

Oznaka poročila: ARRS-CRP-ZP-2013-03/5



ZAKLJUČNO POROČILO CILJNEGA RAZISKOVALNEGA PROJEKTA

A. PODATKI O RAZISKOVALNEM PROJEKTU

1.Osnovni podatki o raziskovalnem projektu

Šifra projekta	V5-1012
Naslov projekta	Spremljanje globalnega podjetništva in stanja slovenskega podjetništva s pomočjo Globalnega podjetniškega monitorja
Vodja projekta	7017 Miroslav Rebernik
Naziv težišča v okviru CRP	1.03.05 Spremljanje globalnega podjetništva in stanja slovenskega podjetništva
Obseg raziskovalnih ur	1443
Cenovni razred	B
Trajanje projekta	10.2010 - 09.2013
Nosilna raziskovalna organizacija	585 Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta
Raziskovalne organizacije - soizvajalke	
Raziskovalno področje po šifrantu ARRS	5 DRUŽBOSLOVJE 5.02 Ekonomija
Družbeno-ekonomski cilj	08. Kmetijstvo

2.Raziskovalno področje po šifrantu FOS¹

Šifra	5.02
- Veda	5 Družbene vede
- Področje	5.02 Ekonomija in poslovne vede

3.Sofinancerji

	Sofinancerji	
1.	Naziv	MGRT
	Naslov	Kotnikova 5, Ljubljana

B. REZULTATI IN DOSEŽKI RAZISKOVALNEGA PROJEKTA

4. Povzetek raziskovalnega projekta²

SLO

Projekt "Spremljanje globalnega podjetništva in stanja slovenskega podjetništva s pomočjo Globalnega podjetniškega monitorja" razume, da podjetništvo pomembno vpliva na gospodarsko rast in razvoj, zato je pospeševanje podjetništva v družbi znanja osrednjega pomena za povečevanje konkurenčnosti podjetij ter s tem gospodarske razvitosti države. Ker je podjetništvo kompleksen družben pojav, lahko številne soodvisnosti razumemo le v celovitem proučevanju, ki zajema kontinuirano umeščanje nacionalnega podjetništva in njegovih značilnosti v evropske in svetovne primerjave. Pri proučevanju odnosov med podjetništvom in ekonomsko rastjo je treba upoštevati, da je odločitev za podjetništvo osebna odločitev, zato je še posebej pomembno, da razumemo podjetnikove nagibe, oportunitetne stroške odločitve, motivacije, itd. Zato je pomembno proučevati podjetnika ter razumeti, kaj ljudi žene v podjetništvo in kaj jih pri tem ovira, še zlasti kadar želimo pospeševati dinamično v razvoj usmerjeno inovativno podjetništvo. Upoštevati pa je tudi treba, da so različna gospodarstva na različnih ravneh razvitosti ter da je primerjava med državami zares smiselna in učinkovita le, če lahko primerjamo med seboj podjetništvo v državah, ki imajo čim več podobnih značilnosti, saj ima v vsakem tipu gospodarstva podjetništvo drugačne značilnosti, kar zahteva tudi drugačen odziv ekonomske politike in politike pospeševanja podjetništva.

V raziskovalnem projektu smo potrdili, da gre za tesno prepletenost človeških in razvojnih dejavnikov, ki jo premalo upoštevamo pri oblikovanju gospodarske politike, ki želi pospeševati podjetništvo. Opozorili smo, da bi morali tudi presojanje makroekonomskih ukrepov naravnati tako, da bi ugotavljali, koliko so našli svoj odziv na individualni ravni, za kar potrebujemo potrebno kontinuirano spremljanje globalnega podjetništva in stanja slovenskega podjetništva. Takšen monitoring lahko zagotavlja naša raziskava, ki na temelju raziskovalnih dejstev pomaga oblikovati spoznanja, s pomočjo katerih je možno pospeševati podjetniško aktivnost in spodbujati razvoj podjetništva (evidence-based policy making).

Global Entrepreneurship Monitor (GEM), katerega sestavni del je naša raziskava, je na področju podjetništva, in najverjetneje znotraj celotnega družbenega raziskovanja, zdaleč največji in najbolj kompleksen raziskovalni projekt zadnjega desetletja. Raziskovalna skupina je z njim temeljito seznanjena in ga je tudi sooblikovala, zato smo lahko z njegovo metodologijo kvalitetno spremljali globalno podjetništvo in vanj umeščali slovensko podjetništvo. Pridobljeni harmonizirani kvalitativni in kvantitativni podatki za tako veliko število držav zagotavljajo bogat vir za komparativno proučevanje podjetniškega obnašanja.

Ob objavljanju v znanstvenih in strokovnih revijah, na konferencah, v knjigah in drugih oblikah diseminacije, raziskovalni tim svoja spoznanja tudi vsako leto objavlja kot publikacijo GEM Slovenija.

ANG

The project 'Monitoring global entrepreneurship and state of Slovenian entrepreneurship with help of Global Entrepreneurship Monitor' understands that entrepreneurship has an important influence over economic growth and development. This is why it is crucially important to support entrepreneurship in the knowledge society, as this increases competitiveness of companies and consequently improves the economic development of the country. Since entrepreneurship is a complex social phenomenon, we can understand numerous correlations only if we examine them completely, which includes continuously positioning national entrepreneurship and its properties into European and global comparisons. When studying the relationship between entrepreneurship and economic growth, we have to consider that the decision for entrepreneurship is a personal decision. This is why it is especially important for us to understand entrepreneurial intentions, opportunity costs of the decision, motivations, etc. It is imperative to study the entrepreneur and understand what drives people into entrepreneurship and what drives them away from it, especially if we want to increase the level of dynamic development-focused innovative entrepreneurship. We also have to consider that different economies are on different development levels and that comparing countries is only meaningful and useful if we can compare entrepreneurship of countries with as many similar features as possible. In each type of the economy, entrepreneurship has different features which demand different policy making measures and entrepreneurship support policy.

We have confirmed that human and developmental factors are strongly intertwined what is not sufficiently considered in designing economic policy aimed at fostering entrepreneurship. Also macroeconomic measures should be adjusted so that it would be possible to evaluate their impact on the individual level. This is why we need continuous monitoring of global entrepreneurship and the state of Slovenian entrepreneurship. Such monitoring can be facilitated by our research, which can contribute to evidence-based policy making aimed at supporting entrepreneurship and development.

The research is a part of the Global Entrepreneurship Monitor (GEM), which is in the last decade the biggest and most complex research project in the field of entrepreneurship and possibly within entire social research area. Our research group has in-depth knowledge of the project as it has been involved in it since 2002. This is why we were able to use its methodology to monitor global entrepreneurship and position Slovenian entrepreneurship within. For a large number of countries, the obtained harmonized qualitative and quantitative data is a rich source for comparatively studying entrepreneurial behaviour.

Alongside publishing in scientific and professional journals, at conferences, in books and other forms of dissemination, the research team also annually publishes their findings as publication GEM Slovenia.

5. Poročilo o realizaciji predloženega programa dela na raziskovalnem projektu³

Raziskava je temeljila na razumevanju, da mala in srednje velika podjetja pomembno vplivajo na gospodarsko rast in razvoj ter da je pospeševanje podjetništva v družbi znanja osrednjega pomena za povečevanje konkurenčnosti podjetij ter s tem gospodarske razvitosti in zaposlenosti v državi. Specifične okoliščine za izvajanje podjetniške aktivnosti v posamezni državi pomembno vplivajo na odnos prebivalstva do podjetništva ter na dejavnost in aspiracije podjetnikov in vice versa. V ekonomskem sistemu tako delujeta dva temeljna mehanizma rasti. Prvi so glavna ustaljena podjetja, ki igrajo odločilno vlogo zlasti v mednarodni menjavi. Če so splošni nacionalni pogoji za poslovanje urejeni in naravnani h konkurenčnosti, podjetja pa dobro vodena, so lahko mednarodno uspešna, spodbujajo notranje podjetništvo in zmorejo inovirati svojo ponudbo, ustanavljati nove obrate in podjetja ter tudi pripomorejo k rasti mikro, malih in srednje velikih podjetij. Podjetništvo torej ni omejeno samo na vzpostavljanje novih podjetij in rojevanje podjetij ampak se odvija tudi znotraj ustaljenih podjetij, kjer ustvarjalni posamezniki iščejo in ustvarjajo nove poslovne priložnosti za svojega delodajalca in jih realizirajo v obstoječem podjetju. Drugi temeljni vir ekonomske rasti je podjetniški proces, v katerem se rojevajo nova podjetja. V veliki meri se je raziskava nanašala prav nanj in proučevala podjetniške priložnosti ter zmogljivost ljudi, da se lotevajo novih podjetij.

Izvedena raziskava je sestavni del svetovne raziskave Global Entrepreneurship Monitor, ki je znotraj celotnega družbenega raziskovanja zdaleč največji in najbolj kompleksen raziskovalni projekt. Izvaja se že od leta 1997 in od leta 1999 dalje so na voljo tudi raziskovalna poročila – za posamične države in globalno za vse sodelujoče države (glej znanstvene monografije in publikacije GEM Slovenija 2002 do 2012, na <http://epfip.uni-mb.si> oz. na <http://www.gemconsortium.org/>, kjer so na voljo tudi raziskovalna poročila vseh ostalih sodelujočih držav. Od leta 1997, v katero segajo zametki načrtovanja raziskave GEM, ter leta 1999, ko je bila izvedena prva raziskava, v kateri je sodelovalo 10 držav, je raziskovalni konzorcij GEM leta 2012 narasel že na 69 sodelujočih držav, v vseh letih skupaj pa je število sodelujočih držav doseglo številko 99. Naša raziskovalna skupina se je pridružila leta 2002 in od takrat zagotavljamo podatke o slovenskem podjetništvu ter skupaj z raziskovalci iz drugih nacionalnih timov tudi aktivno soustvarjamo nadaljnji razvoj vsebine in metodologije raziskave.

Ključne dejavnike podjetniškega procesa smo skladno z metodologijo GEM strnili okrog treh področij: odnosa do podjetništva, vključevanja v podjetniške aktivnosti in podjetniških aspiracij. Zanje so bile razvite tudi ustrezne mere, s pomočjo katerih smo jih lahko spremljali in zaradi harmoniziranosti podatkov tudi primerjali med posameznimi državami; longitudinalnost pa je omogočila, da smo lahko spremljali tudi njihovo dinamiko. Raziskava je potekala v treh enakovrednih ciklih zbiranja in analize podatkov in priprave letne znanstvene monografije.

Podatke zagotavljajo nacionalni timi in sicer preko anketiranja odraslih prebivalcev ter nacionalnih izvedencev. V Sloveniji smo v obdobju 2010-2012 zajeli skupaj 7.031 odraslih posameznikov, na svetovni ravni pa je bilo zajetih preko 500.000 odraslih posameznikov. Struktura vzorca je bila usklajena s strukturo statistične množice glede na regionalnost, spol in starost ljudi ter glede na značilnost območja (urbano ali ruralno okolje) in primerno utežena. Sodelovalo je tudi 108 izvedencev iz Slovenije, v vseh državah udeleženkah pa v omenjenem obdobju 6.638 izvedencev. Uporabljali smo tudi sekundarne vire in sicer standardizirane

mednarodne baze podatkov Svetovne banke in Mednarodnega denarnega sklada, baze Združenih narodov, Eurostat in podobno.

Med številnimi raziskovalnimi spoznanji, ki jih je dala raziskava in so tudi ustrezno publicirani, omenjamo upadanje zaznavanja podjetniških priložnosti v Sloveniji. Brez odkritja poslovne priložnosti in pripravljenosti, da jih nekdo uresniči, tudi ni novih podjetij in ne rasti podjetja. Najvišji delež odraslih, ki pričakujejo dobre poslovne priložnosti v svojem okolju, je v manj razvitih državah, kjer je tudi sicer več podjetniške aktivnosti, zlasti tiste zaradi nujnosti preživetja. Pri tem je treba tudi vedeti, da je lahko narava zaznane poslovne priložnosti v visoko razviti državi pomembno drugačna kot v nerazviti. Nizka stopnja zaznavanja podjetniških priložnosti v Sloveniji je nizka tudi primerjalno s celotnim inovacijskim gospodarstvom, z vsemi evropskimi državami in tudi s skupino držav v jugovzhodni Evropi. V svetovnem merilu se je po tem elementu Slovenija v letu 2012 uvrstila na 60. mesto, medtem ko sta med evropskimi državami najvišja mesta zasedli Švedska (8. mesto, s 66 %), in Norveška (13. mesto, kjer 64 % prebivalcev meni, da se bodo v naslednjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti).

Tudi podjetniške namere ostajajo nizke, čeravno smo Slovenci prepričani, da smo se sposobni podati na podjetniško pot, saj več kot polovica odraslega prebivalstva meni, da ima znanje, izkušnje in sposobnosti za opravljanje podjetniškega poklica, kar je leta 2012 uvrstilo Slovenijo na 30. mesto, med evropskimi državami pa na tretje mesto za Makedonijo (s 55,1 % na 25. mestu na lestvici) in Poljsko (53,9 %). Začenjanje podjetniške poti lahko prepreči tudi strah pred neuspehom, ki ga je več v bolj razvitih gospodarstvih, verjetno zato, ker je tip podjetniške aktivnosti v visokorazvitih gospodarstvih lahko precej zahtevnejši in terja več znanja in veščin kot enostavnejše podjetniške aktivnosti, ki jih je najti več v državah factorskega in učinkovitostnega gospodarstva. Upoštevati pa je treba tudi, da določeni kulturni vzorci, ki veljajo v številnih državah, tudi v Sloveniji, stigmatizirajo vsak neuspeh, tudi podjetniškega.

Prav tako ugotavljamo, da je zgodnja podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva v Sloveniji po treh letih, ko se je s 6,4 odstotka odraslega prebivalstva, ki se je v letu 2008 podalo na podjetniško pot, znižala na 3,65 odstotka leta 2011, vendarle narasla na obetavnih 5,42 odstotka v letu 2012. Za triletno upadanje ni bila kriva samo recesija, ampak tudi neurejeno poslovno okolje ter še nekateri drugi pogoji za poslovanje, ki jih morajo posamezniki upoštevati, ko se odločajo za podjetniško pot. Slovenija je 2011 izkazovala precejšnjo podjetniško zaspanost - rojevalo se je manj podjetij, manj je bilo delujočih podjetij, a tudi manj podjetnikov se je odločilo, da bi opustili podjetniško aktivnost. Očitno sta k negotovosti, ki sta jo povzročali gospodarska kriza in recesija, svoje prispevali tudi politična kriza in institucionalna letargija, kar je gotovo pripomoglo tudi k temu, da so posamezniki zaznavali manj poslovnih priložnosti. Kljub rasti v letu 2012 je pot do optimizma še dolga, saj indeks TEA, s katerim v svetu merimo zgodnjo podjetniško aktivnost odraslega prebivalstva, zajema tudi posameznike, ki so šele na začetku procesa nastajanja podjetja. Številnim med njimi svoje podjetniške zamisli ne uspe pripeljati tudi do zagona podjetja ali pa novo podjetje usahne že na začetku.

Najbolj produktivno starostno obdobje za ustanavljanje podjetij je med 25. in 34. letom. leta 2011 jih je bilo v tej starostni skupini 31 %, leto poprej pa celo 39 %. V letu 2012 je bila za spoznanje bolj zastopana starostna skupina od 35 do 44 let, v kateri je bil delež podjetnikov 32 %. Ti dve skupini skupaj predstavljata največji delež vseh nastajajočih in novih podjetnikov v vseh državah, ki sodelujejo pri raziskavi GEM. Raziskovalci GEM prav tako že vsa leta opozarjamo, da je v slovenskem podjetništvu izrazito malo žensk. Pri tem se je leto 2012 za žensko podjetništvo v Sloveniji pokazalo kot izrazito neugodno. Medtem ko sta med odraslim prebivalstvom v Evropi po deležu odraslih žensk, ki se vključujejo v zgodnje podjetništvo, v letu 2012 na prvih mestih Estonija z 9,7 % in Latvija z 8,18 %, se je Slovenija z 2,6 % uvrstila na zadnje mesto v Evropi, v svetovnem merilu pa tudi sramotno nizko, šele na 63. mesto. Slovenija je za spoznanje manj neprijeten vtis v letu 2012 pustila pri ustaljenih podjetnicah, to je tistih, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol, pri čemer se je naša država uvrstila na 51. mesto (2,9 %). Že v prejšnjih letih smo ugotavljali, da so mnoge spremenljivke, ki so se pokazale kot pomembne pri odločanju za podjetniško kariero, za ženske manj ugodne kot za moške. Manj žensk kot moških verjame, da imajo znanje, veščine in izkušnje za podjetništvo. Manj jih meni, da se bodo v naslednjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti, ženske se tudi bolj bojijo neuspeha kot moški in poznajo manj ljudi, ki so v zadnjih dveh letih ustanovili podjetje. To seveda pomeni, da bo treba za povečanje prisotnosti žensk v podjetništvu sprejemati učinkovitejše ukrepe, ki bodo posegali globlje od kratkoročnih in enkratnih akcij ali pozivov. Zanimivo pa je, da je po siceršnjem odnosu do žensk v podjetništvu Slovenija v evropskem in tudi v svetovnem merilu vselej visoko uvrščena.

Aspiracijske ravni podjetnikov glede razvoja njihovih podjetij so zelo različne. V sklopu raziskave GEM jih merimo s predvideno rastjo števila zaposlenih, inovativnostjo njihovih izdelkov ali storitev ter z internacionalizacijo poslovanja. Vpliv podjetništva namreč ni enostaven in še zlasti ne samo skozi večanje števila podjetnikov. Merila kot so rast,

zaposlovanje, inovacije in internacionalizacija so pomembna, da bi lahko bolje razumeli različne vidike podjetništva ter v domačem okolju in na državni ter lokalni ravni ustvarjali ugodne podjetniške pogoje.

Podjeme ustanovljajo posamezniki, ki nenehno presojujejo stroške in koristi takšnega ravnanja, na njihove odločitve pa poleg osebnih značilnosti pomembno vplivajo številni dejavniki v neposrednem življenjskem prostoru (potencialnih) podjetnikov in v institucionalnem okolju podjetij, prevladujoče kulturne vrednote, splošen odnos družbe do podjetništva in podobno. Ali se bo ustvarjalni posameznik odločil za podjetništvo ali ne je v celoti odvisno od njegove presoje, saj v podjetništvo ljudi ni možno prisiliti, lahko se jih le spodbuja. Odsotnost konsistentne industrijske politike, ki bi razumela, da je treba podjetništvo spodbujati tako na ponudbeni kot povpraševalni strani, seveda ustvarja teren za čudaški laissez-faire pogled na podjetništvo, ki pozablja, da je podjetništvo redek in dragocen vir, ki ga je treba ne samo odkrivati in vzgajati, ampak tudi negovati in spodbujati. Ekonomska politika v Sloveniji mora prispevati k razvijanju inovacijskega in podjetniškega potenciala z izobraževanjem in podpornim okoljem ter odstranjevanju ovir, ki preprečujejo, da bi inovativni posamezniki podjetniško kariero razpoznali kot privlačno možnost. Pri tem velja izpostaviti tudi stabilno finančno okolje, saj so finančni razlogi že nekaj let zapored eden izmed temeljnih razlogov za opustitev poslovanja pri nas. Potrebno pozornost velja posvetiti tudi notranjemu podjetništvu, da bi inovativni in podjetni zaposleni lahko tudi znotraj podjetja uresničevali svoje podjetniške pobude in zamisli za svojega delodajalca. Pa tudi mednarodnim migracijam, saj so priseljenci ali njihovi potomci prav tako lahko pomemben vir gospodarske rasti in konkurenčnosti gospodarstva tako v državi, v katero so se preselili, kot v državi, iz katere izhajajo.

Raziskava je mednarodno vpeta, saj je bilo vzpostavljeno permanentno sodelovanje v okviru Global Entrepreneurship Research Association, v sklopu katere poteka svetovna raziskava, katere del je bil projekt Spremljanje globalnega podjetništva in stanja slovenskega podjetništva s pomočjo Globalnega podjetniškega monitorja. To sodelovanje je pomembno, kajti na ta način lahko GEM zagotavlja zanesljive podatke o podjetništvu v Sloveniji, na katere se sklicujejo ne samo domači strateški dokumenti, ampak so tudi pomemben input v SBA Fact Sheet, uporablja jih Evropska komisija, pričel jih je uporabljati OECD in druge mednarodne inštitucije, saj gre za zanesljiv, mednarodno harmoniziran vir podatkov in analiz.

6. Ocena stopnje realizacije programa dela na raziskovalnem projektu in zastavljenih raziskovalnih ciljev⁴

Program dela smo v celoti realizirali in tudi uresničili vse zastavljene cilje. Vsakoletno smo oblikovali sistem kazalnikov za zaznavanje in merjenje podjetniške aktivnosti v Sloveniji in jo zgoščeno podali v posebni GEM preglednici podjetniške aktivnosti, v kateri smo prikazali nekatere ključne značilnosti slovenskega podjetništva in tako omogočili, da smo za vsako leto imeli na enem mestu večplastno ponazorjeno sliko podjetništva v Sloveniji primerjalno z globalnim podjetništvom. Podrobneje smo spremljali številne pomembne dejavnike, s katerimi spoznavamo podjetništvo v Sloveniji, kot na primer:

- delež odraslega prebivalstva v starosti od 18 – 64 let, ki je vključen v podjetniške aktivnosti v različnih fazah podjetniškega procesa;
- različne kategorije podjetnikov - nastajajoči, novi in ustaljeni;
- nekatere značilnosti nastajajočih, novih in ustaljenih podjetij ter nekatere značilnosti družbeno-ekonomskega okolja, ki spodbuja ali zavira podjetniške procese v Sloveniji;
- demografske značilnosti podjetniške populacije;
- motivacijo, zakaj se posamezniki podajo na podjetniško pot;
- njihovo nagnjenost k rasti;
- kako razpoznavaajo poslovne priložnosti;
- nekatere elemente podjetniške zmogljivosti.

Tako smo lahko podali

- Pregled stanja in vpliva na podjetniško aktivnost na področju izobraževanja in usposabljanja ter prenosa R&R v podjetniško prakso, pregled institucionalnih, kulturnih in infrastrukturnih ovir. Priporočila za aktivnosti in ukrepe na segmentih, kjer obstajajo vrzeli.
- Pregled stanja in vpliva na področju poslovne in strokovne infrastrukture, ki spodbuja in podpira nastajanje podjetništva; na področju hitrosti sprememb na trgu in ovir za vstopanje podjetij na trg, ter na področju dostopa do fizične infrastrukture. Priporočila za aktivnosti in ukrepe, ki bodo na teh področjih spodbujali podjetniške in inovativne aktivnosti na vladnem in lokalnih nivojih.
- Pregled podjetniške aktivnosti v povezavi z stališči, prepričanji, pogledi, kulturnim ozračjem in drugimi normami, ki se nanašajo na družbeno sprejeto ravnanje posameznikov in družbe.
- Pregled podjetniške aktivnosti različnih skupin ljudi, npr. starejših in mlajših, moških in žensk, ljudi z različnimi stopnjami izobrazbe ipd.

Na tej osnovi smo tudi lahko pripravili nekatera priporočila za aktivnosti in ukrepe, s katerimi je možno na teh področjih spodbujati podjetniške in inovativne aktivnosti na vladnem in lokalnih nivojih, kakor tudi priporočila za aktivnosti in ukrepe, s katerimi je možno pospeševati razvoj kakovostnega podjetništva v Sloveniji. Tako kot je terjala razpisna dokumentacija smo tudi izdali tri letne publikacije, ki podajajo del rezultatov našega raziskovanja, in sicer: Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva (2011), Usihanje podjetništva (2012), Nezaznane priložnosti (2013).

7. Utemeljitev morebitnih sprememb programa raziskovalnega projekta oziroma sprememb, povečanja ali zmanjšanja sestave projektne skupine⁵

Program smo izvedli tako kot je bil načrtovan in v njem ni prišlo do nobenih sprememb. Kar pa se tiče sestave projektne skupine, je v njih prišlo do dveh sprememb: 2. 3. 2011 je umrla članica projektne skupine doc. dr. Ksenja Pušnik in 26. 2. 2013 je nastopila porodniški dopust doc. dr. Barbara Bradač Hojnik.

8. Najpomembnejši znanstveni rezultati projektne skupine⁶

Znanstveni dosežek		
1.	COBISS ID	10767388
	Vir:	COBISS.SI
	Naslov	<i>SLO</i> Od izgradnje države do institucionaliziranja podjetniške politike v Sloveniji
		<i>ANG</i> From making the state to institutionalizing entrepreneurship policy in Slovenia
	Opis	<p><i>SLO</i> Poglavje obravnava razvoj podjetništva v Sloveniji od leta 1990 in omogoča podroben vpogled v razvoj politike podjetništva in kako se je le-ta institucionalizirala. V skladu s temeljnimi cilji, ki jih je sledila politika, obravnavamo tri značilna obdobja. Prvi, med letoma 1991 in 1996, je bilo obdobje oblikovanja vseh potrebnih institucij, in posledično uvedbe zakonodaje, ki utemeljuje nacionalno državo in popolno tržno gospodarstvo. Drugo obdobje, med letoma 1997 in 2003, je močno zaznamoval proces vstopanja v EU in usklajevanje slovenske zakonodaje s pravnim redom unije. Tretje obdobje po letu 2004 označuje bolj skladen razvoj politike pospeševanja MSP in podjetništva. Za vsako od teh obdobj so prikazane glavne naloge, politike, in ustanove, katerih cilj je bil podpirati MSP in podjetništvo. Pri ocenjevanju razvoja politike podjetništva v Sloveniji in njenih podjetniških institucij, ugotavljamo, da je bil dosežen pomemben napredek. Pregled politik je tudi pokazal, da se je od začetnega obdobja, za katerega je značilno oblikovanje organizacij in institucij, vzpostavljanje zakonov in oblikovanje splošnih pogojev in okvirov za delovanje MSP, Slovenija razvila do stopnje, na kateri so delne politike, programi in ukrepi pričeli konvergirati v bolj usklajene politike za podjetništvo.</p> <p><i>ANG</i> The chapter discusses entrepreneurship development in Slovenia since 1990 and provides detailed insight into the development of entrepreneurship policy and how it was institutionalised. According to the main tasks policymakers followed, this discussion considers three characteristic periods. The first, between 1991 and 1996, was a period of establishing all the necessary institutions and subsequently introducing the legislation forming the national state and a fully-fledged market economy. The second period, between 1997 and 2003, was heavily characterised by the EU accession process and harmonising Slovenian legislation with Aquis communautaire. The third period, after 2004, saw the establishment of a more coherent SME and entrepreneurship policy. For each of these periods shown are the main tasks, policies, and institutions whose aim was to support SMEs and entrepreneurship. In evaluating the development of entrepreneurship policy in Slovenia and the country's relevant entrepreneurial institutions, it is clear that significant progress has been</p>

		made. The overview of policies has shown that, from the early days characterised by the formation of organisations and institutions, passing of different laws, and formulation of general conditions and a framework for SMEs' environment, Slovenia has developed to a stage where partial policies, programmes, and measures have started to converge into more coherent entrepreneurship policy.
	Objavljeno v	E. Elgar; Handbook of research on entrepreneurship policies in Central and Eastern Europe; 2011; Str. 141-165; Avtorji / Authors: Rebernik Miroslav, Bradač Hojnik Barbara
	Tipologija	1.16 Samostojni znanstveni sestavek ali poglavje v monografski publikaciji
2.	COBISS ID	67082753 Vir: COBISS.SI
	Naslov	<i>SLO</i> Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva
		<i>ANG</i> Entrepreneurial activity, aspirations and attitudes
	Opis	<i>SLO</i> Monografija podaja rezultate raziskovanja podjetništva na temelju podatkov globalnega podjetniškega monitorja. Osredotoča se na leto 2010 in primerja razvoj podjetništva v Sloveniji primerjalno z ostalimi državami. Uporablja longitudinalne podatke, ki so za Slovenijo zbrani od leta 2002 dalje. Osrednja pozornost je posvečena podjetniški aktivnosti, aspiracijam ter odnosu do podjetništva med odraslimi prebivalci Slovenije. Ugotavljamo, da je zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji upadla ter da je zelo malo podjetnikov z visokimi aspiracijami, ki bi bili motivirani za rast svojega podjetja. Podjetniško okolje v Sloveniji ni dovolj spodbudno, da bi se posamezniki v večjem številu odločali za podjetništvo, še zlasti ne visoko izobraženi. Če temeljni pogoji, kot so bazično izobraževanje, infrastruktura, temeljni pravni red in podobno zadoščajo za uveljavljanje podjetništva iz nujnosti, pa je potrebno za podjetništvo iz priložnosti treba razvijati druge podjetniške okvire, kot so podjetniško izobraževanje, prenos znanja in tehnologije, tvegani kapital, razvojna politika, ipd.
		<i>ANG</i> The book presents the results of entrepreneurship research based on Global Entrepreneurship Monitor data. It focuses on the development of entrepreneurship in Slovenia compared to entrepreneurship in other countries. It employs longitudinal GEM data which has been collecting in Slovenia since 2002. Main attention is paid to entrepreneurial activities, aspirations and attitudes towards entrepreneurship in the adult population of Slovenia. We find that early entrepreneurial activity in Slovenia declined, and that there are very few entrepreneurs with high aspirations, which would be motivated to grow their businesses. Business environment in Slovenia is not supportive enough so that more individuals would be encouraged to choose entrepreneurship career. Basic conditions, such as basic education, infrastructure, basic legal order, and the like may be sufficient to promote necessity entrepreneurship, but for growth oriented opportunity entrepreneurship other entrepreneurial frameworks such as entrepreneurship education, knowledge and technology transfer, venture capital, development policy, etc. must be developed.
	Objavljeno v	Ekonomsko-poslovna fakulteta; 2011; 120 str.; Avtorji / Authors: Rebernik Miroslav, Tominc Polona, Crnogaj Katja
	Tipologija	2.01 Znanstvena monografija
3.	COBISS ID	10980636 Vir: COBISS.SI
	Naslov	<i>SLO</i> Posebnosti podjetniških osebnostnih lastnosti med spoloma
		<i>ANG</i> Gender specifics in entrepreneurs' personal characteristics
		V prispevku raziskujemo osebnostne lastnosti slovenskih podjetnikov, da bi razumeli vrzeli med spoloma v tranzicijskih državah. Predlagani model testiramo na lastnikih malih in srednje velikih podjetij (N = 201; 32,3 %

	Opis	SLO	žensk, 67,7 % moških). Raziskava operacionalizira podjetniške lastnosti glede na psihološke in ne-psiholoških motivacijske dejavnike. Rezultat študije prvih je kategorizacije štirih vrst/tipov slovenskih podjetnikov, medtem ko je analiza drugih temeljila na delitvi na človeški in socialni kapital. Velike razlike med spoloma so se pojavile v zvezi z nekaterimi psihološkimi motivacijskimi dejavniki in kategorijami socialnega kapitala, ne pa tudi človeškega kapitala. Ženske ostajajo neizkoriščeni vir podjetništva, zato mora Slovenija vzpostaviti učinkovite mehanizme za spodbujanje ženskega podjetništva.
		ANG	This paper explored Slovenian entrepreneurs' personal characteristics to understand the existing gender gap in transitional countries, testing the proposed model among small and medium-sized company owners (N = 201; 32.3% female, 67.7% male). The research operationalized entrepreneurs' characteristics according to psychological and non-psychological motivation factors; the former resulted in four types of Slovenian entrepreneurs while the latter was divided into human and social capital. Significant differences emerged among genders related to certain psychological motivation factors and social capital categories, but not human capital. Women remain an unexploited source of entrepreneurship; thus, Slovenia should establish effective mechanisms to promote female entrepreneurship.
	Objavljeno v	JEEMS; Rainer Hampp; Journal for East European management studies; 2012; Vol. 17, no. 1; str. 11-39; Avtorji / Authors: Širec Karin, Močnik Dijana	
	Tipologija	1.01 Izvirni znanstveni članek	
4.	COBISS ID	11311132	Vir: COBISS.SI
	Naslov	SLO	Razlike med spoloma v podjetniški izobrazbi in podjetniški aktivnosti v Podonavski regiji
		ANG	Gender differences in entrepreneurial education and entrepreneurial activity in part of the Danube region
	Opis	SLO	Članek opisuje razlike med spoloma v podjetniških nagnjenih in podjetniški aktivnosti v 8 državah Podonavja. Rezultati raziskave kažejo, da v vseh analiziranih državah manj žensk kot moških meni, da obstajajo v okolju obetavne poslovne priložnosti, manj žensk je prepričanih v svoje podjetniške sposobnosti, znanje in izkušnje, in več žensk nakazuje strah pred neuspehom, ki bi jim preprečil, da bi se lotile podjetništva. V vseh analiziranih državah so ženske tudi manj podjetniško aktivne kot moški. Pri analizi podjetniškega izobraževanja in usposabljanja v 8 državah Podonavja, rezultati raziskave kažejo, da bodo v povprečju tisti, ki so bili deležni formalnega in / ali neformalnega podjetniškega izobraževanja in usposabljanja, bolj verjetno pričeli s svojim podjetjem, kar velja za oba spola. V povprečju je 1 od 5 odraslih moških in 1 od 8 odraslih ženske prejela formalno podjetniško izobraževanje in usposabljanje, medtem ko so v povprečju 1 od 7 moških in 1 od 10 žensk prejeli nekaj neformalnega izobraževanja za podjetništvo.
ANG		The paper describes gender differences in entrepreneurial attitudes and activity in 8 countries of the Danube region. The research results indicate that in all the countries analysed fewer women than men believe that promising business opportunities exist in their environment; fewer women are confident in their entrepreneurial skills, knowledge, and experiences; and more women indicate the fear of failure, which would prevent them from starting a business. In all the countries analysed, women are also less entrepreneurially active than men. When analyzing entrepreneurial education and training in 8 countries of the Danube region, the research results suggest that those who received formal and/or informal entrepreneurial education and training are on average more likely to start a	

		business; this holds true for both genders. On average, 1 in 5 adult men and 1 in 8 adult women received formal entrepreneurship education and training. Meanwhile, on average, 1 in 7 men and 1 in 10 women received some informal training for entrepreneurship. Gender differences are significant.
	Objavljeno v	Nacionalna akademija upravnina; Aktualni problemi ekonomiki; 2012; no. 12 (138); str. 496-505; Avtorji / Authors: Tominc Polona, Rebernik Miroslav
	Tipologija	1.01 Izvirni znanstveni članek
5.	COBISS ID	11482908 Vir: COBISS.SI
	Naslov	<i>SLO</i> Mrežno delovanje MSP z vidika razlik med spoloma: primer Slovenije
		<i>ANG</i> Gender perspectives of SMEs networking activities
	Opis	<p><i>SLO</i> Osnovni namen poglavja znanstvene monografije je preučevanje enega izmed najbolj znanih organizacijskih konceptov iz konca 90-ih let - koncepta mreženja. V tako imenovanem mrežnem gospodarstvu, je vsak mrežni igralec (posameznik, skupina ali organizacija) umeščen v širši gospodarski splet, ki vpliva na slehernega udeleženca. Z analizo mrežnih aktivnosti med podjetji in organizacijami (poslovne mreže), kot tudi osebnega mreženja podjetnikov (podjetniške mreže), empirična raziskava skuša odgovoriti na naslednje raziskovalno vprašanje: "Kako se aktivnosti v omrežju odnosov razlikujejo med moškimi in ženskimi podjetniki in podjetji, ki jih le-ti vodijo?" Perspektiva obravnave razlik med spoloma je pomembna zaradi omejenega razumevanja njenega vpliva na gospodarski razvoj. Analiza temelji na naboru podatkov iz vprašalnika, na katerega je odgovorilo 193 podjetnikov malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji. Rezultati so podali zanimive ugotovitve. Zdi se, da podjetniki manj intenzivno sodelujejo s podpornimi institucijami v primerjavi s podjetnicami, ki pa po drugi strani v večji meri ločujejo svoje zasebno in poslovno življenje. Ugotovitve empirične raziskave predstavljajo signal za podjetniško podporno okolje, ki ga je potrebno bolje prilagoditi potrebam posameznih segmentov malih in srednjih podjetij. Glede na vlogo, ki jo številni domači in tuji avtorji pripisujejo mrežnemu delovanju kot viru uspešnosti, gre za aktualno tematiko današnjega časa. V sodobnem okolju namreč podjetja in podjetniki ne morejo uspešno delovati kot individuumi in s tem mreženje vse bolj postaja način življenja in imperativ prihodnosti.</p> <p><i>ANG</i> The basic purpose of the chapter is to examine one of the most well-known organizational concepts from the end of the 90s – the concept of networking. In so-called networking economy, each network actor (individual, team, or organization) is embedded in a larger economic web that affects each participant and, in return, is influenced by that participant. By analyzing networking activities between enterprises and organizations (business networking) as well as entrepreneurs' personal networking (entrepreneurial networking), this study seeks to empirically address the following research question: "How does activity in network relationships differ between male and female entrepreneurs and the companies they are directing?" The gender perspective is important because of the limited understanding of the gendered influences of economic development that entrepreneurship activity undoubtedly has on a society. The analysis is based on a data set and questionnaires with 193 entrepreneurs of small and medium-sized companies in Slovenia. The results revealed interesting findings. It appears that male entrepreneurs have less intensive cooperation with supportive institutions as female entrepreneurs who are largely separating their private life from business. The initial findings represent a signal for the entrepreneurial supportive environment; it should be better adapted to meet the needs of the specific SME segment. According to the importance of research phenomena and its impact on company's performance it can be concluded that this is a</p>

		relevant research topic. In contemporary environment companies as well as entrepreneurs can not be successful as individuals. Networking is therefore becoming the way of life and future imperative.
Objavljeno v		Springer; Entrepreneurship in the Balkans; 2013; Str. 117-132; Avtorji / Authors: Širec Karin, Crnogaj Katja
Tipologija	1.16	Samostojni znanstveni sestavek ali poglavje v monografski publikaciji

9. Najpomembnejši družbeno-ekonomski rezultati projektne skupine⁷

	Družbeno-ekonomski dosežek	
1.	COBISS ID	70055169 Vir: COBISS.SI
	Naslov	Usihanje podjetništva v Sloveniji
		<i>SLO</i>
		<i>ANG</i> Depletion of entrepreneurship in Slovenia
	Opis	<p><i>SLO</i> Monografija podaja rezultate raziskovanja podjetništva na temelju podatkov globalnega podjetniškega monitorja. Osredotoča se na leto 2011 in primerja razvoj podjetništva v Sloveniji z ostalimi GEM državami. Uporablja longitudinalne podatke, ki so za Slovenijo zbrani od leta 2002 dalje. Osrednja pozornost je posvečena raziskovanju podjetništva med odraslimi prebivalci v Sloveniji s poudarkom na zgodnji podjetniški aktivnosti. Ugotavljamo, da je zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji znova upadla in je na najnižji ravni po letu 2004, kakor tudi, da podjetniško okolje v Sloveniji ni dovolj spodbudno, da bi se posamezniki v večjem številu odločali za podjetništvo, še zlasti ne visoko izobraženi. Proučevanje razlogov za prenehanje poslovanja je pokazalo prevladujoče finančne razloge. Posebna pozornost je v monografiji posvečena notranjemu podjetništvu in položaju zaposlenih, ki za delodajalca razvijajo nove podjeme.</p> <p><i>ANG</i> The book presents the results of entrepreneurship research based on Global Entrepreneurship Monitor data. It focuses on the development of entrepreneurship in Slovenia compared to entrepreneurship in other countries in 2011. It employs longitudinal GEM data which has been collecting in Slovenia since 2002. Main attention is paid to characteristics of entrepreneurship in the adult population of Slovenia focusing on early stage entrepreneurial activity. We found that early stage entrepreneurial activity depleted again and has reached the lowest level since 2004 as well as that business environment in Slovenia is not supportive enough so that more individuals, especially highly educated, would be encouraged to choose entrepreneurship career. Studying reasons for closing the business revealed that the prevailing reason for exit is financial. Special attention in the book is paid to intrapreneurship and treatment of employees that develop new ventures for their employers.</p>
	Šifra	F.02 Pridobitev novih znanstvenih spoznanj
	Objavljeno v	Ekonomsko-poslovna fakulteta; 2012; 134 str.; Avtorji / Authors: Rebernik Miroslav, Tominc Polona, Crnogaj Katja
	Tipologija	2.01 Znanstvena monografija
2.	COBISS ID	11406876 Vir: COBISS.SI
	Naslov	Značilnosti inovacij v podjetjih
		<i>SLO</i>
		<i>ANG</i> Characteristics of innovations in companies
		Vse intenzivnejša konkurenca v zadnjih desetletjih, ki izhaja iz odprtja nacionalnih trgov in globalne širitve proizvodnje, je prisilila podjetja, da uporabljajo vse svoje najboljše vire in sposobnosti za izkoriščanje poslovnih

