr. javni razpisi) dosledno favorizirajo nova podjetja.	4,38	1,99
je podpora za nova in rastoča podjetja visoka prioriteta politike na državni ravni.	4,86	2,21
je podpora za nova in rastoča podjetja visoka prioriteta politike v občinah in upravnih enotah.	4,23	1,82
lahko nova podjetja dobijo večino potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni.	2,84	1,57
višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja.	3,22	2,17
se davčna in druga vladna regulativa za nova in rastoča podjetja uporablja na predvidljiv in konsistenten način.	3,67	1,9
spopadanje z državno birokracijo in regulativo ter pridobivanje potrebnih dovoljenj za poslovanje za nova in rastoča podjetja ni pretirano težavno.	3,29	1,71

Tehtano povprečje, 1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo

Kot je razvidno iz *tabele 7.5*, je po mnenju slovenskih izvedencev regulativa vladnih politik tisto, kar podjetnikom pri poslovanju predstavlja največje težave. Najbolj kritični so izvedenci pri težavah s pridobivanjem potrebnih dovoljenj in koncesij, temu sledijo davčna bremena in birokratske ovire. Zaznavanje vladne podpore novim in rastočim podjetjem ocenjujejo izvedenci z nekoliko višjimi povprečnimi ocenami, vendar je ta podpora še vedno šibka. Lažje in cenovno ugodnejše pridobivanje potrebnih dovoljenj in licenc bi tako moralo biti prednostna naloga vladne politike. Povečanje sredstev, namenjenih odpravi administrativnih ovir, posodobitev sistema in ohranjanje njegove stalnosti so nujni ukrepi za spodbujanje ustanavljanja in poslovanja MSP in start-up podjetij. Raziskovalci GEM že vsa leta opozarjamo tudi na visoka davčna bremena, ki so eden večjih zaviralnih dejavnikov za podjetništvo v Sloveniji, pri čemer mislimo tudi na številne druge prispevke, ki bremenijo poslovanje podjetja. Z napovedjo sprememb davčne zakonodaje ob nastopu nove

vlade so bili v letu 2018 zabeleženi nekateri odmevni odzivi in ukrepi uspešnih slovenskih podjetij, kar opozarja na potreben dialog pri snovanju ukrepov, ki bodo na koncu sprejeti. Okvir vladnih politik na področju regulative v območju EU nižje od slovenskih izvedencev v povprečju ocenjujejo zgolj izvedenci na Hrvaškem, Poljskem, v Italiji, Grčiji in na Slovaškem. V povprečju najvišje ocenjen okvir vladne politike v Evropi pa imajo države, kot so Francija, Nizozemska, Luksemburg in Ciper (povprečne ocene nad 5).

Tabela 7.6: Ocene slovenskih izvedencev v okviru kulturne in družbene norme, GEM Slovenija 2018, NES

Trditev: V Sloveniji ...	Povprečna ocena	Standardni odklon
nacionalna kultura močno podpira individualne uspehe, ki so bili doseženi z lastnimi napor.	3,67	2,08
nacionalna kultura poudarja neodvisnost, avtonomnost in osebno iniciativo.	3,64	1,99
nacionalna kultura spodbuja podjetniško prevzemanje tveganja.	3,42	1,92
nacionalna kultura spodbuja ustvarjalnost in inovativnost.	4,22	2,15
nacionalna kultura poudarja odgovornost, ki jo ima posameznik (in ne skupnost) pri upravljanju svojega življenja.	3,64	1,96

Tehtano povprečje, 1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo

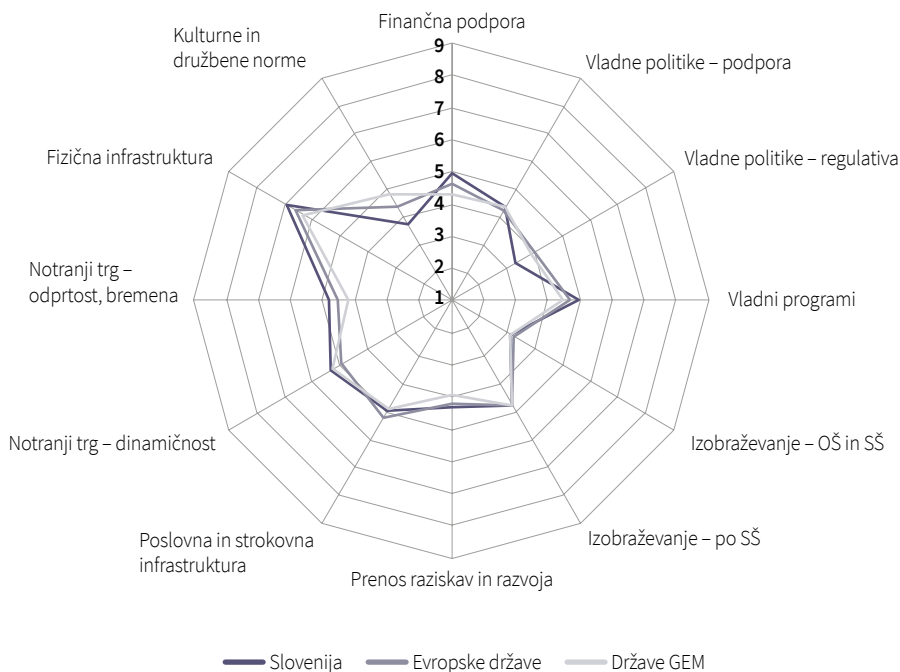
Z vplivom kulturnih in družbenih norm na podjetništvo se ukvarjajo raziskovalci v številnih raziskavah (na primer Krueger in Brazeal, 1994; Stephan in Uhlener, 2010; Moriano *et al.*, 2012). Njihova skupna spoznanja kažejo, da je krepitev spodbudnega kulturnega okolja in pozitivnega dojemanja podjetništva izjemno pomembna. Slovenski izvedenci so v tej zvezi v letu 2018 najbolj kritično ocenili družbeni sistem vrednot, ki stigmatizira podjetniški neuspeh, kar vsekakor ni spodbudno in kar smo izpostavili že v poglavju 3. Izvedenci tudi menijo, da nacionalna kultura ne spodbuja ali ne poudarja dovolj podjetniških vrednot, kot so tveganje, ustvarjalnost, inovativnost ali individualna odgovornost. Zanimivo je, da se pri tem okviru Slovenija pojavlja povsem na repu evropskih držav GEM. V letu 2018 je bil med vsemi evropskimi državami GEM ta okvirni pogoj za podjetništvo slabše kot pri nas ocenjen le še na Slovaškem, v Bolgariji, Italiji in na Hrvaškem. Najbolje ocenjena evropska država v tem okviru je že vsa leta Nizozemska (s povprečno oceno 6,17 v letu 2018), ki je v letu 2018 beležila v povprečju najvišje ocene pri kar sedmih okvirnih pogojih za podjetništvo, in sicer pri finančni podpori za podjetništvo, regulativi vladnih politik, izobraževanju in usposabljanju na vseh ravneh, poslovni in strokovni infrastrukturi, odprtosti notranjega trga ter kulturnih in družbenih normah. Ko se bodo v Sloveniji začeli kazati učinki strateškega pristopa k podjetniškemu izobraževanju, se bo to postopoma začelo odražati tudi v bolj pozitivni in podjetništvu naravnani kulturi, kar je nekoliko hitreje mogoče dosežati tudi s pozitivnimi zgledi v medijih ter z ozaveščanjem javnosti o vlogi in pomenu podjetništva.

Strnemo lahko, da okvirni pogoji za podjetništvo v Sloveniji še naprej ponujajo možnosti za izboljšanje. Večina pogojev kaže na nekatere pomanjkljivosti, ki so bile slabo ocenjene že v preteklih letih in se še niso izboljšale, pri drugih pa so vidni določeni pozitivni premiki, a vidnost njihovih učinkov zahteva svoj čas. Prav tako velja izpostaviti, da za kakovostno, stimulatивно podjetniško okolje niso dovolj posamezni, izolirani ukrepi, temveč je bistven celovit pristop, ki ureja in vzpostavlja povezave na različnih področjih, pomembnih za podjetništvo.

## 7.2 Globalni položaj slovenskega podjetniškega ekosistema

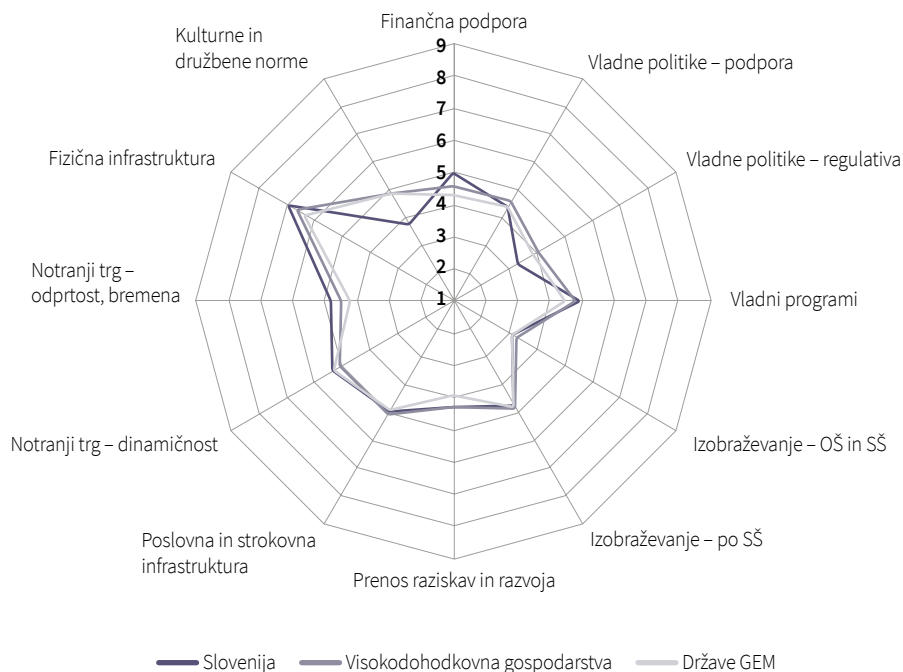
Države so v raziskavo GEM vključene po dveh velikih kriterijih, po katerih jih je možno medsebojno primerjati s pomočjo sestavljenih kazalnikov v podjetniškem okviru. Prvi kriterij oziroma merilo je geografski, drugi pa odvisen od višine bruto nacionalnega dohodka na prebivalca. Slovenija se uvršča v geografsko območje Evrope in v skupino visokodohodkovnih gospodarstev. Na *sliki 7.2* prikazujemo položaj podjetniških okvirnih pogojev Slovenije primerjalno z evropskimi državami GEM in vsemi državami GEM, na *sliki 7.3* pa je prikazana Slovenija primerjalno s skupino visokodohodkovnih gospodarstev in vsemi državami GEM. Sliki sta med seboj dokaj podobni in kažeta na najšibkejše in najmočnejše dejavnike primerjalno s povprečjem skupin, v katere je Slovenija uvrščena po GEM.

*Slika 7.2: Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji primerjalno s povprečjem evropskih držav in vseh držav GEM*



Tehtano povprečje, 1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo  
GEM Slovenija 2018, NES

Slika 7.3: Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji primerjalno s povprečjem visokodohodkovnih gospodarstev in držav GEM



Tehtano povprečje, 1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo  
GEM Slovenija 2018, NES

Slovenija od skupine visokodohodkovnih gospodarstev in tudi vseh držav GEM najbolj pozitivno odstopa pri finančni podpori za podjetništvo, ki je po mnenju izvedencev v Sloveniji nadpovprečno dobro urejena in na razpolago. Poleg odprtosti in konkurenčnosti na notranjem trgu ter prisotnosti fizične infrastrukture velja izpostaviti tudi prisotnost in kakovost vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva (spodbude za MSP) na vseh vladnih ravneh (nacionalni, regionalni in občinski). Pri tem okviru Slovenija nadpovprečno odstopa od evropskih držav in tudi vseh držav GEM, nekoliko manj pa od povprečja skupine visokodohodkovnih gospodarstev. Kot smo že izpostavili, so bile ocene slovenskih izvedencev leta 2018 najbolj podpovprečne pri kulturnih in družbenih normah, temu sledi regulativa vladnih politik. Pri izobraževanju na ravni osnovnih in srednjih šol v povprečju nekoliko zaostajamo za evropskimi in tudi visokodohodkovnimi državami, razlika pa se nekoliko omili pri primerjavi Slovenije z vsemi državami GEM. Pri vladni podpori za MSP so bile povprečne ocene za Slovenijo v letu 2018 nad evropskim povprečjem, vendar pod povprečjem skupine visokodohodkovnih gospodarstev. Pri prenosu raziskav in razvoja se povsem približamo evropskemu povprečju, v primerjavi z vsemi državami GEM pa pozitivno odstopamo. Glede razpoložljivosti poslovne in strokovne infrastrukture smo že izpostavili, da ocene slovenskih izvedencev v povprečju zaostajajo za evropskim povprečjem, so pa primerljive s povprečjem visokodohodkovnih gospodarstev in skupine držav GEM.

## 7.3 Indeks nacionalnega podjetniškega konteksta (NECI)

Novost raziskave GEM v letu 2018 je bila, kot smo predstavili že uvodoma, uvedba sestavljenega indeksa NECI – indeksa nacionalnega podjetniškega konteksta (ang. *national entrepreneurship context index*). Gre za indeks, ki odraža »zdravje« oziroma »kondicijo« nacionalnega podjetniškega okolja. Izhaja iz dvanajstih okvirnih pogojev za podjetništvo in tehta ocene teh pogojev s pomembnostjo, ki jim jo pripišejo anketirani izvedenci. Izračuna se s pomočjo stopnje strinjanja nacionalnih izvedencev s trditvami, ki se nanašajo na 12 okvirnih pogojev za podjetništvo (na 9-stopenjski Likertovi lestvici, ki je za potrebe izračuna indeksa preračunana na 10-stopenjsko); odgovor vsakega izvedenca je tehtan s pomembnostjo oziroma relevantnostjo, ki jo je vsakemu elementu dodelil izvedenec. Izvedenci so na lestvici od 1 = sploh ni pomembno do 10 = izjemno pomembno ocenili, kako vpliven, pomemben in relevanten je vsak podjetniški okvir za trenutno stanje nacionalnega podjetniškega okolja. Rezultati za vse izjave v posameznem okvirnem pogoj za podjetništvo se seštejejo in delijo z vsoto vrednosti za pomembnost, kar ustvari individualno (za vsakega eksperta) uteženo oceno NECI. Povprečje tako dobljenih ocen za vse izvedence daje vrednost NECI za vsak posamezen podjetniški okvirni pogoj za nacionalno gospodarstvo. Skupna vrednost NECI je povprečje vseh dvanajstih okvirnih pogojev, kar omogoča rangiranje držav.

Lestvica NECI za 54<sup>1</sup> gospodarstev (Bosma in Kelley, 2018, str. 58-59) pokaže, da vrednost nacionalnega podjetniškega konteksta ni povsem vezana na ekonomsko moč posameznega nacionalnega gospodarstva, saj je na vseh treh stopnjah (v nizko-, srednje- in visokodohodkovnih gospodarstvih) mogoče najti države tako z visoko kot tudi z nizko vrednostjo indeksa NECI. Res pa je, da visoka vrednost NECI prevladuje v visokodohodkovnih gospodarstvih.