Opis	SLO	<p>priložnosti. Podjetja tekmujejo v hitro spreminjajočem se okolju, kjer je ključno vprašanje, kako v takem okolju uspeti. Ena izmed možnosti je, da deluje jo na tak način, da dosegajo in ohranjajo konkurenčne prednosti na osnovi kontinuiranega inoviranja. Uspešnost podjetij na različnih ravneh inovativnosti se odraža tudi na inovativnosti, merjeni na nacionalni ravni. Osnovni cilj članka je preučiti, kakšna je inovacijska uspešnost podjetij in na podlagi rezultatov identificirati glavne izzive proučevanih držav za izboljšanje inovacijskih sposobnosti in zmogljivosti. V splošnem obstaja več metodologij merjenja inovacijskih sposobnosti in inovacijske uspešnosti podjetij, ta članek pa temelji na dveh. Prva je evropski sistem inovacijskih kazalnikov, ki ocenjuje inovacijsko uspešnost inovacij izbranih držav, ki uporabljajo podatkovno zbirko ankete Skupnosti o inovacijah. Druga temelji na uspešnosti kazalnikov uspešnosti MSP, ki merijo uspešnost evropskih malih in srednje velikih podjetij na različnih področjih, vključno z inovativnostjo. Ta dva vira predstavlja bazo podatkov za empirično primerjavo Slovenije in Hrvaške. Rezultati kažejo, da obstajajo številne razlike med primerjanima državama, in da se podjetja soočajo s številnimi izzivi pri razvoju zmogljivosti za inovacije podjetij, ter da je potrebno izboljšanje politik in podpornih mehanizmov za večjo inovacijsko uspešnost podjetij.</p>	
	ANG	<p>Intense competition in past decades, stemming from the opening of national markets and global expansion of production, has forced companies to use all their best resources and core skills to exploit business opportunities. Companies compete in a fast-changing environment, where the key question is how to succeed in such an environment. The only viable answer is to act in such a way to achieve and sustain a competitive advantage through continuous innovation. Companies' performance at different levels of innovation also reflects their innovation performance at the national level. This paper's driving research question examines the innovation performance of companies and, based on the results, defines the main challenges of selected countries to improve companies' innovation abilities and performance. Several methodologies to measure innovation abilities and performance of companies exist; this paper is based on two of them. The first one is the European Innovation Scoreboard, which assesses the innovation performance of selected countries using the Community innovation Survey database. The second is based on SME Performance Review Indicators, which measure the performance of European SMEs in different areas, including innovativeness. These two sources represent the database for the empirical comparison of Slovenia and Croatia. The results indicate that several differences exist between the compared countries and that both face many challenges in developing innovation capabilities of companies and improve policies and mechanisms supporting innovativeness to improve companies' innovation performance.</p>	
	Šifra	F.02 Pridobitev novih znanstvenih spoznanj	
	Objavljeno v	USA-China Business Review (Journal), Inc.; USA-China business review; 2013; Vol. 12, no. 5; str. 494-504; Avtorji / Authors: Bradač Hojnik Barbara	
	Tipologija	1.01 Izvirni znanstveni članek	
3.	COBISS ID	11093276	Vir: COBISS.SI
Naslov	SLO	Inovacijsko pogojene aspiracije po rasti slovenskih podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva	
	ANG	Innovation driven growth aspirations of Slovenian early-stage entrepreneurs	
		V prispevku analiziramo aspiracije po rasti slovenskih podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, pri čemer uporabljamo podatkovno bazo vzorca odrasle populacije v raziskavi Global Entrepreneurship Monitor	

Opis	SLO	(GEM) 2009, v kateri smo identificirali zgodnjo podjetniško aktivnost. Namen raziskave je pridobiti vpogled v značilnosti podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva v Sloveniji, predvsem glede na to, v kolikšni meri njihovi izdelki oziroma storitve predstavljajo novost na tržišču, glede na uporabljeno tehnologijo, glede na njihovo odprtost do inoviranja ter glede na njihove aspiracije po rasti, merjene z namerami o širjenju zaposlovanja v prihodnjem obdobju. Že opravljene raziskave potrjujejo, da lahko mala in srednje velika podjetja nadomestijo morebitni manko, izhajajoč iz njihove majhnosti, z uporabo ustreznih tehnoloških rešitev ter tako delujejo bolj učinkovito pri doseganju svojih kupcev. V prispevku utemeljujemo, da je ekonomska politika, usmerjena v hitro rastoča podjetja ter v spodbujanje enakovrednega podjetniškega udejstvovanja obeh spolov, nujnost, specifične potrebe podjetij, ki izkazujejo namere po hitri rasti, pa morajo biti v ukrepih ekonomske politike zajete ustrezno fleksibilno.	
	ANG	The growth aspirations of Slovenian early-stage entrepreneurs are explored, based on an analysis of data obtained from the 2009 Global Entrepreneurship Monitor Adult Population Survey, in which entrepreneurs in the start-up phase were identified. The aim was to provide a clearer insight into the characteristics of early-stage entrepreneurs in Slovenia, particularly in regard to the newness of products/services they are offering, technology orientation, and openness towards innovations as well as growth aspirations regarding future employment. Previous research reveals that SMEs can overcome the disadvantage of their small size by using technology to reach new customers and operate more efficiently. We identified gender differences in the use of technology in Slovenian companies and, consequently, their growth. We suggest that 'high-growth entrepreneurship policy' and 'gender-specific policy' present an imperative as firms that want to grow have many specific needs that must be addressed with flexibility and agility.	
	Šifra	F.02	Pridobitev novih znanstvenih spoznanj
	Objavljeno v	Faculty of Economics and Business; Faculty of Economics and Business; Entrepreneurship and innovation; 2012; Str. 143-158; Avtorji / Authors: Širec Karin, Tominc Polona, Rebernik Miroslav	
	Tipologija	1.16	Samostojni znanstveni sestavek ali poglavje v monografski publikaciji
4.	COBISS ID	10776604	Vir: COBISS.SI
Naslov	SLO	Ali je socialno podjetništvo eden od možnih odgovorov na naraščajočo negotovost v globalnem gospodarstvu?	
	ANG	Is a social entrepreneur one of the possible responses to the growing uncertainty in the global economy?	
Opis	SLO	Članek prispeva k razumevanju vloge socialnega podjetništva v gospodarskem razvoju, ob pogojih naraščajoče negotovosti v globalnem gospodarstvu. Osnovni namen prispevka je raziskati vprašanje, ali je socialno podjetništvo tisto, ki se lahko učinkovito uveljavi v pogojih velike negotovosti v svetovnem gospodarstvu. Na osnovi podatkov 49 držav, ki so bile v letu 2009 vključene v raziskavo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), smo proučevali nagnjenost prebivalstva k vključevanju v socialno podjetništvo, značilnosti socialnega podjetništva ter povezave med socialnim podjetništvom ter prepričanji ljudi o pomenu socialnega podjetništva pri reševanju problemov skupnosti, družbe ter okoljskih problemov v državi. Pomen socialnega podjetništva v tem smislu v družbi smo le delno potrdili. Rezultati kažejo, da nagnjenost prebivalstva k socialnemu podjetništvu v povprečju narašča s stopnjo gospodarske razvitosti države. Nekateri rezultati pa nakazujejo tudi, da so problemi skupnosti, družbe ter okoljski problemi v državi v povprečju učinkoviteje rešljivi skozi podjetništvo, kot pa skozi socialno podjetništvo. Povzamemo	

		lahko, da socialno podjetništvo v tem trenutku v povprečju ne predstavlja učinkovitega odgovora oziroma rešitve v pogojih naraščajoče negotovosti v svetovnem gospodarstvu, bi pa lahko pridobilo na pomenu ob predpostavki, da nosilci ekonomske politike spremenijo način upravljanja z viri na makroekonomskem nivoju.
	ANG	Paper contributes to the discussion on the role of social entrepreneurship in economic development under the circumstances of growing uncertainty in the global economy. Its main purpose is to investigate the question whether social entrepreneurship is really one of the possible responses to the growing uncertainty in the global economy. On the basis of data from 49 countries that participated in 2009 in Global Entrepreneurship Monitor (GEM) research we explored the prevalence and characteristics of social entrepreneurs, and the association between social entrepreneurship and believes about the role social entrepreneurship has been playing in solving social, environmental and community problems in particular countries. The importance of the role of social entrepreneurship in society was only partly confirmed. We found that the prevalence of social entrepreneurship in analyzed countries increases with economic development. We also found some evidence that social, environmental and community problems are generally solved more effectively by entrepreneurs than by civil social organizations. Nevertheless, the overall results of our analysis allow us to conclude that social entrepreneurship is not the response to the growing uncertainty in the global economy yet but it has certain potential to become one if economic policy actors rethink the way of managing resources at macroeconomic level.
	Šifra	F.02 Pridobitev novih znanstvenih spoznanj
	Objavljeno v	Juraj Dobrila University of Pula, Department of economics and tourism "Dr. Mijo Mirković"; Entrepreneurship and macroeconomic management; 2011; Str. 476-502; Avtorji / Authors: Pušnik Ksenja, Tominc Polona, Rebernik Miroslav
	Tipologija	1.08 Objavljeni znanstveni prispevek na konferenci
5.	COBISS ID	73829121 Vir: COBISS.SI
	Naslov	SLO Nezaznane priložnosti
		ANG Unperceived opportunities
	Opis	SLO Globalni podjetniški monitor (GEM) je bil ustvarjen zato, da bi usklajeno raziskovali podjetništvo, še zlasti zato, ker se njegov pomen in vpliv spreminjata glede na razvojno stopnjo gospodarstva in družbe. Različne razvojne stopnje družb pa nosijo s seboj različne zahteve tako glede najučinkovitejšega načina gospodarjenja kot tudi glede najracionalnejše odločitve posameznika o vstopanju v podjetniško kariero. Posameznikova nagnjenost k podjetništvu vključuje razpoznavanje poslovnih priložnosti, podjetniške kompetence, strah pred neuspehom in odločenost, da bo ustanovil podjetje. Medtem ko v učinkovitostnih gospodarstvih več kot 60 % posameznikov, ki še niso podjetniki, zaznava poslovne priložnosti, pa je v inovacijskih gospodarstvih takšnih samo nekaj nad 30 %. Na podjetniško vedenje vpliva in je zanj pomembno tudi posameznikovo zaupanje v lastno znanje, veščine in sposobnosti za podjetniško aktivnost. Slovenija se v tem pogledu v vseh letih, kar sodelujemo v GEM, uvršča relativno visoko. Več kot polovica odraslega prebivalstva (51 %) meni, da ima znanje, izkušnje in sposobnosti za opravljanje podjetniškega poklica. Zaznavamo velik razkorak med tem, da ljudje spoštujejo podjetniški poklic (75 %), in tem, da menijo, da je podjetništvo dobra poklicna izbira (55 %). Po treh letih upadanja se je tako zgodnja podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva v Sloveniji lani vendarle povečala, in sicer na obetavnih 5,42 %. Nekateri se vključujejo v podjetništvo zaradi nujnosti, drugi zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti. V Sloveniji se zelo majhen delež prebivalstva odloča

	za podjetništvo zaradi nuje. Izobrazba, tako neformalna kot formalna, je za podjetništvo izjemnega pomena, saj povečuje zalogo informacij in veščin posameznika, ki so pomembne za zaznavanje in izrabo poslovne priložnosti. Za leto 2012 ugotavljamo, da je med nastajajočimi podjetniki upadel delež tistih z visokošolsko izobrazbo.
ANG	Global Entrepreneurship Monitor (GEM) aim is to provide a consistent framework for the research of entrepreneurship, particularly because the role and the significance of entrepreneurship vary depending on the level of economic and social development. Different levels of socio-economic development of countries mean different requirements as regards the most efficient ways of doing business as well as the most rational decisions of an individual to enter entrepreneurship. An individual's attitude towards entrepreneurship includes his/her perception of business opportunities, entrepreneurial capabilities, fear of failure and intentions to start a new business. While in efficiency-driven economies, more than 60% of non-entrepreneurially active individuals perceive business opportunities, only 30% of such individuals in innovation-driven economies perceive them. Entrepreneurial behaviour is also affected by individual's trust in his/her knowledge, skills and abilities for entrepreneurial activity. More than half of adult population in Slovenia (51%) believe that they have the knowledge, experience and skills for an entrepreneurial career. There is a wide gap between people's respect for entrepreneurship as a profession (75%) and their belief that entrepreneurship is a good career choice (55%). After the decreasing trend in three preceding years, the early-stage entrepreneurial activity in Slovenia in 2012 rose to a promising 5.42%. Some individuals become engaged in entrepreneurial activity out of necessity while others enter entrepreneurship to exploit a business opportunity. In Slovenia, only a small proportion of adult population became entrepreneurially active out of necessity. Both formal and informal education are crucial for entrepreneurship as they increase one's scope of information and one's skills needed to perceive and exploit a business opportunity. Data for 2012 about the educational level of nascent entrepreneurs is worrying as the share of those with university education dropped.
Šifra	F.02 Pridobitev novih znanstvenih spoznanj
Objavljeno v	Ekonomsko-poslovna fakulteta; 2013; 173 str.; Avtorji / Authors: Rebernik Miroslav, Tominc Polona, Crnogaj Katja, Širec Karin, Bradač Hojnik Barbara
Tipologija	2.01 Znanstvena monografija

10. Drugi pomembni rezultati projektne skupine⁸

Člani projektne skupine so bili v poročevalskem obdobju angažirani v številnih aktivnostih. Karin Širec je eden izmed podpredsednikov mreže ECSB - European Council for Small Business and Entrepreneurship, članica uredniškega odbora revije Naše gospodarstvo in predsednica strokovne žirije projekta »Mladi za napredek Maribora«, njen član pa je od leta 2013 tudi Katja Crnogaj. Polona Tominc je prodekanja za področje izobraževanja na EPF, Miroslav Rebernik je programski vodja mednarodne konference o podjetništvu in inoviranju PODIM, strokovni vodja tekmovanja za najboljše novoustanovljeno podjetje Start-up Slovenija, vodja stebra Podjetništvo in inoviranje v okviru RAZ:UM, član ekspertne komisije Evropske komisije SME Policy Relevant Research ter član uredniških odborov revij Journal of Small Business Management, International Journal of Entrepreneurial Venturing, Economic Review: Journal of Economics and Business ter Journal of Global Entrepreneurship Research. Člani so tudi polno zasedeni s pedagoškim delom na dodiplomskem, magistrskem in doktorskem študiju, večina pa jih je tudi angažiranih kot mentorji magistrskih in doktorskih raziskav. Vključeni so tudi kot ocenjevalci predlogov za Slovenski forum inovacij.

11. Pomen raziskovalnih rezultatov projektne skupine⁹

11.1.Pomen za razvoj znanosti¹⁰

SLO

Ker je podjetništvo kompleksen družbeni fenomen s številnimi značilnostmi in nanj vplivajo mnogi dejavniki, ga ni možno opazovati in raziskovati zaprto in omejeno na eno nacionalno gospodarstvo, saj tudi nacionalna gospodarstva, zlasti manjša, že dolgo časa niso samozadostna. Če želimo pridobiti vpogled v nacionalno podjetništvo, ga moramo primerjati s podjetništvom v drugih državah. Pri tem se srečamo s temeljnim problemom primerljivosti spoznanj, ki nastajajo v drugačnih okoljih, pogosto z različnimi metodologijami ali celo definicijskimi neuskkljenostmi. Ker je podjetništvo pomembno za gospodarski razvoj, mora ekonomska politika, ki ima razvojne cilje, razpolagati s potrebnimi podatki in rezultati, da bi lahko sprejemala in izvajala ukrepe, ki pospešujejo podjetništvo in spodbujajo tiste vrste podjetij, ki lahko k razvoju največ prispevajo. Gre za takšno vodenje ekonomske politike, ki temelji na podatkih, na znanstvenih ter strokovnih podlagah in zanesljivih primerjavah, ki omogočajo nenehno podlago za oblikovanje in preverjanje učinkovitosti ekonomskih ukrepov. Takšno podlago po eni strani ponujajo statistični podatki, po drugi strani pa raziskave, kakršna je Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Harmonizirani kvalitativni in kvantitativni podatki, zbrani na podlagi tako velikega števila držav so zanimivi tako za oblikovalce ekonomske politike kot za akademsko sredino, saj zagotavljajo bogat vir za komparativno proučevanje podjetniškega obnašanja.

Na osnovi podatkovnih baz GEM ugotavljamo, da se podjetništvo značilno razlikuje med državami ter da se glede na posamezne razvojne stopnje gospodarstva in družbe spreminjata njegov pomen in vpliv. Tako tudi bolje razumemo vpliv podjetništva na gospodarsko rast. Ekonomska politika in politika pospeševanja podjetništva bi morali razumeti, da niso vse podjetniške aktivnosti enake, še manj pa, da so motivi za ukvarjanje s podjetništvom enoznačni. Omogočanje pogojev za ambiciozno inovativno podjetništvo je pomembno drugačno kot omogočanje pogojev za samozaposlitveno preživetveno podjetništvo. Ni zgolj število podjetnikov in podjetij tisto, ki določa razvoj, ampak so to podjetniki, ki imajo željo in sposobnost razvijati svoje podjetje in zaposlovati. V svetovnem merilu je takšnih podjetnikov sila malo in v vsakem narodu so najdragocenejši človeški vir. Podjetniški talent je redek vir, inovativno podjetništvo – takšno, ki je sposobno narediti uspešne izdelke in storitve, zagotoviti nova delovna mesta in globalno uspeti – pa je še redkejše. Ugotavljanje razlik med količino in kakovostjo podjetniške aktivnosti v mednarodnem prostoru ter povezava podjetništva z gospodarsko rastjo in razvojem so eden najpomembnejših prispevkov k razvoju znanosti.

Svetovna raziskava GEM, katere sestavni del je naša raziskava, namreč omogoča mednarodno primerljive podatke glede odnosa do podjetništva, zgodnje in ustaljene podjetniške aktivnosti ter podjetniških aspiracij kot tudi argumentirano utemeljevanje vpliva različnih oblik podjetništva na gospodarsko rast in družbeni razvoj. Longitudinalnost in vse večje podatkovne zbirke omogočajo poglobljena akademska raziskovanja, kar se odraža v hitro naraščajočih znanstvenih publikacijah GEM ter objavah najnovejših izsledkov v vedno širšem obsegu akademskih revij. V preteklih 10 letih je bilo na v svetovnem merilu objavljenih vsaj 90 recenziranih znanstvenih člankov, ki v celoti ali delno temeljijo na podatkih GEM in so bili objavljeni v več kot 20 različnih revijah prve skupine, vključno z najvišje rangiranimi revijami na področju podjetništva. Nekaj tovrstnih člankov je prispevala tudi naša raziskovalna skupina. Dolgoročna serija podjetniških podatkov omogoča raziskovanje na individualni, regionalni in nacionalni ravni, vse več pa je tudi večnivojskih raziskav, katerih cilj je proučevanje podjetniških dejavnikov in povezave podjetništva z gospodarsko rastjo in razvojem z upoštevanjem vseh ravni hkrati (multi-level analysis, cross-level interactions).

ANG

Entrepreneurship is a complex social phenomenon with many features and influenced by many factors. This is why it isn't possible to observe and research it separately and limited to only one national economy. If we wish to gain an insight into national entrepreneurship, we need to compare it to entrepreneurship in other countries. When doing so, we encounter a basic problem with comparability of findings from different environments, often using different methodologies or even inconsistent definitions. Since entrepreneurship is important for

economic development, the economic policy with development goals has to possess all the necessary data and results in order to adopt and implement measures which will be able to support entrepreneurship development and encourage the types of companies that can contribute to development the most. Such economy policy is based on data, on scientific and expert foundations and on reliable comparisons that enable a stable platform for designing and evaluating the efficiency of economic measures. On the one hand, such platform is provided by statistical data, on the other hand by different researches such as Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Harmonised qualitative and quantitative data gathered on the basis of such a big number of countries are interesting for policymakers as well as for the academic community, since they provide a rich source for comparative studies of entrepreneurial behaviour.

On the basis of GEM databases, we have established that entrepreneurship is significantly different between countries and that its importance and influence change according to specific development levels of the economy and society. This also helps us to understand better the impact of entrepreneurship on economic growth. Economic and entrepreneurship policy should understand that not all entrepreneurial activities are the same, as well as the motives for engaging in entrepreneurship. Enabling conditions for ambitious innovative entrepreneurship are significantly different from enabling conditions for self-employed necessity entrepreneurship. The number of entrepreneurs and companies is not determining the development, but rather entrepreneurs who have the willingness and ability to develop their own company and provide employment. On the global scale such entrepreneurs are extremely rare and they represent the most valuable human resource in each nation. Entrepreneurial talent is a scarce resource, and innovative entrepreneurship – one that is capable of making successful products and services, ensuring new jobs and globally successful – is even scarcer. We consider differences between the quality and quantity of entrepreneurial activity in international environment together with linking entrepreneurship and economic growth and development as of the important result of our GEM study.

The GEM, which our research is a part of, namely offers internationally comparable data on entrepreneurship attitudes, early and established entrepreneurial activity and on growth aspirations, as well as evidence based arguments on how different types of entrepreneurship impact economic growth and social development. Longitudinal and ever increasing databases enable detailed academic research, which can be seen from fast growing GEM data based scientific publications and papers in increasingly broader scope of journals. In the past 10 years, at least 90 reviewed scientific articles based on GEM data have been published globally in 20 different high ranked journals. Some of those articles were also contributed by our research team. Longitudinal data on entrepreneurship enables research on an individual, regional and national level. There is also more and more multi-level research aimed at studying entrepreneurship factors and connections of entrepreneurship and economic growth and development (multi-level analysis, cross-level interactions).

11.2. Pomen za razvoj Slovenije¹¹

SLO

Raziskava se ne osredotoča na podjetja in statistično spremljanje njihovega poslovanja, temveč na podjetnega posameznika, ki se odloči za podjetniško kariero in ustanovi podjetje. Posamezniki so namreč tisti, ki so primarni akterji ustanovitve, zagona in vzdrževanja novega in podjetnega posla. Prav to daje GEM poseben pomen, saj spremljamo ljudi, ki so v procesu ustanavljanja podjetja (nastajajoči podjetniki), kakor tudi tiste, ki so lastniki in managerji svojega podjetja (novi in ustaljeni podjetniki). To vključuje tudi svobodne poklice ali druge podjetnike, ki se jim ni treba registrirati. Hkrati ugotavljamo tudi nagnjenost k podjetništvu in njegovo dojetje. Vpogled v najzgodnejše faze podjetništva in duh podjetnosti je namreč zelo relevantna informacija za oblikovalce ekonomske in razvojne politike v nekem nacionalnem gospodarstvu. Raziskava, ki se osredotoča na posameznika je tako omogočila podroben vpogled v odnos odraslega prebivalstva do podjetništva v Sloveniji, v nacionalni profil podjetništva in vključenost odraslega prebivalstva v panoge, v katerih delujejo proučevani podjetniki, ter v podjetniške aspiracije. GEM tako zagotavlja drugačne podatke in vpogled kot ga lahko dobimo v drugih raziskavah, ki podatke črpajo v različnih poslovnih registrih in statističnih podatkovnih bazah.

Raziskava je zaradi mednarodne vpetosti lahko pokazala osrednje prednosti in slabosti glede nacionalnih in institucionalnih razmer, ki spodbujajo podjetniški sektor, možnosti za spodbujanje podjetništva, ki jih ima vlada, razmerij med podjetniško priložnostjo in posameznikovim vključevanjem vanjo, mednarodnih razlik v ravni podjetniške aktivnosti, aspiracij in nagnjenj ter podala ocene prispevka podjetniškega sektorja k nacionalni ekonomski rasti. Tako na strani ponudbe podjetniškega talenta kot na strani povpraševanja po njem je potrebno upoštevati konkretne razmere v državi. Temu se mora prilagajati ekonomska politika, da bi lahko čim učinkoviteje podpirala razvoj podjetništva, z njim pa tudi ekonomski in družbeni razvoj. Za Slovenijo, ki glede na kompleksen sistem kazalnikov sodi v skupino inovacijskih gospodarstev, je primerjava z drugimi državami te skupine, še posebej pomembna, saj so načini, kako inovativne posameznike navdušiti za podjetništvo, pomembno drugačni kot pri drugih tipih podjetništva. Vloga države se tako kaže predvsem pri spodbujanju visoke stopnje inovativnosti, spodbujanjem javnih in zasebnih investicij v znanost in razvoj, visoko izobrazbo, razvojem trga kapitala in ustvarjanjem regulativnega sistema, ki podpira nastanek visokotehnoloških podjetij.

V sklopu raziskave smo identificirali več področij, ki so povezana s podjetniško aktivnostjo, vključujejo pa finančno podporo, vladno politiko, vladne programe, izobraževanje in usposabljanje, prenos raziskav in razvoja, poslovno in strokovno infrastrukturo, odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, dostopnost fizične infrastrukture ter kulturne in družbene norme. Slovenija še vedno zaostaja od povprečja skupine inovacijskih gospodarstev pri večini podjetniških okvirjev – okvirnih pogojih za podjetništvo in podajamo predloge za čim večji izkoristek podjetniškega potenciala v Sloveniji.

S pomočjo raziskave smo tako uspeli pridobiti nekatera pomembna spoznanja, ki nam pomagajo ustvarjati bolj zanesljivo sliko podjetniške stvarnosti, da bi lahko bili ukrepi ekonomske politike in mehanizmov pospeševanja podjetništva v Sloveniji usmerjeni tja, kjer si lahko dolgoročno obetamo največje učinke. Ob objavah v znanstvenih in strokovnih revijah ter konferencah in drugih oblikah diseminacije, smo raziskovalna spoznanja, ki so koristna pri pospeševanju podjetništva objavili tudi v treh letnih publikacijah GEM Slovenija, ki so prosto dostopna na www.gemconsortium.org. Tudi tako smo oblikovalcem političnih ukrepov omogočili relevantne podatke in dragocene povratne informacije o učinkovitosti sprejetih ukrepov (evidence-based entrepreneurship policy).

ANG

Research is not focused on companies and statistically monitoring, but on the entrepreneurial individual who makes a career decision and creates a company. Individuals are the primary drivers of establishing, launch and running the new venture. This gives GEM a special importance, because we follow people who are in the process of founding a company (nascent entrepreneurs) as well as those who are owners and managers of their company (new and established entrepreneurs). At the same time, we are looking for entrepreneurial intentions and attitudes towards entrepreneurship. Insight into the earliest phases of entrepreneurship and entrepreneurial spirit is a very relevant information policy makers. Research focused on an individual thus enables a detailed insight into the attitudes of adult population towards entrepreneurship in Slovenia, into the national profile of entrepreneurship and participation of adult population in industries where studied entrepreneurs work, as well as into entrepreneurial aspirations. GEM thus ensures data and insights that are different from other research that draws data from different business registers and statistical databases.

Due to international integration, the research was able to show central advantages and disadvantages of national and institutional conditions that encourage the business sector, government's possibilities for encouraging entrepreneurship, relationship between the business opportunity and individual's participation, international differences in the level of entrepreneurial activity, aspirations and intentions, as well as provided estimates of the contribution of the entrepreneurial sector to national economic growth. It is necessary to take into account the country specific situation concerning the demand and supply of entrepreneurial talent. For Slovenia, which falls into the category of innovative economies according to a complex system of indicators, the comparison with other countries of this group is especially important, mostly because the ways of how to inspire innovative individuals for

entrepreneurship are significantly different from other types of entrepreneurship. Therefore, the government's role lies in encouraging a high level of innovativeness, encouraging public and private investments into research and development, higher education, developing the capital market and creating a regulative system that would support the creation of high-tech companies.

In the scope of research we have identified several areas important for increase the entrepreneurial activity. They include financial support, government policy, government programmes, education and training, transferring research and development, business and professional infrastructure, market openness and competitiveness on the internal market, accessibility of physical infrastructure, and cultural and societal norms. In most entrepreneurial frameworks, Slovenia is still lagging behind the average of the innovative economies.

With help of research we thus managed to get some important findings that help us create a more reliable picture of entrepreneurial reality. This could help policymakers to create and implement measures and mechanisms for channelling entrepreneurship in Slovenia into areas where we can expect the biggest harvest in the long term. Alongside publishing in scientific and professional journals, conferences and other forms of dissemination, we have published research findings useful for entrepreneurship development in three annual publications GEM Slovenia, freely available at www.gemconsortium.org. This way, we have also enabled policy makers to access relevant data and get valuable feedback about the effectiveness of taken measures (evidence-based entrepreneurship policy).

12. Vpetost raziskovalnih rezultatov projektne skupine.

12.1. Vpetost raziskave v domače okolje

Kje obstaja verjetnost, da bodo vaša znanstvena spoznanja deležna zaznavnega odziva?

- v domačih znanstvenih krogih
- pri domačih uporabnikih

Kdo (poleg sofinancerjev) že izraža interes po vaših spoznanjih oziroma rezultatih?¹²

Interes po naših spoznanjih izražajo: UMAR, ki jim vsakoletno dostavljamo nekatere podatke za njihovo poročilo, gospodarska združenja, drugi raziskovalci, magistrski in doktorski študenti ter mediji, ki vselej namenjajo veliko pozornosti našim ugotovitvam.

12.2. Vpetost raziskave v tuje okolje

Kje obstaja verjetnost, da bodo vaša znanstvena spoznanja deležna zaznavnega odziva?

- v mednarodnih znanstvenih krogih
- pri mednarodnih uporabnikih

Navedite število in obliko formalnega raziskovalnega sodelovanja s tujini raziskovalnimi inštitucijami:¹³

V sklopu Global Entrepreneurship Research Association (www.gemconsortium.org), ki povezuje nacionalne time GEM, imamo vzpostavljeno aktivno sodelovanje z drugimi timi, ki v svoji državi delajo na tej raziskavi. V preteklem obdobju je sodelovanje zajemalo predvsem medsebojno informiranje in preverjanje podatkov. Delujemo tudi v okviru European Network for Social and Economic research (www.ensr.eu), ki povezuje 32 raziskovalnih inštitutov in kjer v različnih projektih pokrivamo Slovenijo.

Kateri so rezultati tovrstnega sodelovanja:¹⁴

Rezultati tovrstnega sodelovanja se kažejo predvsem v tem, da so podatki in analize, ki jih

opravi naša raziskovalna skupina vključeni v nadnacionalne, evropske in globalne študije. Na ta način so Slovenija in njene podjetniške značilnosti in izzivi zsrji tudi v različnih študijah kot so SBA Fact Sheet na ravni EU ali OECD-jeve publikacije.

13. Izjemni dosežek v letu 2012¹⁵

13.1. Izjemni znanstveni dosežek

ŠIREC, Karin, REBERNIK, Miroslav, BRADAČ HOJNIK, Barbara. Managing tacit knowledge in strategic outsourcing. V: HOU, Huei-Tse (ur.). New research on knowledge management models and methods. Rijeka: InTech, 2012, str. 111-128. [COBISS.SI-ID 11068700]
Poglavje v knjigi prispeva k boljšemu razumevanju pomena upravljanja znanja, ki se nanaša na upravljanje neme (tacit) dimenzije znanja na ravni sodelovanja med podjetji. Razvili smo model za upravljanje različnih tipov znanja pri odnosih v strateškem outsourcingu. V turbulentnem, poslovnem okolju dimenzije nemega znanja zelo hitro zastarevajo in zavirajo spreminjanje procesov, zato je treba najti načine, kako se tega znanja od-učiti. Za razvijanje trajnostnega partnerstva pri outsourcingu je treba razpoznati možna oportunistična vedenja, ki se lahko pojavijo na obeh straneh outsourcing odnosov in najti načine, kako jih preprečiti. Knjiga je bila objavljena v odprtem odstopu, naše poglavje pa je v letu in pol doseglo več kot 3.000 downloadov.

13.2. Izjemni družbeno-ekonomski dosežek

REBERNIK, Miroslav, TOMINC, Polona, CRNOGAJ, Katja. Usihanje podjetništva v Sloveniji : GEM Slovenija 2011. Maribor: EPF, 2012. 134 str., ilustr. ISBN 978-961-6802-13-0. [COBISS.SI-ID 70055169]
V Sloveniji je zgodnja podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva leta 2011 spet močno upadla. NI bila kriva samo recesija, temveč tudi neurejeno poslovno okolje in visoki oportunitetni stroški potencialnega podjetnika. Poleg vključenosti odraslega prebivalstva v podjetništvo, njihovih demografskih značilnosti in temeljnih okvirov podjetniškega delovanja analiziramo tudi inovacijsko naravnost podjetij, nagnjenost k rasti, pripravljenost sprejemanja novosti, razpoznavanje poslovnih priložnosti, podjetniško zmogljivost odraslega prebivalstva ter druge vplivne dejavnike. Posebno pozornost smo posvetili podjetniški aktivnosti notranjih podjetnikov. Hkrati smo opredelili pomembna področja, na katera bi bilo treba usmeriti dejavnost ekonomske politike za več in boljše podjetništvo.

C. IZJAVE

Podpisani izjavljam/o, da:

- so vsi podatki, ki jih navajamo v poročilu, resnični in točni
- se strinjamo z obdelavo podatkov v skladu z zakonodajo o varstvu osebnih podatkov za potrebe ocenjevanja in obdelavo teh podatkov za evidence ARRS
- so vsi podatki v obrazcu v elektronski obliki identični podatkom v obrazcu v pisni obliki
- so z vsebino zaključnega poročila seznanjeni in se strinjajo vsi soizvajalci projekta
- bomo sofinancerjem istočasno z zaključnim poročilom predložili tudi elaborat na zgoščenki (CD), ki ga bomo posredovali po pošti, skladno z zahtevami sofinancerjev.

Podpisi:

*zastopnik oz. pooblaščen oseba
raziskovalne organizacije:*

in

vodja raziskovalnega projekta:

Univerza v Mariboru, Ekonomsko-
poslovna fakulteta

Miroslav Rebernik

ŽIG

Kraj in datum:

Maribor

2.10.2013

Oznaka prijave: ARRS-CRP-ZP-2013-03/5

¹ Opredelite raziskovalno področje po klasifikaciji FOS 2007 (Fields of Science). Prevajalna tabela med raziskovalnimi področji po klasifikaciji ARRS ter po klasifikaciji FOS 2007 (Fields of Science) s kategorijami WOS (Web of Science) kot podpodročji je dostopna na spletni strani agencije (<http://www.arrs.gov.si/sl/gradivo/sifranti/preslik-vpp-fos-wos.asp>). [Nazaj](#)

² Napišite povzetek raziskovalnega projekta (največ 3.000 znakov v slovenskem in angleškem jeziku). [Nazaj](#)

³ Napišite kratko vsebinsko poročilo, kjer boste predstavili raziskovalno hipotezo in opis raziskovanja. Navedite ključne ugotovitve, znanstvena spoznanja, rezultate in učinke raziskovalnega projekta in njihovo uporabo ter sodelovanje s tujimi partnerji. Največ 12.000 znakov vključno s presledki (približno dve strani, velikost pisave 11). [Nazaj](#)

⁴ Realizacija raziskovalne hipoteze. Največ 3.000 znakov vključno s presledki (približno pol strani, velikost pisave 11). [Nazaj](#)

⁵ V primeru bistvenih odstopanj in sprememb od predvidenega programa raziskovalnega projekta, kot je bil zapisan v predlogu raziskovalnega projekta oziroma v primeru sprememb, povečanja ali zmanjšanja sestave projektne skupine v zadnjem letu izvajanja projekta, napišite obrazložitev. V primeru, da sprememb ni bilo, to navedite. Največ 6.000 znakov vključno s presledki (približno ena stran, velikosti pisave 11). [Nazaj](#)

⁶ Navedite znanstvene dosežke, ki so nastali v okviru tega projekta. Raziskovalni dosežek iz obdobja izvajanja projekta (do oddaje zaključnega poročila) vpišete tako, da izpolnite COBISS kodo dosežka – sistem nato sam izpolni naslov objave, naziv, IF in srednjo vrednost revije, naziv FOS področja ter podatek, ali je dosežek uvrščen v A" ali A'. [Nazaj](#)

⁷ Navedite družbeno-ekonomske dosežke, ki so nastali v okviru tega projekta. Družbeno-ekonomski rezultat iz obdobja izvajanja projekta (do oddaje zaključnega poročila) vpišete tako, da izpolnite COBISS kodo dosežka – sistem nato sam izpolni naslov objave, naziv, IF in srednjo vrednost revije, naziv FOS področja ter podatek, ali je dosežek uvrščen v A" ali A'.

Družbeno-ekonomski dosežek je po svoji strukturi drugačen kot znanstveni dosežek. Povzetek znanstvenega dosežka je praviloma povzetek bibliografske enote (članka, knjige), v kateri je dosežek objavljen.

Povzetek družbeno-ekonomskega dosežka praviloma ni povzetek bibliografske enote, ki ta dosežek dokumentira, ker je dosežek sklop več rezultatov raziskovanja, ki je lahko dokumentiran v različnih bibliografskih enotah. COBISS ID zato ni enoznačen izjemoma pa ga lahko tudi ni (npr. prehod mlajših sodelavcev v gospodarstvo na pomembnih raziskovalnih nalogah, ali ustanovitev podjetja kot rezultat projekta ... - v obeh primerih ni COBISS ID). [Nazaj](#)

⁸ Navedite rezultate raziskovalnega projekta iz obdobja izvajanja projekta (do oddaje zaključnega poročila) v primeru, da katerega od rezultatov ni mogoče navesti v točkah 8 in 9 (npr. ker se ga v sistemu COBISS ne vodi). Največ 2.000 znakov, vključno s presledki. [Nazaj](#)

⁹ Pomen raziskovalnih rezultatov za razvoj znanosti in za razvoj Slovenije bo objavljen na spletni strani: <http://sicris.izum.si/> za posamezen projekt, ki je predmet poročanja. [Nazaj](#)

¹⁰ Največ 4.000 znakov, vključno s presledki. [Nazaj](#)

¹¹ Največ 4.000 znakov, vključno s presledki. [Nazaj](#)

¹² Največ 500 znakov, vključno s presledki. [Nazaj](#)

¹³ Največ 500 znakov, vključno s presledki. [Nazaj](#)

¹⁴ Največ 1.000 znakov, vključno s presledki. [Nazaj](#)

¹⁵ Navedite en izjemni znanstveni dosežek in/ali en izjemni družbeno-ekonomski dosežek raziskovalnega projekta v letu 2012 (največ 1000 znakov, vključno s presledki). Za dosežek pripravite diapozitiv, ki vsebuje sliko ali drugo slikovno gradivo v zvezi z izjemnim dosežkom (velikost pisave najmanj 16, približno pol strani) in opis izjemnega dosežka (velikost pisave 12, približno pol strani). Diapozitiv/-a priložite kot priponko/-i k temu poročilu.

Vzorec diapozitiva je objavljen na spletni strani ARRS <http://www.arrs.gov.si/sl/gradivo/>, predstavitev dosežkov za pretekla leta pa so objavljena na spletni strani <http://www.arrs.gov.si/sl/analize/dosez/> [Nazaj](#)

Obrazec: ARRS-CRP-ZP/2013-03 v1.00
BB-06-7A-E5-37-6A-C5-29-57-45-96-55-6A-D5-53-5B-FB-6B-A9-49



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



Miroslav Rebernik
Polona Tominc
Katja Crnogaj

Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva

GEM Slovenija 2010



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



Miroslav Rebernik
Polona Tominc
Katja Crnogaj

Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva

GEM Slovenija 2010

Naslov monografije: Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva

Avtorji: Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Katja Crnogaj

Vrsta: Znanstvena monografija

Strokovna recenzenta: prof. ddr. Matjaž Mulej, prof. dr. Aleš Vahčič

Lektor: doc. dr. Igor Rižnar

Izdala in založila: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta

Leto izida: 2011

Oblikovanje: Nebia d.o.o., Ljubljana

Tisk: Dravska tiskarna d.o.o., Maribor

Naklada: 200 izvodov



CIP - Kataložni zapis o publikaciji

Univerzitetna knjižnica Maribor

658(497.4)"2010"

REBERNIK, Miroslav

Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do
podjetništva : GEM Slovenija 2010 / Miroslav
Rebernik, Polona Tominc, Katja Crnogaj. - Maribor:
Ekonomsko-poslovna fakulteta, 2011. - (Slovenski
podjetniški observatorij, ISSN 1854-8040)

ISBN 978-961-6802-04-8

1. Tominc, Polona 2. Crnogaj, Katja, 1983-

COBISS.SI-ID 67082753

Izšlo v knjižni zbirki »Slovenski podjetniški observatorij«

Čeravno ta monografija temelji na podatkih, ki smo jih zbrali v okviru GEM konzorcija, odgovornost za njihovo analizo in interpretacijo v celoti prevzemamo avtorji.

Whilst this work is based on data collected by the GEM consortium, responsibility for analysis and interpretation of those data is the sole responsibility of the authors.

© Copyright Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, 2011

Kazalo

UVODNI POVZETEK IN SKLEPNA SPOZNAVANJA	7
Odnos do podjetništva	8
Vključevanje v podjetniške aktivnosti	10
Podjetniške aspiracije	13
Sklepna spoznanja	13
SUMMARY AND IMPLICATIONS	17
Attitude towards entrepreneurship	18
Involvement in entrepreneurial activities	20
Entrepreneurial Aspirations	23
Conclusions and implications	24
1. UVOD	27
1.1. Vloga podjetništva v globalnem gospodarstvu	27
1.2. Spodbujanje podjetništva v različno razvitih državah	28
1.3. Kako GEM raziskuje podjetništvo	30
1.3.1. GEM model	30
1.3.2. GEM proces	33
1.3.3. Pridobivanje GEM podatkov	35
1.3.4. Dostopnost GEM raziskav in podatkov	38
2. GEM PREGLEDNICA ZNAČILNOSTI PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI	39
3. OKVIRNI POGOJI ZA PODJETNIŠTVO	43
4. NAGNjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu	49
4.1. Dojemanje priložnosti	52
4.2. Dojemanje zmogljivosti	54
4.3. Strah pred neuspehom	56
4.4. Podjetniške namere	58
4.5. Dojemanje podjetništva	59
4.6. Zaupanje v novosti	61

5. PODJETNIŠKA AKTIVNOST	65
5.1. Vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo	65
5.2. Motivacija za podjetništvo	74
5.3. Demografske značilnosti slovenskega podjetništva	80
5.3.1. Starost	80
5.3.2. Spol	82
5.3.3. Dohodek	85
5.3.4. Izobrazba	86
5.3.5. Sektorska porazdelitev podjetij	87
5.3.6. Financiranje podjetij	88
5.3.7. Prenehanje poslovanja	90
5.3.8. Vpliv recesije	92
6. ASPIRACIJE	95
6.1. Pričakovane rasti	95
6.2. Inovacije	99
6.3. Internacionalizacija	101
SLOVENSKI IZVEDENCI V LETU 2010	103
RAZISKOVALNI GEM TIMI IN SPONZORJI V LETU 2010	105
LITERATURA	117
PRILOGA 1: MERE PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI	119

KAZALO SLIK

Slika 1: Značilne skupine gospodarstev in ključna razvojna usmerjenost (Kelly et al., 2011)	29
Slika 2: GEM model proučevanja podjetništva	31
Slika 3: Podjetniški proces in opredelitev GEM kategorij	33
Slika 4: Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo, GEM 2010.....	46
Slika 5: Primerjava povprečnih ocen okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji in v Evropi, GEM 2010. 47	
Slika 6: Priložnosti za ustanovitev podjetja, vse GEM države.....	53
Slika 7: Priložnosti za ustanovitev podjetja, evropske GEM države	54
Slika 8: Zmogljivosti in znanja za ustanovitev podjetja, vse GEM države	55
Slika 9: Zmogljivosti in znanja za ustanovitev podjetja, evropske GEM države	56
Slika 10: Strah pred neuspehom v GEM državah	57
Slika 11: Strah pred neuspehom po skupinah držav	57
Slika 12: Podjetniške namere po skupinah držav	58
Slika 13: Podjetniške namere v GEM državah	59
Slika 14: Družbeni status podjetnika	60
Slika 15: Družbeni status podjetnika, evropske GEM države	60
Slika 16: Odnos podjetij do inovacij, evropske GEM države.....	63
Slika 17: Odnos potrošnikov do inovacij, evropske GEM države	64
Slika 18: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	65
Slika 19: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost po tipih gospodarstev, GEM 2010.....	69
Slika 20: Primerjava podjetniške aktivnosti po skupinah držav	70
Slika 21: Primerjava podjetniške aktivnosti med Slovenijo in Evropo	70
Slika 22: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi	71
Slika 23: Soodvisnost gospodarske razvitosti in zgodnje podjetniške aktivnosti	73
Slika 24: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti	75
Slika 25: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti.....	75
Slika 26: Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo	76
Slika 27: Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti	77
Slika 28: Delež novih in nastajajočih podjetnikov zaradi večje neodvisnosti in osebne svobode	79
Slika 29: Podjetniška aktivnost glede na starost.....	80
Slika 30: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starosti in po skupinah držav.....	81
Slika 31: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol.....	82
Slika 32: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami	83
Slika 33: Delež podjetnic v letu 2009 in 2010.....	84
Slika 34: Odnos do žensk v podjetništvu v GEM državah	84
Slika 35: Odnos do žensk v podjetništvu v Evropi.....	85
Slika 36: Podjetniška aktivnost glede na dohodek gospodinjstva	86
Slika 37: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo.....	87

Slika 38: <i>Sektorska porazdelitev zgodnjega podjetništva</i>	87
Slika 39: <i>Sektorska porazdelitev ustaljenih podjetnikov</i>	88
Slika 40: <i>Delež neformalnih investitorjev po tipih gospodarstev</i>	89
Slika 41: <i>Delež neformalnih investitorjev v GEM državah</i>	89
Slika 42: <i>Razvrstitev držav glede na opustitveni indeks</i>	90
Slika 43: <i>Razlogi za prenehanje poslovanja po skupinah držav</i>	91
Slika 44: <i>Vpliv recesije na podjetniško aktivnost pri nastajajočih in novih podjetjih</i>	92
Slika 45: <i>Vpliv recesije na podjetniško aktivnost pri ustaljenih podjetjih</i>	93
Slika 46: <i>Pričakovano zaposlovanje - najmanj 5 delovnih mest v prihodnjih petih letih</i>	96
Slika 47: <i>Delež zgodnjega podjetništva z visokimi aspiracijami po rasti</i>	97
Slika 48: <i>Delež odraslega prebivalstva z zelo visokimi aspiracijami po rasti</i>	97
Slika 49: <i>Podpora in spodbujanje hitro rastočih podjetij v GEM državah</i>	98
Slika 50: <i>Podpora in spodbujanje hitro rastočih podjetij v evropskih državah</i>	98
Slika 51: <i>Delež zgodnjega podjetništva z inovativnimi izdelki ali storitvami</i>	100
Slika 52: <i>Zgodnja podjetniška aktivnost z mednarodno usmerjenostjo</i>	101

KAZALO TABEL

Tabela 1: <i>GEM države v letu 2010 po tipih gospodarstev</i>	28
Tabela 2: <i>Pomembnost različnih vrst pogojev za ekonomski razvoj (Bosma in Levie, 2010)</i>	30
Tabela 3: <i>Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, Slovenija 2010</i>	36
Tabela 4: <i>Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav</i>	37
Tabela 5: <i>GEM preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji</i>	39
Tabela 6: <i>Najbolje in najslabše ocenjeni podjetniški okvirji v posameznih državah, GEM 2010</i>	44
Tabela 7: <i>Elementi podjetniške zmogljivosti (v odstotkih odraslega prebivalstva)</i>	50
Tabela 8: <i>Elementi podjetniške zmogljivosti po skupinah držav (v odstotkih odraslega prebiv.)</i>	52
Tabela 9: <i>Dojemanje podjetništva</i>	61
Tabela 10: <i>Zaupanje v novosti med odraslim prebivalstvom Slovenije</i>	62
Tabela 11: <i>Zaupanje v novosti - organizacije, Slovenija 2010</i>	62
Tabela 12: <i>Vključenost prebivalstva v podjetništvo v GEM državah 2010</i>	66
Tabela 13: <i>Primerjava podjetniške aktivnosti po skupinah držav</i>	69
Tabela 14: <i>Primerjava zgodnje podjetniške aktivnosti v Evropi med letoma 2009 in 2010</i>	72
Tabela 15: <i>Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti in priložnosti</i>	76
Tabela 16: <i>Motivacijski indeks</i>	78
Tabela 17: <i>Odstotek novih in nastajajočih podjetnikov po starostnih razredih</i>	80
Tabela 18: <i>Odstotek ustaljenih podjetnikov po starosti in po skupinah držav</i>	81
Tabela 19: <i>Delež podjetnic po skupinah držav v letu 2010 in 2009</i>	83



Uvodni povzetek in sklepna spoznanja

Čeravno se glede na posamezne razvojne stopnje gospodarstva in družbe spreminja pomen in vpliv različnih tipov podjetništva, je podjetništvo vselej pomembno, saj zagotavlja in omogoča razvoj. Proučevanje podjetništva zato pomeni predvsem proučevanje temeljne gonilne sile, to je podjetnika in njegovih ambicij, inovativnosti in podjetnosti, pa tudi strahov in razlogov, ki preprečujejo, da bi se usposobljeni posamezniki usmerili v podjetništvo. Pri tem ne smemo pozabiti, da niso vse podjetniške aktivnosti družbeno koristne. Čeravno o pomenu podjetništva ni dvoma, pa se vse prepogosto tudi pozablja, da podjeme ustanavljajo posamezniki, ki nenehno presojuje stroške in koristi takšnega ravnanja ter da na njihove odločitve poleg osebnih značilnosti pomembno vplivajo številni dejavniki v neposrednem življenjskem prostoru (potencialnih) podjetnikov, v institucionalnem okolju podjetij, prevladujočih kulturnih vrednotah, splošnem odnosu družbe do podjetništva in podobno. Global Entrepreneurship Monitor, ki proučuje svetovno podjetništvo že vse od leta 1999, prav posameznikom posveča posebno pozornost in svoja spoznanja gradi na informacijah, ki jih z obširnimi anketiranjem pridobiva neposredno od njih. Ti posamezniki živijo in delajo v zelo različnih ekonomskih, socialnih, kulturnih in političnih okoljih, kar pomembno določa njihova hotenja in ravnanja, ki jih z našim raziskovanjem poskušamo spoznati in razumeti.

Svetovno podjetništvo se prepleta na različnih ravneh razvitosti nacionalnih gospodarstev, ki jih razvrščamo v »faktorska« (*factor-driven*), »učinkovitostna« (*efficiency-driven*) in »inovacijska« (*innovation-driven*). Slovenija se po doseženi stopnji razvitosti, merjeni z družbenim bruto proizvodom na prebivalca, uvršča med inovacijska gospodarstva. Takšna raznolikost povezanih gospodarstev nosi s seboj številne značilnosti tako glede odločanja za podjetniško kariero kot za podjetniški razvoj in konkuriranje med podjetji iz različnih okolij. Pomembno pa se med seboj razlikujejo tudi potrebne smeri ukrepanja ekonomske politike.

Ob splošnih pogojih, ki spodbujajo ali pospešujejo podjetništvo v posamezni državi, se GEM osredotoča na tri sklope in sicer odnos do podjetništva, vključevanje v podjetniške aktivnosti in aspiracije podjetnikov. Odnos do podjetništva kaže splošno naklonjenost populacije do podjetniške kariere. Če je podjetništvo v družbi zaželeno, posameznik pozna veliko drugih podjetnikov ali verjame, da so uspešni podjetniki spoštovani in ugledni, bo verjetnost, da se bo sam podal na podjetniško pot večja, kot v nasprotnem primeru. Vključevanje v podjetniške aktivnosti se v prvi vrsti kaže skozi število ljudi, ki ustanavljajo podjetja, a tudi v značilnostih podjetnikov in njihovih podjetij ter motivih za vključevanje v podjetništvo. Podjetniške aspiracije pa kažejo kakovost podjetniške aktivnosti, torej nagnjenost podjetnikov k rasti podjetja, večanju števila zaposlenih, internacionalizacijo poslovanja in podobno. V GEM nas

torej zanima posameznik, njegove značilnosti in hotenja. Razumemo, da so podjetniške lastnosti redka dobrina, ki ni enakomerno porazdeljena med prebivalstvom. Ne gre samo za osebnostne lastnosti, znanja in veščine, ampak tudi za želje in hotenja. Posameznik lahko razpolaga z vsem potrebnim znanjem in veščinami, vendar pa je odločitev za podjetništvo njegova osebna odločitev, na njo pa pomembno vpliva družbeno, ekonomsko in kulturno okolje v posamezni državi. To okolje predstavljajo različni dejavniki, ki jih povezujemo v posamezne podjetniške okvire.

V letu 2010 so tako vse sodelujoče države v skupini inovacijskih in učinkovitostnih gospodarstev ocenile dostop do fizične infrastrukture, ki obsega razpoložljivost oziroma težavnost dostopa do obstoječih fizičnih virov po cenah, ki ne diskriminirajo novih in nastajajočih podjetij, pozitivno. Prav tako je zelo pogosto kot eden izmed najboljših podjetniških okvirjev ocenjena kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja. Kot negativen je ta okvir ocenjen le v treh azijskih gospodarstvih: v Koreji, na Tajvanu in na Kitajskem. Eden izmed najpogosteje negativno ocenjenih okvirjev je razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo, v osnovni in srednji šoli – v vseh državah inovacijskih gospodarstev razen v Grčiji ter v vseh državah učinkovitostnih gospodarstev razen v Argentini, BiH, Latviji in Turčiji. Prav tako je tudi v Sloveniji ta okvir ocenjen kot eden izmed treh negativnih. Za skupino inovacijskih gospodarstev je zasnovanost in vodenje vladne politike z vidika regulative eden izmed zelo pogosto najbolj negativno ocenjenih okvirjev – edina izjema v tej skupini je Norveška, kjer je ta okvir ocenjen kot eden izmed treh pozitivnih okvirjev. Veliko negativnih ocen in nobene pozitivne si je ta okvir prislužil tudi v skupini učinkovitostnih gospodarstev.

Pri primerjavi povprečnih ocen v Sloveniji in Evropi smo zaznali, da izvedenci v Sloveniji višje kot v povprečju v Evropi ocenjujejo poslovno, pravno in strokovno ter tudi fizično infrastrukturo, pa tudi višje in visokošolsko izobraževanje za podjetništvo v programih formalnega izobraževanja in usposabljanja. V povprečju bolje kot v Evropi sta prav tako ocenjena okvirja, ki se nanašata na notranji trg. Je pa okvir, ki ga slovenski izvedenci ocenjujejo precej nižje, kot v povprečju izvedenci v ostalih evropskih državah, okvir vladnih politik, v smislu podpore za razvoj novih in rastočih podjetij, pa tudi izobraževanje na stopnji do srednješolskega izobraževanja.

ODNOS DO PODJETNIŠTVA

Ljudje izkazujemo različno nagnjenost k podjetništvu, ki se kaže skozi veliko dimenzij odnosa posameznika in celotne družbe do podjetništva. Nagnjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu proučujemo tako, da ugotavljamo zaznavanje poslovnih priložnosti, dojemanje znanja za podjetništvo, strah pred neuspehom, podjetniške namere, v kolikšni meri je podjetništvo sprejemljiva kariera, kako spoštujemo uspešne podjetnike in kakšen odnos do podjetništva zasledimo v medijih.

Da bi se posameznik vključil v podjetništvo, mora zaznati primerno poslovno priložnost. Delež ljudi, ki menijo, da se bodo pojavile dobre poslovne priložnosti je bil leta 2010 v skupini factorskih gospodarstev v povprečju skoraj 62 odstotkov, v skupini učinkovitostnih gospodarstev je bilo takšnih nekaj manj kot 43 odstotkov, v skupini inovacijskih gospodarstev pa le dobrih 33 odstotkov. V skupini inovacijskih gospodarstev, kamor sodi tudi Slovenija, so prav tako opazne velike razlike. Največ poslovnih priložnosti se obeta v skandinavskih državah (Švedska 66 %, Finska 51 %), najmanj pa v skupini sredozemskih držav: Portugalska (20,3 %), Italija (24,7 %), Grčija (15,9 %), Španija (18,8 %), zelo blizu tej skupini je tudi Slovenija (26,8 %). Žal v Sloveniji zadnja štiri leta ugotavljamo upad zaznanih poslovnih priložnosti med prebivalstvom.

Medtem ko je bila leta 2007 še skoraj polovica delovno aktivnega prebivalstva mnenja, da se bodo v njihovem okolju pojavile dobre poslovne priložnosti, je leta 2009 ta odstotek padel na 30 odstotkov, v letu 2010 pa še nadaljnjih nekaj odstotnih točk, na 26,8 odstotkov.

Za vključevanje v podjetništvo je pomembno tudi dojemanje lastnih zmogljivosti, zmožnosti in sposobnosti za podjetništvo, žal pa lahko tudi tukaj ugotovimo, da z naraščanjem gospodarske razvitosti države v povprečju upada tudi delež ljudi, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo. V skupini faktorskih gospodarstev je takšnih v povprečju 71,5 odstotkov, v učinkovitostnih 55,9 odstotkov, v inovacijskih gospodarstvih pa je v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti v povprečju prepričanih le 44,4 odstotkov delovno aktivnega prebivalstva. V Sloveniji je v povprečju več kot 56 % ljudi mnenja, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo – v skupini inovacijskih gospodarstev je višji odstotek zabeležen le še v ZDA (59,5 %). Nasploh delež ljudi v Sloveniji, ki izražajo zaupanje v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo, narašča vse od leta 2006. Tako je bilo takega mnenja leta 2006 dobrih 47 odstotkov ljudi, odstotek pa je nato vsako leto naraščal v povprečju za dve odstotni točki.

V nasprotju z dojetjem priložnosti in zmogljivosti, kjer so opazne razlike v treh skupinah držav, je strah pred neuspehom po državah v povprečju bolj enakomerno porazdeljen. V faktorskih gospodarstvih je v povprečju 28,9 odstotkov prebivalcev, ki hkrati zaznavajo tudi poslovne priložnosti v svojem okolju, mnenja, da bi jih strah pred neuspehom utegnil odvrniti od vključitve v podjetništvo, v skupini učinkovitostnih gospodarstev je takšnih v povprečju 31,7 odstotkov, v skupini inovacijskih gospodarstev pa 33,1 odstotek. Izmed vseh sodelujočih držav najvišjo stopnjo strahu pred neuspehom izkazujejo ljudje v Grčiji, več kot 50 odstotkov. V skupini inovacijskih gospodarstev najnižjo stopnjo strahu pred neuspehom oziroma najvišjo stopnjo sprejemanja tveganja izražajo ljudje na Nizozemskem, 23,8 odstotkov, med države, v katerih je strah pred neuspehom v splošnem relativno šibko prisoten, pa se uvršča tudi Slovenija s 27,5 odstotki.

Analizirali smo tudi delež ljudi, ki nameravajo v prihodnjih treh letih pričeti z ustanavljanjem lastnega podjetja oziroma podjetja, med vsemi delovno aktivnimi prebivalci, ki še niso vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost. Podjetniške namere izrazito upadajo z naraščanjem gospodarske razvitosti države. V faktorskih gospodarstvih je v povprečju kar 42,6 odstotkov trenutno podjetniško neaktivnih prebivalcev zatrdilo, da nameravajo v prihodnjih treh letih pričeti s podjetniško aktivnostjo. V učinkovitostnih gospodarstvih je takšnih v povprečju 23,2 odstotka, v skupini inovacijskih gospodarstev, kamor sodi tudi Slovenija, pa v povprečju le 8,2 odstotka. Slovenija je z 8,7 odstotki tipična država te skupine. Najvišje podjetniške namere v skupini inovacijskih gospodarstev najdemo na Islandiji – 15,7 odstotkov.

Na podjetniške namere vplivajo kulturne in družbene norme v okolju. Le-te lahko odločitev posameznika za podjetniško pot spodbujajo ali ga zavirajo pri njenem uresničevanju. Kljub temu, da je večina podjetništva v faktorskih gospodarstvih nastala iz nuje, je prav za faktorska gospodarstva značilen v povprečju najvišji delež ljudi, ki dojemajo podjetništvo kot privlačno karierno možnost (v povprečju 75,3 %) in spoštovano aktivnost (v povprečju 80,9 %), prav tako pa tudi mediji po mnenju večine ljudi izražajo oziroma oblikujejo pozitivno podobo podjetništva v družbi (65,3 %). Ti deleži so v učinkovitostnih in še zlasti v inovacijskih gospodarstvih, v povprečju nižji. Tako v skupini inovacijskih gospodarstev v povprečju 59,2 odstotkov ljudi meni, da je podjetništvo zaželena karierna izbira, 70,3 odstotkov jih meni, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani, 55,3 odstotkov pa vlogo medijev dojema kot pozitivno. Slovenija je v tem pogledu dokaj povprečna država inovacijskega gospodarstva, je pa leta 2010 pri vseh treh komponentah zabeležila rahel upad glede na leto poprej.

VKLJUČEVANJE V PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI

V GEM spremljamo tri skupine podjetnikov, pri čemer nas zanima podjetniška aktivnost posameznikov kot taka in ne statistična populacija registriranih podjetij. Gre za skupino *nastajajočih podjetnikov*, ki so storili šele prve korake na svoji podjetniški poti. Nekateri so že ustanovili podjetje in izplačujejo plače, a ne dlje kot tri mesece, drugi so šele pričeli z aktivnostmi za podjetniško kariero. Druga skupina so *novi podjetniki*, ki poslujejo že več kot tri mesece, a ne več kot tri leta in pol, skupina *ustaljenih podjetnikov* pa je na trgu že več kot tri leta in pol. Nastajajoči in novi podjetniki predstavljajo celotno zgodnjo podjetniško aktivnost, ki jo izrazimo s TEA indeksom. Leta 2010 je za Slovenijo ta znašal 4,56, kar nas je uvrstilo v spodnjo petino med 59 GEM državami. V dveh letih je zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji tako upadla za četrtno. Od doslej najvišjih 6,4 odstotka odraslih prebivalcev, ki so se leta 2008 odločili za podjetniško pot, je leta 2009 ta upadel na 5,35 odstotka in lani znova. Upadlo je tudi število ustaljenih podjetnikov, ki so v poslu več kot tri leta in pol, njihov delež v odraslem prebivalstvu se je s 5,40 odstotka znižal na 5,02 odstotka. Glede na število delovno aktivnih ljudi v Sloveniji tako ocenjujemo, da je bilo v Sloveniji leta 2010 okrog 130 tisoč podjetnikov, med katerimi je bilo okrog 30 tisoč nastajajočih podjetnikov, med katerimi pa mnogi nikoli ne bodo imeli aktivnega podjetja ali prodali enega samega izdelka ali storitve. Glede na doseganje povprečne stopnje smrtnosti nastajajočih podjetniških pobud v Sloveniji in gospodarske razmere ocenjujemo, da je takšnih vsaj polovica. Realna ocena podjetniško aktivnih ljudi v Sloveniji je za leto 2010 zato okrog 115.000.

Število posameznikov, ki so vključeni v podjetništvo pa samo po sebi še zdaleč ne pomeni tudi večje razvitosti, ampak ravno nasprotno, saj ga je največ v nerazvitih faktorskih gospodarstvih, tako na primer v Boliviji 38,6 odstotka, Gani 33,9 odstotka, eksotičnem tihomorskem Vanuatu celo prek 50 odstotkov. Samostojno ukvarjanje s podjetniško aktivnostjo, ki je praviloma enostavna in temelji na ročnem delu in izkoriščanju naravnih virov, je namreč edini način za preživetje, saj ni prostih delovnih mest. Zato ni tolikanj pomembna količina podjetniške aktivnosti, ampak njena kakovost, ali so podjetja sposobna zaposlovati, rasti, se uveljavljati na mednarodnih trgih in podobno.

V Sloveniji se rojeva malo podjetij, imamo malo delujočih podjetij, prav tako pa se tudi malo podjetnikov odloči, da bi opustili podjetniško aktivnost. Podjetniška zaspanost prebivalstva v Sloveniji je še bolj razvidna, kadar se primerjamo z vsemi ostalimi evropskimi državami, vključenimi v GEM. Medtem ko se je v povprečju v Evropi 3,58 odstotka delovno aktivnega prebivalstva nahaja v najzgodnejši fazi podjetništva, je bilo v Sloveniji le-teh samo 2,21 odstotka. Le pri novih podjetnikih smo si precej blizu (2,77 ter 2,44). V Evropi je leta 2010 tudi bistveno več podjetnikov prenehalo s poslovanjem (2,69 odstotka) kot v Sloveniji (1,60 odstotka). Sicer pa med 26 evropskimi državami, ki jih analizira GEM, zaseda Slovenija po zgodnji podjetniški aktivnosti 18. mesto. V Evropi je bilo leta 2010 sicer največ zgodnje podjetniške aktivnosti v Črni gori (14,94 odstotka), na Islandiji (10,62 odstotka) in Latviji (9,68 odstotka), najmanj pa v Italiji (2,35 odstotka), Belgiji (3,67 odstotka) in na Danskem (3,77 odstotka). Gre seveda za posameznike in ne za registrirana podjetja, saj ima lahko posamezno podjetje več ustanoviteljev oziroma lastnikov ali pa ima lahko posameznik v lasti več podjetij.

Leta 2010 je podjetniška aktivnost upadla v številnih evropskih državah. Najmočneje v Grčiji (z 8,79 odstotka na 5,51 odstotka), na Nizozemskem (s 7,19 odstotka na 4,17 odstotka) in v Švici (s 7,72 odstotka na 5,04 odstotka). V tretjini evropskih držav pa zgodnja podjetniška aktivnost raste. Med prvimi so Bosna in Hercegovina, kjer je narastla s 4,43 odstotka na 7,74 odstotka, Nemčija z rastjo s 4,1 odstotka na 7,22 odstotka in Francija s 4,35 odstotka na 5,83 odstotka.

Ljudje se za podjetništvo odločajo iz različnih razlogov. Osnovno vprašanje je, če gredo v podjetništvo zato, ker niso imeli nobene druge možnosti, da bi si zagotovili prihodke, ki bi jim jamčili preživetje, ali pa to počno zato, ker so našli dobro poslovno priložnost, ki bi jo radi izkoristili. Po tem, ko se je Slovenija po TEA indeksu iz nujnosti leta 2009 uvrstila povsem na rep – na 50. mesto (0,51 odstotka) med 53 državami, in po TEA indeksu iz priložnosti na 33. mesto (4,73 odstotka), si je leta 2010 poslabšala razvrstitev. S TEA indeksom iz nujnosti v višini 0,76 odstotka se je uvrstila na 50. mesto med 59 državami, s TEA indeksom iz priložnosti 3,86 odstotka pa na 46. mesto. Vendarle pa tako v okviru vseh GEM držav kot tudi samo znotraj evropskih držav, še zlasti pa v primerjavi z našimi bližnjimi sosedi Jugovzhodne Evrope, ostaja v Sloveniji tudi leta 2010 podjetništvo iz priložnosti prevladujoča motivacija za vključevanje v podjetniške procese.

Tudi če primerjamo podjetništvo, ki je bilo spodbujeno z željo po večji neodvisnosti in povečanju dohodka, s podjetništvom, ki je bilo spodbujeno z nujnostjo in drugimi mešanimi motivi, kot npr. prevzemom družinskega podjetja, opazimo, da se je to razmerje v primerjavi z letom 2009 v Sloveniji močno poslabšalo. Medtem ko je bilo tedaj med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki 71 odstotkov takšnih, ki so šli v podjetništvo zaradi priložnosti, da bi imeli večjo neodvisnost ali bi si povečali svoje dohodke, jih je bilo leta 2010 takšnih le še 56,55 odstotka.

Razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti nam bolje ponazori takoimenovani *motivacijski indeks*, ki se je v primeru Slovenije z visokih 9,20 leta 2009 skoraj razpolovil in je znašal leta 2010 le še 4,86, kar pomeni močan upad tudi v primerjavi z letom 2008, ko je znašal 7,28. Medtem ko smo bili v letu 2009 po tem indeksu na petem mestu, smo bili leta 2010 le še štirinajsti. Leta 2010 je prvo mesto pripadlo Islandiji z indeksom 13,07, drugo pa Nizozemski z indeksom 10,09. Tako močan upad je nevaren, saj številne raziskave kažejo, da imajo podjetniki, ki ustanavljajo podjetja zaradi nujnosti, manjše ambicije po rasti in izkazujejo manjšo nagnjenost za zaposlovanje in razvoj kot podjetniki, ki se podjetništva lotijo zaradi priložnosti. Ne glede na poslabšanje razmerij med podjetništvom iz nujnosti in podjetništvom iz priložnosti pa v Sloveniji ostaja prevladujoči motiv večja neodvisnost ali povečanje svojih dohodkov. Odstotek podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki so se v podjetništvo vključili zato, ker so zaznali poslovno priložnost, njihov namen pa je povečanje neodvisnosti in osebne svobode pri delu, v Sloveniji znaša visokih 57 odstotkov.

Tako kot v preteklih letih je bilo tudi leta 2010 najbolj produktivno obdobje za ustanavljanje podjetij starostno obdobje med 25. in 34. letom. V tem pogledu je Slovenija povsem primerljiva z vsemi ostalimi sodelujočimi državami. Iz te starostne skupine prihaja največ novih in nastajajočih podjetnikov, tako kot največ ustaljenih podjetnikov prihaja iz starostne skupine med 35 in 44 leti. Primerjalno z drugimi skupinami držav je bila v Sloveniji leta 2010 starostna skupina med 55 in 64 let najmanj podjetna – med nastajajočimi in novimi podjetji jih je le 4,50 odstotka. V evropskih državah je v tem starostnem obdobju 8,1 odstotek novih in nastajajočih podjetnikov, v inovacijskih gospodarstvih, kamor se sicer uvršča Slovenija, pa celo 10,1 odstotek. V nasprotju z moškimi so se leta 2010 ženske najbolj številčno odločale za podjetništvo v starostni skupini med 35 in 44 let, kar navaja na misel, da so pogoji za vključevanje žensk v podjetništvo manj ugodni kot za moške. Raziskovalci GEM že vsa leta opozarjamo, da je v slovenskem podjetništvu izrazito malo žensk. Ta delež je leta 2010 ponovno upadel in med nastajajočimi in novimi podjetniki znaša samo 24,2 odstotka, med ustaljenimi pa 28,7 odstotkov. Najmanjši delež podjetnic je v državah iz arabskega sveta, kar je močno povezano s prevladujočimi kulturnimi in družbenimi normami. Izrazito vodi Savdska Arabija s samo 8,2 odstotka podjetnic, sledita Sirija z 18,6 odstotki in Jordanija z 22,3 odstotki. Podobno slaba kot v Sloveniji je bila zastopanost podjetnic v Evropi leta 2009 še v Franciji (22,9 odstotka) in Italiji (24,6 odstotkov).

V Sloveniji se je leta 2010 izobrazbena struktura nastajajočih in novih podjetnikov rahlo izboljšala. Leta 2009 je kar 59 odstotkov nastajajočih in novih podjetnikov ter 53 odstotkov ustaljenih podjetnikov imelo samo srednješolsko ali nižjo izobrazbo. Lansko leto je bilo prvih bistveno manj (46 odstotkov), boljša struktura pa je tudi pri ustaljenih podjetnikih (50 odstotkov).

Ena od težav mednarodnih primerjav, kadar le-ta zajame veliko število držav z vsega sveta je, da so uradni statistični sistemi pogosto povsem neprimerljivi, zato je harmoniziranje podatkov še posebej kočljiva zadeva. To velja tudi v primeru panožne razvrstitve podjetij. Zato uporabljamo v okviru GEM za analizo porazdelitve podjetništva po dejavnostih poenostavljeno klasifikacijo, ki omogoča primerjavo zelo različnih uradnih sistemov klasifikacij v sodelujočih državah. Primerjava z inovacijskimi gospodarstvi pokaže, da je bilo leta 2010 v Sloveniji manj podjetij, katerih dejavnost je spadala med storitve, usmerjene na potrošnika (31 % proti 43 %), zato pa je nadpovprečno več podjetij s poslovno usmerjenimi storitvami (42 % proti 32 %). Več je bilo tudi podjetij v preoblikovalnih dejavnostih (25 % proti 20 %). Podobna odstopanja so tudi pri dejavnostih ustaljenih podjetij.

Podjetniški proces poleg rojevanja podjetij zajema tudi prenehanje poslovanja. Podjetja, ki jim usahnejo poslovne priložnosti in z njimi plačilno sposobno povpraševanje, pač prenehajo poslovati. Obenem s TEA indeksom je prenehanje poslovanja pomemben indikator dinamičnosti podjetniškega procesa. V nekaterih državah je bil v preteklem letu delež posameznikov, ki so opustili poslovanje, izjemno visok – v Ugandi 27,4 odstotkov, Gani 25,7 odstotkov in Zambiji 23,5 odstotkov delovno aktivnega prebivalstva. V faktorskih gospodarstvih se stopnja prenehanja poslovanja v grobem giblje tako kot TEA indeks. Države z visoko stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti imajo tudi visoke stopnje prenehanja poslovanja.

V Evropi je bilo največ opustitev poslovanja v Črni gori (7,3 %) in v Bosni in Hercegovini (4,7 %), najmanj pa na Nizozemskem (1,4 %) in v Nemčiji (1,5 %). Slovenija je z 1,6 % med državami z najmanj prekinitiv. Vendar pa je za bolj jasno sliko treba primerjati delež opuščanih podjetij s celokupno podjetniško aktivnostjo, kar smo poimenovali *opustitveni indeks*. Leta 2010 je bilo v podjetniško udejstvovanje vključenih 9,59 odstotka odraslega prebivalstva. Med njimi je bilo 2,21 odstotka nastajajočih podjetij, 2,44 odstotka novih podjetij in 4,94 odstotka ustaljenih podjetij. S podjetništvom se je prenehalo ukvarjati 1,6 odstotka odraslega prebivalstva, kar predstavlja 17 % celotne podjetniške aktivnosti v Sloveniji, s čimer se Slovenija uvršča v skupino držav, kjer je podjetniška dinamika nekaj nižja.

Temeljni razlogi, zaradi katerih so v Sloveniji posamezniki leta 2010 opustili svoje podjetje, so finančni razlogi, saj je bilo takšnih primerov 21,2 odstotka, kar pa je manj kot leta 2009, ko jih je bilo 30,4 odstotka. Zanimivo je, da je naslednji najbolj pogost razlog v tem, da so podjetniki dobili drugo delo ali poslovno priložnost, na tretjem mestu pa je nedobičkonosnost podjetja (14,2 odstotka). Med evropskimi podjetji je ta razlog na prvem mestu (30 odstotkov), sledijo pa mu finančni razlogi (15 odstotkov) in drugo delo ali poslovna priložnost (8 odstotkov).

Na vse to je zagotovo vplivala tudi recesija. Ta je vplivala tudi na podjetniški optimizem. V vseh državah vključenih v GEM leta 2010 je v povprečju polovica vseh podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva menila, da so pogoji za začetek novega posla v splošnem slabši, kot so bili v letu poprej. So pa precejšnje razlike med državami. V skupini faktorskih gospodarstev je v povprečju večji delež podjetnikov, ki menijo, da je nov posel težje začeti, kot je bilo leto pred tem. Velik delež podjetništva v teh gospodarstvih je nastal zaradi nujnosti, začeti nov posel v takih okoliščinah je zato še toliko težje. V skupini učinkovitostnih gospodarstev je leta 2010 opaziti precej več optimizma – še zlasti v nekaterih državah Latinske Amerike (Argentina, Brazilija, Čile, Kolumbija in Urugvaj) ter v vzhodnoevropskih državah, zlasti na Madžarskem, v Latviji in Rusiji. Največji pozitivni premik je v skupini inovacijskih gospodarstev, kjer se je delež podjetnikov, ki menijo, da

je podjetništvo težje začeti, kot je bilo leto prej, v povprečju močno zmanjšal. V skupini inovacijskih gospodarstev najbolj prav v Sloveniji, kjer se je ta delež zmanjšal celo več kot za polovico (38 odstotkov vseh podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva leta 2009 in le 17 odstotkov leta 2010). V povprečju so ustaljeni podjetniki v Sloveniji precej bolj pesimistični in kritični glede pogojev za podjetništvo kot so to nastajajoči in novi podjetniki. Da je težje začeti z novim poslom meni kar 34 odstotkov ustaljenih podjetnikov, da je težje dosegati rast podjetja pa 40 odstotkov.

PODJETNIŠKE ASPIRACIJE

Podjetnikova odločitev o tem, do kakšne mere želi širiti svoje podjetje, je pomemben dejavnik za rast podjetja. Že v preteklih letih so rezultati raziskave GEM v Sloveniji in na svetovnem nivoju kazali na to, da le manjši delež nastajajočih in novih podjetij zagotovi večino novih delovnih mest. V zadnjem triletnem obdobju v skupini učinkovitostnih gospodarstev izstopa porast podjetniških pričakovanj v Južnoafriški republiki, med evropskimi državami pa na Madžarskem. V skupini inovacijskih gospodarstev večinoma ni mogoče opaziti statistično značilnih razlik med opazovanimi obdobji za posamezno državo, razen precejšnjega upada v Španiji, pa tudi v Veliki Britaniji v zadnjem triletnem obdobju. V Sloveniji v povprečju nekaj manj kot vsak peti nastajajoči ali novi podjetnik (18 odstotkov nastajajočih in novih podjetnikov) izkazuje visoke aspiracije. Med ustaljenimi podjetniki v Sloveniji je takšnih, ki izkazujejo visoke aspiracije glede zaposlovanja, precej manj, v povprečju le še 4,1 odstotek.

Z vidika delovno aktivnega prebivalstva je v Sloveniji le dobrega pol odstotka (0,57 %) delovno aktivnega prebivalstva takšnega, ki odraža visoke aspiracije po rasti. Med evropskimi državami sta najvišje Turčija in Islandija, kjer okoli 1,5 odstotka delovno aktivnega prebivalstva izraža visoke aspiracije po rasti. Podjetniške aspiracije merimo tudi s stopnjo internacionalizacije podjetij oziroma podjetij nastajajočih in novih podjetnikov. To so ocene podjetnikov glede tega, kolikšen del proizvodnje izdelkov ali opravljanja storitev namenijo kupcem zunaj meja njihovega gospodarstva. Slovenija se v tej primerjavi znajde približno v sredini – manj kot en odstotek (0,75 %) nastajajočih in novih podjetnikov ocenjuje, da je delež kupcev iz tujine med vsemi kupci njihovega izdelka ali storitve več kot 50 odstotkov. V evropskem merilu so najvišje na lestvici Latvija in Islandija z nekaj manj kot 2,5 odstotka, nato pa Črna gora z 1,5 odstotki in Norveška, Turčija in Hrvaška z 1,3 odstotki podjetnikov z visoko stopnjo internacionalizacije.