Slika 7.4: Najvišje uvrščene države po indeksu NECI v letu 2018



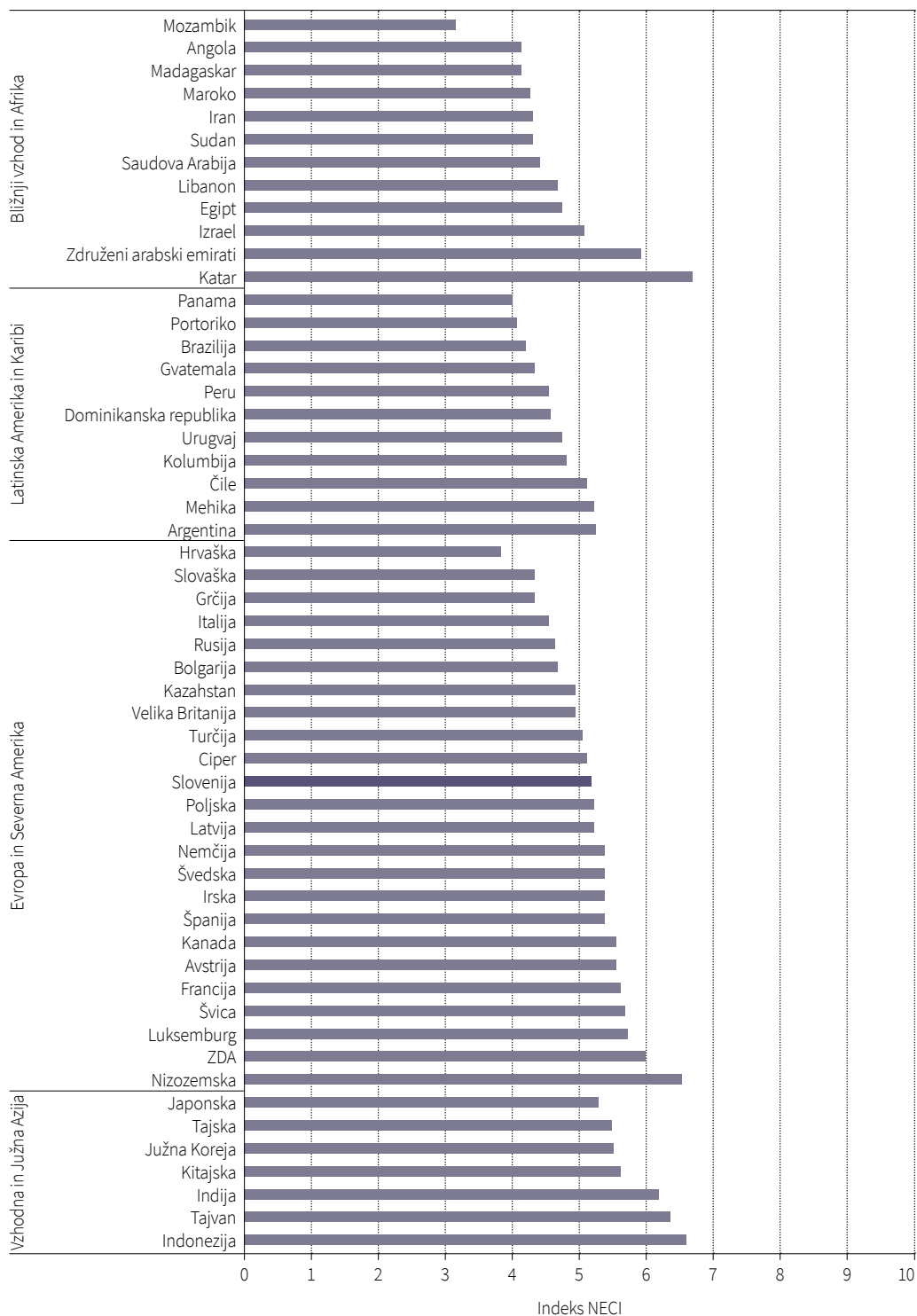
GEM Slovenija 2018, NES

Slovenija se je z vrednostjo indeksa nacionalnega podjetniškega konteksta 5,18 uvrstila na 25. mesto med 54 državami GEM, kar je nekoliko nad polovico lestvice, ob boku Poljske in Čila. Na *sliki 7.5* prikazujemo skupne rezultate NECI za 54 gospodarstev po globalnih geografskih regijah.

Vrednosti indeksa NECI so visoke v državah, ki se uvrščajo v regijo Vzhodna in Južna Azija, kjer se po indeksu NECI kar tri gospodarstva uvrščajo med prvih pet – to so Indonezija (2), Tajvan (4) in Indija (5). Nasprotno pa države v regiji Latinska Amerika in Karibi beležijo nizke vrednosti indeksa, saj

<sup>1</sup> K 49 državam, sodelujočim v raziskavi GEM za leto 2018, je bilo dodatno vključenih še 5, ki niso pravočasno zaključile APS dela raziskave, vendar so predložile rezultate za del raziskave NES. To so Dominikanska republika, Kazahstan, Latvija, Mehika in Mozambik.

Slika 7.5: Rezultati NECI 2018 za 54 gospodarstev po štirih geografskih regijah



se nobeno gospodarstvo v tej regiji po indeksu NECI ne uvršča med prvo dvajseterico, ob tem pa zajema dve gospodarstvi, ki sta po vrednosti indeksa NECI med najnižjimi petimi – to sta Panama (52) in Portoriko (51). V regiji Bližnji vzhod in v Afrika najdemo najvišje uvrščeno državo (Katar), pa tudi najnižje uvrščeno (Mozambik). V Evropi so razlike med državami manj dramatične, pa vendar vrednosti indeksa kažejo na precejšnje raznolikost, z na primer 3. mestom na lestvici, ki ga zaseda Nizozemska, in 53. mestom, ki pripada Hrvaški (Bosma in Kelley, 2018). Slovenijo je mogoče najti v regiji evropskih držav skupaj z državami Severne Amerike: med 24 državami te skupine je na 14. mestu, med Latvijo in Ciprom. Vrednost indeksa NECI za Slovenijo leta 2018 je nad povprečjem skupine evropskih držav (vrednost NECI 5,12) in vseh držav, sodelujočih v GEM (vrednost NECI 5,03), zaostaja pa za povprečjem skupine visokodohodkovnih gospodarstev (vrednost NECI 5,22). V globalnem poročilu GEM (Bosma in Kelley, 2018) s pregledom gospodarstev z najvišjo uvrstitvijo je bilo ugotovljeno, kako pomembno je imeti zdrave pogoje na vseh področjih okolja, ki vplivajo na podjetništvo. Podjetniški kontekst zato zahteva, da smo pozorni na vrsto dejavnikov; mogoče je trditi, da lahko slabe razmere na nekaterih področjih omejujejo pripravljenost in sposobnost ljudi za vstop v podjetništvo kljub moči na drugih področjih.

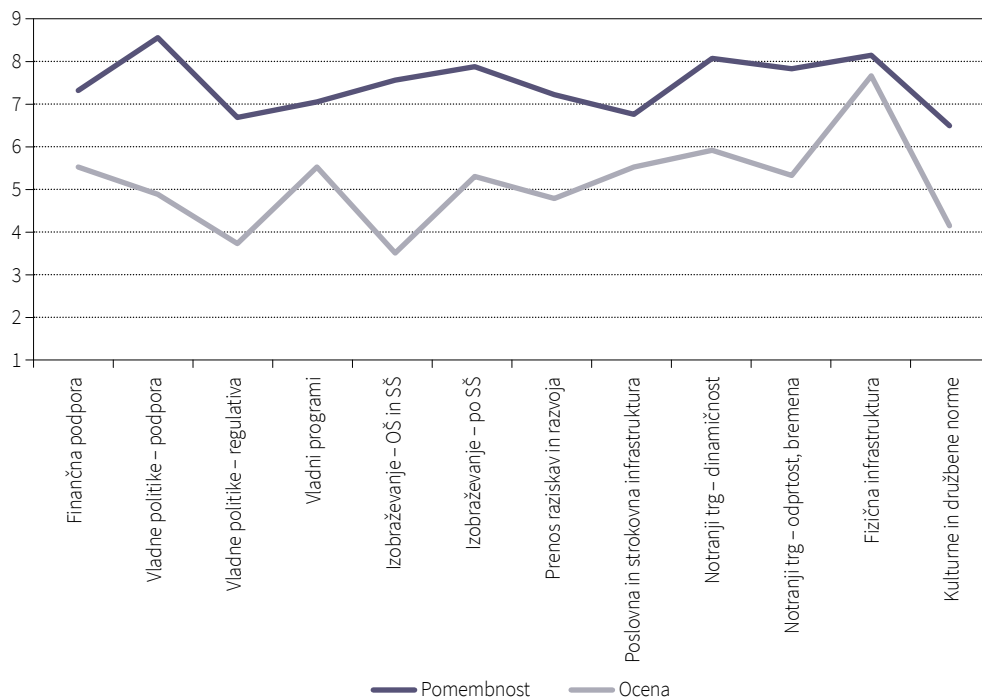
Slika 7.6: Vrednosti indeksa NECI po skupinah držav



GEM Slovenija 2018, NES

Uporabnost rezultatov indeksa NECI je predvsem v identifikaciji območja, kjer so vrzeli med ocenami okvirnih pogojev za podjetništvo in njihovo pomembnostjo. Na *sliki 7.7* zato prikazujemo povprečne ocene (preračunane na 10-stopenjski lestvici) posameznih okvirnih pogojev za podjetništvo, povezane s splošnim stanjem nacionalnih okvirnih pogojev v tekočem letu in njihovo pomembnost za Slovenijo. Ocena pomembnosti je običajno visoka pri večini gospodarstev, saj gre za okvirne pogoje, za katere generalno velja, da vplivajo na podjetništvo na nacionalni (in/ali regionalni) ravni.

Slika 7.7: Stanje in pomembnost 12 okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji



GEM Slovenija 2018, NES

Največja vrzel v Sloveniji se pokaže pri podjetniškem izobraževanju na ravni osnovnih in srednjih šol, kjer je razkorak med pomembnostjo in oceno stanja v tem okviru največji, najbolj zaradi nizke povprečne ocene tega okvirnega pogoja za podjetništvo. Sledi podpora vladnih politik, ki ji slovenski izvedenci dodeljujejo najvišjo pomembnost, ter regulativa vladnih politik, ponovno zaradi nizke ocene sedanjega stanja. Dodeljena pomembnost in ocena se najbolj približata pri razpoložljivosti fizične infrastrukture za podjetništvo.

Čeprav se je mogoče veliko naučiti že iz globalne lestvice oz. rangiranja držav glede na omenjeni indeks, pa je za oblikovalce politike in druge zainteresirane strani še zanimivejša podrobnejša analiza indeksa na nacionalni ravni, da bi odkrili kritična področja, ki jih je treba obravnavati z namenom, da bi povečali podjetniški potencial in vpliv. Pred ukrepanjem sta ključna naslednja dva koraka: (1) povezava rezultatov indeksa NECI s percepcijo podjetništva v državi, družbenim odnosom do podjetništva in podjetniško aktivnostjo ter na tej osnovi (2) vključevanje v razpravo z zainteresiranimi stranmi, kot so oblikovalci politike, finančni sektor, podporne organizacije za podjetništvo in izobraževalne institucije. Kot je navedeno v globalnem poročilu GEM (Bosma in Kelley, 2018), cilj na nacionalni ravni ne sme biti samo napredovanje po lestvici znotraj indeksa, temveč doseči zelene rezultate z ustvarjanjem ravnovesja v obstoječem portfelju različnih tipov podjetništva v gospodarstvu. Rezultati raziskave GEM 2018 za Slovenijo kažejo, da se večina ljudi, ki v svojem okolju zaznavajo obetavne poslovne priložnosti, prav tako se visoko uvrščamo po deležu ljudi, ki menijo, da imajo sposobnosti za podjetništvo, medtem ko je celotna zgodnja podjetniška aktivnost nekoliko upadla. To v povezavi z rezultati indeksa NECI nakazuje na potrebne ukrepe predvsem vladne politike z vidika podpore in regulative ter zagotavljanje neoviranega prehoda od ustanovitvenih faz do ustaljenih, zrelih podjetij. Na podjetniško aktivnost pomembno



vpliva okolje s svojimi značilnostmi, tako glede razmer za poslovanje kot tudi glede odnosa do podjetništva, ki ga je mogoče izboljšati tudi z uvajanjem podjetniških vsebin že na najnižjih ravneh izobraževanja, kar smo v letošnjem poročilu o raziskavi GEM že izpostavili.

## 7.4 Prednosti in slabosti nacionalnega podjetniškega okolja

Vsako leto nacionalni izvedenci GEM iz vsake sodelujoče države navedejo tudi tri prednosti, ki po njihovem mnenju največ prispevajo k podjetniški aktivnosti v nacionalnem gospodarstvu (oz. regiji), tri področja, ki podjetništvo najbolj zavirajo, in tri priporočila o tem, kako bi podjetniško aktivnost lahko izboljšali. Njihove predloge analiziramo in dodelimo eni od 20 možnih tem. V tabeli 7.7 prikazujemo porazdelitev tem na osnovi multiplih spremenljivk, s primerjavo med letoma 2017 in 2018, iz česar je razvidno, katere teme izvedenci štejejo za bolj ali manj pomembne.

Tabela 7.7: Teme, ki so jih nacionalni izvedenci navedli kot glavne omejitve in prednosti pri podpori podjetništva v Sloveniji v letih 2017 in 2018, GEM Slovenija 2018, NES

Kategorije	Omejitve		Prednosti	
	odstotek veljavnih odgovorov		odstotek veljavnih odgovorov	
	2017	2018	2017	2018
Finančna podpora	35,29 %	22,22 %	32,35 %	36,11 %
Vladne politike	64,71 %	75,00 %	2,94 %	8,33 %
Vladni programi	8,82 %	5,56 %	17,65 %	25,00 %
Izobraževanje in usposabljanje	20,59 %	22,22 %	17,65 %	11,11 %
Prenos raziskav in razvoja	0,00 %	0,00 %	38,24 %	25,00 %
Poslovna in strokovna infrastruktura	2,94 %	0,00 %	8,82 %	13,89 %
Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu	2,94 %	2,78 %	2,94 %	16,67 %
Dostop do fizične infrastrukture	2,94 %	0,00 %	11,76 %	13,89 %
Kulturne in družbene norme	29,41 %	47,22 %	44,12 %	36,11 %
Zmogljivosti za podjetništvo	26,47 %	19,44 %	26,47 %	22,22 %
Ekonomska klima	5,88 %	8,33 %	0,00 %	5,56 %
Sestava delovne sile	8,82 %	2,78 %	23,53 %	8,33 %
Sestava prebivalstva	0,00 %	5,56 %	0,00 %	0,00 %
Soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom	14,71 %	16,67 %	2,94 %	5,56 %
Gospodarska kriza	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Korupcija	2,94 %	2,78 %	0,00 %	0,00 %
Drugačno poslovanje malih, srednjih in velikih podjetij	2,94 %	0,00 %	0,00 %	2,78 %
Internacionalizacija	8,82 %	0,00 %	17,65 %	13,89 %
Stroški dela, dostopnost in ureditev	14,71 %	11,11 %	0,00 %	2,78 %
Informacije	0,00 %	0,00 %	11,76 %	11,11 %
Drugo, ne vem	0,00 %	0,00 %	0,00 %	1,37 %

Izvedenci so v letu 2018 podobno kot tudi že leto poprej največ omejitev prepoznali na področju vladne politike (75 % navedb), sledijo kulturne in družbene norme (47 % navedb), finančna podpora ter izobraževanje in usposabljanje (oboje po 22 % navedb) in zmogljivosti za podjetništvo (19 % navedb). V sklopu vladnih politik kot največje omejitve so izvedenci tudi v letu 2018 na prvo mesto postavili nestimulativne davke in birokratske ovire, pri čemer so ob nestimulativni, nepredvidljivi in (pre)prepogosto spreminjajoči se davčni zakonodaji izpostavili tudi pomanjkanje davčnih olajšav za start-up podjetja ter dolgotrajne postopke in stroške ustanovitve podjetja v primerjavi s postopki v nekaterih drugih državah. Izvedenci kot oviro v slovenskem podjetniškem okolju vidijo tudi togo zakonodajo ter pogosto nesmiselne in v praksi skoraj neizvedljive zakone. Po mnenju izvedencev so odzivi vlade še vedno prepočasni ali v nekaterih primerih neodločni, navajajo pomanjkanje dialoga med vlado in podjetji, pomanjkanje ustrezne strategije na nacionalni ravni in pomanjkanje sodelovanja med različnimi inštitucijami.