V Sloveniji leta 2010 približno 27 odstotkov nastajajočih in novih podjetnikov izkazuje srednjo ali visoko stopnjo internacionalizacije, saj menijo, da več kot 25 odstotkov kupcev njihovih izdelkov in storitev živi izven države. Nizko stopnjo internacionalizacije (od 1 do 25 %) pa v Sloveniji izkazuje približno 38 odstotkov vseh nastajajočih in novih podjetnikov. Zanimivo je, da v svetovnem merilu najvišji odstotek podjetij oziroma podjetij s stopnjo internacionalizacije več kot 25 odstotkov vseh kupcev izkazuje Belgija (skoraj 40 %), najvišji odstotek podjetij oziroma podjetij, kjer je med 1 in 25 odstotkov vseh kupcev iz tujine, pa prikazujejo ZDA, kjer je ta odstotek dobrih 60 odstotkov, takoj zatem pa Črna gora z dobrimi 56 odstotki vseh nastajajočih in novih podjetnikov.

SKLEPNA SPOZNAVJA

Za leto 2010 smo Slovenijo primerjali še z 58 drugimi državami iz vsega sveta. To lahko pripomore k boljšemu razumevanju različnih vidikov podjetništva v našem domačem okolju, zato da bi na državni in lokalni ravni ustvarjali pogoje, da bi se čim več ustvarjalnih in podjetnih posameznikov odločalo za uresničevanje podjetniških pobud, ki bi prispevale k izgradnji inovativne,

podjetne in humane družbe. Vpliv podjetništva ni enostaven in še zlasti ne samo skozi večanje števila podjetnikov. Pomembna so merila kot so rast, inovacije, zaposlovanje in internacionalizacija. Podjetništvo potrebuje tako dinamičnost kot stabilnost. Dinamičnost se izkazuje skozi ustvarjanje novih podjetij in opuščanjem poslovanja tistih, ki se izkažejo za neobstojna, stabilnost se izkazuje z dajanjem priložnosti novonastalim podjetjem, da testirajo svoj podjem in ga razvijejo do polnega potenciala (Kelly et al., 2011).

Slovenija se sicer po svoji razvitosti, merjeni z bruto družbenim proizvodom na prebivalca, uvršča med inovacijska gospodarstva, vendar pa vključuje tudi nekatere značilnosti učinkovitostnih in faktorskih gospodarstev. Tudi v Sloveniji so bili številni posamezniki potisnjeni v podjetništvo, ker niso imeli druge alternative za pridobivanje prihodka. Zanje je manj verjetno, da bodo izgradili inovativno v rast usmerjeno podjetje, so pa seveda potrebni in je prav, da jih podpiramo, saj prav tako prispevajo k družbeni blaginji. Ne smemo pa od njih pričakovati, da bodo zaposlovali ali se podali na mednarodne trge v tolikšni meri, kot to počno podjetniki, ki so svoje podjeme pričeli, ker so zaznali obetavno poslovno priložnost. Ti podjetniki so pomembni za družbeni razvoj, saj testirajo nove ideje in zagotavljajo številne nove zaposlitve, ne samo v okviru svojega novonastalega samostojnega podjetja, ampak tudi z notranjim podjetništvom v obstoječih podjetjih. Kadar prednosti stabilnega delovnega mesta in varnost zaposlitve za nedoločen čas znatno presegajo vabljenost samostojne podjetniške kariere, bodo potencialno prodorne podjetniške ideje ostale neuresničene in obetavne podjetniške priložnosti neizkoriščene. Oblikovalci ekonomske in podjetniške politike bi zato morali razmisliti, če so podani pravi nastavki, da bi se čim več ustvarjalnih in prodornih posameznikov odločalo za samostojno podjetniško pot, četudi imajo stabilno zaposlitev. V nasprotnem primeru podjetniški potencial v Sloveniji ne bo mogel biti izkoriščen. Če temeljni pogoji, kot so bazično izobraževanje, infrastruktura, temeljni pravni red in podobno zadoščajo za uveljavljanje podjetništva iz nujnosti, pa je potrebno za podjetništvo iz priložnosti razvijati druge podjetniške okvire, kot so podjetniško izobraževanje, prenos znanja in tehnologije, tvegani kapital, razvojna politika ipd.

Vsaka država in vsako geografsko območje ima svoje značilnosti, ki definirajo enkratnost podjetništva. GEM omogoča, da se učimo drug od drugega in za podporo podjetništva uporabljamo tiste ukrepe, ki so se v podobnih razmerah ali razvojnih fazah izkazali za učinkovite. Podjetja ustvarjajo posamezniki in posameznike je treba upoštevati, ko se ustvarjajo pogoji za podjetništvo. Upoštevati pa je tudi treba, da je v fazi rojstva podjetništvo vselej lokalnega značaja. V danem mikrookolju bivanja se rojevajo pobude in želje in pogoji tega mikrookolja definirajo začetne korake. Če je družbena klima nasprotna podjetništvu, če ni spodbujanja, če ni na voljo dovolj informacij, če je težko pridobiti soglasje, če lokalna ali državna administracija ni odzivna, bo tudi podjetništvo slabše uspevalo.

Podjetništvo v ekonomskem sistemu se vselej nahaja v različnih fazah – v nastajanju, v poslovanju in v opuščanju poslovanja. Nastajajoči, novi in ustaljeni podjetniki zagotavljajo, da podjetniška aktivnost nikoli ne presahne ter da se zadovoljujejo potrebe na trgu. Kakršnekoli pregrade, ki zavirajo nenehno podjetniško vrenje, kvarno vplivajo na razvoj ekonomskega sistema, s tem pa tudi na razvoj celotne družbe. Mehanizmi pospeševanja podjetništva morajo zato vključevati tudi načine za identificiranje teh pregrad in omogočati, da se ovire odpravijo. Gospodarstvo pa potrebuje tudi različne tipe podjetnikov, katerih struktura bi morala predstavljati demografsko strukturo prebivalstva. Zato je še posebej pomembno, da se podprejo slabše zastopane skupine prebivalstva. V Sloveniji so to predvsem ženske, pa tudi izobražena mladina in ljudje iz nižjih dohodkovnih razredov. Zanimanje teh skupin prebivalstva pomeni, da se odrekamo pomembnega podjetniškega potenciala, kar je v tako majhni državi, kot je Slovenija, še posebej nespametno.

Podjetnost in ustvarjalnost sta redki dobrini, ki ju ne izkazujemo vsi enako. Zato je tako pomembno, da ju podpiramo in omogočamo, da lahko posamezniki, ki želijo in zmorejo, najdejo in izkoriščajo poslovne priložnosti, ustvarjajo podjetja in jih razvijajo. Nekaj držav v skupini inovacijskih gospodarstvih že vsa leta izkazuje zelo velik delež podjetništva iz priložnosti, ki je usmerjeno v izboljšanje posameznikovega življenja. Gre zlasti za Nizozemsko, Švedsko, Dansko in Islandijo. To lahko povežemo s splošno stopnjo družbene blaginje (povezane z relativno nizko stopnjo družbene neenakosti) in socialne varnosti v nordijskih državah, vse te države pa so tudi v analizi pogojev poslovanja, ki jih dela Svetovna banka, vselej zelo visoko uvrščene. Indeks „vladavine prava“, ki ga pripravlja Svetovna banka, vključuje številne kazalnike, ki merijo obseg zaupanja v pravo in spoštovanje pravil družbe. Ti kazalniki vključujejo dožemanje pojavnosti kriminala, učinkovitost in predvidljivost sodstva ter uveljavljanje pogodb. Vzeto skupaj, merijo uspešnost družbe, da razvije okolje, v katerem veljajo poštena pravila igre, ki so enaka za vse in v katerem so v celoti zaščitene lastninske pravice. Korelacija med tem indeksom in stopnjo podjetništva, ki je motivirano s priložnostjo in izboljšanjem posameznikovega položaja, je izrazito pozitivna – kjer je močnejša vladavina prava, je tudi več kakovostnega podjetništva. To pomeni, da lahko obseg podjetništva iz priložnosti pomembno izboljšamo le, če zagotovimo, da se bodo posamezniki počutili varni, da bodo spoštovane njihove pogodbe, plačani računi in pravice zaščitene ter učinkovito izterjane. Enaka pravica pred zakonom, preprečevanje korupcije, odprava plačilne nediscipline in hitro, učinkovito delo sodišč so zato zelo pomembni za več podjetništva in boljše podjetništvo v Sloveniji.



Summary and Implications

Despite the fact that the role and influence of various types of entrepreneurship differ according to different developmental stages of economy and society, entrepreneurship remains important, because it ensures development. The study of entrepreneurship thus involves mainly the study of its fundamental driving force, i.e. entrepreneurs and their ambitions, innovativeness and entrepreneurship skills, as well as their fears and the reasons that prevent skilled individuals from embarking on entrepreneurship activities. At the same time, we should not forget that not all entrepreneurship activities are socially beneficial. There is no doubt that entrepreneurship is important, yet it is too often forgotten that companies are set up by individuals, who constantly assess the costs and benefits of their activities. In addition, their decisions are influenced by personal traits and various factors in the immediate environment (of potential) entrepreneurs, by the institutional entrepreneurship environment, by prevailing cultural values, the general attitude of society towards entrepreneurship, etc. The Global Entrepreneurship Monitor, which has studied entrepreneurship globally since 1999, emphasises the role of individuals and builds its scientific evidence on information gathered from extensive questionnaires these individuals fill in. They live and work in different economic, social, cultural and political environments, which has an important impact on their intentions and actions, which our research activities try to identify and understand.

World entrepreneurship exhibits different levels of development of national economies, ranging from *factor-driven* to *efficiency-driven* and *innovation-driven* economies. According to the achieved level of development measured by GDP per capita, Slovenia belongs to the group of innovation-driven economies. Such a variety in the development of national economies brings about numerous characteristics with regard to reaching decisions about entering an entrepreneurship career, entrepreneurship development, and competition among companies in different environments. Equally important are the differences regarding the necessary economic policy measures to be taken.

In addition to general requirements, which foster or promote entrepreneurship in individual countries, the GEM focuses on three issues, namely the attitude towards entrepreneurship, engagement in entrepreneurship activities and entrepreneurship aspirations. A society' attitude towards entrepreneurship generally favours those considering an entrepreneurship career. If the attitude of a society toward entrepreneurship is favourable, it is likely individuals will know many entrepreneurs and will believe that successful entrepreneurs are highly respected. In this case, it is much more likely that such individuals will embark on an entrepreneurship career. Engaging in entrepreneurial activity is manifested primarily in the number of people who start their own

business, but also in the characteristics of entrepreneurs and their enterprises, and motives for setting up a new business. Entrepreneurship aspirations reveal the quality of entrepreneurship activities, i.e. aspirations of entrepreneurs towards the growth of their companies, the increase in the number of employees, internationalisation of their business activities etc. In the GEM we are interested in individuals, their characteristics, activities and aspirations. We believe entrepreneurship skills are scarce and not evenly distributed among people. Personal features, knowledge and skills are not enough; wishes and intentions are equally important. An individual can have all the necessary knowledge and skills, but his decision to choose an entrepreneurship career is his personal decision. A number of factors influence this decision, including social and economic aspects and the cultural environment of a particular country. This environment is represented by various factors, discussed in individual entrepreneurship frameworks.

In some countries new and nascent entrepreneurs are often at a disadvantage compared to established entrepreneurs because they have to pay higher prices for physical resources or they might have problems with the access. In 2010, all participating countries in the group of innovation-driven and efficiency-driven economies rated access to physical infrastructure positively. One entrepreneurship framework that ranked among the highest was the quality and availability of business, legal and professional infrastructure nascent and growing entrepreneurs often need. This framework was negatively rated in only three Asian economies: Korea, Taiwan and China. One of the frameworks most frequently rated negatively was the availability and quality of entrepreneurship education and training in primary and secondary schools – in all innovation-driven economies except that of Greece and in all efficiency-driven economies except that of Argentina, Bosnia and Herzegovina, Latvia and Turkey. In Slovenia, this was one of the three frameworks rated negatively. For the group of innovation-driven economies, the concept and running of economic policy from the point of view of regulation was one of the most frequently negatively ranked frameworks – the only exception being Norway, where this was one of the three positively rated frameworks. This framework was also always negatively rated in the group of efficiency-driven economies.

By comparing average rates in Slovenia and Europe it was noticed that experts in Slovenia rank business, legal and professional as well as physical infrastructure and higher university and vocational entrepreneurship education in programmes of formal education and training, higher than the European average. On average, the frameworks related to domestic markets are also ranked higher than in Europe. On the other hand, government policy framework – in the sense of providing support for the development of new and nascent enterprises and education up to secondary education – is the framework experts from other European countries ranked considerably lower than on average.

ATTITUDE TOWARDS ENTREPRENEURSHIP

People have different propensities towards entrepreneurship, which is reflected through a number of dimensions of individuals' and society's attitude towards entrepreneurship. The involvement of the adult population in entrepreneurship is studied by measuring the perception of business opportunities, entrepreneurship knowledge and skills, fear of failure, entrepreneurship intentions, to what extent entrepreneurship is considered a sound career choice, how respected and esteemed successful entrepreneurs are and media attitudes towards entrepreneurship.

Individuals have to perceive promising business opportunities to become engaged in entrepreneurship. In 2010, the number of people in the group of factor-driven economies who believed sound business opportunities would appear amounts, on average, to almost 62%; in the group

of efficiency-driven economies this amounts to a little less than 43%; and only 33% in the group of innovation-driven economies. In the group of innovation-driven economies, to which Slovenia also belongs, the differences are considerable. The highest number of perceived business opportunities was recorded for Scandinavian countries (Sweden 66%, Finland 51%); the lowest in the group was recorded for Mediterranean countries: Portugal (20.3%), Italy (24.7%), Greece (15.9%), and Spain (18.8%), with Slovenia being very close to this group of countries (26.8%). Unfortunately, in Slovenia there has been a decrease in perceiving business opportunities during the past four years. In 2007, half of the working population believed good business opportunities would appear in their environment; in 2009 this percentage plummeted to 30%; and in 2010 by an additional 3.2% to 26.8%.

To become engaged in entrepreneurship, the attitude towards perceived abilities, knowledge and skills required to start a business is also important. Unfortunately, it has been found that with the increased economic development of a country, fewer people believe they possess entrepreneurship knowledge, experience and skills. In factor-driven economies 71.5% of people, on average, believe they possess such requirements; in efficiency-driven economies 55.9% do; and in innovation-driven economies only 44.4% of the working-age population believe they possess these requirements. In Slovenia, more than 56% of people, on average, believe they have the knowledge, experience and skills for entrepreneurship. In the group of innovation-driven economies, a higher percentage is recorded only in the USA (59.5%). In Slovenia, the share of people who believe they have the knowledge, experience and skills for entrepreneurship has been increasing since 2006. In that year, slightly more than 47% of people believed they had entrepreneurship knowledge, skills and experience; this percentage has risen by 2% every year since then.

Contrary to the perception of opportunities and entrepreneurship capabilities, where the differences are substantial among the three groups of countries, the fear of failure is more evenly distributed among the participating countries. In factor-driven economies, an average of 28.9% of people who perceive business opportunities in their environment simultaneously believe their fear of failure would prevent them from setting up a business. In efficiency-driven economies, this figure averages 31.7%, and in innovation-driven economies 33.1%. Among all participating countries, the highest rate was recorded in Greece, where more than 50% of people expressed fear of failure. In innovation-driven economies, the lowest score regarding fear of failure or the highest score regarding willingness for risk taking was found in the Netherlands (23.8%). Slovenia, with 27.5%, is among those countries where fear of failure is relatively low.

We also analysed the share of people among the working-age population who intend to start a business within three years, but have not yet been engaged in early stage entrepreneurial activities. Entrepreneurial intentions are considerably lower with a higher degree of economic development. In factor-driven economies, there are, on average, 42.6% of entrepreneurially inactive people who intend to engage in entrepreneurship activities within the next three years. In efficiency-driven economies, there are, on average, only 23.2% of people willing to do so, and in innovation-driven economies, only 8.2% of people, on average, intend to start a business within three years. With 8.7%, Slovenia represents a typical country in this group of countries. The highest entrepreneurial intentions within innovation-driven economies can be found in Iceland – 15.7%.

Entrepreneurial intentions are influenced by cultural and social norms in the environment. They affect the decisions of individuals either by encouraging them or hindering the impulse toward an entrepreneurial career. Despite the fact that most entrepreneurship in factor-driven economies is necessity based, it is in factor-driven economies where, on average, the highest number of

people believe entrepreneurship is a sound career choice (on average, 75.3%) and a respected activity (on average, 80.9%). In addition, most people believe the media represent a positive image of entrepreneurship in society (65.3%). On average, these scores are lower in efficiency-driven economies and especially in innovation-driven economies. In innovation-driven economies, on average, 59.2% of people believe entrepreneurship is a sound career choice, 70.3% of people believe successful entrepreneurs are respected in society, and 55.3% of people find the role of media positive. In this respect, Slovenia is an average innovation-driven economy. In 2010, the scores in all three components fell slightly with regard to the previous year.

INVOLVEMENT IN ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES

In GEM, we monitor three groups of entrepreneurs and are interested in the entrepreneurial activities of individuals as such and not in the statistical population of registered enterprises. The first group are the so-called *nascent entrepreneurs*, who have just made the first steps on their entrepreneurship path. Some have already set up a company and have paid salaries for not more than three months; others have just started activities for their entrepreneurial career. The second group are *new entrepreneurs*, who have owned a firm for more than three months, but not longer than three-and-a-half years. The third group of entrepreneurs, the so-called *established entrepreneurs*, have owned a firm for more than three-and-a-half years. Nascent and new entrepreneurs represent the whole early stage entrepreneurial activity, expressed with the TEA index. In 2010, the TEA index for Slovenia was 4.56, which placed us in the last fifth among 59 GEM countries. In two years, early stage entrepreneurial activity in Slovenia decreased by a quarter, from 6.4% of the adult population that decided for entrepreneurship in 2008 to 5.35% in 2009, with yet another decline in 2010. The number of established entrepreneurs who have owned a business for more than three-and-a-half years also decreased, from 5.40% to 5.02%. Taking into account the number of the working-age population, it can thus be estimated that in 2010 there were around 130,000 entrepreneurs in Slovenia, of which around 30,000 were nascent entrepreneurs, who may never establish a working enterprise or sell a single product or service. According to the present average mortality rate of nascent enterprises in Slovenia and economic conditions, it has been estimated that at least half of nascent enterprises belong to this group. A realistic estimation for the entrepreneurially active population in Slovenia in 2010 is thus around 115,000.

The number of individuals engaged in entrepreneurship, does not necessarily lead to higher development. On the contrary, this number is highest in underdeveloped factor-driven economies, i.e. in Bolivia (38.6%), Ghana (33.9%), and exotic Indo-Pacific Vanuatu (more than 50%). Independent engagement in entrepreneurial activities, which is usually simplistic and based on manual labour and exploitation of natural resources, represents the only possible way for survival, as there are few jobs available. Thus the quantity of entrepreneurial activity is not as important as its quality, i.e. the ability of enterprises to offer jobs, and grow and establish themselves on international markets.

In Slovenia, few new businesses are born, we have only a few active enterprises, and only a few entrepreneurs decide to end their entrepreneurship activities. The low entrepreneurship dynamics of Slovenia are even more evident when we compare them to other European countries participating in GEM research. With an average of 3.58% of the working-age population in the early stages of entrepreneurship in Europe, Slovenia lags behind with only 2.21%. Slovenia is closer to the European average in the group of new entrepreneurs (2.77 and 2.44). In 2010, more entrepreneurs ended their business activities in Europe (2.69%) than in Slovenia (1.60%). Among 26

European countries analysed in the GEM, Slovenia ranks 18th with regard to nascent entrepreneurship activity. In Europe, the highest level of nascent entrepreneurship activity was found in 2010 in Montenegro (14.94%), in Iceland (10.62%) and in Latvia (9.68%); the lowest levels were in Italy (2.35%), Belgium (3.67%) and Denmark (3.77%). This only applies to individuals and not to registered enterprises, because one enterprise can be owned by several founders; on the other hand, an individual can own several companies.

In 2010, entrepreneurship activity decreased in several countries in Europe. The highest decrease was in Greece (from 8.79% to 5.51%), in the Netherlands (from 7.19% to 4.17%) and in Switzerland (from 7.72% to 5.04%). In one third of European countries early entrepreneurship activity has grown. It is highest in Bosnia and Herzegovina, where it has grown from 4.43% to 7.74%, followed by Germany, where it has grown from 4.1% to 7.22% and France (from 4.35% to 5.83%).

People decide to become entrepreneurs for different reasons. The most important question is whether they decide to become entrepreneurs because there is no other way of making a living. On the other hand, they may be pulled into entrepreneurship because they have found a sound business opportunity they would like to exploit. After ranking last in 2009 in terms of the TEA-necessity index – to 50th place (0.51%) among 53 countries, and being ranked 33rd in terms of the TEA-opportunity index (4.73%), Slovenia ranked lower in 2010. With the TEA-necessity index 0.76%, Slovenia ranked 50th among 59 countries, and with the TEA-opportunity index 3.86% Slovenia ranked 46th. Nevertheless, in Slovenia opportunity remained the prevailing motivation for entering entrepreneurship processes for the Slovenian population in 2010, both within all GEM countries as well as within European countries and especially when compared to our close neighbours in southeast Europe.

If we compare entrepreneurship encouraged by greater independence and increased income with entrepreneurship encouraged by necessity and other motives, e.g. takeover of family business, we notice that the relation worsened considerably compared to the situation in Slovenia in 2009. In 2009, 71% of entrepreneurs entered entrepreneurship because of a sound business opportunity or to increase their income among all nascent and new entrepreneurs, whereas in 2010 the percentage decreased to only 56.55%.

The ratio of entrepreneurship from opportunity to entrepreneurship from necessity is illustrated by the so-called *motivation index*, which, in Slovenia, decreased from a high of 9.20 in 2009 to 4.86 in 2010, which represents a considerable decrease even in comparison with 2008, when it amounted to 7.28. In 2009, Slovenia ranked 5th, and in 2010 14th. In 2010, I ranked first with motivation index (13.07), while the Netherlands was second with the index at 10.09. Such a high decrease is dangerous, because numerous research studies show that entrepreneurs who set up their enterprises out of necessity have considerably smaller growth ambitions, employ fewer people and are less likely to develop than entrepreneurs who embark on entrepreneurship because of a sound business opportunity. Regardless of the worsened ratio between opportunity-based and necessity-based entrepreneurship in Slovenia, greater independence and increased income remain the prevailing motives. The percentage of entrepreneurs in the early stages of entrepreneurial activity, who entered entrepreneurship because of a business opportunity, because of greater independence and personal freedom at work, amounted to 57% in Slovenia.

In 2010, similar to previous years, the most productive period for setting up a company was in the age group between 25 and 34 years. In this respect, Slovenia compares well with other participating countries. This age group produces the majority of nascent and new entrepreneurs, while the age group 35 to 44 years produces the majority of established entrepreneurs. In comparison with other groups of countries, in Slovenia the age group 55 to 64 years was least entrepreneurial in 2010 – only 4.50% were nascent and new entrepreneurs. In European countries, this age

group produces 8.1 of new and nascent entrepreneurs; in innovation-driven economies, to which Slovenia belongs, the percentage is as high as 10.1%. In the age group 35 to 44 years, women were more often engaged in entrepreneurship than men in 2010, which may lead to the conclusion that the conditions for women to embark on entrepreneurship are less favourable than those for men. GEM researchers have warned for years that there are too few women in Slovenian entrepreneurship. Their share decreased in 2010 and amounts to only 24.2% of nascent and new entrepreneurs and 28.7% of established entrepreneurs. The lowest share of female entrepreneurs is found in Arab countries, which is linked primarily to prevailing cultural and social norms. In this regard, Saudi Arabia leads with only 8.2 percent of female entrepreneurs, followed by Syria with 18.6% and Jordan with 22.3%. In 2009, France and Italy exhibited a similar situation as in Slovenia with respect to female entrepreneurs, who accounted for 22.9% and 24.6% of entrepreneurs in the respective countries.

In Slovenia, the education structure among nascent and new entrepreneurs improved slightly in 2010. In 2009, 59% of nascent and new entrepreneurs and 53% of established entrepreneurs acquired only secondary or lower education. Last year, the percentage was considerably lower for the first group (46%), with a considerably better educational structure for established entrepreneurs (50%).

One of the problems of international comparisons, especially those involving a huge number of countries from around the world, is the fact that official statistical systems are often difficult to compare, therefore the harmonisation of data represents an important issue. This holds true also in respect of classification by industries. In order to analyse entrepreneurship according to different industries, a simplified classification is used within the GEM, which enables a comparison of very different official systems of classification in participating countries. A comparison with innovation-driven economies shows that, in 2010, there were fewer enterprises in Slovenia classified as services industry, focused on consumers (31% to 43%), and considerably more enterprises offering business-oriented services (42% to 32%). There were also more enterprises in the processing industry (25% to 20%). Similar deviations can be found in established enterprises.

The entrepreneurship process includes both starting and discontinuing business activities. Enterprises with no viable business opportunities and solvent demand terminate their business activities. Both the TEA-index and discontinuation of business activities represent an important indicator of the dynamism of the entrepreneurship process. In some countries, the share of individuals who terminated their business activities was extremely high; in Uganda it was 27.4%, in Ghana 25.7% and in Zambia 23.5% of the working-age population. In factor-driven economies, the level of discontinuation of business activities is similar to that of the TEA index. Countries with a high degree of early stage entrepreneurship activity also have a high degree of discontinuation of business activity.

In Europe, the highest number of business discontinuations was found in Montenegro (7.3%) and in Bosnia and Herzegovina (4.7%); the lowest number of business discontinuations was found in the Netherlands (1.4%) and in Germany (1.5%). With 1.6%, Slovenia belongs to the group of countries with the lowest number of business discontinuations. To get a better picture of the situation it is necessary to compare the share of closed enterprises with total entrepreneurial activity, which has been named the *discontinuation index*. In 2010, 9.59% of the adult population was engaged in entrepreneurship, of which 2.21% represented nascent enterprises, 2.44% new enterprises and 4.94% established enterprises. 1.6% of the adult population abandoned entrepreneurship; this figure represents 17% of total entrepreneurship activity in Slovenia, which classifies Slovenia into the group of countries with slightly lower entrepreneurship dynamism.

The main reasons for the discontinuation of business activities in 2010 in Slovenia were financial, with 21.2% of respondents citing this as the main reason, which is less than in 2009, when this percentage was 30.4. Interestingly, the next most frequent reason was that entrepreneurs were offered another job or business opportunity, followed by the third reason, namely, poor company profitability (14.2%). Among European enterprises this reason ranked first (30%), followed by financial reasons (15%) and a new job or business opportunity (8%).

Recession has an important impact on entrepreneurship and it most certainly influences entrepreneurship optimism. In all participating countries in 2010, on average half of all early stage entrepreneurs believed that the conditions for starting a new business worsened in comparison with the previous year. On the other hand, there are substantial differences among the GEM countries. In factor-driven economies, there are more entrepreneurs who believe it is more difficult to start a business than during the previous year. A large part of entrepreneurship in these economies was necessity based. To start a new business in such hostile conditions is even more difficult. In efficiency-driven economies, respondents were more optimistic in 2010, particularly in some Latin-American countries (Argentina, Brazil, Chile, Columbia and Uruguay) and in some East European countries (Hungary, Latvia and Russia). On average, a huge positive change was noticed in innovation-driven economies, where the share of entrepreneurs who believed it was more difficult to start a company than during the previous year decreased considerably. In innovation-driven economies this change was highest in Slovenia, where it decreased by more than half (from 38% of all early stage entrepreneurs in 2009 to only 17% in 2010). On average, established entrepreneurs in Slovenia are rather more pessimistic and critical with regard to entrepreneurship conditions than nascent and new entrepreneurs. 34% of established entrepreneurs believe it is more difficult to start a new business and 40% believe it is more difficult to achieve company growth.

ENTREPRENEURIAL ASPIRATIONS

The entrepreneurs' decision about the extent to which they want to expand their businesses is an important factor for company growth. GEM research results for Slovenia and worldwide in previous years have shown that only a small proportion of nascent and new enterprises provide the most jobs. Entrepreneurship aspirations increased considerably in the Republic of South Africa and in Hungary in efficiency-driven economies during the past three years. In innovation-driven economies there are no statistically significant differences among the observed periods for individual countries. There was a considerable decrease in Spain and in Great Britain during the past three-year period. In Slovenia, on average, slightly less than one in five nascent or new entrepreneurs (18% of nascent and new entrepreneurs) has high aspirations. Of the established Slovenian entrepreneurs only 4.1% have high employment aspirations.

With regard to the working-age population only slightly more than half a per cent (0.57%) of the working-age population has high growth aspirations in Slovenia. In Europe, the highest scores were found in Turkey and in Iceland, where around 1.5% of the working-age population expressed high growth aspirations. Entrepreneurship aspirations are also measured by the degree of company internationalisation of nascent and new entrepreneurs. Here, we measure the share of products or services sold abroad. Slovenia is ranked in the middle – less than one per cent (0.75%) of nascent and new entrepreneurs believes that more than 50% of buyers of their products and services come from abroad. In Europe, Latvia and Iceland rank highest, with slightly less than 2.5%, followed by Montenegro with 1.5%, and Norway, Turkey and Croatia with 1.3% of entrepreneurs with a high level of internationalisation.

In Slovenia in 2010, approximately 27 percent of nascent and new entrepreneurs exhibited a medium or high level of internationalisation, because they estimated that more than 25% of those who buy their products and services live outside their country. In Slovenia, a low level of internationalisation (from 1 to 25%) was found in 38% of all nascent and new entrepreneurs. Interestingly, Belgium exhibited the highest percentage of enterprises with a higher level of internationalisation than 25% of all buyers among all companies (almost 40 %); the highest percentage of enterprises, where between 1 and 25% of all buyers come from abroad is exhibited in the USA, where the percentage exceeds 60%, followed by Montenegro, with slightly more than 56% of all nascent and new entrepreneurs.

CONCLUSIONS AND IMPLICATIONS

In 2010, Slovenia was compared with 58 countries from around the world. This can contribute towards a better understanding of various aspects of entrepreneurship in our domestic environment so that on both a national and local level conditions could be created which would encourage creative and entrepreneurial individuals to follow their entrepreneurial dreams and contribute towards the development of innovative entrepreneurship and a humane society. The influence of entrepreneurship is not a simple one, and cannot be measured only through an increase in the number of entrepreneurs. The following criteria are more important: growth, innovation, employment and internationalisation. Entrepreneurship needs both dynamism and stability. Dynamism is reflected through the creation of new enterprises and through the discontinuation of those enterprises that are unstable; stability is reflected through giving newly established enterprises the chance to test their enterprise and develop it to its full potential (Kelly et al., 2011).

Slovenian economic development measured by per capita GDP ranks Slovenia among innovation-driven economies, with some characteristics of both efficiency-driven and factor-driven economies. In Slovenia, many individuals are forced into entrepreneurship because they have no better alternative for making a living. It is less likely that they will build an innovative and growing enterprise, but they are necessary and should be supported, because they also contribute towards economic welfare. It should not be expected that they will offer many jobs or enter international markets to such an extent as entrepreneurs who started their businesses because they had perceived a sound business opportunity. These entrepreneurs are important for the development of the society, because they test new ideas and offer many new jobs, not only within their own newly established enterprise, but also through internal entrepreneurship in existing companies. In cases when the advantages of a stable job and job security in permanent posts considerably exceed the attractiveness of an independent entrepreneurship career, potentially successful entrepreneurship ideas will remain unfulfilled and attractive entrepreneurial opportunities unexploited. Economic and entrepreneurship policy makers should therefore think about appropriate measures to encourage creative individuals to embark on the independent entrepreneurship path, even if they are already employed. Otherwise, entrepreneurial potential in Slovenia will never be fully exploited. Basic conditions such as education, infrastructure, basic legislation, etc. suffice for necessity-based entrepreneurship. On the other hand, it is necessary to develop other frameworks to encourage opportunity-based entrepreneurship, e.g. entrepreneurship education, transfer of knowledge and technology, risk capital, developmental policy, etc.

Every country and geographic area has its own features, which define entrepreneurship. The GEM makes it possible to learn from each other, and in order to support entrepreneurship,

implement such measures that have proven efficient in similar circumstances or developmental phases. Enterprises are created by individuals who should be taken into account when establishing entrepreneurship framework conditions. It is also necessary to consider that early stage entrepreneurship always has its local characteristics. In a certain micro environment incentives are born, and wishes and conditions from within this micro environment define the initial steps. If a social climate works against entrepreneurship, if there is no promotion, if there is a lack of information, or if it is difficult to obtain consent, if local and state administrations are unresponsive, entrepreneurship is unlikely to succeed.

Within the economic system, entrepreneurship always exhibits different phases of development – early stage, active and in discontinuation. Nascent, new and established entrepreneurs ensure that entrepreneurship activity never stops and that market needs are satisfied. Different obstacles that hinder the progress of entrepreneurship activity have a harmful effect on the development of an economic system, and, consequently, on the development of the whole society. Entrepreneurship promotion mechanisms should include ways of identifying such obstacles and should ensure that these obstacles are removed. Every economy needs different types of entrepreneurs, whose structure should represent the demographic structure of the population. Thus it is very important that poorly represented groups are appropriately supported. In Slovenia, such underprivileged groups are women and educated young people and individuals from lower income brackets. Neglecting these groups of individuals means we are losing an important share of entrepreneurial potential, which is particularly unwise in a small country like Slovenia.

Entrepreneurship and creativity are scarce resources, which are not equally distributed among the population. Therefore, it is extremely important to support those who have these attributes and are willing and able to find and exploit business opportunities, create new enterprises and develop them. As underlined by GEM 2010 (Kelly et al., 2011), some countries belonging to the group of innovation-driven economies and which are oriented towards the improvement of individuals' lives have shown a high level of opportunity based entrepreneurship for many years. Such countries are the Netherlands, Sweden, Denmark and Iceland. This can be linked to the general level of social well-being (related to a relatively low level of social inequality) and social security in Nordic countries. In the analysis of business conditions carried out by the World Bank, these countries always rank very high. "The rule of law" prepared by the World Bank includes a number of indicators that measure the scope of trust in the legal system and adherence to social rules. These indicators include criminal justice, efficiency and predictability of jurisdiction and observance of contracts. All in all, they measure the success of a society in developing an environment in which "rules of law" apply that are equal for all and where ownership rights are fully protected. The correlation between these indicators and the level of entrepreneurship motivated by opportunity and improvement of individual's position is markedly positive – the stronger the rule of law, the greater the quality of entrepreneurship. This means the scope of necessity-based entrepreneurship could be improved substantially only if care is taken to ensure that individuals feel safe, their contracts are properly observed, invoices are paid in due time and their rights are protected and efficiently recovered. Equal rights before law, prevention of corruption, improvement of payment discipline and fast and effective court work are thus extremely important for more and better entrepreneurship in Slovenia.

Uvod

1.1. VLOGA PODJETNIŠTVA V GLOBALNEM GOSPODARSTVU

Podjetniška aktivnost je v jedru ekonomskega in družbenega razvoja. Pri tem ne mislimo na število podjetij in njihovo lastništvo, temveč na temeljno človekovo lastnost, da razmišlja, raziskuje, išče boljše načine zagotavljanja svoje eksistence, skratka, da je podjeten in ustvarjalen. Proučevanje podjetništva zato pomeni predvsem proučevanje temeljne gonilne sile, to je podjetnika in njegovih ambicij, inovativnosti in podjetnosti, pa tudi strahov in razlogov, ki preprečujejo, da bi se usposobljeni posamezniki usmerili v podjetništvo. Pri tem ne smemo pozabiti, da niso vse podjetniške aktivnosti družbeno koristne. Že lep čas vemo, da poleg produktivnega, v razvoj usmerjenega podjetništva obstaja tudi špekulativno in destruktivno (Baumol, 1990, 1993), ki sledi zgolj lastnemu sebičnemu interesu brez kakršnegakoli oziranja na soljudi, naravo ali družbeni razvoj ter v svojih ekstremih deluje tudi izrazito uničevalno (Klein, 2007). Čeravno o pomenu podjetništva ni dvoma, pa se vse prepogosto pozablja, da podjeme ustanavljajo posamezniki, ki nenehno presojujejo stroške in koristi takšnega ravnanja ter da na njihove odločitve poleg osebnih značilnosti pomembno vplivajo številni dejavniki v neposrednem življenjskem prostoru (potencialnih) podjetnikov, v institucionalnem okolju podjetij, prevladujočih kulturnih vrednotah, splošnem odnosu družbe do podjetništva in podobno.

Še poseben pomen ima za oblikovanje družbe blaginje dinamično podjetništvo, ki je sposobno zagotavljati nova delovna mesta. To velja neodvisno od razvojne stopnje posamezne družbe, čeravno ima seveda v manj razvitih družbah drugačen pomen kot v visoko razvitih. V manj razvitih gospodarstvih je namreč tudi samozaposlitveno preživetveno podjetništvo izjemnega pomena, saj v takih družbah ni na voljo delovnih mest, ki bi lahko absorbirala delovno sposobno prebivalstvo. Podobno pomembno je tovrstno podjetništvo tudi v časih krize in v okoljih, kjer je prišlo do velike izgube delovnih mest (Kelly et al., 2010). Podjetništvo iz nujnosti izgubi razvojni pomen v okoljih in gospodarstvih, kjer so možnosti za zaposlovanje številne. Tam pride do izraza inovativno, v razvoj in rast usmerjeno podjetništvo, ki ga vodijo izobraženi in strokovno usposobljeni posamezniki, ki niso več motivirani s preživetjem, ampak z izkoriščanjem obetavnih poslovnih priložnosti. Načini, kako takšne posameznike navdušiti za podjetništvo, so seveda bistveno drugačni kot pri drugih tipih podjetništva.

Vzpostavljanje podjetniških zmogljivosti posamezne družbe zato zahteva ne samo, da znamo identificirati posameznike, ki so sposobni in voljni ustvariti svoj podjem, ampak tudi, da podpremo tiste, ki imajo pozitiven, razvojno naravnani odnos do družbe in sonaravnega razvoja.

1.2. SPODBUJANJE PODJETNIŠTVA V RAZLIČNO RAZVITIH DRŽAVAH

Čeravno se glede na posamezne razvojne stopnje gospodarstva in družbe spreminja pomen in vpliv različnih tipov podjetništva, je podjetništvo vselej pomembno, saj zagotavlja in omogoča razvoj. V našem raziskovanju uporabljamo Porterjevo tipologijo, ki glede na doseženo razvojno stopnjo razvršča svetovna gospodarstva v »faktorska« (*factor-driven*), »učinkovitostna« (*efficiency-driven*) in »inovacijska« (*innovation-driven*). V *Tabeli 1* je prikazana razvrstitev držav, ki so sodelovale v GEM leta 2010 in sicer glede na razvojno raven in geografsko regijo. Slovenija se po doseženi stopnji razvitosti, merjeni z družbenim bruto proizvodom na prebivalca, uvršča med inovacijska gospodarstva.

Tabela 1: GEM države v letu 2010 po tipih gospodarstev

Svetovne regije	Faktorska gospodarstva	Učinkovitostna gospodarstva	Inovacijska gospodarstva
Sub-Saharska Afrika	Angola, Gana, Uganda, Zambija	Južnoafriška republika	
Bližnji vzhod/ Severna Afrika	Egipt, Iran, Pakistan, Savdska Arabija, Zahodni breg in Gaza	Tunizija	Izrael
Latinska Amerika in Karibi	Jamajka, Gvatemala, Bolivija	Argentina, Brazilija, Čile, Kolumbija, Kostarika, Ekvador, Mehika, Peru, Trinidad in Tobago, Urugvaj	
Vzhodna Evropa		Bosna in Hercegovina, Hrvaška, Madžarska, Latvija, Makedonija, Črna gora, Romunija, Rusija, Turčija	Slovenija
Azija, Pacifik	Vanuatu	Malezija, Kitajska, Tajvan	Avstralija, Japonska, Južna Koreja
ZDA in Evropa			Belgija, Danska, Finska, Francija, Grčija, Islandija, Irska, Italija, Nemčija, Nizozemska, Norveška, Portugalska, Španija, Švedska, Švica, Velika Britanija, ZDA

Svetovno podjetništvo se torej prepleta na različnih ravneh razvitosti, kar nosi s seboj številne značilnosti tako glede odločanja za podjetniško kariero kot za podjetniški razvoj in konkuriranje med podjetji iz različnih okolij. Pomembno pa se med seboj razlikujejo tudi potrebne smeri ukrepanja ekonomske politike, kot je to ponazorjeno na *Sliki 1*.

Na nizki stopnji gospodarskega razvoja je rast pogojena zlasti z imobilizacijo osnovnih produkcijskih faktorjev: zemlje, primarnih dobrin in nekvalificirane delovne sile. Glavni podjetniški izziv v teh državah je pridobitev osnovnih produkcijskih faktorjev – zemlje, dela in kapitala in njihovo usklajeno delovanje. Vloga države je predvsem v tem, da zagotavlja politično in makroekonomsko stabilnost, hkrati pa še dovolj svobodno tržišče, ki zagotavlja in dopušča učinkovito alokacijo



Slika 1: Značilne skupine gospodarstev in ključna razvojna usmerjenost (Kelly et al., 2011)

produkcijskih faktorjev prek domačih podjetij, kakor tudi s privabljanjem tujih vlaganj. Podjetja proizvajajo dobrine oziroma relativno enostavne izdelke, ki temeljijo na ustaljeni tehnologiji, ki pa je bila vpeljana v bolj razvitih državah. Tehnologijo takšna država na nizki stopnji razvoja asimilira z uvozom, tujimi direktnimi investicijami in posnemanjem. Na tej stopnji razvoja si podjetja konkurirajo predvsem s ceno ter pogosto nimajo direktnega dostopa do potrošnikov. Gospodarstvo z opisanimi dejavniki gospodarske rasti uvrščamo v skupino gospodarstev, kjer je gospodarska rast pogojena s temeljnimi produkcijskimi faktorji, imenovali smo jih **faktorska gospodarstva**. Ta gospodarstva so izredno občutljiva na svetovne gospodarske cikle, cene dobrin in trende cen ter na menjalne tečaje. Velik delež podjetništva v teh državah je samozaposlitvene-ga tipa zaradi nujnosti, posamezniki pa svojo podjetniško aktivnost izvajajo v dejavnostih, ki ne zahtevajo veliko kapitala in tehnologije.

S prehodom gospodarstva iz skupine z nizkim dohodkom v skupino gospodarstev s srednje visokim dohodkom postane glavni dejavnik gospodarske rasti investiranje. Tuje direktne investicije, skupna vlaganja, in »outsourcing« so načini integriranja nacionalne ekonomije v mednarodne produkcijske procese, kar omogoča tudi tehnološke izboljšave, dotok tujega kapitala ter tehnologij, kar skupaj spodbuja gospodarsko rast. Glavni podjetniški izzivi v teh državah so vezani na ustvarjanje mednarodnih povezav gospodarskega sistema z zadostnimi privabljenimi tujimi direktnimi investicijami. Vloga države v tej fazi gospodarskega razvoja je velika zlasti pri izboljšanju fizične infrastrukture in na področju regulative z namenom zagotavljanja integracije z globalnim tržiščem. V tej fazi je učinkovitost pri proizvodnji standardnih izdelkov in storitev glavni vir gospodarske rasti in globalne konkurenčnosti gospodarstva. Proizvodi in storitve so bolj sofisticirani, tehnologija in dizajn pa v glavnem prihajata iz tujine. Poleg tega, da tehnologija prihaja v državo iz tujine, s tujimi direktnimi investicijami in posnemanjem, narodno gospodarstvo razvije tudi potencial, da jo izboljša. Gospodarstvo z opisanimi dejavniki gospodarske rasti uvrščamo v skupino **učinkovitostnih gospodarstev**. Takšno gospodarstvo je občutljivo na finančne krize in na nagla nihanja povpraševanja v posameznih sektorjih gospodarstva. Prične naraščati število malih podjetij, ki so postopoma sposobna tudi zaposlovati in rasti, podjetništvo zaradi nujnosti pa prične upadati.

S prehodom iz srednje visokega dohodka na visoki dohodek večina gospodarstev preide tudi iz uvoza tehnologije na gospodarstvo, ki generira nove tehnologije in kjer je gospodarstvo v nekaterih sektorjih visoko inovativno. Mednarodna konkurenčnost gospodarstva je pomembno povezana z visoko stopnjo družbenega znanja, ki temelji na znanosti in znanju ter zmožnosti hitrega prestopa na nove tehnologije. Glavni podjetniški izzivi so vezani na zmožnost doseganja

visokih stopenj inovativnosti in komercializacije novih tehnologij. Prehod na takšno inovacijsko podprto gospodarsko rast oziroma gospodarstvo, ki ga poimenujemo **inovacijsko gospodarstvo**, je povezan s pomembno vlogo države pri spodbujanju visoke stopnje inovativnosti, s spodbujanjem javnih in zasebnih investicij v znanost in razvoj, visoko izobrazbo, razvojem trga kapitala in ustvarjanjem regulativnega sistema, ki podpira nastanek visoko tehnoloških podjetij. Podjetja hkrati veliko vlagajo v razvoj in nadgradnjo znanja in kompetenc svojih zaposlenih.

Ker se podjetniška aktivnost spreminja glede na stopnjo ekonomske razvitosti, morajo oblikovalci ekonomske in podjetniške politike upoštevati razvojni kontekst svoje države. V *Tabeli 2* je prikazan enostavni opomnik za najbolj verjetne ključne prioritete v posamezni razvojni fazi (Bosma in Levie, 2010).

Tabela 2: Pomembnost različnih vrst pogojev za ekonomski razvoj (Bosma in Levie, 2010)

	Ustvarjanje temeljnih pogojev	Večanje učinkovitosti	Zagotavljanje podjetniških pogojev
Faktorska gospodarstva	Ključni poudarek	Razvijati	Pričeti omogočati
Učinkovitostna gospodarstva	Vzdrževati	Ključni poudarek	Razvijati
Inovacijska gospodarstva	Vzdrževati	Vzdrževati	Ključni poudarek

Ključni poudarek v faktorskih gospodarstvih je najprej zagotoviti temeljne pogoje kot so temeljno izobraževanje, delovanje zdravstvenega sistema, vzpostavitev delujočih institucij in podobno. To še zdaleč ne pomeni, da večanje učinkovitosti in vzpostavljanje primernih podjetniških pogojev nista pomembna, vendar ne moremo pričakovati, da bi v teh tipih gospodarstva brez zagotavljanja temeljnih pogojev podjetništvo lahko zares uspevalo in prispevalo k ustvarjanju družbenega bogastva. Po drugi strani pa je v najbolj razvitih državah, kjer so temeljni pogoji že zagotovljeni in kjer ekonomski, institucionalni in družbeni sistem učinkovito delujejo, temeljnega pomena vzpostavitev podjetniških okvirov, v katerih se spodbuja inovativnost, podjetnost in podjetniške aspiracije.

1.3. KAKO GEM RAZISKUJE PODJETNIŠTVO

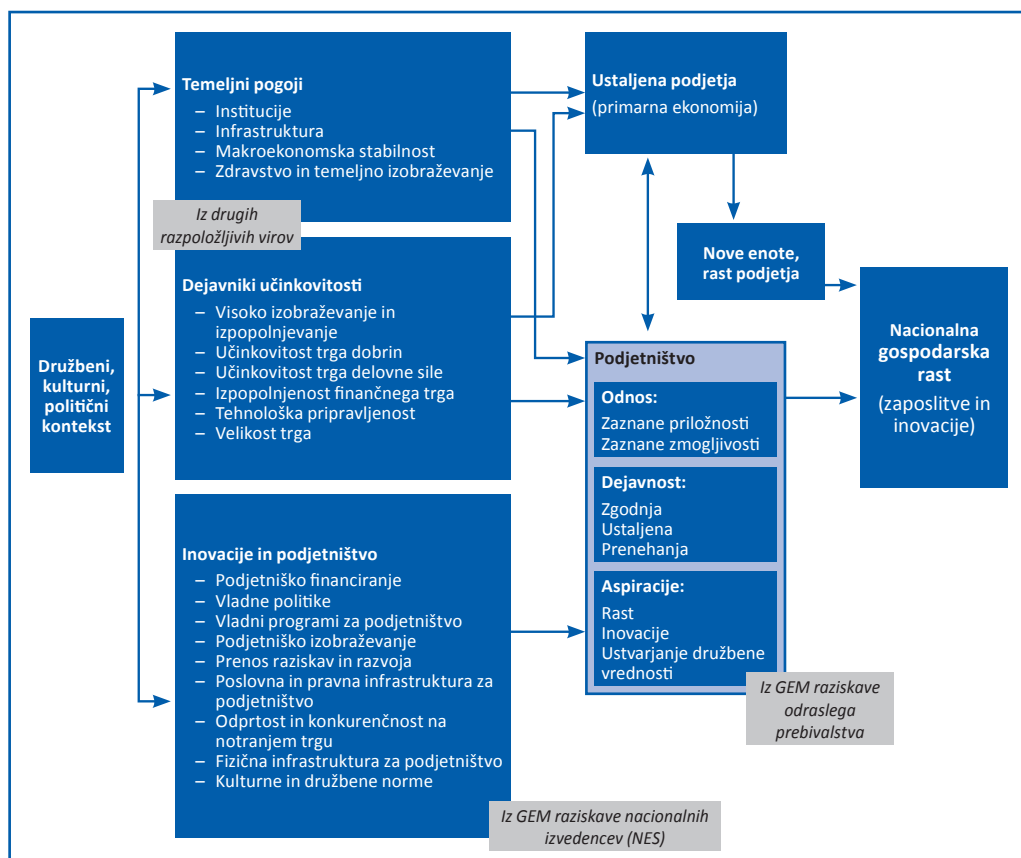
1.3.1. GEM model

Raziskovalni model GEM upošteva medsebojna razmerja med družbenim, kulturnim in političnim okoljem in vzpostavlja tri skupine dejavnikov, ki jih poimenuje **podjetniški okviri**. Specifične okoliščine za izvajanje podjetniške aktivnosti v posamezni državi namreč pomembno vplivajo na odnos prebivalstva do podjetništva ter na dejavnost in aspiracije podjetnikov, kar vpliva na ekonomsko rast in razvoj. Te soodvisnosti pa niso enosmerne – tudi obstoječa raven ekonomskega razvoja vpliva na podjetništvo in na podjetniške okoliščine. Predpostavljamo, da se ekonomski procesi odvijajo v relativno stabilnem družbenem, kulturnem in političnem okolju in da delujeta dva temeljna mehanizma rasti. Prvi temeljni vir ekonomske rasti so glavna ustaljena podjetja, ki igrajo odločilno vlogo zlasti v mednarodni menjavi. Če so splošni nacionalni pogoji poslovanja urejeni in naravnani h konkurenčnosti, so ta podjetja lahko mednarodno uspešna, zmorejo

ustanavljati nove obrate in podjetja ter lahko pripomorejo k rasti mikro, malih in srednje velikih podjetij. Drugi temeljni vir ekonomske rasti je podjetniški proces, ki se odvija v novih in rastočih podjetjih. V tem primeru pod vplivom družbenega, kulturnega in političnega konteksta deluje drugi splet, tako imenovani okvir podjetniških pogojev, ki so sicer povezani z okvirom splošnih nacionalnih pogojev, vendar pa se od njih tudi razlikujejo. Na odvijanje podjetniškega procesa bistveno vplivajo podjetniške priložnosti ter zmogljivost ljudi, da se lotevajo novih podjetij. Vse to vpliva na brbotanje in vrenje v gospodarstvu, kjer se rojevajo novi podjetji in podjetja, kar prav tako prispeva k ekonomski rasti.

Na ustaljena podjetja odločilno vplivajo splošni pogoji poslovanja, ki podjetja zavirajo ali jih spodbujajo pri njihovi rasti. Z rastjo in novimi ustanovitvami (notranje podjetništvo, spin-off) ta podjetja ustvarjajo nova delovna mesta. Na odločitev, ali bodo potencialni podjetniki ustanovili podjetje ali ne, pa vplivajo še dodatni pogoji, ki odločajo o sposobnosti posamezne države, da bi se tisti, ki imajo za to veščine in motivacijo, odločali za izkoriščanje poslovnih priložnosti in ustanavljali podjetja. Ustanavljanje novih podjetij vnaša v gospodarstvo potrebno dinamičnost in konkurenčnost. Proces sta komplementarna, razmerja med podjetništvom in ekonomsko rastjo pa zelo kompleksna.

Na *Sliki 2* je prikazan konceptualni model GEM, ki upošteva, da so za uspešno podjetništvo, ki prispeva k nacionalni ekonomski rasti, pomembni nekateri temeljni pogoji. Mednje spadajo



Slika 2: GEM model proučevanja podjetništva

predvsem urejene inštitucije, primerna infrastruktura, makroekonomska stabilnost, urejeno zdravstvo in primerno temeljno izobraževanje. Gre torej za temeljne pogoje, ki so jih razvite države že zdavnaj uredile, v manj razvitih državah pa lahko predstavljajo eno temeljnih ovir za razvoj podjetništva. Šele takrat, ko so vzpostavljeni ti temeljni pogoji, je možno uveljavljati dejavnike, ki prispevajo k večji učinkovitosti gospodarstva. Programi pospeševanja podjetništva ali prenos raziskav in razvoja najverjetneje ne bodo imeli pravega učinka, če je delovna sila neizobražena ali če ni na voljo temeljna infrastruktura kot so ceste, telekomunikacije ali pravni okvir. Če zanemarimo vzpostavitev temeljnih podjetniških pogojev, tudi investiranje v inovacijske in podjetniško podpirne okvire ne bo dalo učinka. V razvitejših okoljih se je treba posvetiti dejavnikom kot so visoko izobraževanje in izpopolnjevanje ter učinkovito delovanje trga delovne sile, saj brez njega ni možno vzpostavljati učinkovite izrabe človekovih zmogljivosti niti motivirati ljudi za pridobivanje ustrezne izobrazbe in znanja. Učinkovitost trga dobrin in izpopolnjeno delovanje finančnega trga pripomoreta k nemotenemu razvoju podjetij in uveljavljanju tehnološkega napredka. Z internacionalizacijo poslovanja in večjimi mednarodnimi trgi pa se lahko pričnejo koristiti tudi učinki ekonomije obsega in uveljavljanja komparativnih prednosti.

Kot smo že opozarjali (Rebernik, Tominc, Pušnik, 2010), je jasno, da so inovacije in podjetništvo vselej pomembne, ne glede na razvojno stopnjo nacionalnega gospodarstva, a do pravega pomena in možnosti razvoja pridejo šele, ko imajo gospodarstva urejene prej navedene temeljne in učinkovitostne dejavnike. Potrebni postanejo vladni programi za podjetništvo in urejena poslovna in pravna infrastruktura za podjetništvo. Ker nadaljnji razvoj v inovacijskih gospodarstvih temelji na znanju, inovacijah in podjetnosti, je treba uveljaviti čim bolj enostavne postopke za ustanavljanje podjetij ter zagotoviti ustrezno podjetniško izobraževanje. Novi izdelki ne nastajajo več samo v razvojnih oddelkih velikih podjetij, ampak tudi na univerzah in v raziskovalnih inštitutih. Treba je poskrbeti za učinkovit prenos rezultatov raziskav in razvoja v podjetniško prakso, tako glede ustrezne regulative kot tudi uveljavitve primerne ekosistema, vključno z učinkovitim podjetniškim financiranjem, ki bo omogočal, da se čim več idej in novosti pretopi v neposredno podjetniško prakso.

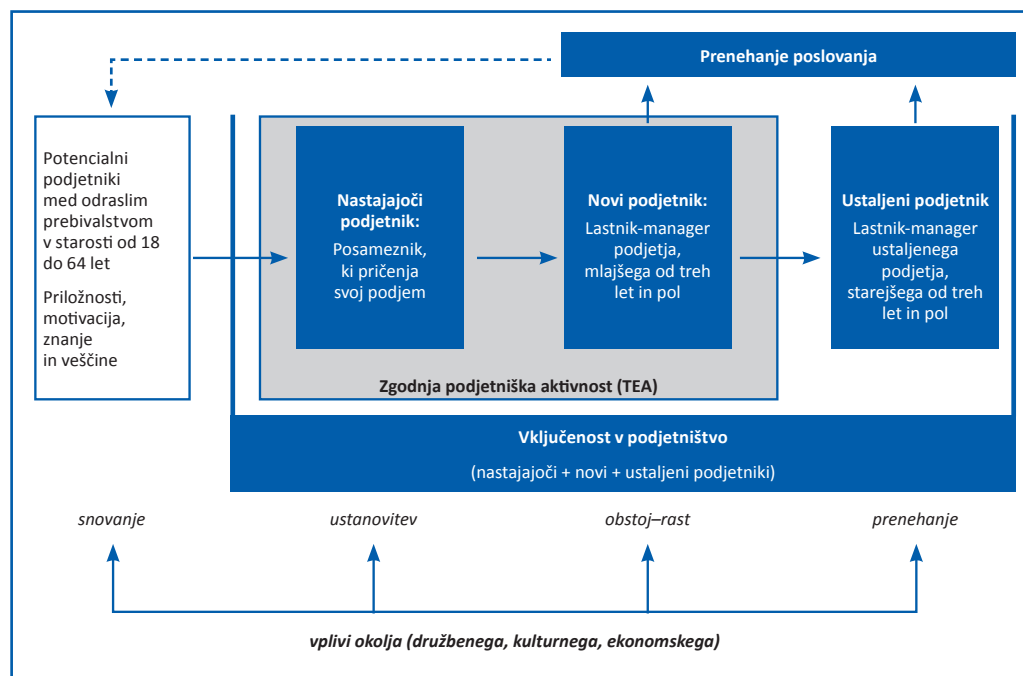
Vsi navedeni pogoji pomembno vplivajo na odnos do podjetništva, vključevanje v podjetniške aktivnosti in podjetniške aspiracije. GEM je razvil ustrezne mere, s pomočjo katerih lahko spremljamo ta tri področja in jih, ker so tako viri podatkov kot tudi rezultati primerno harmonizirani, tudi primerjamo med posameznimi državami. **Odnos do podjetništva** kaže splošno naklonjenost populacije do podjetniške kariere. Če je podjetništvo v družbi zaželeno, posameznik pozna veliko drugih podjetnikov ali verjame, da so uspešni podjetniki spoštovani in ugledni, bo verjetnost, da se bo sam podal na podjetniško pot večja kot v nasprotnem primeru. Tudi razpoznavanje podjetniških priložnosti bo delovalo pozitivno v smeri večjega podjetništva. Posamezniki, ki verjamejo, da imajo potrebne veščine in znanje, da bi ustanovili podjetje, bodo bolj verjetno ustanavljali podjetja kot tisti, ki menijo, da teh veščin nimajo. Kjer je velik strah pred prevzemanjem rizika ali kjer družba stigmatizira napake, se bodo ljudje težje odločali za podjetništvo ter bodo svoje kariere iskali v manj rizičnem okolju zaposlitve znotraj obstoječih podjetij. Nacionalni odnos do podjetništva je prav tako pomembna »infrastrukturna podlaga« za ustvarjanje splošne kulturne podpore, pomoči, podpornih mrež, zagotavljanja finančnih virov in ostalih elementov za delujoče podjetnike kot tudi za tiste, ki o podjetniški kariere šele razmišljajo. **Vključevanje v podjetniške aktivnosti** se kaže na več načinov. V prvi vrsti gre za število ljudi, ki ustanavljajo podjetja tako v absolutnem smislu kot tudi gledano relativno, v primerjavi z ostalimi ekonomskimi aktivnostmi, recimo zapiranjem podjetij. Identificiramo lahko različne vrste podjetniških aktivnosti glede na panogo, velikost ustanoviteljskega tima, demografijo podjetij in podjetnikov (spol, starost, izobrazba ipd), ali gre za samostojna podjetja ali za podjetniške aktivnosti znotraj obstoječega podjetja. Posamezniki se podjetništva lotevajo zaradi različnih motivov, ki so odvisni

tudi od ekonomske razvitosti države. V manj razvitih okoljih s faktorskim tipom gospodarstva izrazito prevladujejo podjetniki zaradi nujnosti, v inovacijskih gospodarstvih je v povprečju več takšnih, ki so postali podjetniki zato, ker so zaznali obetavno podjetniško priložnost. Je pa podjetniška aktivnost vselej proces, zato proučujemo nastajajoče, nove in ustaljene podjetnike, spremljamo pa tudi opuščanje podjetij in zapiranje podjetij. **Podjetniške aspiracije** kažejo kakovost podjetniške aktivnosti, torej nagnjenost podjetnikov k rasti podjetja, večanju števila zaposlenih, internacionalizacijo poslovanja in podobno. Podjetniki se namreč razlikujejo glede na svoje aspiracije, da bi uvajali nove izdelke, konkurirali na mednarodnih trgih ali financirali rast z zunanjimi viri. Vse te aspiracije, če so realizirane, lahko (bolj kot zgolj število podjetnikov) odločilno vplivajo na gospodarsko rast.

1.3.2. GEM proces

V GEM nas zanima posameznik, njegove značilnosti in hotenja. Razumemo, da so podjetniške lastnosti redka dobrina, ki ni enakomerno porazdeljena med prebivalstvom. Ne gre samo za osebnostne lastnosti, znanja in veščine, ampak tudi za želje in hotenja. Posameznik lahko razpolaga z vsem potrebnim znanjem in veščinami, vendar pa je odločitev za podjetništvo njegova osebna odločitev. Razmišljanje v okviru modela poklicne izbire nas pripelje do spoznanja, da se bo posameznik odločil za podjetništvo le v primeru, če bo presodil, da lahko v podjetništvu ustvari boljše razmere zase in svojo družino, kot pa če bi se odločil početi kaj drugega.

V našem raziskovanju se osredotočamo na odraslo populacijo v starosti od 18 do 64 let ter v njej identificiramo podjetnike – tiste, ki že imajo ustanovljeno podjetje pa tudi one, ki šele začenjajo podjetniško pot.



Slika 3: Podjetniški proces in opredelitev GEM kategorij

Oblikovali smo *indeks zgodnje podjetniške aktivnosti* TEA (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity), ki kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se vključuje v podjetništvo. Zajema posameznike, ki so bodisi pričeli z nekaterimi aktivnostmi, da bi ustanovili podjetja, ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece. Te posameznike imenujemo *nastajajoči podjetniki* in pomenijo začetek podjetniške poti. K nastajajočim podjetnikom prištejemo *nove podjetnike*, to je tiste, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece, vendar manj kot tri leta in pol. TEA indeks torej kaže zgodnje faze podjetniškega procesa in je še zlasti občutljiv na dejavnike okolja, ki posameznike bodisi spodbujajo ali odvrtaajo od podjetništva. Vendar pa TEA indeks ne pomeni celotne vključenosti v podjetništvo. Med prebivalstvom so tudi posamezniki, ki imajo podjetje že dlje kot tri leta in pol. Te imenujemo *ustaljeni podjetniki*. Na *Sliki 3* je ponazorjeno odvijanje podjetniškega procesa in z njim sestav TEA indeksa.

Družbeno, ekonomsko in kulturno okolje v posamezni državi pomembno vpliva na to, koliko posameznikov bo zasnovo podjetje. Vplivajo pa tudi posameznikova motivacija, znanje in veščine, ki so potrebne za podjetništvo. Samo določen odstotek prebivalstva se odloči za ukvarjanje s podjetništvom. Ta odstotek je zaradi podjetništva iz nujnosti izrazito visok v manj razvitih, faktorskih gospodarstvih, z razvojem se postopoma količinsko zmanjšuje, naraščati pa začne bolj kakovostno podjetništvo zaradi priložnosti, ki je še zlasti v inovacijskih gospodarstvih tudi bolj razvojno naravnano.

Predal 1: Razlika med GEM in poslovnimi registri 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 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 (IBON, 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 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):

- GEM podatki 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 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, verjetno močno variira med državami.

Kot smo opisali, v modelu GEM spremljamo odnos do podjetništva in njegovo dojetje, podjetniško dejavnost ter podjetniške aspiracije. Da bi bilo nedvoumno definirano, kaj pomenijo posamezni termini, ki jih uporabljamo v tej monografiji, jih v **Prilogi 1** na koncu te monografije podrobno pojasnujemo.

Za razliko od drugih raziskav se GEM ne osredotoča na podjetja in statistično spremljanje njihovega poslovanja, temveč na podjetnega posameznika, ki se odloči za podjetniško kariero in ustanovi podjetje. Kot je razvidno iz GEM modela proučevanja podjetništva (*Slika 2*) pridobivamo podatke za raziskovanje z anketiranjem reprezentativnega vzorca odraslih prebivalcev, s standardiziranimi vprašalniki in osebnimi razgovori z nacionalnimi izvedenci za podjetništvo ter iz razpoložljivih zanesljivih mednarodnih sekundarnih virov. Razlika med podatki, ki jih pridobimo v GEM in podatki, ki jih zagotavljajo različni statistični viri, je podrobneje opisana v *Predalu 1*.

1.3.3. Pridobivanje GEM podatkov

Od začetkov v letu 1999 je v raziskavah GEM sodelovalo že več kot 80 držav. Raziskavo vodi in koordinira centralni koordinacijski tim. Zbiranje podatkov temelji na natančno določenih in

- 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 dojetje. 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 GEM podatki 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 anketiranih, 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 GEM vzorce 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 AJPES. 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 le-ti niso ažurirani ter da so v njem številni organizacijski subjekti, ki so sicer registrirani, a niso poslovno aktivni. V drugi 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.

nadzorovanih protokolih s ciljem pridobitve visokokvalitetne podatkovne osnove. Sistem harmoniziranega zbiranja podatkov za vse sodelujoče države znotraj GEM-a, temelji na štirih virih:

- anketiranje odraslega prebivalstva,
- osebni intervjuji z nacionalnim izvedenci,
- standardizirani anketni vprašalniki za nacionalne izvedence,
- sekundarni viri – mednarodne standardizirane baze podatkov.

Anketiranje odraslega prebivalstva: Reprezentativni slučajni vzorci delovno aktivnih prebivalcev v posamezni državi so bili v večini držav pridobljeni v času od maja do septembra 2010. V Sloveniji je maja 2010 v anketni raziskavi sodelovalo skupaj 3.012 odraslih ljudi v starosti od 18 do 64 let. Tri osnovne značilnosti te anketne raziskave so pridobitev kvalitetnih vzorčnih podatkov, identični vprašalniki v vseh sodelujočih državah ter obdelava podatkov, ki vodi do popolnoma primerljivih statističnih parametrov v vseh sodelujočih državah. Po preverjanju in harmoniziranju vzorcev vseh sodelujočih držav je v okviru globalnega tima raziskave pripravljena osnovna obdelava podatkov vseh sodelujočih držav in opravljen izračun statističnih parametrov na osnovi individualnih podatkov. Za vsako sodelujočo državo je nato pripravljen harmoniziran vzorec individualnih podatkov države za vse dodatne obdelave raziskovalnega tima. Postopek pridobivanja vzorca odraslega prebivalstva ter postopek harmoniziranja podatkov je natančneje opisan v Reynolds et al. (2005).

Značilnosti vzorca v Sloveniji so prikazane v *Tabeli 3*. Struktura vzorca je usklajena s strukturo statistične množice glede regionalnosti, spola in starosti ljudi ter glede značilnosti področja (urbano ali ruralno okolje). Z namenom visoke stopnje zanesljivosti vzorcev, na osnovi katerih pridobivamo ocene statističnih parametrov za posamezne države, so vzorci vseh držav uteženi na osnovi standardizirane ocene strukture prebivalstva po starosti in spolu, kar vsako leto, za vse države, zagotavlja US Census International Population Data Base.

Anketiranje je izvedlo podjetje RM plus iz Maribora, ki izvaja računalniško podprte telefonske ankete (CATI). Kot v večini držav, je bilo anketiranje telefonsko.

Tabela 3: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, Slovenija 2010

	Neutežen vzorec	Utežen vzorec
Skupaj	3012	3012
Moški	1380	1551
Ženske	1632	1461
Število nastajajočih podjetij	90	67
Število novih podjetij	57	74
Motivacija – priložnost	98	111
Motivacija – nujnost	22	23
Število ustaljenih podjetij	142	149
Poslovni angeli	68	70

V vseh sodelujočih državah je bilo leta 2010 skupno anketiranih 166.468 oseb, vzorci pa so zajeli od dobrih 1.500 do skoraj 27.000 anketiranih. V Kolumbiji in Španiji uporabljajo stratificirano regionalno vzorčenje, zato je število anketiranih oseb seveda bistveno višje. Število anketiranih oseb v vsaki od sodelujočih držav je prikazano v *Tabeli 4*.

Tabela 4: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav

Država	Število anketiranih oseb	Država	Število anketiranih oseb
Angola	2131	Latvija	2001
Argentina	1700	Madžarska	2000
Avstralija	1705	Makedonija	2002
Belgija	1578	Malezija	2004
Bolivija	3524	Mehika	2525
Bosna in Hercegovina	2000	Nemčija	5552
Braziliya	1997	Nizozemska	2359
Čile	6236	Norveška	1528
Črna gora	2000	Pakistan	1980
Danska	1957	Peru	2108
Egipt	2769	Portugalska	2002
Ekvador	2077	Romunija	1669
Finska	2006	Rusija	1736
Francija	1607	Savdska Arabija	1957
Gana	2437	Slovenija	3012
Grčija	1996	Španija	26386
Gvatemala	2280	Švedska	2271
Hrvaška	1614	Švica	1619
Iran	3345	Tajvan	2001
Irska	2000	Trinidad in Tobago	1826
Islandija	1684	Tunizija	1999
Italija	2995	Turčija	2401
Izrael	2007	Uganda	2265
Jamajka	2287	Urugvaj	1635
Japonska	1906	Vanuatu	1112
Južnoafr. rep.	2800	Velika Britanija	2291
Kitajska	3677	Zahodni breg in Gaza	1992
Kolumbija	11025	Zambija	2011
Koreja	2001	ZDA	2880
Kostarika	2003		

Anketni vprašalnik je strukturiran tako, da vsebuje temeljna vprašanja za identificiranje obsega podjetniške aktivnosti v državi ter dodatna vprašanja za posameznike, ki jih lahko na osnovi njihovih odgovorov uvrstimo med podjetniško aktivne, z namenom, da natančneje ugotovimo značilnosti zgodnje podjetniške aktivnosti v državi. Z dodatnimi vprašanji ugotavljamo tudi odnos anketiranih do podjetništva, odnos do novosti in inovativnosti, zmogljivosti za podjetništvo itd.

Nacionalni izvedenci: Nacionalni izvedenci, ki sodelujejo v raziskavi, so izbrani posamezniki, za katere na osnovi njihove strokovne dejavnosti, znanja in izkušenj domnevamo, da lahko prispevajo utemeljena mnenja o različnih vidikih in komponentah podjetniškega okolja v državi. Izvedenci so iz gospodarstva, politike, državne uprave in akademske stroke, ki imajo znanje in izkušnje z delovanjem na različnih področjih, ki vplivajo na nastanek in razvoj podjetništva v posamezni državi.

Nacionalni izvedenci izpolnijo standardiziran vprašalnik z namenom, da pridobimo kvantitativno ovrednotena mnenja o devetih okvirnih pogojih za podjetništvo: finančna podpora, vladne politike in programi, izobraževanje in usposabljanje, raziskave in razvoj, razvoj in dostop do poslovne in strokovne infrastrukture, dinamika na notranjem trgu, dostop do fizične infrastrukture ter kulturne in družbene norme.

Vzorec 36 izvedencev za Slovenijo je utežen glede na devet osnovnih okvirnih pogojev za podjetništvo, tip izvedenca (strokovnjak ali podjetnik), spol, sektor gospodarstva (javni ali zasebni) in geografsko porazdelitev. Anketiranje je tako kot v ostalih državah GEM potekalo od marca do julija 2010. Mnenja izvedencev smo kodirali in posredovali koordinacijskemu timu GEM, ki je pripravil skupno datoteko za vseh 54 držav, ki so leta 2010 sodelovale v tem delu raziskave. V vseh državah udeleženkah je leta 2010 sodelovalo 2.006 izvedencev.

Sekundarni viri – mednarodne standardizirane baze podatkov: Standardizirane mednarodne baze podatkov iz katerih v okviru raziskave GEM črpamo primerljive podatke, so baze Svetovne banke in Mednarodnega monetarnega sklada, baze Združenih narodov, Eurostat, ipd. Te podatkovne baze služijo zlasti za analiziranje povezanosti nivoja in značilnosti podjetniške aktivnosti države z makroekonomskimi značilnostmi in pogoji gospodarstva.

1.3.4. Dostopnost GEM raziskav in podatkov

GEM je konzorcij nacionalnih timov, ki so povezani v Global Entrepreneurship Research Association (GERA), ki je krovna organizacija, v okviru katere se izvaja GEM projekt. GEM konzorcij je edinstvena mreža številnih podjetniških raziskovalcev, ki izgrajujejo podatkovno bazo, da bi z njeno pomočjo pridobili trdnejša spoznanja o podjetniških pojavih. Na domači strani GEM konzorcija www.gemconsortium.org kakor tudi na slovenski strani 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 GEM raziskavah.

GEM preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji

Podjetništvo je večplasten pojav – zato v *Tabeli 5* zbirno prikazujemo različne vidike podjetniške aktivnosti v Sloveniji leta 2010, primerjalno z letom poprej ter, kjer so na voljo rezultati analize globalnega tima, tudi rang Slovenije v primerjavi z ostalimi 59 sodelujočimi državami. Sliko podjetniške aktivnosti v Sloveniji podajamo zgoščeno v tabeli, ki smo jo poimenovali **GEM preglednica podjetniške aktivnosti**.

Tabela 5: GEM preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2009		2010		2009		2010		2009		2010		2009		2010	
	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang
Vključenost v podjetništvo (% populacije)																
	3,22	33/53	2,21	45/58	2,14	44/53	2,44	46/58	5,36	38/53	4,65	48/58	5,65	34/53	4,94	44/58
Spol (% populacije):																
Moški	4,70		3,00		3,32		3,4		8,03	35/53	6,35	44/58	7,98	31/53	7,78	45/58
Ženske	1,67		1,40		0,89		1,5		2,56	46/53	2,86	43/58	3,20	32/53	1,92	53/58
Spol (% podjetnikov):																
Moški	74,5		69,8		79,6		70,6		76,7		70,2		72,4		81,1	
Ženske	25,5		30,2		20,4		29,4		23,3		28,9		27,6		18,9	
Starost (% populacije):																
- 18 do 24 let	3,97		1,1		1,73		1,1		5,70	30/53	2,09	50/58	0,55	40/53	1,00	34/49
- 25 do 34 let	5,34		4		4,65		4		10,00	31/53	8,08	36/58	4,07	28/53	2,86	39/58
- 35 do 44 let	2,68		2,9		1,44		3,8		4,12	49/53	6,58	12/58	6,29	38/53	7,49	11/58
- 45 do 54 let	2,4		2,1		2,03		1,9		4,43	39/53	3,95	22/58	9,61	30/53	6,73	25/58
- 55 do 64 let	1,8		0,4		0,46		0,7		2,26	41/53	1,13	52/58	5,84	38/53	5,32	21/58

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2009		2010		2009		2010		2009		2010		2009		2010	
	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang
Starost (% podjetnikov):																
- 18 do 24 let	17,5		6,8		11,6		6,3		15,21	28/53	6,56	52/58	1,40	39/53	2,95	33/49
- 25 do 34 let	37,1		40,7		47,9		36,8		41,11	5/53	38,72	39/58	15,87	34/53	12,94	41/58
- 35 do 44 let	18,6		28,4		14,9		33,5		16,96	50/53	31,05	44/58	24,60	47/53	33,35	35/58
- 45 do 54 let	16,5		21,3		21,6		17,3		18,76	20/53	19,17	51/58	38,63	3/53	30,83	46/58
- 55 do 64 let	10,3		2,8		4,0		6,1		7,96	28/53	4,50	55/58	19,50	21/53	19,93	44/58
Izobrazba (% podjetnikov)*																
- Dokončana osnovna šola ali manj	3,2		2,7		0,0		5,7		2,0		4,3		3,7		1,1	
- Dokončana poklicna šola	14,8		9,1		14,4		3,7		14,6		6,2		17,3		13,6	
- Srednješolska izobrazba	40,5		38,3		45,4		33,4		42,5		35,7		32,0		35,5	
- Višješolska strok. izobrazba	10,6		9,6		9,9		16,7		10,4		13,4		13,2		13,7	
- Visokošolska strok. izobrazba	30,9		40,3		30,2		40,4		30,7		40,4		33,7		36,0	
Dohodkovni razredi (% populacije):																
- spodnja tretjina	1,98		1,2		0,85		0,6		1,00	40/53	0,51	45/49	0,98	30/53	0,98	30/53
- srednja tretjina	2,32		2,0		1,60		1,8		1,85	42/53	1,14	51/55	20,9	36/53	2,09	36/53
- zgornja tretjina	4,97		3,2		3,20		4,8		3,47	44/53	2,81	51/58	3,31	42/53	3,31	42/53
Dohodkovni razredi (% podjetnikov):																
- spodnja tretjina	15,9		16,4		11,0		5,7		14,0		10,6		13,5		13,5	
- srednja tretjina	30,3		27,7		33,5		21,8		31,6		24,5		35,3		35,3	
- zgornja tretjina	53,7		55,9		55,5		72,5		54,4		64,8		51,2		51,2	
Motivacija (% populacije):																
- nujnost	0,40		0,35		0,1		0,41		0,51	50/35	0,76	49/58	0,80		0,80	
- priložnost	2,71		1,73		2,05		2		4,73	33/53	3,86	44/58	4,52		4,52	
Motivacija (% podjetnikov):																
- v celoti priložnost	71,6		55,9		73,7		56,2		72,4		56		63,9		63,9	
- deloma priložnost	12,3		22,1		21,5		23,3		16		22,7		16,1		16,1	
- nujnost	12,6		16,2		5,1		16,4		9,6		16,3		14,1		14,1	
- ne more opredeliti	3,5		5,8		0		4,1		2,1		5		5,8		5,8	
Izkoriščanje poslovne priložnosti zaradi (% podjetnikov, katerih motivacija je v celoti priložnost):																
- neodvisnosti in osebne svobode pri delu	56,5		53,6		73,4		63,7		57,31	6/53	56,42	7/58				
- povečanja dohodka	31,9		24		21,5		29,3		30,27	46/53	29,57	49/58				
- ohranitve ravni dohodka	3,7		8,6		5,1		4,8		4,57	40/53	4,51	50/58				
- ostalo	7,9		13,8		0		2,2		7,85	12/53	9,50	5/85				

	Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2009		2010		2009		2010	
	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang
Inovacijska naravnost (% podjetnikov):								
- Novost izdelkov – izdelek je nov za vse kupce	16,45	26/53	14,48	16/58	7,99	27/53	11,32	20/58
- Konkurenca – ni konkurenčnih podjetij	9,99	21/53	7,82	42/58	5,04	48/53	7,05	16/58
- Tehnologija – uporaba tehnologij, ki so na voljo manj kot 1 leto	10,72	23/53	10,48	34/58	4,50	24/53	3,02	25/58
Nagnjenost k rasti (% podjetnikov):								
- Zaposlovanje – porast za najmanj 10 delovnih mest in hkrati za najmanj 50% v petih letih	19,46	15/53	17,99	15/58	5,38	22/53	4,10	27/58
- Izvoz – več kot 50% strank živi izven države	0,93	14/53	0,74	27/58	0,82	14/53	0,67	14/58

	Nastajajoči podjetniki		Novi podjetniki		Ustaljeni podjetniki		% prebivalstva v starosti od 18 do 64 let				Nepodjetniki	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	Rang	2010	Rang	2009	2010
Razpoznavanje poslovnih priložnosti												
	63,6	51,5	57,8	42,4	40,6	27,8	30,00	34/53	26,80	47/58	30,7	19,1
Podjetniška zmogljivost – dojevanje kulturne podpore:												
- egalitarizem	78	71,2	78,2	72	77,6	74,8	83,03	3/53	79,55	5/57	83,2	77,2
- poklicna izbira	58,2	51,2	57,5	42	45,9	44,4	55,75	44/53	53,18	51/58	56,2	46,9
- spoštovanje podjetniškega poklica	79,8	51,3	74,8	62	70,7	52,9	77,59	14/53	73,70	26/58	78,5	68,9
- odnos medijev	55,4	60,1	59	48,1	53,3	51,3	57,22	28/53	56,17	35/58	58,5	53,8
Podjetniška zmogljivost – samozaupanje:												
- znanje in veščine	94,2	94	94,6	97,7	91,6	92,3	52,03	30/53	56,34	27/58	51,3	50,1
- strah pred neuspehom	10,4	14,2	13,2	15,3	16,1	19,9	35,73	24/53	32,54	39/58	37,6	34,1

V skladu z opredeljenimi kategorijami prebivalstva, ki se vključuje v podjetniško aktivnost, kot je prikazano na *Sliki 3*, prikazujemo v *Tabeli 5* posamezne značilnosti podjetništva za nastajajoče in nove podjetnike ločeno, kot tudi skupaj, torej celotno zgodnjo podjetniško aktivnost, prav tako pa tudi za ustaljene podjetnike. S pomočjo zbranih podatkov tako posredno spremljamo življenjski cikel podjetja oziroma podjetja in identificiramo vrsto značilnosti, kot so:

- kvantitativno opredeljena podjetniška aktivnost z deležem odraslega prebivalstva, ki je vključen v različne faze podjetništva,
- lastnosti podjetniško aktivnih ljudi in njihova struktura glede na starost, spol, izobrazbo in dohodek gospodinjstva,
- motivacijske značilnosti: zakaj se ljudje odločajo za podjetniško aktivnost,
- značilnosti podjetij z vidika novosti njihovega izdelka ali storitve za potencialne kupce, z vidika uporabe inovativnih tehnologij ter obsega konkurence na tržišču – te značilnosti

posredno kažejo na objektivne možnosti podjetja oziroma podjetja za rast in širjenje v prihodnjih letih,

- aspiracije po rasti podjetnikovih podjetij in podjetij, kar podjetniki izražajo skozi oceno pričakovanega povečevanja števila novih delovnih mest ter oceno internacionalizacije poslovanja.