Na drugem mestu so slovenski izvedenci v letu 2018 kot pomembno oviro še v večji meri kot leto poprej izpostavili mentaliteto ljudi in premalo podjetniško naravnano kulturo. Po mnenju izvedencev še vedno prevladuje izrazit negativen odnos družbe do uspeha in nadpovprečnosti na eni strani ter negativen odnos družbe v primeru neuspeha na drugi strani. Ovire pri finančni podpori za podjetništvo vidijo v kontekstu pomanjkanja kapitala tako v začetnih fazah podjetniškega cikla, še bolj pa v poznejših fazah, v katerih se zaradi vključevanja tujih investitorjev podjetja pogosto preselijo v tujino. Viri financiranja so po mnenju nekaterih izvedencev še vedno predragi, izpostavili pa so tudi pomanjkanje dolžniškega financiranja in nepovratnih sredstev za male podjeme. Povsem ob bok finančnim oviram so se po mnenju izvedencev v letu 2018 uvrstile ovire na področju podjetniškega izobraževanja in usposabljanja, pri čemer so izvedenci najpogosteje izpostavili pomanjkanje podjetniškega izobraževanja na nižjih ravneh in v različnih strokah, pa tudi premalo praktičnega usposabljanja za vstop mladih na samostojno podjetniško pot in premajhno število tujcev na univerzah tako med študenti kot tudi profesorji.

Čeprav se morda zdi protislovno, je mogoče pričakovati, da se pojavljajo podobne teme, ki podjetništvo hkrati zavirajo in pospešujejo, kot je to v Sloveniji leta 2018 veljalo za finančno podporo ter kulturne in družbene norme (oboje z najvišjim odstotkom navedb prednosti, to je 36 %), temu pa sledijo vladni programi ter prenos raziskav in razvoja (po 25 % navedb), pa tudi zmogljivosti za podjetništvo (22 % navedb). Kot prednosti finančnega okolja za podjetništvo so slovenski izvedenci v letu 2018 najpogosteje videli državne subvencije in spodbude, financiranje v predsemenski fazi (produktih Slovenskega podjetniškega sklada), kohezijska sredstva, razvejanost finančnih virov, pa tudi velik obseg lastniških virov financiranja in priliv tujega kapitala. V okviru kulturnih in družbenih norm so izvedenci leta 2018 kot najbolj spodbudne za podjetništvo prepoznali uspehe in zglede slovenskih podjetnikov in podjetij v svetu, izpostavljanje pozitivnih podjetniških praks v medijih, večjo prepoznavnost in uspehe start-up podjetij ter postopno spremembo miselnosti mladih, ki je podjetništvu bolj naklonjena.

V letu 2018 se je v primerjavi z letom 2017 še nekoliko povečal odstotek navedb, ki potrjujejo spodbujanje podjetništva v Sloveniji z vladnimi programi. Izvedenci so v tem kontekstu najpogosteje izpostavili podjetništvu prijazno okolje, ki se manifestira v razpisih Slovenskega podjetniškega sklada, pospeševalnikov in drugih iniciativ, v programih in projektih na področju ustanavljanja podjetij in njihove širitve. Izvedenci so v tem okviru izpostavili tudi podporo za inovativno delo mladih na inštitutih s pridobivanjem evropskih sredstev, kariernimi sejmi za mlade in drugimi podpornimi promocijskimi dogodki. Kot največje prednosti pri prenosu raziskav in razvoja vidijo slovenski izvedenci programe podjetniških inkubatorjev in tehnoloških parkov, pospeševalnike, FabLabe in podobna okolja za sodelo (ang. *coworking*), pa tudi medsebojno sodelovanje med znanstveniki in podjetniki ter šolami in gospodarstvom. Prednosti podjetniškega ekosistema

v Sloveniji pa izvedenci vidijo tudi v zmogljivostih za podjetništvo, ki se po njihovem mnenju odražajo v prodornih posameznikih in njihovih idejah, v znanju, talentih in drugih kompetencah. Izvedenci so na tem mestu izpostavili tudi inovativnost in mlade.

## 7.5 Priporočila slovenskih izvedencev za izboljšanje podjetniškega okolja

V sklopu raziskave GEM so izvedenci navedli tudi tri priporočila, kako bi podjetniško okolje in s tem podjetništvo na nacionalni (ali regionalni) ravni izboljšali. Daleč največ priporočil izvedencev za izboljšanje podjetniškega okolja v Sloveniji se je v letu 2018 nanašalo na področje vladne politike (kar 75 % navedb), sledijo priporočila glede izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo (41 %), kulturnih in družbenih norm (31 %), vladnih programov (22 %) ter stroškov dela, dostopnosti in ureditve (17 %). Njihova priporočila strnjeno podajamo v tabeli 7.8.

Tabela 7.8: Najpogostejša priporočila izvedencev za izboljšanje podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2018, NES

Kategorije	Priporočila
Vladne politike	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debirokratizacija;</li> <li>• ugodnejša davčna zakonodaja;</li> <li>• poenostavitev postopkov pri davčni upravi;</li> <li>• ustrezna porazdelitev davčnih bremen med vse deležnike;</li> <li>• uvedba davčnih olajšav za podjetja z najvišjo dodano vrednostjo;</li> <li>• uvedba davčnih olajšav za mlada podjetja v prvih treh letih;</li> <li>• uvedba davčnih spodbud za investitorje;</li> <li>• oprostitve plačil prispevkov za eno, dve ali tri leta ob investiciji nad 100 delovnih mest;</li> <li>• izboljšanje učinkovitosti sodnih postopkov;</li> <li>• več sodelovanja/dialoga med vlado in podjetniki;</li> <li>• ukinitve normiranih s. p.-jev oziroma njihova višja obdavčitev;</li> <li>• spremembe v nacionalni strategiji.</li> </ul>
Izobraževanje in usposabljanje	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uvedba podjetništva in inovativnosti v celotno vertikalno šolskega sistema;</li> <li>• nujnost korenitih sprememb v izobraževalnem sistemu;</li> <li>• nujnost revolucije v terciarni izobrazbi;</li> <li>• poučevanje podjetništva v šolah s podjetniki ali ljudmi s praktičnimi izkušnjami na tem področju;</li> <li>• povečanje praktičnega usposabljanja na vseh ravneh šolanja in povezav na ravni šol in podjetij;</li> <li>• spodbujanje tehničnih znanj;</li> <li>• povečanje obsega dela pri projektih članov različnih fakultet;</li> <li>• uvedba obveznega učenja angleščine na fakultetah.</li> </ul>
Kulturne in družbene norme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izpostavljanje pozitivnih podjetniških zgodb in posameznikov;</li> <li>• promoviranje dobrih zgledov (predvsem hitrorastočih podjetij) v medijih;</li> <li>• promoviranje podjetniške kulture in miselnosti, naklonjene podjetništvu;</li> <li>• širše razumevanje podjetniške miselnosti;</li> <li>• spoštovanje;</li> <li>• spremembe v vzgoji.</li> </ul>

Kategorije	Priporočila
Vladni programi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ohranjanje in izboljševanje podpornega okolja za podjetništvo;</li> <li>• konsolidiranje mehanizmov podpornega okolja po sistemu vse na enem mestu;</li> <li>• oblikovanje podjetniškega ekosistema na regionalni ravni (vključno z upravljanjem, spremljanjem in vrednotenjem);</li> <li>• oblikovanje programov za spodbujanje podjetniških znanj in veščin;</li> <li>• spodbujanje rasti družinskih podjetij.</li> </ul>
Stroški dela, dostopnost in ureditev	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Znižanje davkov in prispevkov za zaposlovanje;</li> <li>• znižanje učinkovite obdavčitve dela;</li> <li>• fleksibilnejša delovno-pravna zakonodaja;</li> <li>• znižanje obremenitve nadpovprečnih plač;</li> <li>• ureditev področja nagrajevanja zaposlenih v podjetjih – delniške opcije za zaposlene;</li> <li>• razvojna kapica.</li> </ul>

Zaradi vpliva politike (in nasploh vseh deležnikov podpornega okolja) na podjetniško vedenje se moramo natančno zavedati izidov, ki sledijo posameznim ukrepom, in jih skušati v največji možni meri izboljšati (Hart, 2003). Zavestno vplivanje na podjetniško stvarnost z namenom, da bi vzpostavili in ohranjali optimalen podjetniški nivo na ravni posameznega nacionalnega gospodarstva (in/ali regije), zato zahteva natančno poznavanje te stvarnosti in zakonitosti, ki jo obvladujejo.

# Literatura in viri

1. Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P., in Carlsson, B. (2009). The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 32(1), 15–30.
2. Aulet, B., in Murray, F. (2013). *A Tale of two Entrepreneurs: Understanding Differences in the Types of Entrepreneurship in the Economy*. Kansas City: Ewing Marion Kauffman Foundation. Pridobljeno s: [http://real.mit.edu/documents/AuletMurray\\_KauffmanPaper\\_a-tale-of-two-entrepreneurs.pdf](http://real.mit.edu/documents/AuletMurray_KauffmanPaper_a-tale-of-two-entrepreneurs.pdf).
3. Bager, T., in Schøtt, T. (2004). *Growth expectations by entrepreneurs in nascent, baby and mature firms: Analysis of the Global Entrepreneurship Monitor surveys in Denmark 2000–2003*. Paper delivered at First GEM Research Conference, Berlin.
4. Baum, J. R., Locke, E. A., in Smith, K. J. (2001). A Multidimensional Model of Venture Growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292–303.
5. Baum, J. R., Locke, E. A., in Kirkpatrick, S. A. (1998). A longitudinal study of the relation of vision and vision communication to venture growth in entrepreneurial firms. *Journal of Applied Psychology*, 83(1), 43–54.
6. Bisnode d.o.o. (2017). Ženske podjetnice bolj učinkovite in dobičkonosne od moških. *Bilten marec 2017*. Pridobljeno s: <https://www.bisnode.si/globalassets/slovenia/bilten/bilten-marec-2017-final.pdf>.
7. Bosma, N., in Kelley, D. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor, 2018/2019 Global report*. Global Entrepreneurship Research Association, GERA.
8. Bradač Hojnik, B. (2015). Notranji podjetniki v poslovni praksi. V: Štrukelj, T. (ur.). *Izbrani vidiki družbenih in gospodarskih transformacij: strokovna monografija* (Knjižna zbirka Sodobna ekonomija in poslovanje – SEP). Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
9. Bravo-Biosca, A., Criscuolo, C., in Menon, C. (2013). *What Drives the Dynamics of Business Growth?* France: OECD.
10. Brown, R., in Mason, C. (2017). Looking Inside the Spiky Bits: A Critical Review and Conceptualisation of Entrepreneurial Ecosystems. *Small Business Economics*, 49(1), 11–30.
11. Bygrave, W. D. (2004). The entrepreneurial process. In: Bygrave, W. D., Zacharakis, A. (Eds.). *The portable MBA in entrepreneurship*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

12. Carree, M., in Thurik, R. (2006). *Entrepreneurship and Economic Growth*. Cheltenham, UK and Northampton, MA: Edward Elgar.
13. Curth, A., Chatzichristou, S., Devaux, A., Allinson, R., Bozeat, N., in Henry, N. (2015). *Entrepreneurship Education: A road to success. A compilation of evidence on the impact of entrepreneurship education strategies and measures*. European Commission.
14. Delmar, F., in Wiklund, J. (2008). The effect of small business managers' growth motivation on firm growth: a longitudinal study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(3), 437–457.
15. Estrin, S., Korosteleva, J., in Mickiewicz, T. (2014). *Entrepreneurial Growth Aspirations, Innovation Propensity and National Knowledge Intensity: Unveiling the Complexity of the Relationship, using GEM data*. GRINCOH Working Paper Series, Paper No. 3.08.2.
16. European Commission. (2012). *Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education*. Pridobljeno s: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/files/education/effects\\_impact\\_high\\_edu\\_final\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/files/education/effects_impact_high_edu_final_report_en.pdf).
17. European Commission. (2013). *Entrepreneurship 2020 action plan*. Pridobljeno s: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:EN:PDF>.
18. Fayolle, A., Gailly, B., in Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701–720.
19. GZS. Gospodarska zbornica Slovenije. (2019). *Vajeništvo*. Pridobljeno s: <https://www.gzs.si/vajenistvo/vsebina/VAJENI%C5%A0TVO/Splo%C5%A1no-o-vajeni%C5%A1tvu>.
20. Halilović, P., Cankar, F., in Tominc, P. (2014). Innovation and Entrepreneurship can be learned and Built on = Inoativnost i poduzetništvo može se naučiti i nadgraditi. *Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje: CJE*, 16(3), 133–153.
21. Hart, D. M. (2003). *The Emergence of Entrepreneurship Policy. Governance, Start-ups, and Growth in the U.S. Knowledge Economy*. GB: Cambridge University Press.
22. Hopp, C., in Ute, S. (2012). The influence of socio-cultural environments on the performance of nascent entrepreneurs: Community culture, motivation, self efficacy and start-up success. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(9-10), 917–945.
23. IRP. Inštitut za raziskovanje podjetništva. (2019). *Ponudba storitev*. Maribor: IRP. Pridobljeno s: <https://www.tovarnapodjemov.org/>.
24. Kolvereid, L., in Bullvag, E. (1996). Growth intentions and actual growth: The impact of entrepreneurial choice. *Journal of Enterprising Culture*, 4(1), 1–17.
25. Krueger, N. F., in Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91–104.
26. Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., in Hayton, J. (2015). Corporate entrepreneurship: the innovative challenge for a new global economic reality. *Small Business Economics*, 45(2), 245–253.
27. Levie, J. D., in Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31(3), 235–263.
28. Leyden, D. P., in Link, A. N. (2015). Toward a theory of the entrepreneurial process. *Small Business Economics*, 44(3), 475–484.