Poleg tega za posamezne kategorije podjetniško aktivnega prebivalstva, kot tudi posebej za tiste, ki ne sodijo med podjetnike ter tudi skupno za delovno aktivno prebivalstvo, prikazujemo nekatere elemente družbenega okolja ter kulturnih in družbenih norm v družbi, ki lahko podpirajo ali zavirajo podjetniške procese v družbi, kot so:

- stopnja ocenjenega egalitarizma v družbenem okolju,
- različni vidiki, ki odražajo odnos do podjetniške aktivnosti ter podjetniško aktivnih oseb v družbi,
- podjetniška zmogljivost glede ocenjene stopnje znanja, izkušenj in sposobnosti ljudi za podjetništvo ter strahu pred morebitnim neuspehom.

V *Tabeli 5* je podan strnjen prikaz številnih plati in značilnosti slovenskega podjetništva, vse te dejavnike in še nekatere dodatne pa v nadaljnjih poglavjih natančneje prikazujemo in analiziramo.

Okvirni pogoji za podjetništvo

Temeljni pogoji za podjetništvo, ki jih prikazujemo tudi v podrobnem GEM modelu proučevanja podjetništva na *Sliki 2*, so:

- 1 razpoložljivost različnih finančnih virov za nova in rastoča podjetja,
- 2a zasnovanost in vodenje vladne politike – podpora,
- 2b zasnovanost in vodenje vladne politike – regulativa,
- 3 izvajanje vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva,
- 4a razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo – v osnovni in srednji šoli,
- 4b razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo – po srednji šoli,
- 5 obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso,
- 6 kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja,
- 7a odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – dinamičnost,
- 7b odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – odprtost, bremena,
- 8 dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij,
- 9 kulturne in družbene norme, ki podpirajo ali zavirajo podjetniško aktivnost.

Podatke o okvirnih pogojih za podjetništvo pridobivamo s standardiziranim vprašalnikom, ki je namenjen nacionalnim izvedencem v sodelujočih državah GEM. To so posamezniki, za katere na osnovi njihove doseganje podjetniške aktivnosti, profesionalnosti, znanja, uspeha na svojem področju in ugleda sodimo, da lahko prispevajo k razumevanju podjetništva v njihovi državi. Izvedenci so iz gospodarstva, politike, državne uprave in akademske stroke, ki imajo znanje in izkušnje z delovanjem na različnih področjih, ki vplivajo na nastanek in razvoj podjetništva v posamezni državi.

V procesu pridobivanja mnenj izvedencev o posameznih okvirnih pogojih za podjetništvo smo oceno podjetniških okvirov dobili tako, da smo proučili, v kolikšni meri se izvedenci strinjajo s skupaj 88 trditvami, ki opisujejo okvirne pogoje za podjetništvo, na lestvici od 1 do 5. Pri tem ocena 1 pomeni, da je trditev po njihovem mnenju povsem napačna, ocena 5 pa, da je trditev povsem resnična.

V drugem delu vprašalnika so izvedenci izrazili svoje mnenje o dejavnikih, ki zavirajo in pospešujejo podjetništvo v Sloveniji, ter o ukrepih, s katerimi bi bilo mogoče podjetništvo po njihovem mnenju spodbuditi. Izvedencem smo zastavili tri vprašanja: (1) kateri so po vašem mnenju trije najpomembnejši podjetniški okviri, ki *zavirajo* podjetništvo v Sloveniji, (2) kateri so po vašem mnenju trije najpomembnejši podjetniški okviri, ki *prispevajo* k podjetniški aktivnosti v Sloveniji, ter (3) kateri so po vašem mnenju trije najpomembnejši podjetniški okviri, kjer bi bilo predvsem treba *ukrepati*, da bi lahko povečali podjetniško aktivnost v Sloveniji.

Vzorec 36 izvedencev za Slovenijo je utežen glede na devet osnovnih okvirnih pogojev za podjetništvo, tip izvedenca (strokovnjak ali podjetnik), spol, sektor gospodarstva (javni ali zasebni) in geografsko porazdelitev. Anketiranje je tako kot v ostalih državah GEM potekalo od marca do julija 2010. Mnenja izvedencev smo kodirali in posredovali koordinacijskemu timu GEM, ki je pripravil skupno datoteko za vseh 54 držav, ki so leta 2010 sodelovale v tem delu raziskave. V vseh državah udeleženkah je leta 2010 sodelovalo 2.006 izvedencev.

Čeprav velja opomniti, da povprečnih ocen o okvirnih pogojih za podjetništvo, pridobljenih z anketiranjem nacionalnih izvedencev v posameznih državah, ni mogoče med seboj neposredno primerjati, vendarle povedo, kako nacionalni izvedenci v posamezni državi ocenjujejo stanje znotraj določenega podjetniškega okvira v svoji državi. S tem daje standardizirani vprašalnik možnosti za številne in obsežne mednarodne primerjave okolja za nastanek in razvoj podjetništva v državah, vključenih v raziskavo GEM.

V *Tabeli 6* prikazujemo splošen pregled ocen vseh zgoraj zapisanih devetih osnovnih okvirjev (oziroma z razdelitvijo nekaterih okvirjev na dva dela – skupno 12 okvirjev), v treh skupinah gospodarstev, glede na tri najboljše in na tri najslabše ocenjene podjetniške okvire v državi. Države oziroma gospodarstva v posameznih skupinah si v določeni meri delijo tako pozitivne kot negativne okvirne pogoje za podjetništvo.

Tako na primer vse sodelujoče države v skupini inovacijskih in učinkovitostnih gospodarstev ocenjujejo dostop do fizične infrastrukture, ki obsega razpoložljivost oziroma težavnost dostopa do obstoječih fizičnih virov po cenah, ki ne diskriminirajo novih in nastajajočih podjetij, pozitivno. Prav tako je zelo pogosto kot eden izmed najboljših podjetniških okvirjev ocenjena kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja. Kot negativen je ta okvir ocenjen le v treh azijskih gospodarstvih: v Koreji, na Tajvanu in na Kitajskem.

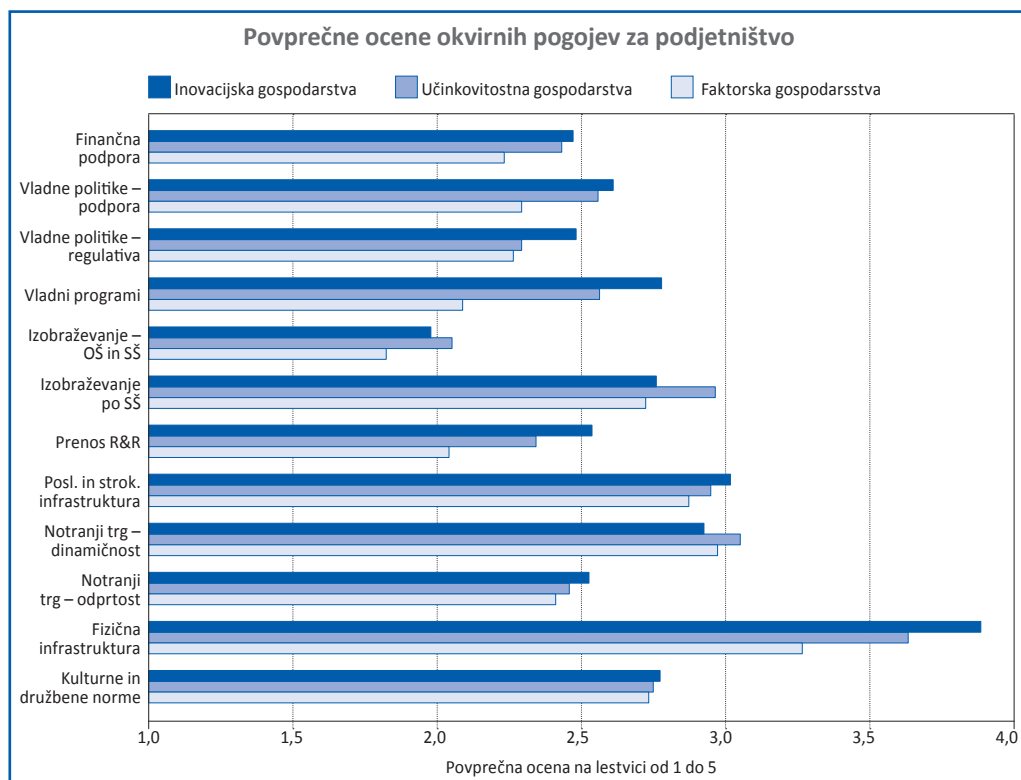
Eden izmed najpogosteje negativno ocenjenih okvirjev je razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v osnovni in srednji šoli – v vseh državah inovacijskih gospodarstev razen v Grčiji ter v vseh državah učinkovitostnih gospodarstev, razen v Argentini, BiH, Latviji in Turčiji. Prav tako je tudi v Sloveniji ta okvir ocenjen kot eden izmed treh negativnih.

Tabela 6: Najbolje in najslabše ocenjeni podjetniški okvirji v posameznih državah, GEM 2010

	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Faktorska gospodarstva												
Angola				–	–	+	–		+			+
Bolivija		–			–	+	–		+		+	
Egipt		+			–		–		+		+	–
Gana			–		–		–	+	+			+

	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Gvatemala		-		-	-	+		+			+	
Iran				-	-				+	-	+	+
Jamajka	-		-				-	+			+	+
Pakistan		-		-	-			+	+		+	
Uganda			-		-	+	-		+		+	
Vanuatu	-	-				+	-		+		+	
Zahodni breg in Gaza				-	-			+	+	-	+	
Zambija	-				-		-	+	+	+		
Učinkovitostna gospodarstva												
Argentina	-	-	-			+		+			+	
Bosna in Hercegovina		-	-	-				+	+		+	
Brazilija		-	-		-				+		+	+
Čile					-	+	-	+	-		+	
Črna gora			-		-	+			+	-	+	
Ekvador			-		-	+	-	+			+	
Hrvaška			-		-			+	+	-	+	
Južnoafr.rep.				-	-		-	+	+		+	
Kitajska	-				-			-	+		+	+
Kolumbija	-				-	+	-				+	+
Kostarika	-		-		-	+		+			+	
Latvija	-		-	-		+		+			+	
Madžarska			-		-	+			+		+	
Makedonija	-				-	+	-	+			+	
Malezija	+		-		-				+	-	+	
Mehika			-		-	+				-	+	+
Peru				-	-		-	+			+	+
Rusija	-				-		-	+	+		+	
Tajvan		-			-			-	+		+	+
Trinidad in Tobago		-			-	+	-	+			+	
Tunizija		+			-		-		+	-	+	
Turčija	-							+	+	-	+	-
Urugvaj	-			+	-	+			-		+	
Inovacijska gospodarstva												
Finska			+		-		-	+		-	+	
Francija		+			-	+				-	+	-
Grčija	-	-	-					+			+	+

	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Irska	–			+	–			+			+	
Islandija	–				–				+	–	+	+
Italija		–	–		–	+			+		+	
Izrael		–	–		–			+			+	+
Japonska	–	+	–		–				+		+	
Koreja	–	+			–			–	+		+	
Nemčija			–	+	–			+			+	–
Norveška	+	–			–			+		–	+	
Portugalska			–		–	+		+			+	–
Slovenija					–		–	+	+		+	–
Španija	–		–		–			+	+		+	
Švedska			–		–		–	+	+		+	
Švica				+	–			+	–	–	+	
Velika Britanija	–				–		–	+	+		+	
ZDA	–		–		–			+			+	+



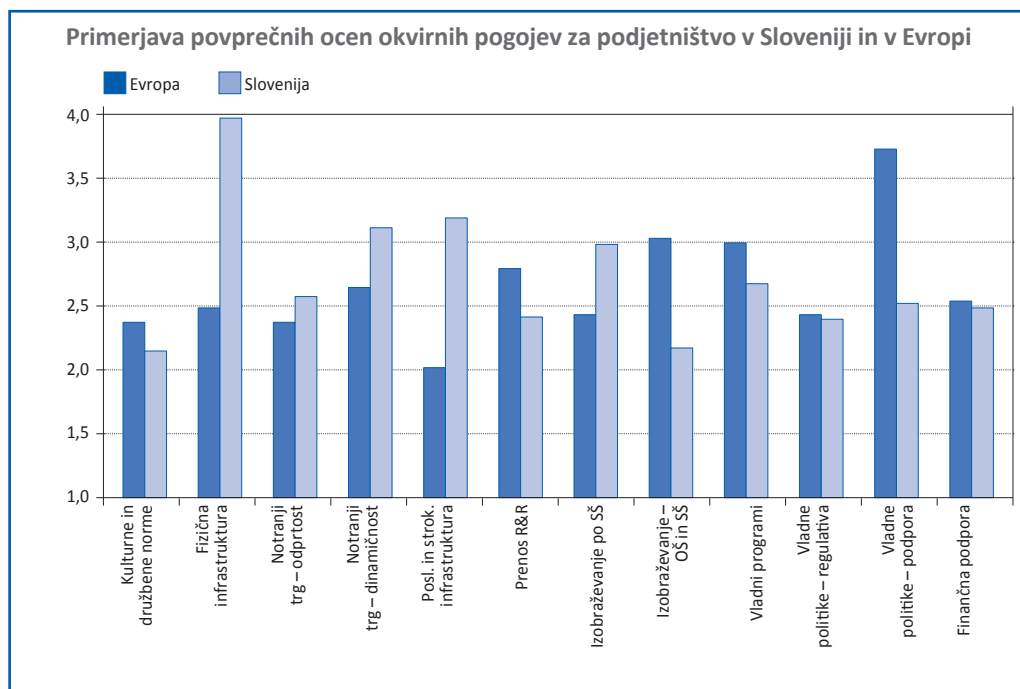
Slika 4: Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo, GEM 2010

Okvirja, ki v skupini inovacijskih gospodarstev nista bila niti enkrat (niti v eni državi) uvrščena med tri najbolj pozitivne, sta tudi obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso ter odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – odprtost, bremena.

Za skupino inovacijskih gospodarstev je tudi zasnovanost in vodenje vladne politike z vidika regulative eden izmed zelo pogosto najbolj negativno ocenjenih okvirjev – edina izjema v tej skupini je Norveška, kjer je ta okvir ocenjen kot eden izmed treh pozitivnih okvirjev. Veliko negativnih ocen in nobene pozitivne si je ta okvir prislužil tudi v skupini učinkovitostnih gospodarstev.

Iz *Slike 4* je razvidno, da nacionalni izvedenci v skupini inovacijskih gospodarstev v povprečju višje ocenjujejo razvitost večine okvirnih pogojev za podjetništvo kot v ostalih dveh skupinah. To je skladno z GEM modelom, da je razvitost okvirnih pogojev za podjetništvo v ekonomsko razvitejših državah višja. Res je seveda tudi, da imajo nacionalni izvedenci v faktorskih gospodarstvih lahko drugačno izhodišče oziroma kriterij glede razvitosti posameznega podjetniškega okvirja, kar je lahko tudi razlog za to, da so razlike v povprečnih ocenah podjetniških okvirjev v vseh treh skupinah držav pravzaprav majhne.

Pri primerjavi povprečnih ocen v Sloveniji in Evropi na *Sliki 5* pa je vidno, da izvedenci v Sloveniji višje kot v povprečju v Evropi ocenjujejo poslovno, pravno in strokovno ter tudi fizično infrastrukturo, pa tudi višje in visokošolsko izobraževanje za podjetništvo v programih formalnega izobraževanja in usposabljanja. V povprečju bolje kot v Evropi sta prav tako ocenjena okvirja, ki se nanašata na notranji trg.



Slika 5: Primerjava povprečnih ocen okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji in v Evropi, GEM 2010

Je pa okvir, ki ga slovenski izvedenci ocenjujejo precej nižje kot v povprečju izvedenci v ostalih evropskih državah, okvir vladnih politik v smislu podpore za razvoj novih in rastočih podjetij, pa tudi izobraževanje na stopnji do srednješolskega izobraževanja.

Ker so lahko nacionalni izvedenci v različnih gospodarstvih tudi bolj ali manj naklonjeni podjetništvu oziroma ga različno podpirajo, je neposredna primerjava posameznega ocenjenega okvira *med državami* omejena, kljub temu pa rezultati analize anketiranja nacionalnih izvedencev prispevajo k razumevanju pogojev za podjetništvo, zlasti *znotraj posamezne države*, predvsem pa so dragoceni za nosilce ekonomske politike kot indikator stanja razvitosti okvirnih pogojev za podjetništvo.

Nagnjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu

Nagnjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu je pojem, ki vsebinsko zajema veliko dimenzij odnosa tako posameznika kot celotne družbe do podjetništva. V okviru raziskave GEM zato proučujemo nagnjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu z več različnimi kazalci. Tako po eni strani ugotavljamo, kaj ljudje menijo glede razpoložljivih dobrih poslovnih priložnosti v okolju ter kakšne so njihove zmožnosti za to, da te priložnosti izkoristijo, ugotavljamo pa tudi, kakšne so namere ljudi o vključevanju v podjetništvo. V *Tabeli 7* prikazujemo:

- Delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da se bodo v okolju, kjer živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti.
- Delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetniški poklic.
- Delež ljudi med tistimi, ki menijo, da se bodo v okolju, kjer živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti, a bi jih strah pred neuspehom odvrnil od tega, da bi ustanovili svoje podjetje.
- Delež ljudi med tistimi, ki niso vključeni v podjetniško aktivnost, a nameravajo v prihodnjih treh letih pričeti z ustanavljanjem lastnega podjetja oziroma podjetja.

Po drugi strani lahko kulturne in družbene norme v okolju odločitev posameznika za podjetniško pot spodbujajo ali pa ga zavirajo pri njenem uresničevanju, zato v okviru raziskave GEM proučujemo tudi:

- Delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira oziroma karierna pot.
- Delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani.
- Delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodb o uspešnih podjetnikih in njihovih podjetjih.

Tabela 7: Elementi podjetniške zmogljivosti (v odstotkih odraslega prebivalstva)

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Znanje za podjetništvo	Strah pred neuspehom*	Podjetniške namere**	Kariera	Spoštovanje	Mediji
Faktorska gospodarstva							
Angola	67,3	73,1	32,2	54,5	70,1	83,3	74,7
Bolivija	53,2	75,8	28,4	49,3	62,9	66,6	51,1
Egipt	38,8	63,4	25,3	24,3	77,7	89,5	70,5
Gana	75,7	74,6	10,4	68,8	91,1	90,7	78,6
Gvatemala	62,9	71,0	23,2	30,7	73,8	59,7	44,1
Iran	41,6	65,7	30,1	31,4	63,6	84,6	62,3
Jamajka	56,1	80,2	33,0	38,1	85,1	84,8	77,4
Pakistan	51,9	56,2	34,3	32,4	76,3	80,7	61,0
Savdska Arabija	75,8	69,3	39,0	1,0	86,8	92,3	78,0
Uganda	80,5	86,7	20,7	77,1	81,1	87,3	81,9
Vanuatu	73,6	79,6	46,9	50,5	55,6	77,6	34,3
Zahodni breg in Gaza	44,0	57,0	40,0	28,2	85,3	83,5	62,5
Zambija	81,4	77,5	12,8	67,1	69,9	71,8	72,5
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>61,8</i>	<i>71,5</i>	<i>28,9</i>	<i>42,6</i>	<i>75,3</i>	<i>80,9</i>	<i>65,3</i>
Učinkovitostna gospodarstva							
Argentina	50,3	63,5	21,3	21,0	74,3	67,1	61,7
BiH	38,3	62,5	27,4	16,8	76,0	63,0	47,6
Brazilija	48,1	57,9	33,2	26,5	78,0	79,0	81,1
Čile	65,0	65,6	22,1	38,3	87,4	71,2	45,7
Črna gora	36,1	70,9	30,4	31,9	81,0	68,4	69,5
Ekvador	50,3	76,6	31,2	46,3	83,1	74,0	62,6
Hrvaška	23,3	53,2	31,2	7,4	67,1	49,9	41,8
Južnoafriška republika	40,9	44,3	29,0	16,7	77,5	77,6	78,6
Kitajska	36,2	42,3	32,0	26,9	70,0	76,9	77,0
Kolumbija	68,2	65,1	27,7	41,3	88,6	75,9	66,7
Kostarika	46,4	68,8	36,0	13,2	64,3	63,4	60,8
Latvija	29,1	50,7	39,9	21,4	58,8	64,8	57,2
Madžarska	33,3	43,4	42,4	13,8	55,0	73,7	47,4
Makedonija	34,3	59,7	30,9	26,7	71,3	66,2	56,0
Malezija	40,1	24,3	45,3	5,1	55,7	68,6	88,0
Mehika	55,6	64,6	33,4	22,3	69,4	62,8	54,0
Peru	71,4	76,5	34,0	39,6	82,0	76,8	81,2
Romunija	17,5	38,2	41,1	8,6	66,5	65,5	46,9

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Znanje za podjetništvo	Strah pred neuspehom*	Podjetniške namere**	Kariera	Spoštovanje	Mediji
Rusija	21,7	22,7	41,7	2,6	65,4	63,7	46,6
Tajvan	29,6	26,4	43,8	25,1	68,4	57,5	78,2
Trinidad in Tobago	69,1	82,8	11,6	30,4	83,2	77,6	67,2
Tunizija	37,6	53,1	23,2	24,1	89,1	92,7	78,4
Turčija	36,1	54,2	25,0	19,4	71,2	76,4	61,7
Urugvaj	52,1	73,3	27,7	31,8	64,8	61,8	43,3
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>42,9</i>	<i>55,9</i>	<i>31,7</i>	<i>23,2</i>	<i>72,8</i>	<i>69,8</i>	<i>62,5</i>
Inovacijska gospodarstva							
Avstralija	45,7	53,2	35,8	8,7	57,0	68,4	70,5
Belgija	39,6	44,9	35,1	8,2	60,0	51,2	45,7
Danska	46,4	40,7	31,5	5,9			
Finska	51,1	39,5	28,6	5,9	46,1	86,5	71,4
Francija	33,9	37,3	40,5	14,2	65,2	67,9	44,7
Grčija	15,9	52,2	50,9	12,8	65,6	70,2	34,5
Irska	22,5	49,2	33,4	6,1	51,8	81,5	61,1
Islandija	48,7	49,0	33,7	15,7	51,2	60,9	66,6
Italija	24,7	42,4	36,8	4,0	69,1	69,3	37,7
Izrael	35,2	41,6	46,0	14,1	61,3	73,0	56,3
Japonska	5,9	13,7	32,6	2,9	28,4	52,0	58,5
Koreja	13,0	29,0	32,5	10,1	67,6	71,3	61,4
Nemčija	28,5	41,6	33,7	6,4	53,1	77,1	49,0
Nizozemska	44,8	45,5	23,8	5,5	85,4	68,6	60,9
Norveška	49,8	40,4	26,6	7,6	57,8	70,7	67,2
Portugalska	20,3	52,1	29,7	8,8	67,5	70,5	52,6
Slovenija	26,8	56,3	27,5	8,7	53,2	73,7	56,2
Španija	18,8	50,2	36,4	5,8	65,4	62,5	40,7
Švedska	66,1	42,4	28,9	8,5	56,9	71,6	60,8
Švica	33,3	43,9	27,0	6,7	64,9	76,4	50,6
Velika Britanija	29,2	51,8	30,3	5,1	51,0	76,7	52,2
ZDA	34,8	59,5	26,7	7,7	65,4	75,9	67,8
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>33,4</i>	<i>44,4</i>	<i>33,1</i>	<i>8,2</i>	<i>59,2</i>	<i>70,3</i>	<i>55,5</i>

* Delež ljudi, ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od tega, da ustanovijo svoje podjetje, med vsem delovno aktivnim prebivalstvom, ki meni, da se bodo v okolju kjer živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti.

** Delež ljudi, ki nameravajo v prihodnjih treh letih pričeti z ustanavljanjem lastnega podjetja oziroma podjetja, med vsemi delovno aktivnimi prebivalci, ki še niso vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost.

V *Tabeli 8* prikazujemo posamezne elemente še primerjalno za različne skupine držav, saj je celotna skupina GEM držav preveč raznolika, da bi lahko bila pri dejavnih podjetniške zmogljivosti primerjav s Slovenijo zares relevantna.

Tabela 8: Elementi podjetniške zmogljivosti po skupinah držav (v odstotkih odraslega prebivalstva)

*	Slovenija	Vse sodelujoče GEM države	Evropske GEM države	Inovacijska gospodarstva	Skupina držav JV Evrope
Poznavanje podjetnika	49,0	44,2	39,1	36,2	42,7
Poslovne priložnosti	26,8	43,1	33,5	33,4	28,2
Znanje	56,3	54,9	47,5	44,4	54,5
Strah pred neuspehom	27,5	31,2	32,2	33,1	35,22
Podjetniške namere	8,7	24,7	10,9	8,2	15,8
Egalitarizem	79,6	65,2	67,5	63,2	74,3
Kariera	53,2	68,4	63,0	59,2	67,0
Spoštovanje	73,7	72,5	69,1	70,3	66,3
Mediji	56,2	60,5	53,1	55,5	50,0

* Izračunano je netehtano povprečje.

Bolj relevantna je primerjava s skupino evropskih držav in držav inovacijskega gospodarstva, kjer pa vidimo, da Slovenija pri nekaterih elementih precej odstopa.

4.1. DOJEMANJE PRILOŽNOSTI

Raziskave kažejo, da je zaznavanje poslovnih priložnosti povezano z vključevanjem ljudi v podjetništvo. Povezava med zaznavanjem podjetniške priložnosti in pričetkom podjetniške aktivnosti pa je lahko različna. Ljudje se za podjetniško pot lahko odločijo takrat, kadar naletijo na obetavno poslovno priložnost, pri drugih pa lahko najprej dozori odločitev o vključitvi v podjetništvo, temu pa sledi sistematično in intenzivno iskanje poslovne ideje – poslovne priložnosti (Kelley, Bosma, Amoros, 2011).

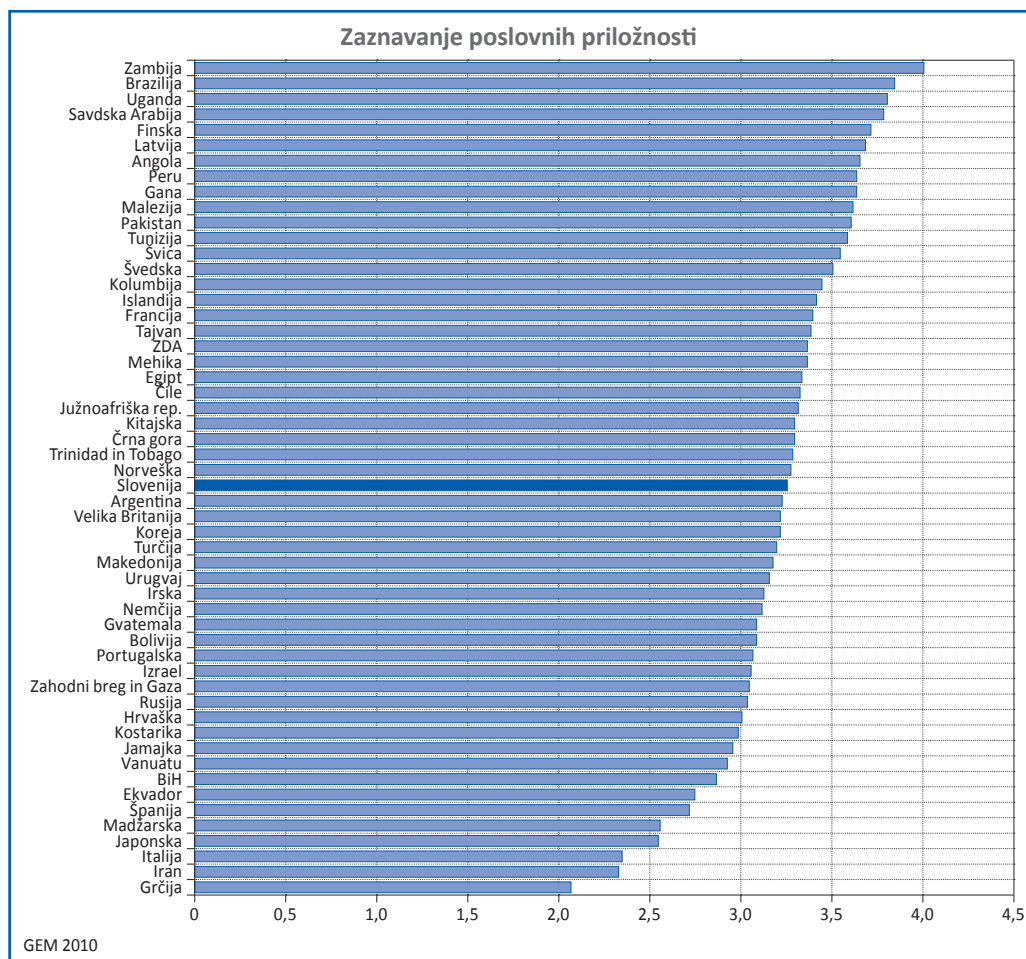
Povezava med zaznavanjem poslovnih priložnosti in vključevanjem ljudi v podjetništvo, kot kaže, obstaja tako v tistih gospodarstvih, kjer je podjetništvo motivirano v pretežni meri z izkoriščanjem poslovne priložnosti, kot tudi tam, kjer se ljudje vključujejo v podjetništvo predvsem zaradi nujne, ker nimajo boljše možnosti za delo in dohodek.

Čeprav delež podjetništva zaradi nujne v povprečju upada z naraščanjem gospodarske razvitosti (v skupini faktorskih gospodarstev je v povprečju 34 odstotkov, v skupini učinkovitostnih 31 odstotkov, v skupini inovacijskih gospodarstev pa je v povprečju le ena petina vse zgodnje podjetniške aktivnosti motivirana z nujnostjo posameznika), pa prav tako z naraščanjem gospodarske razvitosti v povprečju upada tudi delež ljudi, ki menijo, da se bodo pojavile dobre poslovne priložnosti. V skupini faktorskih gospodarstev je namreč v povprečju skoraj 62 odstotkov ljudi mnenja, da se bodo v njihovem okolju pojavile dobre poslovne priložnosti, v skupini učinkovitostnih gospodarstev je takšnih nekaj manj kot 43 odstotkov, v skupini inovacijskih gospodarstev pa le dobrih 33 odstotkov.

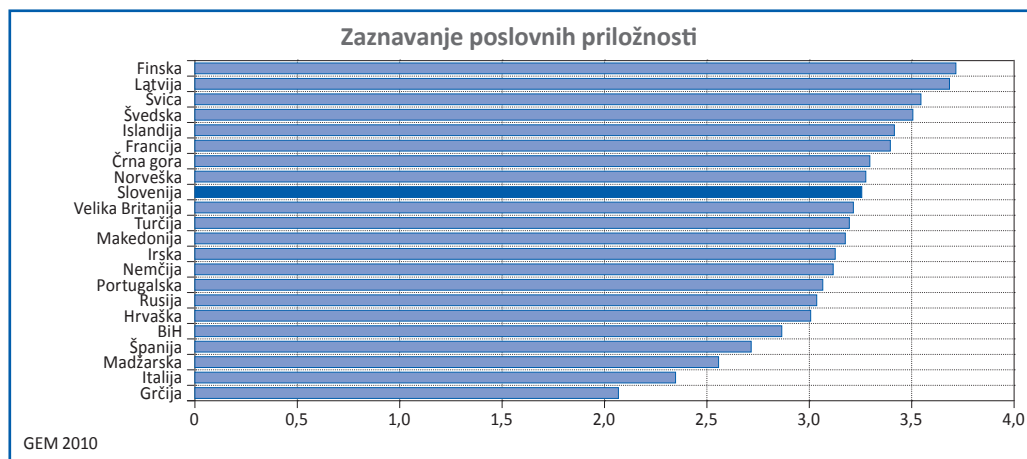
Razumljivo je, da imajo ljudje v različnih državah v mislih zagotovo različne poslovne priložnosti oziroma podjeme, ki bi se jih utegnili lotiti, kar je povezano s stopnjo gospodarske razvitosti države, hkrati pa tudi s kulturnimi in družbenimi normami glede tega, kaj so privlačne karijerne možnosti oziroma, v najrevnejših državah, sploh možnosti za preživetje. Dobra poslovna priložnost za posameznika v najrevnejših državah je lahko že vsaka tista poslovna priložnost, ki mu zagotavlja preživetje – tako na primer v Zambiji ali Ugandi več kot 80 odstotkov delovno aktivnega prebivalstva meni, da se bodo pojavile dobre poslovne priložnosti.

V skupini inovacijskih gospodarstev, kamor sodi tudi Slovenija, so prav tako opazne velike razlike. Največ poslovnih priložnosti se obeta v skandinavskih državah (Švedska 66 %, Finska 51 %), najmanj pa v skupini sredozemskih držav Portugalska (20,3 %), Italija (24,7 %), Grčija (15,9 %), Španija (18,8 %), zelo blizu tej skupini je tudi Slovenija (26,8 %).

Žal pa v Sloveniji zadnja štiri leta ugotavljamo upad zaznanih poslovnih priložnosti med prebivalstvom. Medtem ko je bila leta 2007 še skoraj polovica delovno aktivnega prebivalstva mnenja, da se bodo v njihovem okolju pojavile dobre poslovne priložnosti, je leta 2009 ta odstotek padel na 30 odstotkov, leta 2010 pa še nadaljnjih nekaj odstotnih točk, na 26,8 odstotkov.



Slika 6: Priložnosti za ustanovitev podjetja, vse GEM države



Slika 7: Priložnosti za ustanovitev podjetja, evropske GEM države

Tudi nacionalni izvedenci, ki so ocenjevali razpoložljivost dobrih priložnosti v poslovnem okolju ter sposobnosti zaznavanja poslovnih priložnosti ljudi v svoji državi, so v Sloveniji ocenili v povprečju le z oceno 3,26 (izvedenci so ocenjevali pet komponent na tem področju), kar Slovenijo uvršča približno na sredino lestvice vseh sodelujočih držav (Slika 6). Izvedenci v Sloveniji so v primerjavi z izvedenci v ostalih evropskih državah to področje ocenili z deveto povprečno oceno (Slika 7).

4.2. DOJEMANJE ZMOGLJIVOSTI

Vključevanje v podjetništvo je vsaj deloma pogojeno z razpoložljivimi poslovnimi priložnostmi in dojetjem, da le-te obetajo poslovni uspeh. Za vključevanje v podjetništvo pa je pomembno tudi dojetje lastnih zmogljivosti, zmožnosti in sposobnosti za podjetništvo, zato je zaupanje v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti, ki so potrebni za podjetništvo tisto, ki lahko med drugim spodbudi ljudi, da s podjetniško aktivnostjo tudi pričnejo.

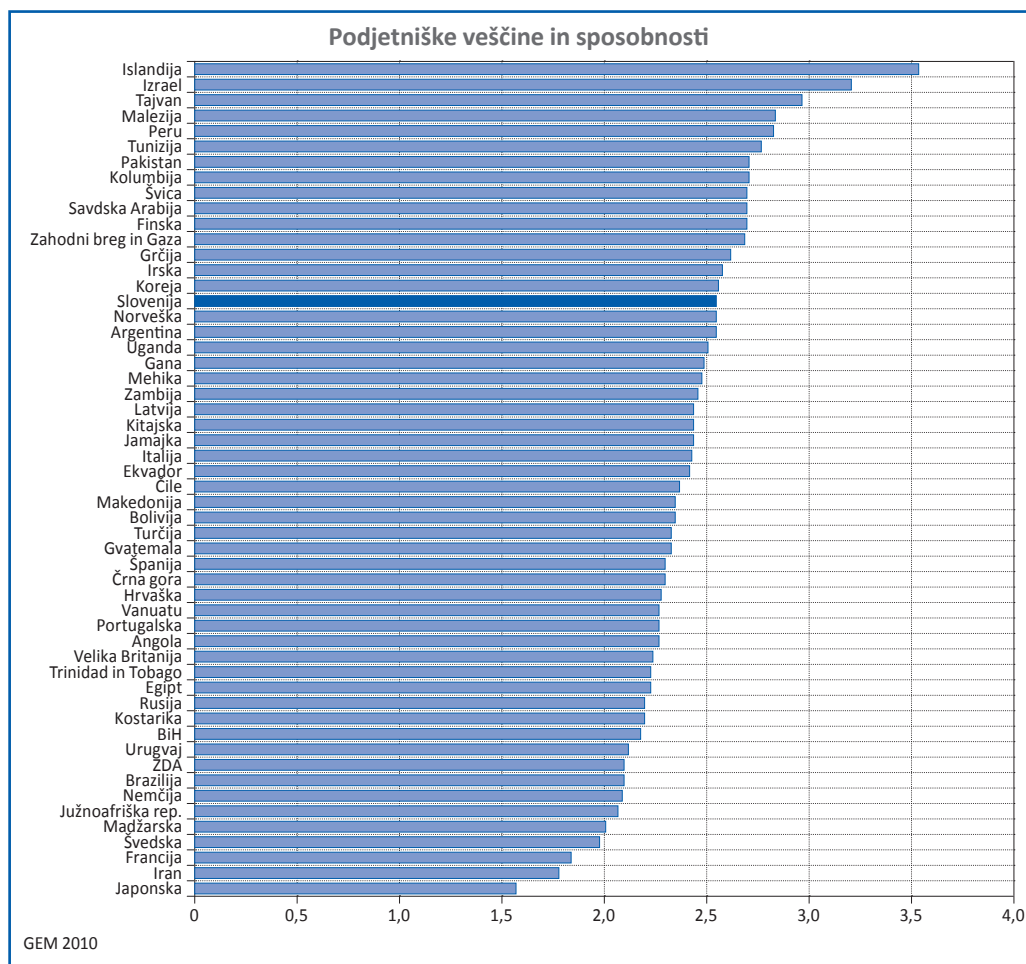
Podobno, kot smo ugotavljali pri zaznavanju poslovnih priložnosti, lahko tudi tukaj ugotovimo, da z naraščanjem gospodarske razvitosti države v povprečju upada tudi delež ljudi, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo. V skupini faktorskih gospodarstev je takšnih v povprečju 71,5 odstotkov, v učinkovitostnih 55,9 odstotkov, v inovacijskih gospodarstvih pa je v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti v povprečju prepričanih le 44,4 odstotkov delovno aktivnega prebivalstva.