29. Linan, F., in Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on EI: Citation, Thematic Analyses and Research Agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907–933.
30. Mason, C., in Brown, R. (2014). *Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship*. Paris: Final Report to OECD. Pridobljeno s: <http://lib.davender.com/wp-content/uploads/2015/03/Entrepreneurial-ecosystems-OECD.pdf>.
31. Meek, R. W., Pacheco, D. F., in York, J. G. (2010). The impact of social norms on entrepreneurial action: Evidence from the environmental entrepreneurship context. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 493–509.
32. Mickiewicz, T., Nyakudya, F. W., Theodorakopoulos, N., in Hart, M. (2017). Resource endowment and opportunity cost effects along the stages of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 48(4), 953–976.
33. MIZŠ. Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport. (2017). *Podjetnost v izobraževanju*. Pridobljeno s: [http://www.mizs.gov.si/si/delovna\\_podrocja/urad\\_za\\_razvoj\\_in\\_kakovost\\_izobrazevanja/sektor\\_za\\_razvoj\\_izobrazevanja/razvojna\\_podrocja/podjetnost\\_v\\_izobrazevanju/](http://www.mizs.gov.si/si/delovna_podrocja/urad_za_razvoj_in_kakovost_izobrazevanja/sektor_za_razvoj_izobrazevanja/razvojna_podrocja/podjetnost_v_izobrazevanju/).
34. Močnik, D., Duh, M., in Crnogaj, K. (2019). *Slovenska podjetniška demografija in prenos podjetij: slovenski podjetniški observatorij 2018* (Slovenski podjetniški observatorij). 1. izd. Maribor: Univerzitetna založba Univerze.
35. Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., in Zarafshani, K. (2012). A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *Psychological Science*, 39(2), 939–944.
36. OECD. (2017). *Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalised Economy*. Pridobljeno s: <https://www.oecd.org/mcm/documents/C-MIN-2017-8-EN.pdf>.
37. OECD/European Union. (2017). *The Missing Entrepreneurs 2017: Policies for Inclusive Entrepreneurship*. Paris: OECD Publishing. Pridobljeno s: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264283602-en>.
38. Oosterbeek, H., van Praag, M., in Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442–454.
39. Peris-Ortizad, M., Ferreirab, J. J. M., in Fernandes, C. I. (2018). Do Total Early-stage Entrepreneurial Activities (TEAs) foster innovative practices in OECD countries? *Technological Forecasting and Social Change*, 129(April 2018), 176–184.
40. Rebernik, M., Tominc, P., in Crnogaj, K. (2011). *Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva: GEM Slovenija 2010*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
41. Rebernik, M., Tominc, P., Crnogaj, K., Bradač Hojnik, B., Rus, M., in Širec, K. (2018). *Rast podjetniških priložnosti: GEM Slovenija 2017*. Maribor: Univerzitetna založba Univerze v Mariboru.
42. Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P., in Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205–231.
43. Schoar, A. (2010). The divide between subsistence and transformational entrepreneurship. *Innovation Policy and the Economy*, 10, 57–81.
44. Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49–72.

45. SPS. Slovenski podjetniški sklad. (2019). *Produkti sklada*. Maribor: Slovenski podjetniški sklad. Pridobljeno s: <https://podjetniskisklad.si/sl/produkti-sklada/program-mladi/zagonske-spodbude>.
46. Stam, E. (2015). Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759–1769.
47. Stam, E., Bosma, N., Van Witteloostuijn, A., De Jong, J., Bogaert, S., Edwards, N., in Jaspers, F. (2012). *Ambitious Entrepreneurship. A review of the Academic Literature and New Directions for Public Policy*. AWT Report. 41. The Hague: AWT.
48. Stephan, U., in Uhlaner, L. M. (2010). Performance-Based vs Socially Supportive Culture: A Cross-National Study of Descriptive Norms and Entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, 41(8), 1347–1364.
49. Širec, K. (2018). *Inclusive entrepreneurship policies – country assessment notes: Slovenia 2018*. Final report on the project. Duration April 2018 – June 2018. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
50. Tietz, R., in Kugler, P. (2018). *Matching Score for Co-operations between Mature Firms and Start-ups*. ISPIIM Innovation Symposium. Manchester: The International Society for Professional Innovation Management (ISPIIM), June 2018.
51. Tominc, P. (2013). Podjetniško izobraževanje in usposabljanje ter podjetniška aktivnost v delu Podonavske regije. *Didactica Slovenica (Pedagoška obzorja)*, 28(2), 118–130.
52. UMAR. Urad RS za makroekonomske analize in razvoj. (2018a). *Jesenska napoved gospodarskih gibanj 2018*. Ljubljana: UMAR.
53. UMAR. Urad RS za makroekonomske analize in razvoj. (2018b). *Poročilo o razvoju*. Ljubljana: UMAR.
54. Uradni list RS, št. 003-02-4/2017-9. *Zakon o vajeništvu (ZVaj)*, str. 3725. Pridobljeno s: <https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/vsebina/2017-01-1324?sop=2017-01-1324>.
55. Uradni list RS, št. 81/06. *Zakon o osnovni šoli (ZOsn-UPB3)*, str. 8662. Pridobljeno s: <https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/vsebina/2006-01-3535/>.
56. Van der Zwan, P., Verheul, I., Thurik, R., in Grilo, I. (2013). Entrepreneurial progress: Climbing the entrepreneurial ladder in Europe and the United States. *Regional Studies*, 47(5), 803–825.
57. Varela R., Moreno, J. A., in Bedoya, M. (2014). *Colombian Entrepreneurial Dynamics: Global Entrepreneurship Monitor Caribbean*. Colombia: Universidad Icesi.
58. Varela, R., Moreno, J., Franco, C., Gomez, L., Lopez, S., Osorio, F., Pereira, F., Buelvas, P., Matiz, F., in Garcia, G. (2017). *Actividad eEmpresarial Colombiana*. Colombia: Universidad Icesi, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana Cali, Universidad EAN, Corporación Universitaria del Caribe – CECAR, Universidad Cooperativa de Colombia.
59. Wennekers, S., Van Stel, A., Carree, M., in Thurik, A.R. (2010). The Relationship Between Entrepreneurship and Economic Development: Is it U-Shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 6(3), 167–237.
60. Wiklund, J., in Shepherd, D. (2003). Aspiring for and achieving growth: the moderating role of resources and opportunities. *Journal of Management Studies*, 40(8), 1919–1941.
61. World Bank. (2016). *Doing Business 2016: Measuring Regulatory Quality and Efficiency*. Washington, DC: World Bank.



62. World Economic Forum. (2018). *Collaboration between Start-ups and Corporates A Practical Guide for Mutual Understanding, White Paper*. World Economic Forum. Pridobljeno s: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_White\\_Paper\\_Collaboration\\_between\\_Start-ups\\_and\\_Corporates.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_White_Paper_Collaboration_between_Start-ups_and_Corporates.pdf).
63. World Economic Forum. (2019). *Which of the world's four income groups are you in?* Pridobljeno s: <https://www.weforum.org/agenda/2016/05/these-maps-divide-the-world-by-average-income/>.
64. Zdolšek, T., in Širec, K. (2018). Conceptual research model for studying students' entrepreneurial competencies. *Naše gospodarstvo: revija za aktualna gospodarska vprašanja*, 64(4), 23–33.
65. Zięba, K. (2017). High Growth Aspirations of Nascent Entrepreneurs: Why Do They Fall? *Studia i Materiaij*, 1(23), 94–102.
66. ZRSZ. Zavod RS za zaposlovanje. (2017). *Strokovna izhodišča 2017*. Ljubljana: Zavod RS za zaposlovanje. Pridobljeno s: [https://www.ess.gov.si/\\_files/10610/Strokovna%20izhodi%C5%A1%C4%8Da\\_2018.pdf](https://www.ess.gov.si/_files/10610/Strokovna%20izhodi%C5%A1%C4%8Da_2018.pdf).
67. ZRSZ. Zavod RS za zaposlovanje. (2018). *Strokovna izhodišča 2018*. Ljubljana: Zavod RS za zaposlovanje. Pridobljeno s: [https://www.ess.gov.si/\\_files/10610/Strokovna%20izhodi%C5%A1%C4%8Da\\_2018.pdf](https://www.ess.gov.si/_files/10610/Strokovna%20izhodi%C5%A1%C4%8Da_2018.pdf).
68. ZRSZ. Zavod RS za zaposlovanje. (2019). *Stopnja registrirane brezposelnosti*. Pridobljeno s: [https://www.ess.gov.si/trg\\_dela/trg\\_dela\\_v\\_stevilkah/stopnja\\_registrirane\\_brezposelnosti](https://www.ess.gov.si/trg_dela/trg_dela_v_stevilkah/stopnja_registrirane_brezposelnosti).



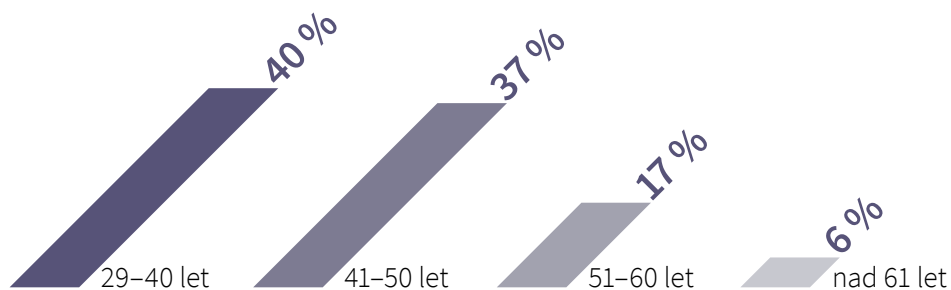
# Značilnosti vzorca slovenskih izvedencev v letu 2018

# P1

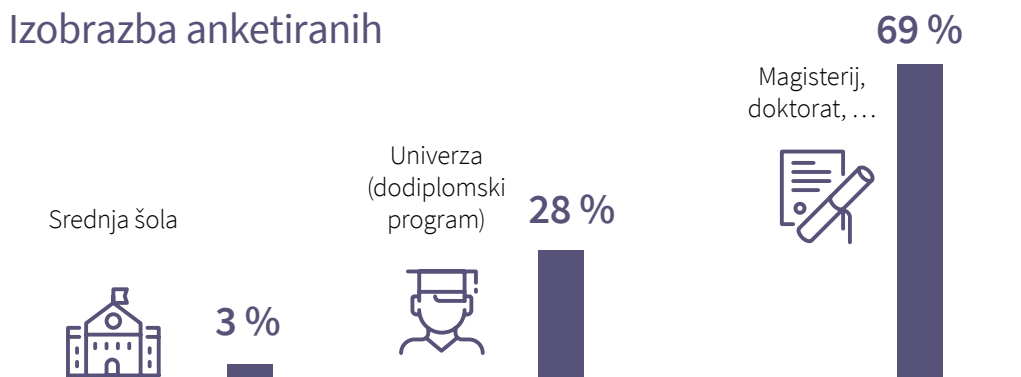
## Spol anketiranih



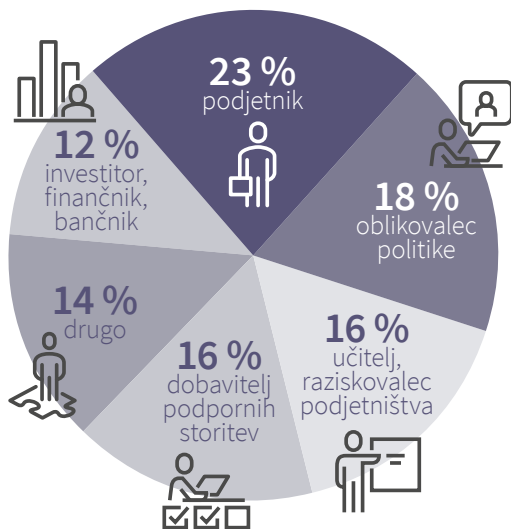
## Starost anketiranih



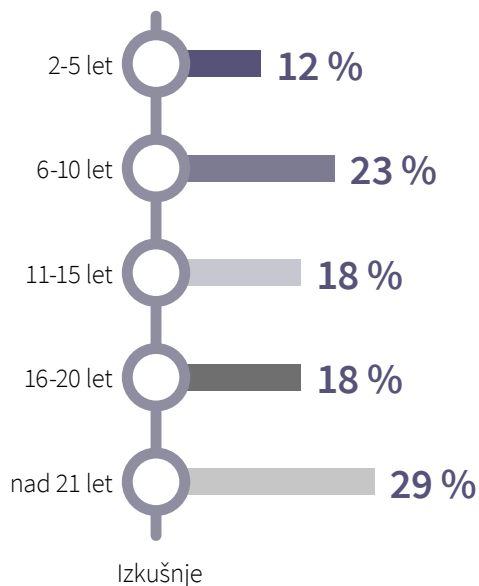
## Izobrazba anketiranih



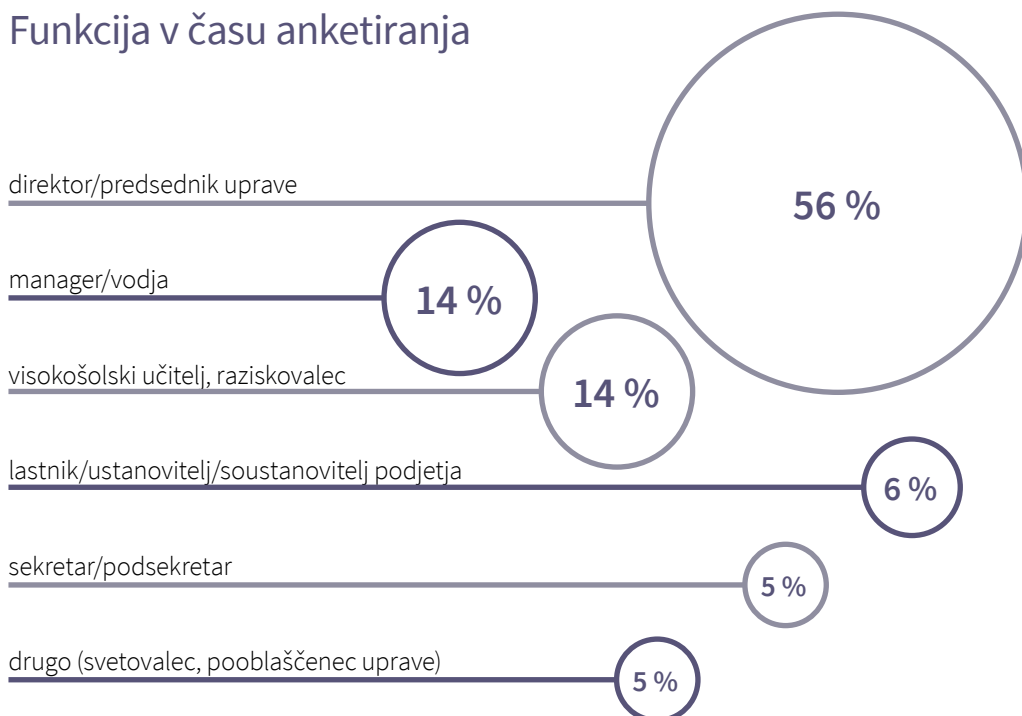
Kaj od navedenega izvedenca najbolje opisuje (možnih več odgovorov)



Izkušnje na področju podjetništva



Funkcija v času anketiranja



S 25. majem 2018 je stopila v veljavo nova uredba o varovanju osebnih podatkov (GDPR), zato poimenskega seznama izvedencev ne objavljamo.

# Metodološka pojasnila

# P2

## Razlika med podatki GEM in podatki poslovnih registrov ali AJPES

Kljub dolgoletnemu pojasnjevanju razlik med podjetništvom kot procesom, v katerem sodeluje posameznik, ter podjetništvom, ki se ukvarja z organizacijskimi in pravnimi subjekti (d. d., d. o. o., s. p.), še vedno pogosto prihaja do mešanja podjetniškega procesa in poslovnega registra, do mešanja ljudi in organizacij. Oba vidika je pomembno proučevati, vendar pa vsak zahteva svoje podatkovne vire. Kadar se ukvarjamo s podjetji kot organizacijskimi in poslovnimi subjekti, lahko uporabljamo podatkovne podlage, ki nam jih ponujajo poslovni registri, AJPES, slovenski statistični urad, Eurostat ali druge specializirane organizacije in podjetja, ki se ukvarjajo s poslovnimi podatki (e-Bonitete, GVIN ipd.). Ko pa imamo opraviti z ljudmi, lahko vpogled v njihove sposobnosti, namere, strahove, ambicije ipd. dobimo samo tako, da z zanesljivo metodologijo anketiramo statistično zanesljiv vzorec prebivalstva.