Glede na različne tipe podjetništva in na značilnosti podjetij v teh treh skupinah državah je takšna porazdelitev razumljiva. Podjetniške ideje, ki vključujejo v povprečju bistveno manj inovativnih tehnologij ter izkazujejo nižje možnosti za rast podjetja oziroma podjetja, večinoma pa zagotavljajo le preživetje ljudi, ki se vključujejo v podjetništvo, temeljijo zagotovo na drugačnem razumevanju potrebnega znanja, izkušenj in sposobnosti za podjetništvo, kot pa v okoljih, kjer so značilnosti podjetništva bistveno drugačne.

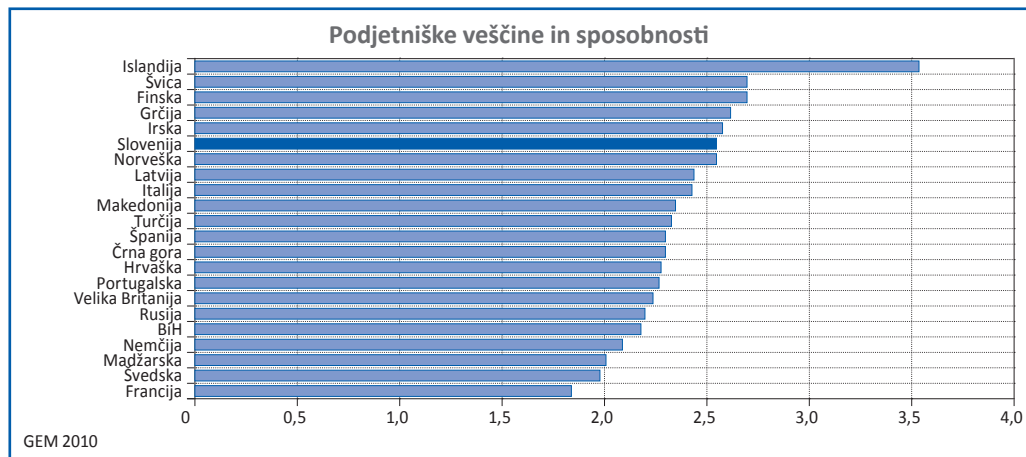
V Sloveniji je v povprečju več kot 56 % ljudi mnenja, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo – v skupini inovacijskih gospodarstev je višji odstotek zabeležen le v ZDA (59,5 %). Kot smo ugotavljali že v preteklih letih (Rebernik, Tominc, Pušnik, 2010), je ta kazalec za Slovenijo lahko tudi odraz nepoznavanja podjetniške stvarnosti. Posamezniki, ki menijo, da imajo potrebne

kompetence za podjetništvo, se bodo sicer bolj verjetno lotili podjetništva, kot pa tisti, ki tega ne dojemajo na tak način, čeprav dejanske kompetence morda za podjetniški uspeh ne zadoščajo. Zaradi obnavljanja gospodarske strukture je smiselno, da čim več posameznikov poskuša s podjetniško aktivnostjo, vendar pa je slej kot prej treba pretehtati družbene stroške podjetniških poskusov in posameznikom, ki se lotijo podjetništva realno nepripravljeni, zagotoviti ustrezne mehanizme za pridobitev manjkajočih znanj in veščin (Rebernik, Tominc, Pušnik, 2009). Delež ljudi v Sloveniji, ki izražajo zaupanje v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo, že vse od leta 2006 narašča. Tako je bilo takega mnenja leta 2006 dobrih 47 odstotkov ljudi, odstotek pa je nato vsako leto naraščal v povprečju za dve odstotni točki.

Tudi nacionalni izvedenci so ocenjevali stopnjo podjetniških veščin in sposobnosti ljudi v njihovi državi za podjetništvo – to področje so izvedenci v Sloveniji ocenili v povprečju z oceno 2,55 (izvedenci so tudi tukaj ocenjevali pet komponent), kar sicer Slovenijo uvršča precej visoko na lestvici vseh sodelujočih držav (*Slika 8*), v evropskem merilu pa na visoko 6. mesto (*Slika 9*). Po drugi strani pa rezultati hkrati kažejo, da nacionalni izvedenci v Sloveniji izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo tako v osnovni in srednji šoli kot tudi po srednji šoli, ocenjujejo relativno



Slika 8: Zmožljivosti in znanja za ustanovitev podjetja, vse GEM države



Slika 9: Zmogljivosti in znanja za ustanovitev podjetja, evropske GEM države

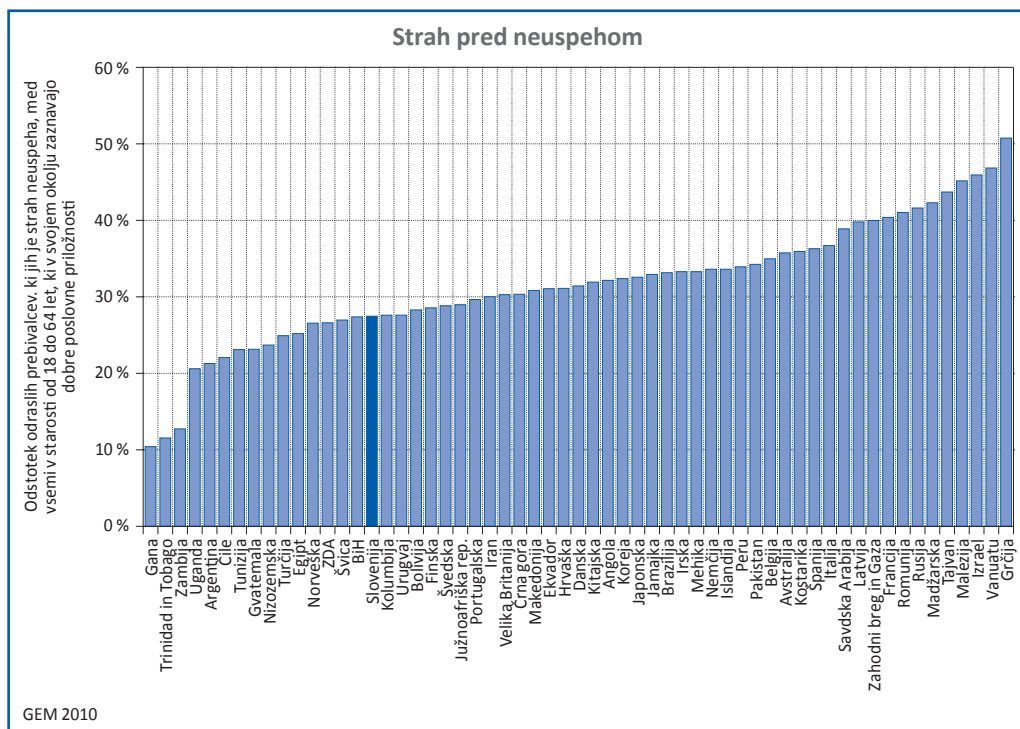
slabše kot izvedenci v večini drugih držav, saj se na obeh področjih Slovenija uvršča v zadnjo petino lestvice sodelujočih držav (Izobraževanje in usposabljanje v osnovni in srednji šoli – povprečna ocena 2,17; Izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli – povprečna ocena 2,98).

4.3. STRAH PRED NEUSPEHOM

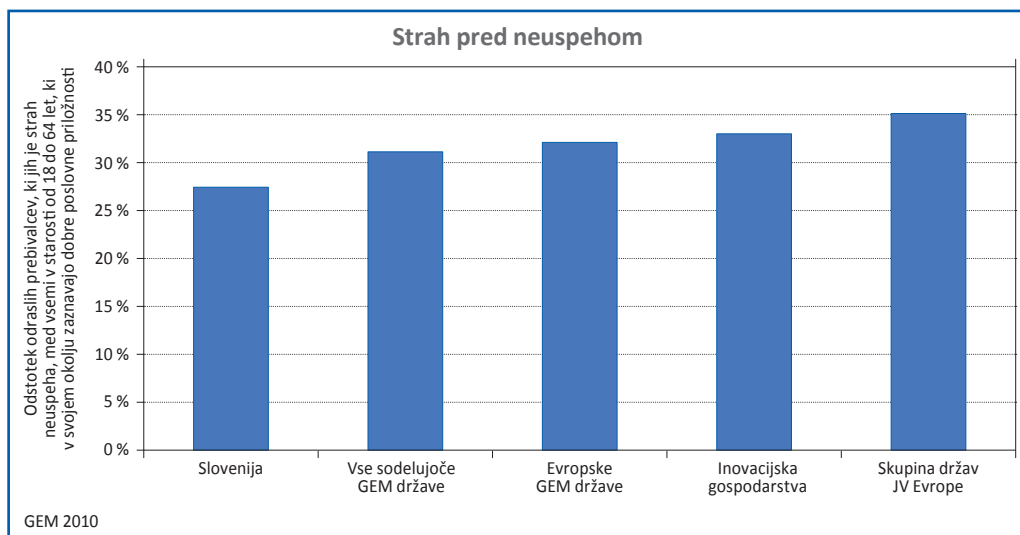
Ker lahko strah pred neuspehom in tveganje možnega neuspeha prevladata nad še tako obetavno možnostjo izkoriščanja poslovne priložnosti, lahko nagnjenost k prevzemanju tveganja igra pomembno vlogo v procesu vključevanja v podjetniško aktivnost. S tega vidika je stopnja podjetniške aktivnosti v gospodarstvu povezana s širšo družbeno kulturo glede prevzemanja tveganja. Zato v okviru raziskave GEM proučujemo tudi to komponento in sicer tako, da merimo delež ljudi, ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od tega, da ustanovijo svoje podjetje, med vsemi delovno aktivnimi prebivalci, ki menijo, da se bodo v okolju, kjer živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti.

V nasprotju z dojemanjem priložnosti in zmogljivosti, kjer so opazne razlike v treh skupinah držav (faktorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva), pa je strah pred neuspehom po državah v povprečju bolj enakomerno porazdeljen. V faktorskih gospodarstvih je v povprečju 28,9 odstotkov prebivalcev, ki hkrati zaznavajo tudi poslovne priložnosti v svojem okolju, mnjenja, da bi jih strah pred neuspehom utegnil odvrniti od vključitve v podjetništvo, v skupini učinkovitostnih gospodarstev je takšnih v povprečju 31,7 odstotkov, v skupini inovacijskih gospodarstev pa 33,1 odstotek. Izmed vseh sodelujočih držav najvišjo stopnjo strahu pred neuspehom izkazujejo ljudje v Grčiji, več kot 50 % (Slika 10). V skupini inovacijskih gospodarstev najnižjo stopnjo strahu pred neuspehom oziroma najvišjo stopnjo sprejemanja tveganja izražajo ljudje na Nizozemskem, 23,8 odstotkov, med države, v katerih je strah pred neuspehom v splošnem relativno šibko prisoten, pa se uvršča tudi Slovenija s 27,5 odstotki. Kot je razvidno na Sliki 11, je strah pred neuspehom v Sloveniji prisoten v povprečju v manjši meri, kot v katerikoli primerjani skupini držav.

Rezultati tudi kažejo (Kelley, Bosma, Amoros, 2011), da so različne skupine delovno aktivnega prebivalstva različno nagnjene k sprejemanju tveganja. Tako na primer strah pred neuspehom v povprečju s starostjo narašča. Velja pa tudi, da je strah pred neuspehom v povprečju nižji med ljudmi, ki zaznavajo poslovne priložnosti, kot pa na splošno med delovno aktivnim prebivalstvom,



Slika 10: Strah pred neuspehom v GEM državah



Slika 11: Strah pred neuspehom po skupinah držav

kar bi morda lahko pomenilo, da bi zmanjšanje strahu pred neuspehom v družbi vodilo tudi k bolj sproščenemu dojemanju obetavnih poslovnih priložnosti in s tem tudi morebitnemu večjemu vključevanju v podjetniško aktivnost.

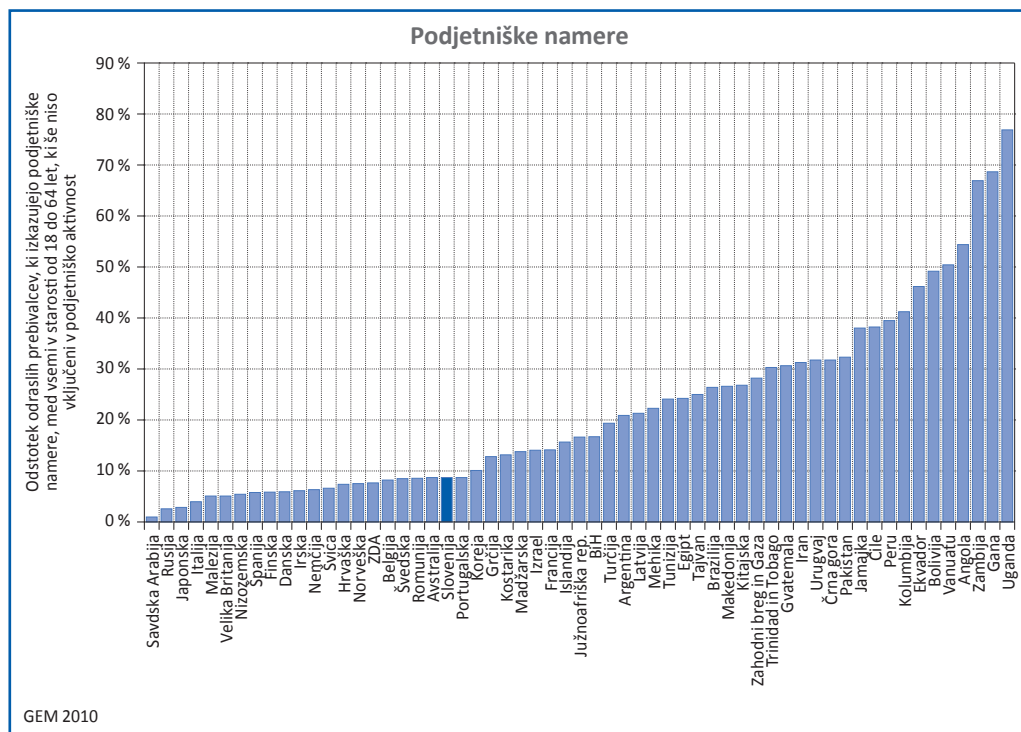
4.4. PODJETNIŠKE NAMERE

V okviru raziskave GEM proučujemo tudi podjetniške namere ljudi v prihodnjih treh letih – analiziramo delež ljudi, ki nameravajo v prihodnjih treh letih pričeti z ustanavljanjem lastnega podjetja oziroma podjetja, med vsemi delovno aktivnimi prebivalci, ki še niso vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost.

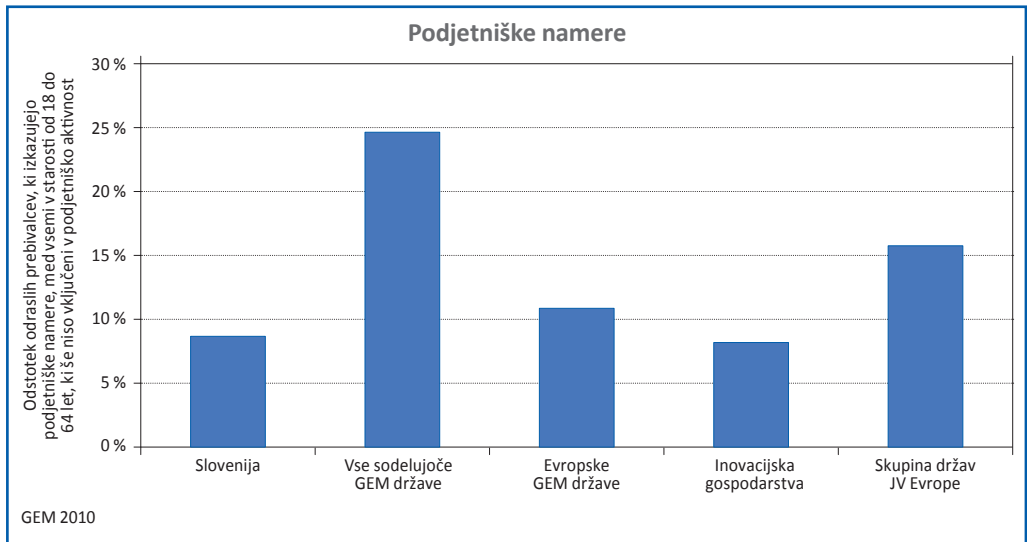
Podjetniške namere izrazito upadajo z naraščanjem gospodarske razvitosti države, kar je razvidno tudi iz *Slike 12*. V faktorskih gospodarstvih je tako v povprečju kar 42,6 odstotkov trenutno podjetniško neaktivnih prebivalcev ztrdilo, da nameravajo v prihodnjih treh letih pričeti s podjetniško aktivnostjo. V učinkovitostnih gospodarstvih je takšnih v povprečju 23,2 odstotka, v skupini inovacijskih gospodarstev, kamor sodi tudi Slovenija, pa v povprečju le 8,2 odstotka. Slovenija je z 8,7 odstotki tipična država te skupine. Najvišje podjetniške namere v skupini inovacijskih gospodarstev najdemo na Islandiji – 15,7 odstotkov.

Posamezniki lahko dojemajo podjetništvo zelo pozitivno in je takšen tudi odnos prevladujočih kulturnih norm v družbi (o čemer govorimo v naslednjem podpoglavju), pa so kljub temu njihove namere za vključevanje v podjetništvo v prihodnosti skromne. To je značilno za večino evropskih držav (Kelley, Bosma, Amoros, 2011).

V primerjavi z ostalimi skupinami držav, kar je prikazano na *Sliki 13*, Slovenci izkazujejo zelo skromne podjetniške namere. Kot rečeno so to tipične, povprečne podjetniške namere inovacijskega gospodarstva. V skupini držav JV Evrope so podjetniške namere nekoliko višje,



Slika 12: Podjetniške namere po skupinah držav



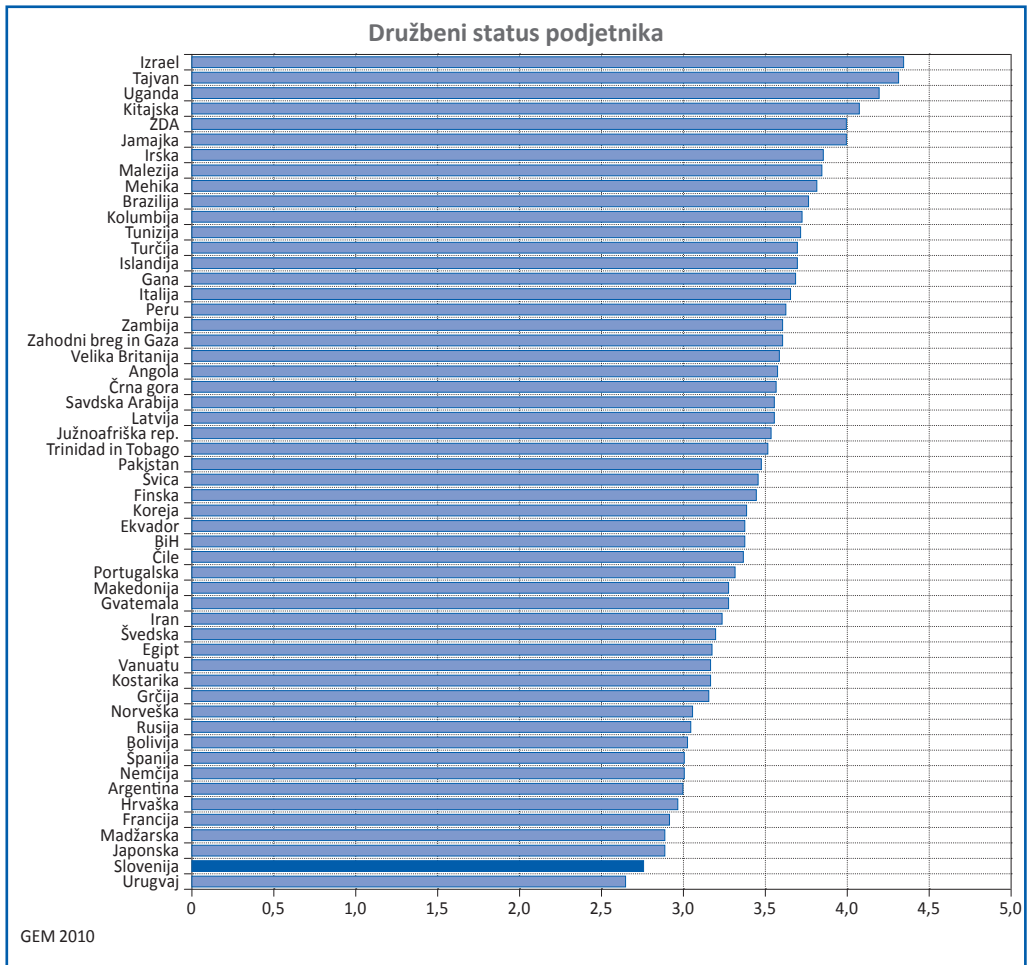
Slika 13: Podjetniške namere v GEM državah

v povprečju jih izraža nekaj več kot 15 odstotkov podjetniško neaktivnih prebivalcev – vendar pa tiste države JV Evrope, ki sodijo v skupino učinkovitostnih gospodarstev, izražajo v povprečju nižje podjetniške namere, kot to velja v povprečju za skupino učinkovitostnih gospodarstev. Visoko povprečje vseh v raziskavo GEM vključenih držav je posledica visokega deleža prebivalcev s podjetniškimi namerami v skupini učinkovitostnih, še zlasti pa factorskih gospodarstev.

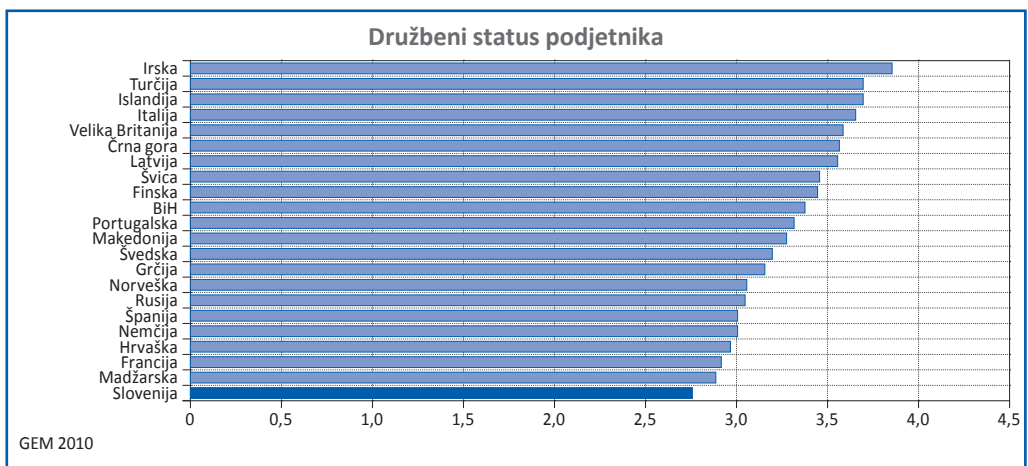
4.5. DOJEMANJE PODJETNIŠTVA

Kulturne in družbene norme v okolju lahko odločitev posameznika za podjetniško pot spodbujajo ali ga zavirajo pri njenem uresničevanju, hkrati pa so relativno stabilne in se vsebinsko le počasi spreminjajo. Podjetniško kulturo v družbi sooblikuje dojemanje spoštovanosti in zaželenosti podjetniškega poklica. Tudi mediji imajo veliko vlogo pri oblikovanju javnega mnenja o statusu podjetništva v družbi. V okviru raziskave GEM tako proučujemo tudi delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira oziroma karierna pot, delež tistih, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani ter tistih, ki menijo, da je v medijih pogostejše mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjetjih.

Kljub temu, da je večina podjetništva v factorskih gospodarstvih nastala iz nuje, je prav za factorska gospodarstva značilen v povprečju najvišji delež ljudi, ki dojemajo podjetništvo kot privlačno karierno možnost (v povprečju 75,3 %) in spoštovano aktivnost (v povprečju 80,9 %), prav tako pa tudi mediji po mnenju večine ljudi izražajo oziroma oblikujejo pozitivno podobo podjetništva v družbi (65,3 %). Ti deleži so v učinkovitostnih in še zlasti v inovacijskih gospodarstvih v povprečju nižji. Tako v skupini inovacijskih gospodarstev v povprečju 59,2 odstotkov ljudi meni, da je podjetništvo zaželena karierna izbira, 70,3 odstotkov jih meni, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani, 55,3 odstotkov pa vlogo medijev dojema kot pozitivno. Slovenija je v tem pogledu dokaj povprečna država inovacijskega gospodarstva, kar lahko razberemo iz



Slika 14: Družbeni status podjetnika



Slika 15: Družbeni status podjetnika, evropske GEM države

Tabela 7. Za razvitejše države z višjim DBP na prebivalca, kjer je motiv za vključitev v podjetniško aktivnost lastna izbira in izkoriščanje poslovne priložnosti (in ne nuja), je v povprečju značilno manjše odobravanje podjetništva kot karijerne izbire, v primerjavi z dojemanjem položaja podjetnika kot uglednega in spoštovanega. Kaže, da v teh družbah ljudje v povprečju uspešne podjetnike občudujejo bolj, kot pa si takšni želijo postati tudi sami.

Gibanje vseh treh komponent v zadnjih petih letih je v Sloveniji dokaj stabilno, kljub temu pa v letu 2010 pri vseh treh beležimo rahel upad glede na leto poprej, kot je razvidno iz *Tabele 9*.

Tudi nacionalni izvedenci so ocenjevali različne vidike statusa podjetnika v družbi – to področje so izvedenci v Sloveniji ocenili v povprečju z oceno 2,76, kar Slovenijo uvršča na sam rep na lestvici vseh sodelujočih držav (*Slika 14*), saj se za Slovenijo uvršča le še Urugvaj, v evropskem merilu pa je Slovenija na zadnjem mestu (*Slika 15*). Izvedenci so to področje ocenjevali s petimi komponentami, med katerimi je z najnižjo oceno ocenjeno dojemanje podjetništva kot zaželene karijerne izbire (v povprečju so to področje slovenski nacionalni izvedenci ocenili z oceno 2,40).

Tabela 9: Dojemanje podjetništva

Leto	Odstotek prebivalstva v starosti od 18 do 64 let				
	2006	2007	2008	2009	2010
<i>Podjetniška zmogljivost – dojemanje kulturne podpore:</i>					
- karierna izbira	56,68	57,73	57,60	55,6	53,18
- spoštovanje podjetniškega poklica	76,19	75,96	77,80	77,6	73,70
- odnos medijev	57,93	68,18	60,10	57,2	56,17

4.6. ZAUPANJE V NOVOSTI

V raziskavi GEM analiziramo tudi nagnjenost prebivalstva (kupcev izdelkov in storitev) k sprejemanju novosti. Ta dimenzija raziskovanja temelji na ugotovitvi, (Bhide, 2008), da tudi inovativni podjemi ne bodo uspeli, če ne obstajajo kupci, ki sprejemajo (in kupijo) nove in inovativne izdelke in storitve (inovativnost podjetij oziroma podjetij v zgodnji podjetniški aktivnosti obravnavamo v šestem poglavju). Hkrati smo v preteklih dveh letih proučevanje razširili tudi na podjetja ter vse zaposlene vprašali tudi o tem, kakšen je odnos njihovega podjetja do sprejemanja novosti.

Tako smo v raziskavi GEM vse prebivalce, ki so odgovarjali na anketni vprašalnik, povprašali o treh dimenzijah njihove nagnjenosti k sprejemanju novosti in sicer, ali se strinjajo s trditvami (na 5 stopenjski lestvici od 1 – močno se strinjam, 2 – se strinjam, do 5 – močno se ne strinjam; pri izračunu deleža tistih, ki se strinjajo s trditvijo, smo upoštevali tiste, ki so odgovorili z 1 ali 2, kar podajamo v *Tabeli 10*):

- T1: V prihodnjih šestih mesecih boste verjetno kupili izdelke ali storitve, ki so novi na tržišču.
- T2: V prihodnjih šestih mesecih boste verjetno prvič preizkusili izdelke ali storitve, kjer so uporabljene najnovejše tehnologije.
- T3: V prihodnjih šestih mesecih bodo novi izdelki ali storitve izboljšali vaše življenje.

Za skupno mero nagnjenosti k sprejemanju novosti smo opredelili povprečen odstotek tistih, ki so se strinjali s posameznimi trditvami in ga imenovali »*Indeks zaupanja v novosti – prebivalci*«.

Kot opredeljuje Levie (2010), je ta indeks zaupanja v novosti a) mera povpraševanja potrošnikov po inovacijah, b) označuje stopnjo, do katere so potrošniki pripravljene preizkušati novosti ter c) stopnjo njihovega zaupanja v koristnost izdelkov in storitev, ki temeljijo na inovacijah. V citiranem delu najdemo tudi podrobno metodologijo celotne raziskave.

Tabela 10: Zaupanje v novosti med odraslim prebivalstvom Slovenije

% prebivalcev, ki se strinjajo s trditvijo	2007	2008	2009	2010
T1	52,5	53,2	41,9	44,98
T2	49,3	48,4	38,5	45,16
T3	43,0	39,3	34,5	36,75
<i>Indeks zaupanja v novosti – prebivalci</i>	<i>48,3</i>	<i>46,9</i>	<i>38,5</i>	<i>42,3</i>

V Sloveniji lahko za pretekla leta ugotovimo, da se je vrednost indeksa po tem, ko je leta 2009 nekoliko upadla, leta 2010 nato ponovno nekoliko dvignila. V povprečju v vseh sodelujočih državah indeks odraža relativno veliko mero stabilnosti zaupanja v inovacije, kljub padcu splošnega zaupanja potrošnikov kot posledice krize, kar ugotavljajo nekatere raziskave (Levie, 2010).

Povprašali smo tudi zaposlene za polni ali skrajšani delovni čas in sicer, kako se strinjajo s trditvami, ki opisujejo odnos njihovega podjetja oziroma organizacije, kjer so zaposleni, do sprejemanja novosti (na 5 stopenjski lestvici od 1 – močno se strinjam, 2 – se strinjam, do 5 – močno se ne strinjam; pri izračunu deleža tistih, ki se strinjajo s trditvijo, smo upoštevali tiste, ki so odgovorili z 1 ali 2, kar podajamo v *Tabeli 11*):

- T11: V prihodnjih šestih mesecih bo organizacija, za katero delate, verjetno kupila izdelke ali storitve, ki so za organizacijo novi.
- T22: V prihodnjih šestih mesecih boste verjetno pri vašem vsakodnevem službenem delu prvič preizkusili izdelke ali storitve, kjer je uporabljena najnovejša tehnologija.
- T33: V prihodnjih šestih mesecih bodo novi izdelki ali storitve izboljšali vaše življenje na delovnem mestu.

Tudi tukaj smo za skupno mero nagnjenosti k sprejemanju novosti opredelili povprečen odstotek tistih, ki so se strinjali s posameznimi trditvami in ga imenovali »Indeks zaupanja v novosti – organizacije«.

Tabela 11: Zaupanje v novosti - organizacije, Slovenija 2010

% vprašanih, ki se strinja s trditvijo	2010
T11	52,4
T22	46,2
T33	37,1
<i>Indeks zaupanja v novosti - organizacije</i>	<i>45,2</i>

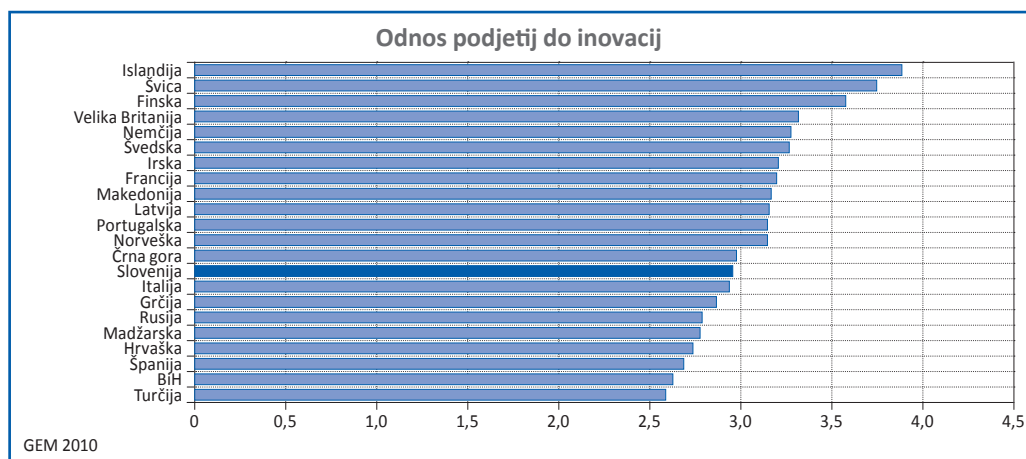
Medtem ko je bil v Sloveniji indeks zaupanja v novosti – organizacije leta 2009 enak 42 %, se je, podobno kot indeks za prebivalstvo, leta 2010 nekoliko zvišal.

Ugotovitve avtorja opisanih indeksov (Levie, 2010) pa vodijo do nekaterih zanimivih zaključkov glede vpliva kulturnega okolja družbe na odnos potrošnikov (tako posameznikov kot organizacij, podjetij) do inovacij in novih izdelkov in storitev. Raziskave kažejo, da je zlasti indeks zaupanja v novosti – prebivalci, močno negativno povezan z obliko vira oblasti v družbi – z družbenimi vrednotami.

Raziskava World Values Survey (<http://www.worldvaluessurvey.org>) je namreč pripeljala do oblikovanja kazalca družbenih vrednot, ki pokriva pet različnih, a med seboj visoko koreliranih dimenzij družbenih vrednot – komponento religije, patriotizma, potrebe po spoštovanju oblasti, način učenja (poslušnost nasproti neodvisnosti) ter družinske vrednote. Kazalec družbenih vrednot zavzema negativne vrednosti pri tradicionalnih družbah, pri sekularnih, bolj razumskih (modernih) družbah pa je vrednost kazalca pozitivna. Višja kot je stopnja »tradicionalnosti«² družbe, višja je v povprečju tudi vrednost indeksa zaupanja v novosti med prebivalstvom. Poleg tega ima v družbah, ki jih lahko uvrščamo med tradicionalne (Iran, Kitajska, Združeni Arabski Emirati...) indeks zaupanja v novosti za organizacije v povprečju nižjo vrednost kot pa indeks zaupanja v novosti prebivalstva. V državah, ki jih lahko štejemo med tiste, kjer je človek postavljen v ospredje, je ravno obratno.

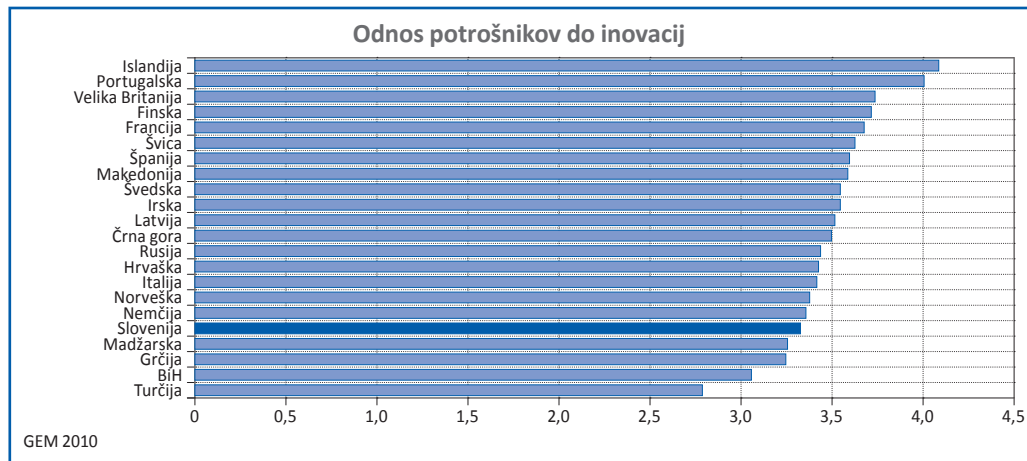
Ena izmed možnih razlag za tovrstno povezavo je, da posamezniki, ki jih omejuje družbeni pritisk, s katerim se srečujejo v tradicionalni družbi, novosti izdelkov in storitev sprejemajo kot enega redkih virov novosti in svobodne izbire. V sekularno razumskih družbah so posamezniki svobodnejši pri svojih vsakodnevnih življenjskih izbirah in novosti izdelkov ter storitev za njih ne predstavljajo posebnega, morda celo simbolnega pomena. To seveda ni zavračanje novosti, ampak bolj kritičen, manj naiven pristop relativno varnega posameznika (Levie, 2010).

Tudi nacionalni izvedenci so ocenjevali tako naklonjenost odraslih prebivalcev kot organizacij oziroma podjetij do inovacij, do preizkušanja novih izdelkov in storitev ter še glede nekaterih drugih komponent sprejemanja novosti. Odnos podjetij do inovacij so nacionalni izvedenci v Sloveniji ocenili s povprečno oceno 2,96, kar Slovenijo uvršča v spodnjo polovico sodelujočih držav, v evropski primerjavi z 22 državami pa na 14. mesto (Slika 16). Čeprav so odnos posameznikov – potrošnikov do inovacij ocenili slovenski izvedenci z višjo povprečno oceno



Slika 16: Odnos podjetij do inovacij, evropske GEM države

(3,33), pa se je Slovenija primerjalno s povprečnimi ocenami drugih sodelujočih držav uvrstila precej na rep lestvice, v evropskem merilu na 18. mesto (Slika 17).