GEM je družbena raziskava, ki se ukvarja s posamezniki. Z vidika raziskovalne perspektive GEM so posamezniki tisti, ki so primarni akterji ustanovitve, zagona in vzdrževanja novega in podjetnega posla. Zato seveda obstajajo nekatere bistvene razlike med podatki, ki jih zagotavlja zagotavlja GEM, in tistimi, ki jih lahko pridobimo v različnih poslovnih registrih in statističnih podatkovnih bazah. V nadaljevanju navajamo nekaj pomembnejših razlik (Bosma et al., 2008):

- Podatki GEM so pridobljeni v raziskavi, ki je harmonizirana med vsemi sodelujočimi državami. Kljub iniciativam Eurostata, OECD in Svetovne banke harmonizacija podatkov nacionalnih poslovnih registrov še ni uresničena.
- Metodologija GEM vsebuje statistično negotovost agregatnih rezultatov (na ravni države), kar ponazarjamo z objavljanjem intervalov zanesljivosti za ugotovljene podjetniške indekse. Podatki iz poslovnega registra so »številčni podatki« in kot taki ne zahtevajo intervala zanesljivosti. Vendar je število »umetnih« registracij za določene države neznano. Nekateri podjetji sploh niso registrirani (ali se jim ni treba registrirati), nekatera podjetja so registrirana samo zaradi davčnih razlogov, ne da bi v njih potekala kakršna koli podjetniška aktivnost. Obseg, v kolikšni meri se to dogaja, med državami verjetno močno variira.
- GEM spremlja ljudi, ki so v procesu ustanavljanja podjetja (nastajajoči podjetniki), kakor tudi ljudi, ki so lastniki in managerji svojega podjetja (nova in ustaljena podjetja). To vključuje

tudi svobodne poklice ali druge podjetnike, ki se jim ni treba registrirati. GEM tudi ugotavlja nagnjenost k podjetništvu in njegovo dojemanje. Vpogled v najzgodnejše faze podjetništva in duh podjetnosti pa je seveda zelo relevantna informacija za oblikovalce ekonomske in razvojne politike.

- Bistvo GEM ni v preštevanju podjetij in izračunavanju stopnje ustanavljanja podjetij. Gre za merjenje podjetniškega duha in podjetniške aktivnosti v različnih fazah podjetniškega procesa. Zato podatki GEM niso najboljši vir za proučevanje podjetij (kot pravnih subjektov) in njihovih značilnosti. Za panožno razvrstitev obstoječih podjetij so npr. zagotovo boljši podatki, ki jih zagotavljajo poslovni registri (razen morda v državah, kjer GEM zajame res veliko število respondentov, kot npr. v Španiji ali Veliki Britaniji).
- GEM pa ponuja številne podatke, ki jih ni mogoče dobiti iz poslovnih registrov. Takšni primeri so motivacija za samozaposlovanje, raven podjetniške aktivnosti, strah pred neuspehom ali pričakovanja bodoče rasti. Vendarle pa je pri tem treba biti pozoren na to, da se takšne značilnosti ugotavljajo na primernem (in dovolj velikem) vzorcu. V ta namen je ponekod smiselno združevati vzorce GEM iz več let.

V Sloveniji se raziskovalci podjetništva ukvarjamo tako s primarnimi podatki, ki jih dobimo na temelju anketiranega vzorca (prebivalcev, podjetnikov, managerjev v podjetjih ipd.), kakor tudi s podatki, ki jih ponuja poslovni register, statistični urad ali AJ PES. Z izjemo GEM se pri primarnih podatkih pogosto pokaže, da niso harmonizirani s podobnimi raziskavami v svetu, pri uporabi podatkov iz registra pa se pojavlja dodatni problem, da ti podatki niso ažurirani ter da so v njem številni organizacijski subjekti, ki so sicer registrirani, a niso poslovno aktivni. V drugi longitudinalni slovenski raziskavi podjetništva, ki poteka od leta 1998, v *Slovenskem podjetniškem observatoriju*, je ta zadrega rešena tako, da so v analizah smiselno upoštevani samo tisti subjekti, ki oddajo poročila o poslovanju, torej živi gospodarski subjekti, ki na trgu tudi dejansko sodelujejo v ekonomskem življenju in vplivajo nanj.

## Ključne mere GEM

Navajamo nekatere ključne mere, ki jih uporablja GEM, skupaj z njihovimi delovnimi definicijami. Do opisa vseh mer lahko dostopate neposredno na internetni strani Globalnega podjetniškega monitorja na naslednji način: [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org) → *about gem* → *gem wiki* → *definitions* → *measures*

Mera	Opis
<b>Odnos do podjetništva in njegovo dojemanje (Entrepreneurial attitudes and perceptions)</b>	
Zaznane priložnosti (Perceived opportunities)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki na območju, na katerem živijo, vidijo dobre priložnosti za ustanovitev podjetja.
Zaznane zmogljivosti (Perceived capabilities)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki verjamejo, da imajo potrebne veščine in znanje, da bi ustanovili podjetje.
Podjetniške namere (Entrepreneurial intention)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki so potencialni podjetniki, saj nameravajo v roku treh let ustanoviti podjetje.
Stopnja strahu pred neuspehom (Fear of failure rate)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki navajajo, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja.

Mera	Opis
Podjetništvo kot zaželena podjetniška izbira (Entrepreneurship as desirable career choice)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi podjetništvo zaželena poklicna izbira.
Visok status uspešnega podjetništva (High-status successful entrepreneurship)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki se strinjajo s trditvijo, da so v njihovi državi uspešni podjetniki spoštovani in ugledni.
Pozornost medijev do podjetništva (Media attention for entrepreneurship)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi v javnih medijih pogosto videti zgodbe o uspešnih novih podjetjih.
Poznavanje start-up podjetnika (Knowing start-up entrepreneur)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki osebno poznajo nekoga, ki je v zadnjih dveh letih ustanovil podjetje.
Enostavnost pričetka poslovanja	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki verjame, da je lahko začeti s poslovanjem.

Podjetniška aktivnost (Entrepreneurial activity)	
Stopnja nastajajočega podjetništva (Nascent entrepreneurship rate)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so trenutno nastajajoči podjetniki, tj. so aktivno vključeni v ustanavljanje podjetja, ki bo v celoti ali delno v njihovi lasti; podjetje lastnikom še ni izplačevalo plač, nadomestil ali drugih prihodkov dlje kot tri mesece.
Stopnja novega podjetništva (New business ownership rate)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so trenutno lastniki in managerji novega podjetja, to pomeni, da so lastniki in hkrati vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodke več kot tri mesece, a manj kot 42 mesecev.
Zgodnja podjetniška aktivnost (Early-stage entrepreneurial activity – TEA)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in managerji) novega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja ustaljenega podjetništva (Established business ownership rate)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so trenutno podjetniki ustaljenega podjetja; to pomeni, da so lastniki in hkrati vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodke več kot 42 mesecev.
Stopnja celotne podjetniške aktivnosti (Overall entrepreneurial activity rate)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so bodisi vključeni v zgodnje podjetniške aktivnosti ali pa so lastniki in managerji ustaljenega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja prenehanja poslovanja (Business discontinuation rate)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so v zadnjih 12 mesecih prenehali poslovati, ker so podjetje prodali ali zaprli ali pa kako drugače prekinili svoj lastniško-managerski odnos s podjetjem. Opozorilo: to NI merilo stopnje propada podjetij.
Opustitveni indeks (Entrepreneurship exit rate)	Odstotek podjetnikov, ki so v preteklem letu opustili poslovanje, v primerjavi s celotno podjetniško aktivnostjo.
Podjetniška aktivnost zaradi nuje: relativni delež (Necessity-driven entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek posameznikov, ki so vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost (kot je opredeljena zgoraj) zaradi nuje, ker za delo niso imeli druge možnosti.
Z izboljšanjem motivirana podjetniška aktivnost zaradi priložnosti: relativni delež (Improvement-driven opportunity entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek posameznikov, ki so vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost (kot je opredeljena zgoraj), ki (i) trdijo, da so to storili zaradi priložnosti in ne zato, ker ne bi imeli druge možnosti za delo, in (ii) ki pravijo, da je bil glavni motiv za izkoriščanje priložnosti, da bi bili neodvisni ali da bi povečali svoje prihodke, in ne zato, da bi samo obdržali svoje trenutne prihodke.
Motivacijski indeks (Entrepreneurial motivation index)	Razmerje med odstotkom razvojno usmerjenih podjetnikov in odstotkom podjetnikov iz nuje.

Mera	Opis
<b>Podjetniške aspiracije (Entrepreneurial aspirations)</b>	
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo zaposlovanja (Job expectation early-stage entrepreneurial activity)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in managerji novega podjetja), ki pričakujejo, da bodo čez pet let zaposlovali določeno število ljudi (več kot 5, 10 ali več, več kot 19).
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo zaposlovanja: relativni delež (Job expectation early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (nastajajoči in novi), ki pričakujejo, da bodo čez pet let zaposlovali določeno število ljudi (več kot 5, 10 ali več, več kot 19).
Delež inovativnih zgodnjih podjetnikov (Percentage of respondents within TEA: reporting some new product/market combination: the product is new to all/most customers AND there are no/few competitors)	Odstotek zgodnjih podjetnikov, ki izjavljajo, da imajo neko novo kombinacijo izdelka in trga: da je njihov izdelek nov za vse ali večino kupcev IN da imajo nič ali malo konkurentov.
Mednarodno usmerjena zgodnja podjetniška aktivnost: relativni delež (International oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov, ki navajajo, da je vsaj 25 % njihovih kupcev iz drugih držav.
<b>Podjetniška aktivnost zaposlenih (Entrepreneurial employee activity)</b>	
Podjetniška aktivnost zaposlenih (Entrepreneurial Employee Activity – EEA)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so trenutno vključeni v razvoj nove podjetniške dejavnosti za svojega delodajalca in imajo pri tem udejstvovanju vodilno vlogo.
<b>Socialna podjetniška aktivnost (Social entrepreneurial activity)</b>	
Socialna podjetniška aktivnost (Social Entrepreneurial Activity – SEA)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in managerji) novega podjetja, ki ima zastavljen socialni cilj.
<b>Družinska zgodnjepodjetniška aktivnost (Family Early-stage Entrepreneurial Activity)</b>	
Družinska zgodnjepodjetniška aktivnost (Family Early-stage Entrepreneurial Activity)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so vključeni v zgodnje podjetništvo in (a) imajo v lasti in vodijo vsaj del podjetja skupaj z družinskimi člani ali (b) imajo podjetje v samostojni lasti, a ga upravljajo skupaj s člani družine.
<b>Vključenost v gig ekonomijo (Gig Economy Participation)</b>	
Vključenost v gig ekonomijo (Gig Economy Participation)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so dobili prejeme iz plačanega dela, ki so ga pridobili preko digitalne platforme.
<b>Vključenost v delitveno ekonomijo (Sharing Economy Participation)</b>	
Vključenost v delitveno ekonomijo (Sharing Economy Participation)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so dobili prejeme iz posojanja ali dajanja v najem svoje dobrine ali lastnino ali iz privoljenja dostopa do storitev, ki jih zagotavljajo preko digitalne platforme.



## Opis GEM-ovih okvirnih pogojev za podjetništvo, GEM 2018, NES

<b>Finančna podpora za podjetnike</b>	Dostopno in učinkovito delovanje delniškega trga in razpoložljivost tipičnih kanalov financiranja za podjetnike: investitorji, državna posojila, garancije in subvencije, poslovni angeli, rizični kapitalisti, banke, kot tudi množično financiranje (ang. <i>crowdfunding</i> ).
<b>Vladne politike-podpora</b>	Ali nacionalne vlade izkazujejo podporo podjetnikom, govorijo v javnosti o podjetništvu kot pomembnem gospodarskem vprašanju in uveljavljajo sprejem ustrezne zakonodaje in regulative, ki bo izboljšala pogoje za samozaposlene posameznike in MSP.
<b>Vladne politike-davki in birokracija</b>	Ali so sedanji davki za podjetnike sprejemljivi in uravnoteženi ali pa za podjetnike pomenijo breme za zagon in rast podjetij. V kolikšni meri birokracija obremenjuje poslovne procese in zmožnosti financiranja podjetniških aktivnosti.
<b>Vladni programi za podjetništvo</b>	Prisotnost in kakovost programov javnih agencij, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva na vseh vladnih ravneh (nacionalni, regionalni, občinski), kar vključuje subvencije, inkubatorje in agencije, ki podjetnike ocenjujejo in jim svetujejo.
<b>Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo – na ravni OŠ in SŠ</b>	Vključenost podjetniških vsebin v šolske programe in v kolikšni meri šole učencem in dijakom privzgojijo podjetniške vrednote.
<b>Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo – po SŠ</b>	Obseg vključenosti podjetniških vsebin v izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli (poklicno izobraževanje, fakultete, poslovne šole itd.); vključuje učinkovitost izobraževalnih sistemov pri gradnji podjetniških veščin ter oblikovanju podjetniških vrednot študentov.
<b>Prenos raziskav in razvoja</b>	Obseg prenosa raziskovalno-razvojnih rezultatov z univerz in raziskovalnih centrov v podjetniško prakso; v kolikšni meri lahko inženirji in znanstveniki komercializirajo raziskovalna odkritja in jih prenesejo v prakso.
<b>Poslovna in strokovna infrastruktura</b>	Kakovost in dostopnost poslovnih, pravnih in drugih strokovnjakov in podjetij, ki lahko nudijo storitve podjetnikom, da ustanovijo in vodijo novo podjetje.
<b>Notranji trg–dinamičnost</b>	Obstoj prostega in odprtega trga, na katerem noben subjekt nima moči ali vpliva na določanje cene in kjer spremembe povpraševanja spremljajo tudi spremembe ponudbe in obratno.
<b>Notranji trg–tržne ovire in regulacija</b>	Celokupno delovanje trga v smislu ovir, s katerimi se srečajo podjetniki ob vstopu na trg; vključno s predpisi, ki lahko olajšajo ali otežijo vstopne napore.
<b>Fizična infrastruktura</b>	Enostaven dostop do razpoložljive fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij (hiter in zanesljiv internet, mobilna telefonija, komunalne storitve, ceste, železnice, pristanišča, letališča, zemljišče/zgradbe ali prostor), po ceni, ki ne diskriminira malih podjetij.
<b>Kulturne in družbene norme</b>	V kolikšni meri družba v svoji kulturi izkazuje podjetniško naravnost naravnost preko vedenja, prepričanj, jezika in običajev; izražanje sprejemanja, podpore in priznanja podjetnikom za njihovo aktivnost lahko spodbudno deluje na podjetnike.



# Podatkovne tabele

# P3

Tabela 1: Elementi podjetniške zmogljivosti in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi, GEM 2018, APS

Država	Zaznavanje družbenih vrednost o podjetništvu**				Samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika*				Zaznana enostavnost ustanoviti podjetje
	podjetništvo kot karierna pot	spoštovanje podjetnikov	medijska podpora podjetništvu	egalitarizem	zaznavanje poslovnih priložnosti	zaznavanje sposobnosti za podjetništvo	zaznavanje strahu pred neuspehom	podjetniške namere	
<b>Nizkodohodkovne države</b>									
Madagaskar	87,22	77,01	56,69	86,11	30,56	51,45	34,12	35,46	32,7
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>87,22</i>	<i>77,01</i>	<i>56,69</i>	<i>86,11</i>	<i>30,56</i>	<i>51,45</i>	<i>34,12</i>	<i>35,46</i>	<i>32,70</i>
<b>Spodnja polovica srednjedohodkovnih držav</b>									
Angola	74,44	80,46	68,59	67,20	74,02	75,65	19,29	83,35	55,0
Egipt	73,99	82,57	68,11	72,55	39,31	42,96	30,87	60,24	61,5
Indija	63,72	65,03	52,06	57,18	49,83	52,22	40,10	24,83	52,9
Indonezija	71,90	74,85	80,41	42,63	54,93	64,01	41,91	24,13	66,0
Maroko	61,11	68,31	52,16	63,80	33,58	29,54	51,21	43,91	26,8
Sudan	79,38	85,30	70,81	67,04	70,98	74,52	34,05	69,10	53,6
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>70,76</i>	<i>76,09</i>	<i>65,36</i>	<i>61,73</i>	<i>53,78</i>	<i>56,48</i>	<i>36,24</i>	<i>50,93</i>	<i>52,63</i>
<b>Zgornja polovica srednjedohodkovnih držav</b>									
Bolgarija	62,57	69,31	44,64	67,38	19,25	36,88	47,52	5,03	14,3
Brazilija	-	-	-	-	31,43	54,27	44,05	26,23	-
Gvatemala	94,44	71,72	54,07	65,27	54,63	65,16	33,90	49,23	35,7

Država	Zaznavanje družbenih vrednost o podjetništvu**				Samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika*				Zaznana enostavnost ustanoviti podjetje
	podjetništvo kot karierna pot	spoštovanje podjetnikov	medijska podpora podjetništvu	egalitarizem	zaznavanje poslovnih priložnosti	zaznavanje sposobnosti za podjetništvo	zaznavanje strahu pred neuspehom	podjetniške namere	
Iran	39,26	80,49	50,76	47,88	22,32	53,11	39,29	37,38	12,7
Kitajska	60,82	68,72	68,06	47,57	35,07	24,15	39,59	17,56	17,3
Kolumbija	68,68	84,18	62,36	55,41	57,48	66,40	27,73	50,15	39,2
Libanon	-	-	-	-	42,01	68,08	42,41	39,38	-
Peru	65,69	62,35	72,04	-	55,99	71,80	34,46	47,33	52,6
Rusija	68,02	68,04	49,01	70,26	22,81	27,46	40,14	5,13	21,3
Tajska	80,10	80,87	86,81	89,96	50,11	50,98	65,02	35,56	65,8
Turčija	80,79	66,09	52,58	76,98	44,31	56,84	34,09	35,54	28,9
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>68,93</i>	<i>72,42</i>	<i>60,04</i>	<i>65,09</i>	<i>39,58</i>	<i>52,28</i>	<i>40,75</i>	<i>31,68</i>	<i>31,98</i>
<b>Visokodohodkovne države</b>									
Argentina	59,39	49,96	44,86	60,16	35,89	48,79	38,59	17,68	23,4
Avstrija	50,15	75,30	64,57	-	46,78	48,33	44,77	16,25	-
Ciper	69,93	67,60	54,26	55,40	45,89	45,89	55,06	16,36	41,4
Čile	76,13	60,82	62,51	57,97	61,78	62,52	32,11	50,18	36,5
Francija	58,21	71,52	52,84	55,40	34,95	37,46	36,71	20,38	36,6
Grčija	64,89	67,80	50,13	62,13	19,22	46,39	67,97	9,07	12,2
Hrvaška	62,09	42,97	53,68	79,65	33,13	52,32	39,55	22,39	16,4
Irska	55,48	83,86	73,42	-	51,65	45,56	41,22	19,11	-
Italija	63,93	74,63	60,23	66,32	34,57	29,77	51,95	10,87	16,8
Izrael	65,96	84,98	54,30	43,88	56,23	41,48	53,30	31,91	17,9
Japonska	22,81	51,46	59,35	43,44	8,09	10,05	44,37	8,75	26,8
Južna Koreja	53,02	69,95	67,06	70,11	45,68	49,68	29,70	32,59	33,5
Kanada	64,13	74,09	76,04	70,32	62,98	55,86	47,28	23,99	51,5
Katar	68,19	76,70	64,18	65,70	54,16	52,32	29,40	31,05	51,1
Luksemburg	48,81	74,22	49,29	48,96	55,00	43,91	50,74	20,31	55,0
Nemčija	49,60	74,79	50,59	61,74	42,11	38,31	38,72	7,65	-
Nizozemska	81,74	63,05	64,77	61,54	66,73	46,08	34,83	10,86	74,7
Panama	44,63	46,32	45,17	52,74	39,04	42,13	21,62	20,41	45,3

Država	Zaznavanje družbenih vrednost o podjetništvu**				Samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika*				Zaznana enostavnost ustanoviti podjetje
	podjetništvo kot karierna pot	spoštovanje podjetnikov	medijska podpora podjetništvu	egalitarizem	zaznavanje poslovnih priložnosti	zaznavanje sposobnosti za podjetništvo	zaznavanje strahu pred neuspehom	podjetniške namere	
Poljska	85,86	76,33	46,22	42,02	68,48	46,60	40,63	10,16	74,1
Portoriko	20,71	52,63	80,88	55,22	35,21	47,54	24,99	28,78	24,3
Saudova Arabija	66,81	78,19	71,35	68,15	76,30	83,42	41,44	33,33	64,8
Slovaška	46,89	60,36	53,92	65,51	37,41	53,29	38,54	19,24	18,8
<b>Slovenija</b>	<b>58,43</b>	<b>75,78</b>	<b>77,19</b>	<b>82,82</b>	<b>42,17</b>	<b>50,97</b>	<b>37,42</b>	<b>16,30</b>	<b>39,2</b>
Španija	53,11	49,75	49,37	71,53	29,09	48,46	43,07	6,81	29,6
Švedska	49,01	72,13	62,81	66,90	81,56	38,42	42,15	11,35	74,0
Švica	46,54	69,71	47,70	52,44	45,48	36,26	41,11	9,80	57,9
Tajvan	63,13	76,44	84,46	69,58	26,74	28,18	44,32	27,37	24,2
Urugvaj	54,68	49,56	53,11	62,26	28,89	58,97	37,93	27,77	19,8
Velika Britanija	56,09	76,42	58,48	–	44,02	46,63	39,79	8,31	–
ZDA	62,66	78,69	74,43	50,80	69,83	55,62	39,44	18,54	45,5
Združeni arabski emirati	71,72	69,44	72,54	56,41	66,50	53,62	23,70	43,52	59,7
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>57,89</i>	<i>67,60</i>	<i>60,64</i>	<i>60,68</i>	<i>46,63</i>	<i>46,61</i>	<i>40,40</i>	<i>20,36</i>	<i>39,67</i>

\* Vsi kazalniki so izraženi v odstotku odraslih ljudi, starih od 18 do 64 let, razen:

- kazalnika zaznavanje strahu pred neuspehom, ki je merjen v odstotku ljudi, starih od 18 do 64 let, ki zaznavajo poslovne priložnosti in ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja;
- kazalnika podjetniške namere, ki je merjen v odstotku ljudi, starih od 18 do 64 let, ki niso vključeni v podjetniško aktivnost.

\*\* Pri teh spremenljivkah je bilo anketiranje po državah neobvezno. Vsi kazalniki so izraženi v odstotku ljudi, starih od 18 do 64 let.

Tabela 2: Vključenost prebivalstva v posamezne faze podjetniškega procesa, GEM 2018, APS

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost – TEA	TEA – priložnost kot % odraslega prebivalstva	TEA – nujnost kot % odraslega prebivalstva	TEA – priložnost kot % indeksa TEA	TEA – nujnost kot % indeksa TEA	Razvojno usmerjeni podjetniki kot % indeksa TEA	Motivacijski indeks	Ustajeni podjetniki	Prenehanje poslovanja kot % indeksa TEA
<b>Nizkodohodkovne države</b>											
Madagaskar	10,29	10,93	20,74	13,94	6,50	67,19	31,33	42,45	1,36	22,39	4,28
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>10,29</i>	<i>10,93</i>	<i>20,74</i>	<i>13,94</i>	<i>6,50</i>	<i>67,19</i>	<i>31,33</i>	<i>42,45</i>	<i>1,36</i>	<i>22,39</i>	<i>4,28</i>
<b>Spodnja polovica srednjedohodkovnih držav</b>											
Angola	22,84	19,46	40,84	23,28	15,84	57,00	38,78	36,29	0,94	15,16	25,47
Egipt	4,03	5,87	9,84	4,67	4,68	47,48	47,59	26,04	0,55	4,53	7,64
Indija	8,84	2,65	11,42	4,93	5,29	43,19	46,29	25,40	0,55	6,96	4,91
Indonezija	3,09	11,09	14,09	10,29	3,55	73,02	25,19	44,20	1,75	11,78	1,42
Maroko	3,32	3,49	6,65	4,29	2,07	64,49	31,16	40,98	1,32	4,20	10,10
Sudan	10,33	12,60	22,17	14,98	6,18	67,56	27,86	46,71	1,68	10,19	17,29
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>8,74</i>	<i>9,19</i>	<i>17,50</i>	<i>10,41</i>	<i>6,27</i>	<i>58,79</i>	<i>36,15</i>	<i>36,60</i>	<i>1,13</i>	<i>8,80</i>	<i>11,14</i>
<b>Zgornja polovica srednjedohodkovnih držav</b>											
Bolgarija	2,36	3,68	6,00	4,08	1,71	68,12	28,55	27,47	0,96	8,35	1,77
Brazilijska	1,66	16,43	17,88	11,04	6,71	61,77	37,52	50,37	1,34	20,25	4,28
Gvatemala	13,73	15,02	27,52	17,11	10,38	62,16	37,72	46,14	1,22	11,15	7,36
Iran	4,13	5,71	9,71	5,92	3,53	60,95	36,36	46,32	1,27	12,28	6,06
Kitajska	4,66	5,93	10,39	7,32	2,89	70,45	27,84	25,52	0,92	3,16	2,51
Kolumbija	15,70	5,82	21,19	18,13	2,58	85,53	12,16	43,35	3,57	6,50	4,72
Libanon	6,86	17,58	24,08	15,33	8,70	63,65	36,14	47,47	1,31	21,61	7,99
Peru	17,47	5,76	22,39	16,39	5,18	73,18	23,11	53,13	2,30	8,37	7,60
Rusija	2,74	2,85	5,55	3,01	2,21	54,22	39,75	31,59	0,79	4,90	1,55
Tajska	7,26	13,20	19,68	15,74	3,52	79,95	17,87	63,56	3,56	19,58	8,07
Turčija	7,41	7,05	14,24	10,61	2,33	74,53	16,33	28,20	1,73	8,65	5,15
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>7,63</i>	<i>9,00</i>	<i>16,24</i>	<i>11,33</i>	<i>4,52</i>	<i>68,59</i>	<i>28,49</i>	<i>42,10</i>	<i>1,72</i>	<i>11,35</i>	<i>5,19</i>
<b>Visokodohodkovne države</b>											
Argentina	4,88	4,29	9,11	6,27	2,54	68,83	27,92	37,76	1,35	9,05	3,89
Avstrija	6,83	4,40	10,90	8,20	1,74	75,23	15,92	38,12	2,39	6,46	5,01
Ciper	1,22	2,74	3,86	3,26	0,44	84,59	11,45	65,48	5,72	6,09	2,31

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost – TEA	TEA – priložnost kot % odraslega prebivalstva	TEA – nujnost kot % odraslega prebivalstva	TEA – priložnost kot % indeksa TEA	TEA – nujnost kot % indeksa TEA	Razvojno usmerjeni podjetniki kot % indeksa TEA	Motivacijski indeks	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje poslovanja kot % indeksa TEA
Čile	15,97	10,13	25,06	18,57	5,92	74,10	23,64	59,67	2,52	8,54	7,10
Francija	3,95	2,27	6,13	4,47	1,37	72,86	22,33	63,69	2,85	2,52	2,85
Grčija	4,18	2,26	6,35	5,16	0,99	81,30	15,56	47,41	3,05	10,81	3,40
Hrvaška	5,75	3,88	9,61	5,95	3,11	61,94	32,31	44,33	1,37	4,15	3,36
Irska	6,49	3,24	9,64	7,35	1,88	76,21	19,45	43,36	2,23	6,83	3,83
Italija	2,67	1,56	4,18	3,39	0,48	80,98	11,42	31,20	2,73	6,37	1,59
Izrael	6,64	2,35	8,98	6,44	1,25	71,67	13,88	46,22	3,33	0,55	4,94
Japonska	3,30	2,15	5,34	3,71	1,08	69,46	20,18	39,13	1,94	6,20	1,82
Južna Koreja	6,83	7,87	14,65	11,38	3,07	77,67	20,96	67,09	3,20	12,48	2,46
Kanada	11,17	8,90	18,71	14,84	2,56	79,33	13,68	44,58	3,26	7,50	8,47
Katar	5,04	3,60	8,52	6,32	1,41	74,21	16,53	55,96	3,39	4,22	2,95
Luksemburg	7,09	3,69	10,72	8,60	1,29	80,23	11,99	55,72	4,65	3,39	3,64
Nemčija	2,65	2,43	4,97	3,47	0,83	69,84	16,69	52,82	3,17	7,54	1,55
Nizozemska	5,95	6,51	12,29	9,89	1,10	80,47	8,94	69,32	7,76	11,96	2,51
Panama	7,39	6,59	13,83	11,78	1,80	85,20	13,00	70,40	5,42	6,39	3,40
Poljska	4,11	1,13	5,24	4,76	0,44	90,93	8,35	55,13	6,60	12,99	2,40
Portoriko	9,07	2,64	11,61	8,27	2,66	71,22	22,91	39,67	1,73	1,85	3,10
Saudova Arabija	5,30	6,89	12,09	8,40	3,62	69,44	29,93	44,57	1,49	3,11	8,51
Slovaška	9,20	3,07	12,12	7,69	3,27	63,43	26,95	49,55	1,84	4,58	3,60
<b>Slovenija</b>	<b>2,84</b>	<b>3,64</b>	<b>6,37</b>	<b>4,44</b>	<b>1,54</b>	<b>69,62</b>	<b>24,15</b>	<b>47,33</b>	<b>1,96</b>	<b>6,84</b>	<b>2,41</b>
Španija	2,71	3,77	6,39	4,52	1,44	70,74	22,55	43,75	1,94	6,05	1,74
Švedska	4,58	2,45	6,82	5,01	0,63	73,41	9,30	40,91	4,40	5,28	3,70
Švica	4,12	3,35	7,37	6,42	0,55	87,08	7,41	67,77	9,15	11,50	1,97
Tajvan	3,23	6,48	9,48	7,16	2,32	75,48	24,52	56,77	2,32	13,91	5,36
Urugvaj	11,06	4,89	15,70	10,41	4,61	66,28	29,38	39,97	1,36	5,58	6,59
Velika Britanija	4,17	4,19	8,24	6,93	1,06	84,16	12,89	48,21	3,74	6,38	2,69
ZDA	10,49	5,31	15,59	12,20	1,27	78,28	8,12	56,40	6,94	7,87	4,73
Združeni arabski emirati	7,10	3,85	10,72	7,92	2,21	73,86	20,60	51,00	2,48	2,56	5,05
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>6,00</i>	<i>4,21</i>	<i>10,02</i>	<i>7,52</i>	<i>1,89</i>	<i>75,42</i>	<i>18,16</i>	<i>50,75</i>	<i>3,43</i>	<i>6,76</i>	<i>3,77</i>

Tabela 3: Izbrani kazalniki iz profila celotne zgodnje podjetniške aktivnosti, GEM 2018, APS

Država	Ženske TEA (% odrasle populacije)	Moški TEA (% odrasle populacije)	Delež žensk (% v TEA)	Delež moških (% v TEA)	Podjetniki, ki pričakujejo, da bo podjetje ustvarilo 10 ali več delovnih mest v petih letih od zagona (% v TEA)	Podjetniki, ki pričakujejo, da bo v njihovem podjetju čez pet let več kot pet delovnih mest (% v TEA)	Podjetniki, ki že ustvarjajo delovna mesta oziroma jih bodo vsaj v naslednjih petih letih od zagona podjetja (% odrasle populacije)	Stopnja inovativnosti* (% TEA)
<b>Nizkodohodkovne države</b>								
Madagaskar	21,09	20,37	50,87	49,13	1,11	2,98	12,84	13,38
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>21,09</i>	<i>20,37</i>	<i>50,87</i>	<i>49,13</i>	<i>1,11</i>	<i>2,98</i>	<i>12,84</i>	<i>13,38</i>
<b>Spodnja polovica srednjedohodkovnih držav</b>								
Angola	40,70	41,00	49,82	50,18	17,57	26,65	28,83	17,80
Egipt	5,35	14,12	27,49	72,51	14,42	22,72	8,22	27,52
Indija	8,71	14,01	38,35	61,65	7,08	12,10	8,38	46,88
Indonezija	14,15	14,04	50,19	49,81	1,20	3,55	11,10	15,36
Maroko	4,26	9,16	31,74	68,26	6,43	12,64	4,74	14,88
Sudan	17,06	27,47	38,3	61,70	18,55	28,76	17,49	13,37
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>15,04</i>	<i>19,97</i>	<i>39,32</i>	<i>60,69</i>	<i>10,88</i>	<i>17,74</i>	<i>13,13</i>	<i>22,64</i>
<b>Zgornja polovica srednjedohodkovnih držav</b>								
Bolgarija	5,57	6,41	46,48	53,52	0,90	3,38	3,85	14,89
Brazilija	17,25	18,52	48,23	51,77	4,26	6,53	5,28	3,71
Gvatemala	24,53	30,80	44,33	55,67	16,68	32,86	23,70	39,16
Iran	6,45	12,94	33,27	66,73	29,97	43,66	7,27	17,23
Kitajska	9,34	11,40	45,04	54,96	18,64	30,69	5,72	33,06
Kolumbija	17,82	24,85	41,76	58,24	39,16	53,70	20,34	16,07
Libanon	17,44	31,28	35,79	64,21	2,28	10,35	16,99	41,89
Peru	20,93	23,85	46,74	53,26	7,27	20,73	17,47	21,90
Rusija	3,91	7,34	34,78	65,22	15,16	20,72	3,32	8,09
Tajska	19,32	20,05	49,07	50,93	14,18	25,60	14,04	17,80
Turčija	8,39	19,96	29,59	70,41	38,24	55,16	12,39	30,80
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>13,72</i>	<i>18,85</i>	<i>41,37</i>	<i>58,63</i>	<i>16,98</i>	<i>27,58</i>	<i>11,85</i>	<i>22,24</i>



Visokodohodkovne države								
Argentina	8,15	10,11	44,64	55,36	8,36	13,77	6,68	32,17
Avstrija	7,91	13,89	36,28	63,72	12,76	19,55	6,07	37,02
Ciper	2,91	4,81	37,65	62,35	16,03	38,60	3,52	38,63
Čile	21,20	29,04	42,20	57,80	25,40	39,94	21,83	47,58
Francija	5,28	7,01	42,96	57,04	24,33	34,03	5,35	28,07
Grčija	3,91	8,78	30,80	69,20	5,83	18,95	5,19	28,44
Hrvaška	7,11	12,12	36,97	63,03	21,35	31,39	7,25	24,59
Irska	7,47	11,86	38,66	61,34	35,10	47,37	8,02	35,75
Italija	2,83	5,54	33,83	66,17	7,45	16,05	2,51	24,27
Izrael	6,67	11,35	37,04	62,96	18,92	28,38	5,64	37,25
Japonska	3,98	6,67	37,37	62,63	19,39	26,11	3,09	27,74
Južna Koreja	12,20	17,00	41,78	58,22	10,72	20,71	12,87	29,94
Kanada	17,02	20,42	45,46	54,54	16,89	28,17	11,18	41,30
Katar	8,36	8,56	49,43	50,57	19,07	32,67	5,94	26,95
Luksemburg	8,66	12,69	40,56	59,44	12,95	18,89	6,83	47,94
Nemčija	3,29	6,57	33,39	66,61	25,01	33,00	3,48	30,53
Nizozemska	8,34	16,22	33,95	66,05	6,67	14,52	5,27	23,83
Panama	13,90	13,76	50,24	49,76	2,89	8,30	9,84	10,47
Poljska	4,46	6,01	42,61	57,39	6,44	13,84	3,49	12,17
Portoriko	8,37	15,15	35,57	64,43	16,03	27,14	9,67	26,06
Saudova Arabija	8,50	14,75	36,57	63,43	8,91	28,59	11,59	23,26
Slovaška	8,96	15,25	37,01	62,99	24,65	29,98	7,89	21,96
<b>Slovenija</b>	<b>3,80</b>	<b>8,80</b>	<b>30,13</b>	<b>69,87</b>	<b>12,05</b>	<b>19,15</b>	<b>4,79</b>	<b>25,54</b>
Španija	6,01	6,78	46,99	53,01	5,98	13,36	4,03	22,33
Švedska	4,02	9,52	29,69	70,31	14,36	21,33	4,09	33,71
Švica	4,72	9,98	32,12	67,88	23,13	36,22	6,36	31,68
Tajvan	8,81	10,15	46,45	53,55	26,11	47,71	7,80	18,76
Urugvaj	12,31	19,37	38,86	61,14	13,80	22,06	11,54	25,28
Velika Britanija	5,44	11,05	32,98	67,02	17,02	23,89	5,44	21,63
ZDA	13,60	17,66	43,51	56,49	26,16	34,79	12,97	33,99
Združeni arabski emirati	10,14	10,97	48,03	51,97	44,87	59,44	8,59	28,24
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>8,01</i>	<i>11,99</i>	<i>39,15</i>	<i>60,85</i>	<i>17,05</i>	<i>27,35</i>	<i>7,38</i>	<i>28,94</i>

\* Odstotek podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti, ki ocenjujejo, da imajo nov izdelek ali storitev in hkrati malo oziroma nič konkurence.



# Raziskovalni timi in sponzorji GEM v letu 2018

# P4

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Angola	Sociedade Portuguesa de Inovação, Universidade Católica de Angola	Augusto Medina, Douglas Thompson, Sérgio Ferreira Alves, Francisco Rocha, Daniela Coutinho, Manuel Alves da Rocha	BFA – Banco de Fomento Angola, S.A.R.L.	Marktest Angola
Argentina	IAE Business School	Silvia Torres Carbonell, Aranzazu Echezarreta	Buenos Aires City Government – Economic Development Ministry	Celina Cantu – Universidad Austral
Avstrija	FH Joanneum GmbH – University of Applied Sciences	Christian Friedl, Bernadette Frech, Christoph Resei, Rene Wenzel	Federal Ministry of Digital and Economic Affairs (BMDW), Federal Ministry of Transport, Innovation and Technology (BMVIT), Austrian Federal Economic Chamber (WKO), Federal Economic Chamber of Vienna (WKW), Austrian Council for Research and Technology Development (Rat FTE), Austrian Economic Service (AWS), Austrian Research Promotion Agency (FFG), Joanneum Research, FH JOANNEUM – University of Applied Sciences	OGM

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Bolgarija	GEM Bulgaria	Iskren Krusteff, Veneta Andonova, Mira Krusteff, Svetozar Georgiev, Petar Sharkov, Malina Kroumova, Milena Nikolova, Iskra Yovkova, Stela Gavrilova	JEREMIE Bulgaria, InterCulture Foundation Inc., Iskren & Mira Krusteff, Superhosting.bg	Market Test JSC
Brazilija	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	Simara Greco, Morlan Luigi Guimaraes, Vinicius Larangeiras, Anderson Luz, Patrícia Aquila, Patrícia Chepelski	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)	Agrodata Pesquisas Ltda
Čile	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic, Tomas Serey	Telefónica Chile: Movistar Innova & Wayra, SOFOFA (Federation of Chilean Industry), InnovaChile Corfo, Ministerio de Economía	Questio, Estudios de Mercado y Opinion Limitada
Ciper	University of Cyprus – Centre for Entrepreneurship	Marios Dikaiakos, Ariana Polyviou, Panteliitsa Eteokleous, George Kassinis	Ministry of Energy, Commerce, Tourism and Industry, University of Cyprus	IMR
Dominikanska republika	Dirección de Desarrollo Estadístico, Ministerio de Industria Comercio y Mipymes, Barna Management School	Luis Madera, Aura Madera, Alan Fernández, José Checo, Ivette Cáceres	Ministerio de Industria Comercio y Mipymes (MICM)	Dirección de Desarrollo Estadístico
Egipt	The American University in Cairo – School of Business	Ayman Ismail, Ahmed Tolba, Seham Ghalwash, Hakim Meshreki	The American University in Cairo – School of Business, Oxfam's Youth Participation and Employment Program under the Danish Arab Partnership Program	PHI KNOWLEDGE
Francija	EMLYON Business School	Alain Fayolle, Catherine Laffineur	EMLYON Business School	Institut Think
Grčija	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Aggelos Tsakanikas, Sofia Stavradi, Evangelia Valavanioti	Aegean Airlines S.A.	Datapower SA

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Gvatemala	Universidad Francisco Marroquin	Mónica Río Nevado de Zelaya, María Lucrecia Monge, Jershem David Casasola, Carolina Uribe	Francisco Marroquín University – UFM-	Khanti Consulting
Hrvaška	J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer, Nataša Šarlija, Sanja Pfeifer, Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Entrepreneurship and Crafts, CEPOR SME & Entrepreneurship Policy Centre, J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics, Croatian Banking Association	Puls d.o.o., Zagreb
Indija	Entrepreneurship Development Institute of India (EDII), Ahmedabad	Sunil Shukla, Pankaj Bharti, Amit Kumar Dwivedi, Ajay Batra, Vinod Shastri, Abhinav Chaturvedi, N. S. Chatwal	Centre for Research in Entrepreneurship Education and Development (CREED), Center of Innovation And Entrepreneurship, Bennett University, Greater NOIDA, Centre for Entrepreneurship Development Madhya Pradesh (CEDMAP)	IMRB International
Indonezija	UNPAR – Parahyangan Catholic University, Bandung, Indonesia	Gandhi Pawitan, Catharina Badra Nawangpalupi, Maria Widyarani, Agus Gunawan, Triyana Iskandarsyah	UNPAR – Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia, Higher Education Directorate General, Republic of Indonesia, Center of Excellence in Small and Medium Enterprise Development – CoE-SMED	PT Idekami Indonesia
Iran	University of Tehran	Leyla Sarafraz, Jahangir Yadollahi Farsi, Mohammad Reza Zali	Labour Social Security Institute (LSSI)	Faculty of Entrepreneurship
Irska	Fitzsimons Consulting	Paula Fitzsimons, Colm O'Gorman	Enterprise Ireland, Department of Business, Enterprise and Innovation	BMG Research
Italija	Centre for Innovation and Entrepreneurship, Università Politecnica delle Marche	Donato Iacobucci, Diego D'Adda, Francesca Micozzi, Alessandra Micozzi	Università Politecnica delle Marche, Fondazione Aristide Merloni	Doxa

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Izrael	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz, Yoash Avrahami	The Ira Foundation for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev, The Ministry of the Economy and Industry, Government of Israel	Brandman Institute
Japonska	Musashi University	Noriyuki Takahashi, Takeo Isobe, Yuji Honjo, Takehiko Yasuda, Masaaki Suzuki	Mizuho Information & Research Institute	Social Survey Research Information Co Ltd (SSRI)
Južna Koreja	Korea Institute of Startup and Entrepreneurship Development, Korea Entrepreneurship Foundation	Kwang-Hyeon Kim, Taewook Jeong, Min Wook Noh, Miae Kim, Sanglae Cho, Myoung Jong Lee, Moonsun Kim, Hyeram Kim, Yunsoo Choi, Dohyeon Kim, Chaewon Lee, Byungheon Lee, Choonwoo Lee	Ministry of SMEs and Startups	Korea Business Environment Institute
Kanada	The Centre for Innovation Studies (THECIS)	Peter Josty, Chad Saunders, Etienne St-Jean, Nathan Greidanus, Karen Hughes, Harvey Johnstone, Adam Holbrook, Brian Wixted, Blair Winsor, Horia El hallam, Yves Bourgeois, Kevin McKague, Allison Ramsay, Marc Duhamel  Sandra Schillo, Amanda Williams, Richard Hawkins, Charles Davis, Chris Street, Dave Valliere, Howard Lin, Murat Erogul, Jacqueline S. Walsh	Listed alphabetically: Futurpreneur, Government of Alberta, Government of Canada, Government of Ontario, Government of Quebec, Ontario Centres of Excellence	Elemental Data Collection Inc.
Katar	Qatar Development Bank	Farha Alkuwari, Ahmad Hawi, Maha Alsulaiti	Qatar Development Bank	Intelligence Qatar

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Kazahstan	Nazarbayev University Graduate School of Business	Patrick Duparcq, Venkat Subramanian, Dmitry Khanin, Assel Uvaliyeva, Yerken Turganbayev, Bakyt Ospanova, Nurlan Kulbatyrov, Saltanat Yunussova, Danna Gafyatullina, Zhanna Yerubayeva	Nazarbayev University Graduate School of Business, Economic Research Institute JSC	Economic Research Institute JSC
Kitajska	Tsinghua University	Jian Gao, Rui Mu	Tuspark	Horizon Research Consultancy Group
Kolumbija	Pontificia Universidad Javeriana Cali, Universidad del Norte, Universidad Icesi, Universidad EAN CECAR, Universidad Cooperative de Colombia	Fernando Pereira, Fabian Osorio, Alberto Arias, Lijis Gómez, Sara Lopez, Rodrigo Varela Villegas, Francisco Matiz, León Dario Parra, Piedad Martinez, Piedad Buelvas, Javier Francisco Rueda, Gustavo Garcia, Moises Galvis, Maria Camila Franco, Natalia Hernández Vargas, Jhon Alexander Moreno, Marcela Sacanamboy	Pontificia Universidad Javeriana Cali, Universidad del Norte, Universidad Icesi, Universidad EAN, Universidad Cooperative de Colombia, CECAR	INFO Investigaciones S.A.S.
Latvija	Stockholm School of Economics in Riga (SSE Riga), Baltic International Centre for Economic Policy Studies (BICEPS)	Marija Krumina, Anders Paalzow	Stockholm School of Economics in Riga (SSE Riga)	SKDS
Libanon	UK Lebanon Tech Hub	Stephen Hill, Abier Annan, Lama Zaher	UK Lebanon Tech Hub	Information International
Luksemburg	STATEC Research	Cesare Riillo, Chiara Peroni	STATEC Research, STATEC (National Institute of Statistics and Economic Studies of the Grand Duchy of Luxembourg), Chambre de Commerce Luxembourg, House of Entrepreneurship, Ministère de l'Économie	TNS ILRES

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Madagaskar	Institut National Des Sciences Comptables et de l'Administration d'Entreprises	Claudine Ratsimbazafy, Félix Rasoloarijaona, Oly Harimino Rakoto, Ida Rajaonera, Faly Rakotomanana, Mamy Tiana Rasolofoson, Paul Gilde Ralandison, Rasolonjatovo Andriamahery Ferdinand	International Development Research Centre (IDRC)	INSTAT
Maroko	Université Hassan II – Casablanca	Khalid El Ouazzani, Fatima Boutaleb, Komat Abdellatif, Salah Koubaa, Mekouar Riad, Sara Yassine, Hind Malainine, Kabbaj Meryem, Kabbaj Moncef, Lahsini Ismail	International Development Research Centre (IDRC)	ClaireVision
Mehika	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Hugo Garza Medina, José Ernesto Amorós, Marcia Campos, Elvira Naranjo, Natzin López, José Manuel Aguirre, Rafaela Bueckmann Diegoli, Ján Rehák, Patricia Alonso, Lucía Rodríguez Aceves, Edgar Muñiz Ávila, Francisco Lezama Pacheco, Iñaki Ortega Chacón, Jesús Patiño Silva, Francisco Sainz de Murieta, Irene de la Torre Cuéllar, Carlos, Álvarez E. Lavandeira	Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera (Tecnológico de Monterrey), Instituto Yucateco de Emprendedores	n/a
Mozambik	Make It Happen Mozambique	Renato Pereira	Millennium BIM, Karigana Marketing Ltd.	n/a
Nemčija	Institute of Economic and Cultural Geography, Leibniz Universität Hannover, RWK Kompetenzzentrum	Rolf Sternberg, Johannes von Bloh, Matthias Wallisch, Natalia Gorynia-Pfeffer, Armin Baharian	RKW Kompetenzzentrum	Umfragezentrum Bonn



Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Nizozemska	Panteia	Jacqueline Snijders, Amber van der Graaf, Paul van der Zeijden, Jan de Kok, Ton Geerts	The Ministry of Economic Affairs and Climate Policy of the Netherlands	Panteia
Panama	City of Knowledge's Innovation Center, IESA Management School (Panama Campus)	Manuel Lorenzo, Federico Fernández Dupouy, Carla Donalicio	City of Knowledge Foundation	IPSOS
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida, Jessica Alzamora, Carlos Guerrero, Armando Borda, Oswaldo Morales	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship	Imasen
Poljska	Polish Agency for Enterprise Development, University of Economics in Katowice	Anna Tarnawa, Paulina Zadura-Lichota, Melania Niec, Robert Zakrzewski, Przemyslaw Zbierowski	Ministry of Entrepreneurship and Technology, Poland, University of Economics in Katowice	Centrum Badan Marketingowych INDICATOR
Portoriko	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Marines Aponte, Marta Alvarez, Manuel Lobato	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus, Institute of Statistics of Puerto Rico	Gaither International
Rusija	Graduate School of Management SPbU	Verkhovskaya Olga, Karina Bogatyreva, Eleonora Shmeleva, Dmitrii Knatko, Maria Dorokhina	Sberbank of Russia	Levada-Center
Saudova Arabija	Prince Mohammad Bin Salman College (MBSC) of Business & Entrepreneurship, The Babson Global Center for Entrepreneurial Leadership (BGCEL) at MBSC	Amal Dokhan, Muhammad Azam Roomi, Alicia Coduras, Osama M. Ashri	Lockheed Martin Corporation, The Babson Global Center for Entrepreneurial Leadership (BGCEL) at MBSC	Top Level Mena monitored by Opinometre Institute LLS
Slovaška	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova, Marian Holienka, Juraj Mikus, Jan Rehak, Zuzana Kovacicova	Slovak Business Agency (SBA), Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Crystall Call a. s.

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Slovenija	University of Maribor, Faculty of Economics and Business	Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Katja Crnogaj, Karin Širec, Barbara Bradač Hojnik, Matej Rus	SPIRIT Slovenia, Slovenian Research Agency, Institute for Entrepreneurship and Small Business Management at Faculty of Economics and Business, University of Maribor	Mediana
Španija	UCEIF Foundation-CISE, GEM Spain Network	Ana Fernandez-Laviada, Federico Gutiérrez Solana, Iñaki Peña	Santander Bank, ENISA, GEM Spain Network, Fundación Rafael Del Pino	Instituto Opinòmetre S.L.
<b>Regionalni timi</b>	Ustanova	Direktor		
Andaluzija	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro		
Aragonija	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata		
Asturija	Univesidad de Oviedo	Beatriz Junquera Cimadevilla		
Baleari	Universitat de les Illes Balears	Julio Batle Lorente		
Kanarski otoki	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino		
Kantabrija	Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada		
Kastilja in Leon	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín, Nuria González Álvarez		
Kastilja - Manča	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno		
Katalonija	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans	Carlos Guallarte Nuez		
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza		
Valencija	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras, Ignacio Mira Solves		
Estremadura	Fundación Xavier de Salas-Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón, J. Carlos Díaz Casero		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Galicija	Universidad de Santiago de Compostela	Loreto Fernández Fernández, Isabel Neira Gómez		
La Rioja	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas, Universidad de la Rioja	Luis Ruano Marrón, Ruben Fernandez Ortiz		
Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE), Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López		
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes		
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez, Alicia Rubio Bañón		
Navarra	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart, Martín Larraza Quintana, María Saiz Santos		
Baskija	Universidad del País Vasco, Deusto Business School	José L. González-Pernía		
Sudan	Ahfad University for Women, Impact Hub Khartoum, Innovation and Entrepreneurship Community (IEC)	Widad Ali A/ Rahman, Amira Kamil Ibrahim, Nuha Hassan Alzubasher Altaiyb, Khalid Mohamed Ali, Lena Mahgoub, Mohamed Osman Alsaeed Mahjoub, Mutaz Mohamed Nour, Moneera Yassin, Midaht Abdel-Magied	ENABLE Youth Sudan Program – financed by African Development Bank (AfDB)	MOEEN ICT
Švedska	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm, Per Thulin, Carin Holmquist, Ylva Skoogberg	Confederation of Swedish Enterprise, Vinnova	Solvero
Švica	School of Management (HEG-FR) Fribourg	Rico Baldegger, Andrea Huber, Raphaël Gaudart Gabriel Simonet, Pascal Wild, Siegfried Alberton	School of Management Fribourg (HEG-FR), Swiss Economic Forum (SEF), University of Applied Sciences and Arts of Southern Switzerland (SUPSI)	gfs.bern

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Tajska	Bangkok University – School of Entrepreneurship and Management (BUSEM)	Ulrike Guelich	Bangkok University, OSMEP (Office of SMEs Promotion)	Intage (Thailand) Co. Ltd.
Tajvan	Taiwan Institute of Economic Research	Xin-Wu Lin, Yi-Wen Chen, An-Yu Shih, Elvis Huang, RF Cheng, Ju-Yin Tang	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs of Taiwan	NCCU Survey Center
Turčija	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB), Yeditepe University	Esra Karadeniz, Özlem Kunday, Thomas Schøtt	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB), Türkiye Halk Bankası	Method Research Company
Urugvaj	IEEM Business School, University of Montevideo	Leonardo Veiga, Agustina Trapp, Fernanda Gaye	IEEM Business School, University of Montevideo, Deloitte Uruguay, Transforma Uruguay, Agencia Nacional de Desarrollo, Uruguay XXI	Equipos Mori
Velika Britanija	Aston University and Enterprise Research Centre	Mark Hart, Jonathan Levie, Tomasz Mickiewicz, Niels Bosma, Wendy Ferris, Neha Prashar, Karen Bonner, Laura Heery	Department for Business, Energy and Industrial Strategy (BEIS), Welsh Government, British Business Bank, Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde, Invest Northern Ireland, NatWest, Department for Education (NI)	BMG Ltd
ZDA	Babson College	Julian Lange, Candida Brush, Phillip Kim, Mahdi Majbouri, Abdul Ali, Donna Kelley, Doug Scibeck	Babson College	Elemental
Združeni arabski emirati	United Arab Emirates University	Ghaleb Al Hadrami, Nihel Chabrak, Chafik Bouhaddioui, Elif Bascavusoglu-Moreau, Llewellyn D W Thomas, Yehya Al Marzouqi, Mohamed Al Qadhi, Hadeef Al Shamsi, Essam Omran Disi, Omar Obeidat, Ahmed Salah, Faisal Al Hmoudi, Jean O'Neil	United Arab Emirates University, Khalifa Fund for Enterprise Development	Kantar

Avtorji

P5

### **Miroslav Rebernik**



Dr. Miroslav Rebernik je redni profesor za področje podjetništva in ekonomike podjetja ter predstojnik Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Bil je gostujoči profesor na Portland State University in dobitnik Fulbrightove raziskovalne štipendije na Babson College v ZDA. Leta 1992 je utemeljil prvi dodiplomski študijski program za podjetništvo. Sodeloval je na številnih domačih in tujih strokovnih in znanstvenih konferencah, je avtor več knjig in poglavij v številnih monografijah, ki so izšle doma in v tujini, vodil je mnoge domače in mednarodne konference ter uredil njihove zbornike. Deluje v več uredniških in recenzijskih odborih znanstvenih revij s področja podjetništva. Od leta 1999 vodi raziskovalni projekt in ekipo, ki ustvarja letni Slovenski podjetniški observatorij, od leta 2002 pa vodi slovensko ekipo raziskovalnega programa Global Entrepreneurship Monitor. Leta 2001 je soustanovil Tovarno podjetij ([www.tovarnapodjemov.org](http://www.tovarnapodjemov.org)), ki je kot podjetniški inkubator Univerze v Mariboru eden ključnih elementov podpornega okolja za podjetništvo univerzitetnega mesta Maribor in širše regije. Dlje časa je programsko vodil Mednarodno konferenco o inovacijah in podjetništvu PODIM ([www.podim.org](http://www.podim.org)), sodeluje v pobudi Start:up Slovenija ([www.startup.si](http://www.startup.si)) in Start:up Maribor ([www.startupmaribor.si](http://www.startupmaribor.si)) ter različnih projektih s področja podjetništva. Več let je bil član ekspertne komisije Evropske komisije SME Policy Relevant Research.

## Polona Tominc



Dr. Polona Tominc je redna profesorica za področje kvantitativnih ekonomskih analiz na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru, kjer med drugim predava statistične metode ter metodološki del podjetniških teorij. Sodelovala je na več kot 30 znanstvenih in strokovnih tujih in domačih konferencah, je avtorica ali soavtorica poglavij v tujih in domačih znanstvenih monografijah ter znanstvenih in strokovnih člankov, objavljenih v uveljavljenih tujih in domačih revijah. Aktivno sodeluje v mednarodni mreži za proučevanje ženskega podjetništva DIANA. Vodi raziskovalni program Podjetništvo za inovativno družbo na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru in je članica raziskovalnih timov Globalni podjetniški monitor Slovenija ter Slovenski podjetniški observatorij.

## Karin Širec



Dr. Karin Širec je izredna profesorica za področje podjetništva in ekonomiko poslovanja na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru in predstojnica Katedre za podjetništvo in ekonomiko poslovanja. V raziskovalni skupini Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij sodeluje pri dveh longitudinalnih raziskavah s področja podjetništva, in sicer pri Slovenskem podjetniškem observatoriju in Globalnem podjetniškem monitorju. Hkrati je tudi slovenska predstavica mednarodne raziskovalne skupine za raziskovanje ženskega podjetništva DIANA in članica raziskovalnega programa Podjetništvo za inovativno družbo. Sodelovala je na številnih domačih in tujih strokovnih in znanstvenih konferencah. Je avtorica več znanstvenih in strokovnih člankov ter soavtorica več knjig in poglavij v številnih znanstvenih monografijah, ki posegajo na raziskovalna področja ekonomike podjetja, podjetništva, teorije proizvodnih virov, podjetniških teorij in teorij, ki temeljijo na znanju. Je predstavica Slovenije pri Evropskem svetu za mala podjetja (European Council for Small Business), ekspertna svetovalka OECD za področje vključujočega podjetništva in članica fakultetnega senata. Pred zaposlitvijo na univerzi je delala v gospodarstvu.



## Barbara Bradač Hojnik

Dr. Barbara Bradač Hojnik je izredna profesorica za podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Aktivno sodeluje v pedagoškem procesu dodiplomskih in podiplomskih študijskih programov Katedre za podjetništvo in ekonomiko poslovanja. Kot članica raziskovalne skupine Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij sodeluje v več domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je članica raziskovalnih timov Slovenski podjetniški observatorij in Globalni podjetniški monitor Slovenija, vključena pa je tudi v longitudinalni raziskovalni program Podjetništvo za inovativno družbo. Je avtorica več znanstvenih in strokovnih člankov ter monografij z raziskovalnih področij zunanjega izvajanja, podpornega okolja za podjetništvo ter korporacijskega in trajnostnega podjetništva. Sodelovala je na več mednarodnih znanstvenih konferencah. Je predstojnica magistrske študijske usmeritve Podjetništvo in inoviranje na Ekonomsko-poslovni fakulteti, članica fakultetne komisije za znanstveno-raziskovalne zadeve in članica vladne projektne skupine izobraževalnih inštitucij na področju socialne ekonomije.



## Matej Rus

Mag. Matej Rus je višji predavatelj za podjetništvo. Svoje moči usmerja v pedagoško in raziskovalno kariero, ki jo je začel leta 1996 na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru, ter v svetovalno dejavnost v podjetniški praksi. Leta 2001 je soustanovil Tovarno podjetjem ([www.tovarnapodjemov.org](http://www.tovarnapodjemov.org)), ki je kot podjetniški inkubator Univerze v Mariboru eden ključnih elementov podpornega okolja za podjetništvo univerzitetnega mesta Maribor in širše regije. Kot direktor Tovarne podjetjem in socialni podjetnik uresničuje začrtano vizijo podpore podjetnikom in podjetništvu. Tovarna podjetjem pa ni samo univerzitetni inkubator, temveč tudi nosilec nacionalnega programa Start:up Slovenija, ki ga soorganizira s Slovenskim podjetniškim skladom in Ministrstvom za gospodarski razvoj in tehnologijo. V zadnjih letih kot član jedrne ekipe uspešno sokreira čezmejni program Start:up Alpe-Adria, ki ustvarja enoten čezmejni start-up ekosistem in ga želi narediti prepoznavnega v svetovnem merilu. Uspešne podjetniške, raziskovalne in svetovalne izkušnje prenaša v pedagoško delo in tako prispeva k dvigu uporabne vrednosti med študijem pridobljenih znanj. Med drugim je tudi organizacijski vodja mednarodne konference PODIM ([www.podim.org](http://www.podim.org)), ekspert evropskega Startup Monitor Tracker ter nosilec naziva ambasador Startup Europe, programa EU komisije za podporo in promocijo podjetništva v Evropski uniji.

## **Katja Crnogaj**



Dr. Katja Crnogaj je docentka za področje podjetništva na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Sodeluje v pedagoškem procesu dodiplomskih in podiplomskih študijskih programov, kot raziskovalka Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij pa pri številnih domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je predstojnica univerzitetne študijske usmeritve Podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti, članica fakultetne komisije za ocenjevanje kakovosti, članica raziskovalnih timov Globalni podjetniški monitor in Slovenski podjetniški observatorij ter članica komisije za področje ekonomije v projektu Mladi za napredek Maribora. Aktivno sodeluje v raziskovalnem programu Podjetništvo za inovativno družbo. V doktorski disertaciji je proučevala vpliv izbranih institucionalnih in individualnih dejavnikov na podjetniško aktivnost ter njihovo povezavo z gospodarskim in družbenim napredkom. Raziskovalno se ukvarja s področjem podjetništva in ekonomike poslovanja, rezultate raziskav pa objavlja v različnih znanstvenih in strokovnih revijah ter monografijah.











REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI  
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

**SPIRIT** | **I FEEL**  
**SLOVENIJA** | **SLOVENIA**  
JAVNA AGENCIJA



**ARRS**

JAVNA AGENCIJA ZA RAZISKOVALNO DEJAVNOST  
REPUBLIKE SLOVENIJE



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



60 let

Inštitut za podjetništvo  
in management  
malih podjetij