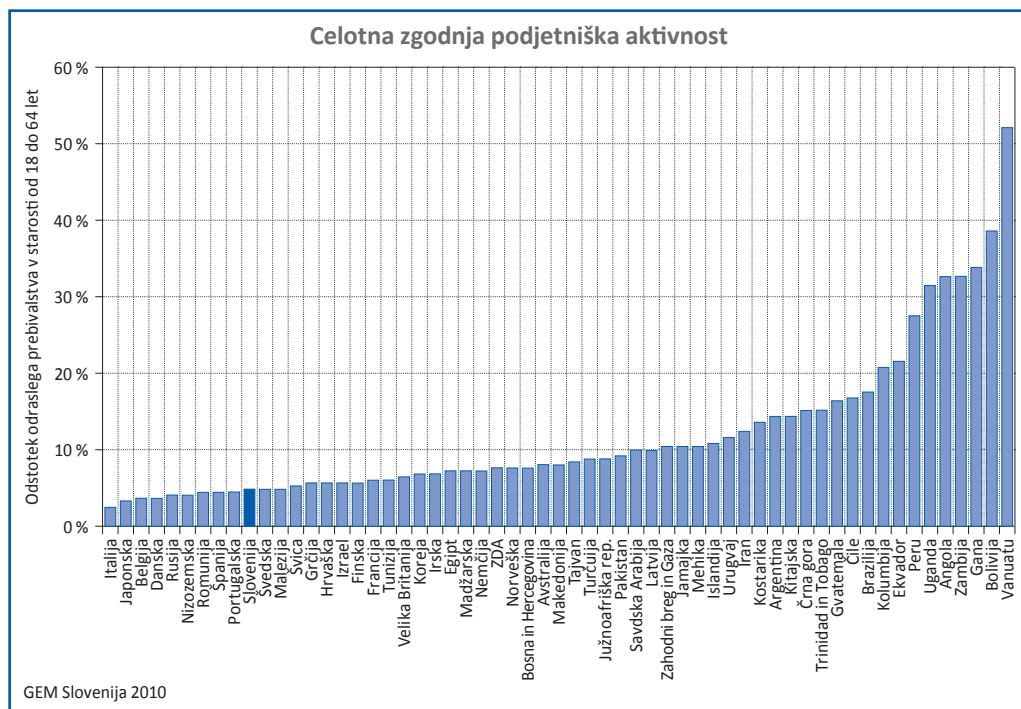


Slika 17: Odnos potrošnikov do inovacij, evropske GEM države

Podjetniška aktivnost

5.1. VKLJUČENOST ODRASLEGA PREBIVALSTVA V PODJETNIŠTVO

V GEM spremljamo tri skupine podjetnikov. Nastajajoči podjetniki so tisti, ki so storili prve korake na svoji podjetniški poti. Nekateri so že ustanovili podjetja in izplačujejo plače, a ne dlje kot tri mesece, drugi so šele pričeli z aktivnostmi za podjetniško kariero. Novi podjetniki že poslujejo več kot tri mesece, a ne več kot tri leta in pol, ustaljeni podjetniki pa so na trgu že več kot tri leta in pol. Tako zajamemo celoten spekter posameznikov, tudi tiste, ki še nimajo



Slika 18: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost

formalno registrirane dejavnosti. Zanima nas namreč podjetniška aktivnost posameznikov kot taka in ne statistična populacija registriranih podjetij. Celotna zgodnja podjetniška aktivnost prikazuje delež odraslega prebivalstva, ki vključuje nastajajoče in nove podjetnike in jo izrazimo s TEA indeksom.

Leta 2010 je za Slovenijo ta znašal 4,56, kar nas je uvrstilo v spodnjo petino med 59 GEM državami (Slika 18). V dveh letih je zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji tako upadla že za četrtno. Od doslej najvišjih 6,4 odstotka odraslih prebivalcev, ki so se leta 2008 odločili za podjetniško pot, je leta 2009 ta upadel na 5,35 odstotka in lani znova. Glede na število delovno aktivnih ljudi v Sloveniji ocenjujemo, da je bilo v Sloveniji lani okrog 130 tisoč podjetnikov, med katerimi je bilo okrog 30 tisoč nastajajočih podjetnikov, med temi pa nekateri nikoli ne bodo imeli aktivnega podjetja ali prodali enega samega izdelka ali storitve. Glede na dosedanje povprečne stopnje smrtnosti nastajajočih podjetniških pobud v Sloveniji in gospodarske razmere ocenjujemo, da je takšnih vsaj polovica.

Iz GEM preglednice značilnosti podjetništva v Tabeli 5 na strani 39 in iz Tabele 12 vidimo, da gre močan padec deleža prebivalstva, ki vstopa v podjetništvo ali ima podjetje več kot tri mesece in manj kot tri leta in pol (TEA indeks), pripisati predvsem nastajajočim podjetnikom, to je tistemu delu prebivalstva, ki se šele odloča za podjetništvo ali pa ima podjetje manj kot tri mesece. Njihov delež je v Sloveniji upadel s 3,15 odstotka leta 2009 na samo 2,21 odstotka leta 2010.

Upadlo pa je tudi število ustaljenih podjetnikov, ki so v poslu več kot tri leta in pol, njihov delež v odraslem prebivalstvu se je s 5,40 odstotka znižal na 5,02 odstotka. Delež novih podjetnikov (tistih, ki imajo podjetje več kot tri mesece in manj kot tri leta in pol) pa je rahlo narasel in sicer z 2,2 odstotka na 2,44 odstotka delovno aktivnega prebivalstva.

Tabela 12: Vključenost prebivalstva v podjetništvo v GEM državah 2010

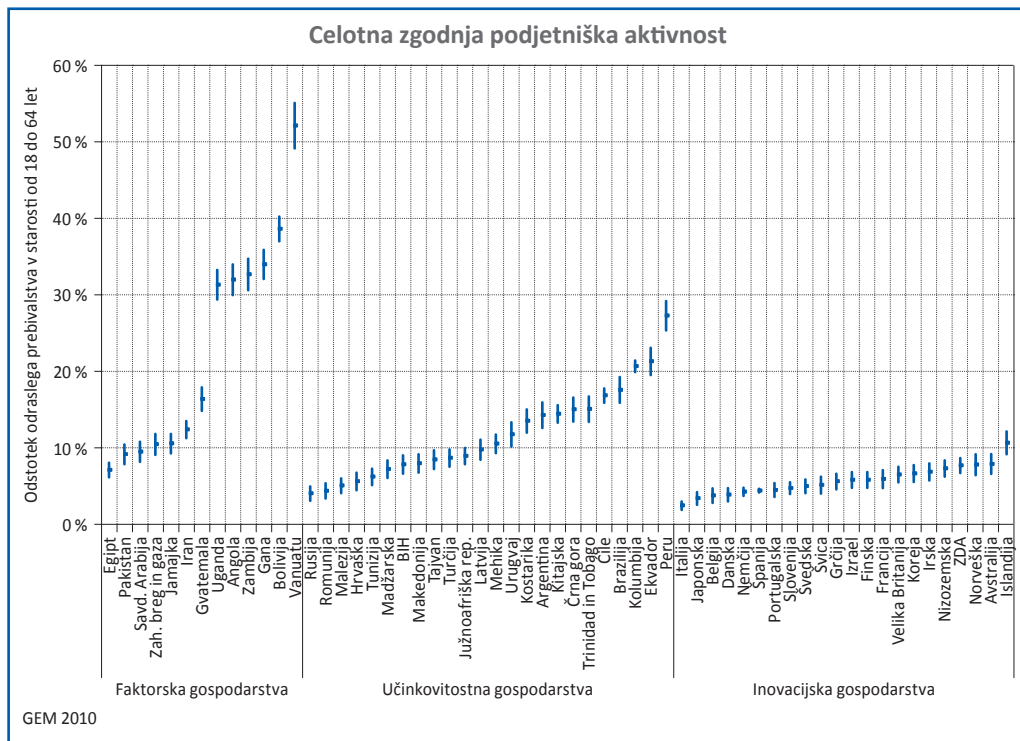
	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje s poslom	Delež podjetništva iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Podjetništvo zaradi izboljšanja položaja, v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti*
Faktorska gospodarstva							
Angola	13,55	19,08	32,43	8,65	19,71	35,82	30,39
Bolivija	28,8	13,98	38,6	18,23	8,96	16,83	57,25
Egipt	2,08	4,94	7,02	4,52	3,81	52,98	26,02
Gana	10,73	24,6	33,95	35,51	25,63	36,86	35,15
Gvatemala	8,31	8,39	16,3	6,65	3,93	15,01	46,18
Iran	4,8	7,78	12,38	12,16	6,38	37,73	41,2
Jamajka	5,51	5,12	10,48	6,9	8,09	42,2	41,03
Pakistan	6,64	2,7	9,08	4,72	2,54	40,64	40,4
Savdska Arabija	5,91	3,54	9,4	3,86	3,85	9,58	75,66

	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustajjeni podjetniki	Prenehanje s poslom	Delež podjetništva iz muje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Podjetništvo zaradi izboljšanja položaja, v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti*
Uganda	10,62	22	31,29	27,68	27,38	49,81	33,49
Vanuatu	31,24	28,17	52,23	23,18	21,96	37,79	24,18
Zahodni breg in Gaza	7,93	2,57	10,41	2,04	5,7	32,03	33,01
Zambija	17,27	17,08	32,63	9,56	23,43	32,15	41,74
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>11,80</i>	<i>12,30</i>	<i>22,78</i>	<i>12,59</i>	<i>12,41</i>	<i>33,80</i>	<i>40,44</i>
Učinkovitostna gospodarstva							
Argentina	7,04	7,41	14,2	12,41	3,84	36,25	43,45
Bosna in Hercegovina	4,05	4,05	7,74	6,64	4,73	46,48	30,21
Braziliya	5,79	11,83	17,5	15,26	5,29	31,06	46,47
Čile	11,06	6,14	16,83	5,99	5,58	29,32	52,88
Črna gora	11,96	3,14	14,94	7,81	7,25	37,13	38,6
Ekvador	10,42	11,49	21,3	14,68	7,2	27,63	44,72
Hrvaška	3,79	1,91	5,52	2,9	2,05	32,3	50,76
Južnoafr.rep.	5,1	3,87	8,86	2,05	4,79	35,96	32,19
Kitajska	4,6	10,01	14,4	13,77	5,61	41,75	34,89
Kolumbija	8,62	12,66	20,62	12,22	5,13	39,58	41,47
Kostarika	10,37	3,58	13,49	4,83	2,01	31,74	41,42
Latvija	5,59	4,24	9,68	7,64	4,2	26,82	52,52
Madžarska	4,64	2,56	7,13	5,42	2,91	19,64	43,07
Makedonija	4,36	3,6	7,96	7,58	3,72	58,66	23,8
Malezija	1,42	3,59	4,96	7,86	1,86	12,37	41,53
Mehika	8,62	2,02	10,48	0,42	5,81	18,99	42,35
Peru	22,13	6,03	27,24	7,21	9,13	21,26	48,1
Romunija	3,25	1,09	4,29	2,08	2,47	31,1	47,94
Rusija	2,07	1,87	3,94	2,79	0,79	32,02	31,54
Tajvan	4,68	3,76	8,37	7,23	3,7	30,39	53,56
Trinidad in Tobago	8,87	6,43	15,06	8,54	2,92	14,28	48,51
Tunizija	1,73	4,44	6,12	9,01	4,05	23,73	50,52
Turčija	3,7	5,1	8,6	10,7	4,6	37,1	47,1
Urugvaj	7,79	4,08	11,68	7,24	3,53	26,01	55,79
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>6,74</i>	<i>5,20</i>	<i>11,70</i>	<i>7,60</i>	<i>4,40</i>	<i>30,90</i>	<i>42,00</i>

	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustajeni podjetniki	Prenehanje s poslom	Delež podjetništva iz nje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Podjetništvo zaradi izboljšanja položaja, v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti*
Inovacijska gospodarstva							
Avstralija	3,87	4,03	7,8	8,47	2,66	18,54	60,97
Belgija	2,3	1,44	3,67	2,69	1,97	9,9	62,69
Danska	1,83	2,18	3,77	5,56	1,71	8	66,32
Finska	2,39	3,37	5,72	9,44	1,79	18,07	57,81
Francija	3,67	2,26	5,83	2,44	2,46	25,23	57,96
Grčija	1,98	3,53	5,51	14,84	3,43	27,76	38,74
Irska	4,35	2,57	6,76	8,55	2,26	30,83	34,21
Islandija	7,38	3,31	10,62	7,42	3,45	6,83	71,07
Italija	1,3	1,05	2,35	3,7	1,56	13,38	54,58
Izrael	3,25	2,59	5,71	3,12	3,77	28,83	58,01
Japonska	1,51	1,84	3,3	7,36	1,48	36,4	46,87
Koreja	1,82	4,78	6,61	11,18	1,61	38,89	49,91
Nemčija	2,48	1,75	4,17	5,69	1,53	25,66	51,79
Nizozemska	3,97	3,35	7,22	9,03	1,41	8,41	68,51
Norveška	4,43	3,39	7,72	6,71	2,6	15,41	75,01
Portugalska	1,83	2,77	4,53	5,44	2,56	21,83	56,17
Slovenija	2,21	2,44	4,65	4,94	1,6	16,24	56,55
Španija	2,2	2,14	4,31	7,72	1,85	25,38	42,8
Švedska	2,27	2,62	4,88	6,4	2,92	13,36	74,1
Švica	1,99	3,05	5,04	8,68	2,39	14,09	63,07
Velika Britanija	3,23	3,28	6,42	6,37	1,81	10,6	47,09
ZDA	4,79	2,83	7,59	7,68	3,83	28,5	53,13
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>2,96</i>	<i>2,75</i>	<i>5,64</i>	<i>6,97</i>	<i>2,30</i>	<i>20,10</i>	<i>56,70</i>

Kot kaže *Tabela 12* in *Slika 19*, obstajajo med posameznimi državami velike razlike v podjetniški aktivnosti – tako v nastajanju podjetij kot tudi v njihovem opuščanju in motivih, zakaj se lotevajo podjetništva.

V *Tabeli 13* zato zbirno prikazujemo podjetniško aktivnost v različnih skupinah držav, da bi pokazali, da obstajajo razlike v podjetniški aktivnosti prebivalstva glede na razvojno stopnjo države in glede na regionalno razmestitev. Iz pregleda je jasno razvidno, da je v manj razvitih državah znatno več podjetniške aktivnosti, sorazmerno z njo pa tudi več opustitev poslovanja.



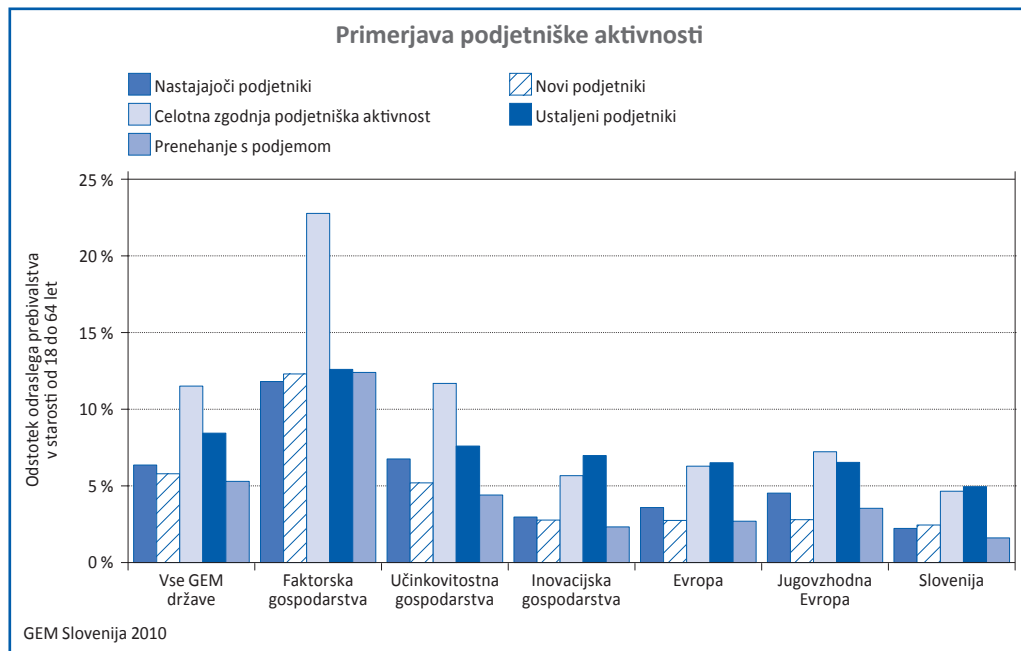
Slika 19: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost po tipih gospodarstev, GEM 2010

Vidimo, da gre največji delež podjetniške aktivnosti v faktorskih gospodarstvih pripisati podjetništvu zaradi nujnosti. V državah, ki spadajo v to skupino, je samostojno ukvarjanje s podjetniško aktivnostjo, ki je praviloma enostavna in temelji na ročnem delu in izkoriščanju naravnih virov, edini način za preživetje, saj ni prostih delovnih mest. Število posameznikov, ki so vključeni v podjetništvo, samo po sebi torej še zdaleč ne pomeni tudi večje razvitosti, ampak ravno nasprotno, saj ga je največ v nerazvitih faktorskih gospodarstvih (Bolivija 38,6 odstotka, Gana 33,9 odstotka, eksotični tihomorski Vanuatu celo prek 50 odstotkov), kot je to prikazano na Sliki 23 na strani 73.

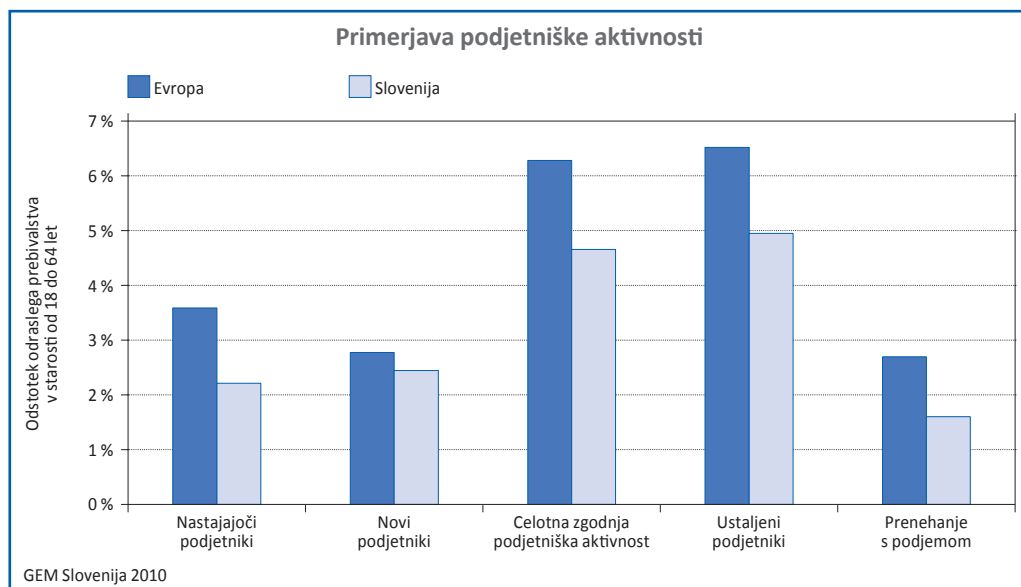
Tabela 13: Primerjava podjetniške aktivnosti po skupinah držav

	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje s poslom
Vse GEM države	6,36	5,79	11,50	8,43	5,28
Faktorska gospodarstva	11,80	12,30	22,78	12,59	12,41
Učinkovitostna gospodarstva	6,74	5,20	11,70	7,60	4,40
Inovacijska gospodarstva	2,89	2,73	5,55	6,94	2,28
Evropa	3,58	2,77	6,27	6,51	2,69
JV Evropa	4,53	2,79	7,22	6,53	3,52
Slovenija	2,21	2,44	4,65	4,94	1,60

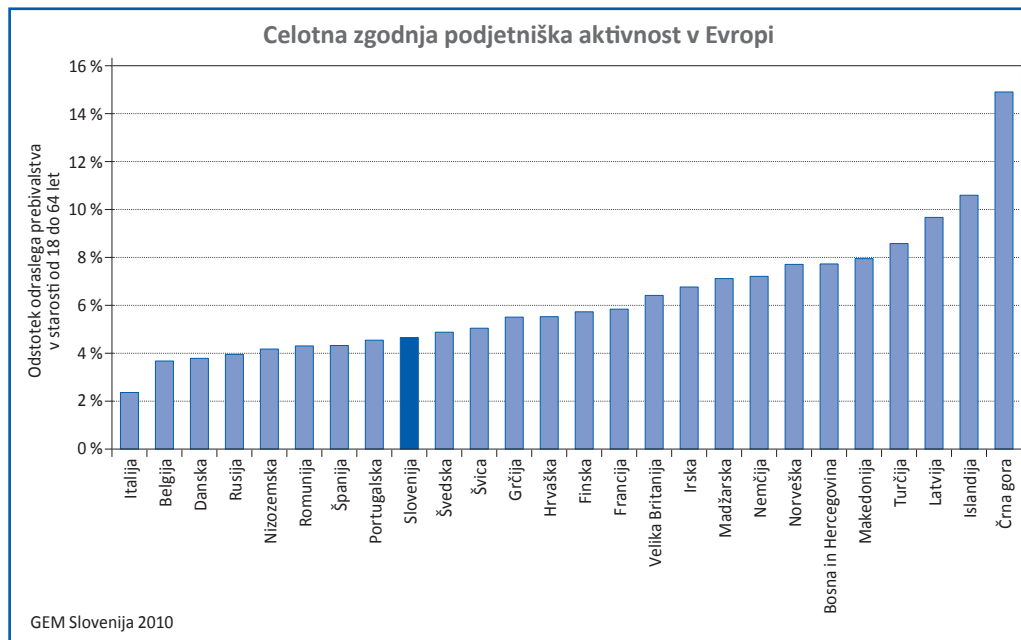
Iz primerjav na *Sliki 20* jasno vidimo, da je podjetniška aktivnost v Sloveniji v primerjavi s katerokoli skupino držav najnižja, in sicer v vseh treh kategorijah podjetnikov. Opazimo, da se rojeva manj podjetij, imamo manj delujočih podjetij, prav tako pa se tudi najmanj podjetnikov odloči, da bi opustili podjetniško aktivnost. V Evropi, kjer med GEM državami ne najdemo



Slika 20: Primerjava podjetniške aktivnosti po skupinah držav



Slika 21: Primerjava podjetniške aktivnosti med Slovenijo in Evropo



Slika 22: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi

gospodarstev faktorskega tipa, je celokupna podjetniška aktivnost zato sorazmerno nižja. V zgodnje podjetniške aktivnosti je vključenih 6,3 odstotka odraslih prebivalcev, 6,5 odstotka pa jih najdemo med ustaljenimi podjetniki. V Jugovzhodni Evropi sta ta dva deleža za spoznanje višja – 7,2 in 6,5 odstotka, v Sloveniji precej nižja – 4,65 in 4,94 odstotka.

Podjetniška zaspanost prebivalstva v Sloveniji je še boljje razvidna, kadar se primerjamo z vsemi ostalimi evropskimi državami, vključenimi v GEM (Slika 21). Medtem ko se je v povprečju v Evropi 3,58 odstotka delovno aktivnega prebivalstva nahaja v najzgodnejši fazi podjetništva, je bilo v Sloveniji le-teh samo 2,21 odstotka. Le pri novih podjetnikih smo si precej blizu (2,77 ter 2,44). V Evropi je leta 2010 tudi bistveno več podjetnikov prenehalo s poslovanjem (2,69 odstotka) kot v Sloveniji (1,60 odstotka).

Sicer pa med 26 evropskimi državami, ki jih analizira GEM, zaseda Slovenija po zgodnji podjetniški aktivnosti 18. mesto (Slika 22). V Evropi je bilo leta 2010 sicer največ zgodnje podjetniške aktivnosti v Črni gori (14,94 odstotka), na Islandiji (10,62 odstotka) in Latviji (9,68 odstotka), najmanj pa v Italiji (2,35 odstotka), Belgiji (3,67 odstotka) in na Danskem (3,77 odstotka). Gre seveda za posameznike in ne za registrirana podjetja, saj ima lahko posamezno podjetje več ustanoviteljev oziroma lastnikov ali pa ima lahko posameznik v lasti več podjetij.

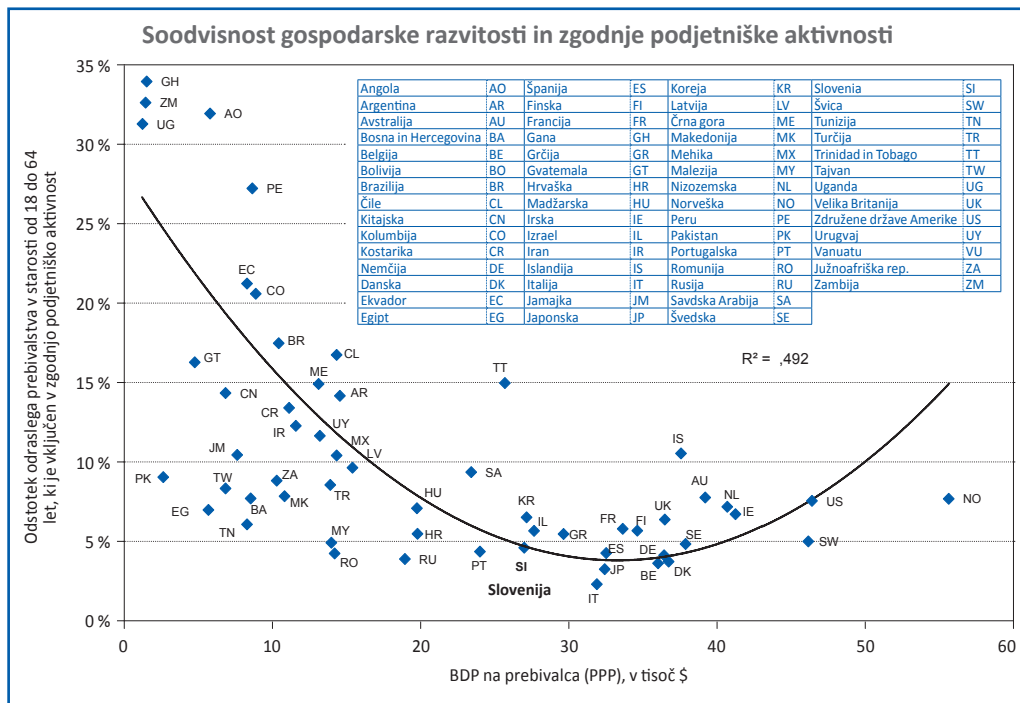
Leta 2010 je v številnih evropskih državah upadla podjetniška aktivnost. Najmočneje v Grčiji (z 8,79 odstotka na 5,51 odstotka), na Nizozemskem (s 7,19 odstotka na 4,17 odstotka) in v Švici (s 7,72 odstotka na 5,04 odstotka). V tretjini evropskih držav pa zgodnja podjetniška aktivnost raste. Med prvimi so Bosna in Hercegovina, kjer je narastla s 4,43 odstotka na 7,74 odstotka, Nemčija z rastjo s 4,1 odstotka na 7,22 odstotka in Francija s 4,35 odstotka na 5,83 odstotka.

Tabela 14: Primerjava zgodnje podjetniške aktivnosti v Evropi med letoma 2009 in 2010

	Primerjava TEA 2009-2010		
	2009	2010	
Belgija	3,51	3,67	0,16
BiH	4,43	7,74	3,31
Danska	3,64	3,77	0,13
Finska	5,17	5,72	0,55
Francija	4,35	5,83	1,48
Grčija	8,79	5,51	-3,28
Hrvaška	5,58	5,52	-0,06
Islandija	11,45	10,62	-0,83
Italija	3,72	2,35	-1,37
Latvija	10,51	9,68	-0,83
Madžarska	9,13	7,13	-2
Nemčija	4,1	7,22	3,12
Nizozemska	7,19	4,17	-3,02
Norveška	8,53	7,72	-0,81
Romunija	5,02	4,29	-0,73
Slovenija	5,36	4,65	-0,71
Španija	5,1	4,31	-0,79
Švica	7,72	5,04	-2,68
Vel. Britanija	5,74	6,42	0,68

Kot kaže *Slika 23*, ki prikazuje značilno povezanost med deležem zgodnje podjetniške aktivnosti in stopnjo razvitosti države, merjeno z bruto družbenim proizvodom na prebivalca, se povprečna raven podjetništva spreminja glede na razvitost držav. V državah, ki so manj razvite, je več podjetništva. V dosedanjih raziskavah se je tudi jasno pokazalo, da temeljni razlog za več podjetništva v teh državah ni v bolj podjetnih ljudeh, ampak v tem, da zaradi manj razvitih industrijskih in storitvenih panog nimajo druge možnosti za preživetje, kot da se samozaposlijo.

V nizko razvitih državah je stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti visoka, potem pa z rastjo BDP/prebivalca upada in na določeni razvojni stopnji države prične ponovno naraščati. Ugotovitve o upadanju in naraščanju vključevanja v podjetništvo niso nove, saj nanje opozarjamo že dlje časa (Rebernik, Tominc in Pušnik, 2005). V manj razvitih državah posamezniki pogosto nimajo druge možnosti, kot da si svojo eksistenco zagotavljajo s podjetniško aktivnostjo in samozaposlitvijo. Tudi raziskava (Carree et al., 2002), ki je za 23 OECD držav na dvajsetletni seriji podatkov (obdobje 1976 – 1996) analizirala soodvisnosti med ekonomskim razvojem in lastništvom podjetij, je ugotovila, da je soodvisnost med razširjenostjo lastništva podjetij in ekonomskim razvojem, merjenim z BDP/prebivalca, prav tako v obliki U-krivulje. Število lastnikov podjetij z naraščanjem BDP/prebivalca kaže tendenco upadanja do določene stopnje, zatem pa znova narašča. Vzpostavljena je hipoteza o ravnovesni stopnji lastništva, navedeni so nekateri dokazi, da so države, ki odstopajo od ravnovesja, lahko kaznovane z nižjo ekonomsko rastjo. Države torej lahko imajo premalo ali preveč lastnikov podjetij, v obeh primerih bo to slabo učinkovalo



Slika 23: Soodvisnost gospodarske razvitosti in zgodnje podjetniške aktivnosti

na ekonomsko rast. Očitno enaka stopnja vključevanja v podjetniške aktivnosti ni primerna za vsako državo, temveč mora biti različna glede na razvojno raven posamezne države. Zato je tudi pomembno, da ločujemo države glede na njihovo doseženo stopnjo razvitosti (v našem primeru na factorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva), saj morajo biti ukrepi ekonomske politike prilagojeni konkretni razvojni stopnji.

Največji delež podjetništva v manj razvitih državah predstavlja podjetništvo iz nujnosti, največkrat samozaposlitveno. Prevladujejo kmetijski in pridelovalni sektorji in znatno večje povpraševanje po zaposlovanju, kot pa ga lahko zadovoljijo delodajalci, zato si morajo posamezniki sami ustvariti svoje lastno delovno mesto. Zelo pogosto je to neregistrirana dejavnost, ki je uradna statistika ne zazna, jo pa lahko spremljamo v GEM.

Z razvojem gospodarstva, industrializacijo in ob makroekonomski in politični stabilnosti prihaja postopoma do rasti podjetij, ki lahko vsrkajo presežno delovno silo in nudijo več ekonomske varnosti, zato prične samozaposlitveno podjetništvo upadati, izboljšanje temeljnih pogojev (zdravstvo, izobraževanje, infrastruktura) pa tudi omogoča več podjetništva zaradi priložnosti. V razvitih gospodarstvih z urejenim ekonomskim in pravnim redom imajo posamezniki dovolj možnosti, da lahko pridobijo vse potrebne vire za zagon podjetja, saj so razvita, na znanju temelječa okolja vselej polna poslovnih priložnosti. Zato prične v inovacijskih gospodarstvih podjetniška aktivnost znova naraščati, le da gre to pot za bistveno bolj kakovosten tip podjetništva, ki je sposobno razvoja in mednarodnega konkuriranja.

Ekonomska politika in politika pospeševanja podjetništva mora razumeti te razlike, saj drugače ni sposobna sprejemati ukrepov, ki bi krepili tovrstno podjetništvo. Medtem ko je lahko v posameznih državah nizka stopnja podjetništva ali padec podjetniške aktivnosti razlog za resno zaskrbljenost,

lahko v drugih to pomeni, da gre za prestrukturiranje v smer bolj obetajočih razvojnih ambicij, inoviranja in internacionalizacije poslovanja (Kelly et al., 2011). Zaskrbljenost pa je seveda še kako na mestu, kadar stopnja podjetniške aktivnosti pade, povečuje pa se število nezaposlenih, kar se je leta 2010 dogajalo v Sloveniji.

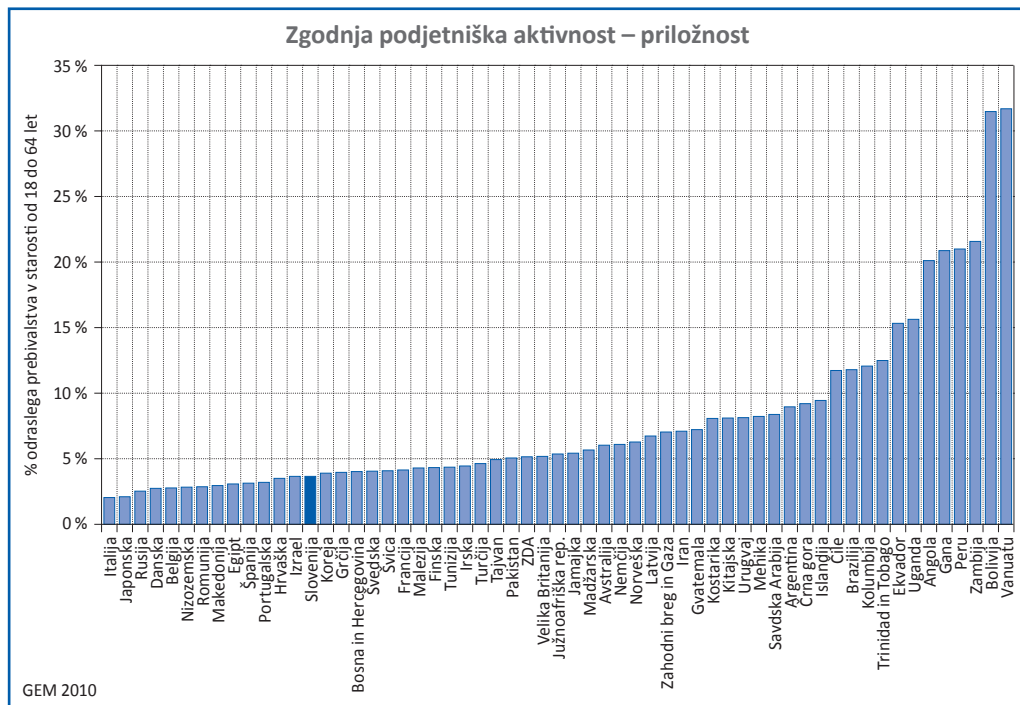
5.2. MOTIVACIJA ZA PODJETNIŠTVO

Ekonomsko uspešnost države v veliki meri ustvarjajo obstoječa, uveljavljena podjetja, še zlasti tista, ki so tehnološko napredna in s poslovanjem na mednarodnih trgih. Številne zelo revne države imajo veliko število posameznikov, ki se ukvarjajo s podjetniško aktivnostjo, vendar pa je ta aktivnost razdrobljena, samozaposlitvena, v dejavnostih, kjer je izjemno nizka dodana vrednost ter brez razvojnega potenciala. Čeravno je njihov prispevek k ekonomski rasti skromen, pa brez rojevanja novih podjetij – bodisi da gre za aktivnosti posameznikov ali za notranje podjetništvo v obstoječih podjetjih – ni možen ekonomski razvoj. Nova in rastoča podjetja prispevajo h konkurenčnosti ponudbe, vnašajo konkurenčni pritisk, zapolnjujejo vrzeli na trgu, pomlajujejo panoge, predvsem pa zagotavljajo ustrezno zaposlenost delovno aktivnega prebivalstva.

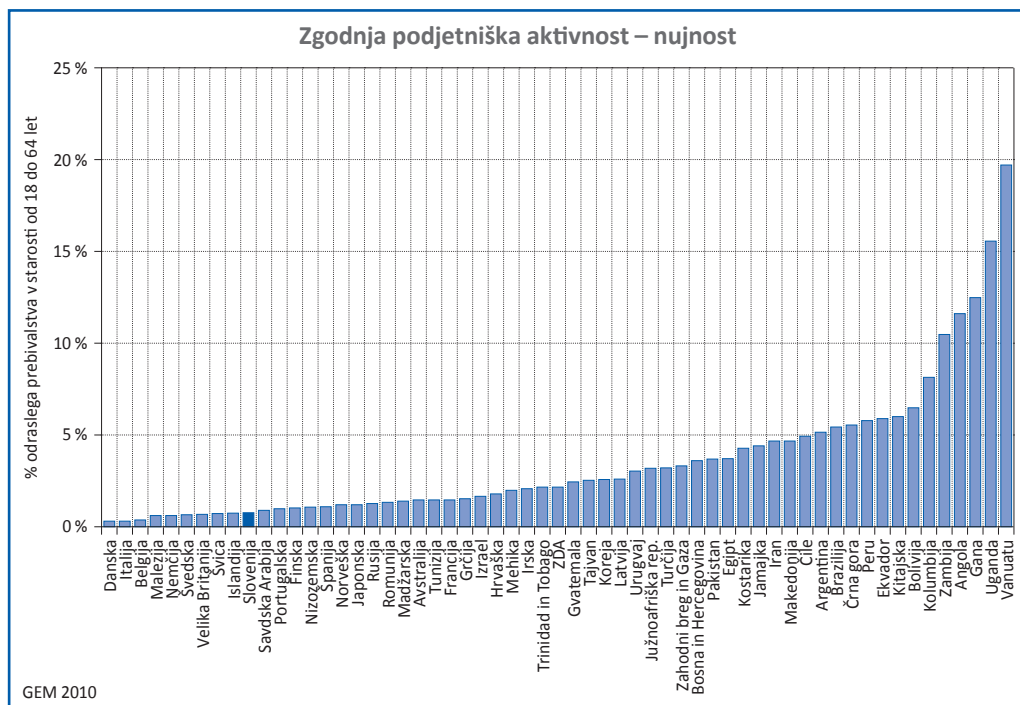
Ljudje se za podjetništvo odločajo iz različnih razlogov. Osnovno vprašanje je, če gredo v podjetništvo zato, ker niso imeli nobene druge možnosti, da bi si zagotovili prihodke, ki bi jim jamčili preživetje, ali pa to počno zato, ker so našli dobro poslovno priložnost, ki bi jo radi izkoristili. V obeh primerih je ta odločitev osebne narave, na njo pa vplivajo številni dejavniki. Kadar posamezniki nimajo nobene druge možnosti za preživetje, je vzročno posledična zveza, ki vpliva na odločitev za podjetništvo, enostavna. Do nje pride zaradi vplivov okolja, nezaposlenosti in odsotnosti primernih podjetij, kjer bi bilo možno najti zaposlitev. Gre za *podjetništvo zaradi nujnosti*, ki ga je največ v revnejših državah, zato imajo te države tudi zelo visoko stopnjo vključevanja odraslega prebivalstva v podjetništvo. Kadar pa ima posameznik tudi druge možnosti za preživetje, odločitev temelji na presoji oportunitetnih stroškov, ki so za vsakega posameznika različni. Ali se bo podjetništvo izkazalo za privlačnejšo možnost od drugih, je odvisno od okvira podjetniških pogojev v posamezni državi, od dojemanja poslovnih priložnosti v okolju, samozavedanja lastnih sposobnosti ter strahu pred neuspehom, ki je v veliki meri odvisen od prevladujoče kulture v posamezni državi. Gre za *podjetništvo zaradi priložnosti* in tudi med temi podjetniki so razlike. Eni so se tako odločili zaradi večje neodvisnosti in osebne svobode pri delu, drugi zaradi ohranitve ali povečanja svojih dohodkov. Premalo je torej vedeti, koliko se jih je odločilo za podjetništvo, razumeti moramo tudi, zakaj so se posamezniki odločili za podjetniško pot.

Deleži odraslega prebivalstva, ki se v svetovnem merilu odloča za podjetništvo iz nujnosti ali iz priložnosti, so razvidni iz *Slike 24* in *Slike 25*.

Pri obeh motivacijskih dejavnikih vodijo tiste države, ki imajo sicer visoko stopnjo podjetniške aktivnosti. Iz *Tabele 15* vidimo, da je v tihomorski državi Vanuatu TEA indeks iz nujnosti 19,74 odstotka, na Danskem pa le 0,3 odstotka. Potem, ko se je Slovenija po TEA indeksu iz nujnosti leta 2009 uvrstila povsem na rep – na 50. mesto (0,51 odstotka) med 53 državami, in po TEA indeksu iz priložnosti na 33. mesto (4,73 odstotka), si je leta 2010 poslabšala razvrstitev. S TEA indeksom iz nujnosti v višini 0,76 odstotka se je uvrstila na 50. mesto med 59 državami, s TEA indeksom 3,86 odstotka pa na 46. mesto. Vendarle pa tako v okviru vseh GEM držav kot tudi samo znotraj evropskih, še zlasti pa v primerjavi z našimi bližnjimi sosedi Jugovzhodne Evrope, ostaja v Sloveniji tudi leta 2010 podjetništvo iz priložnosti prevladujoča motivacija za vključevanje v podjetniške procese.



Slika 24: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti

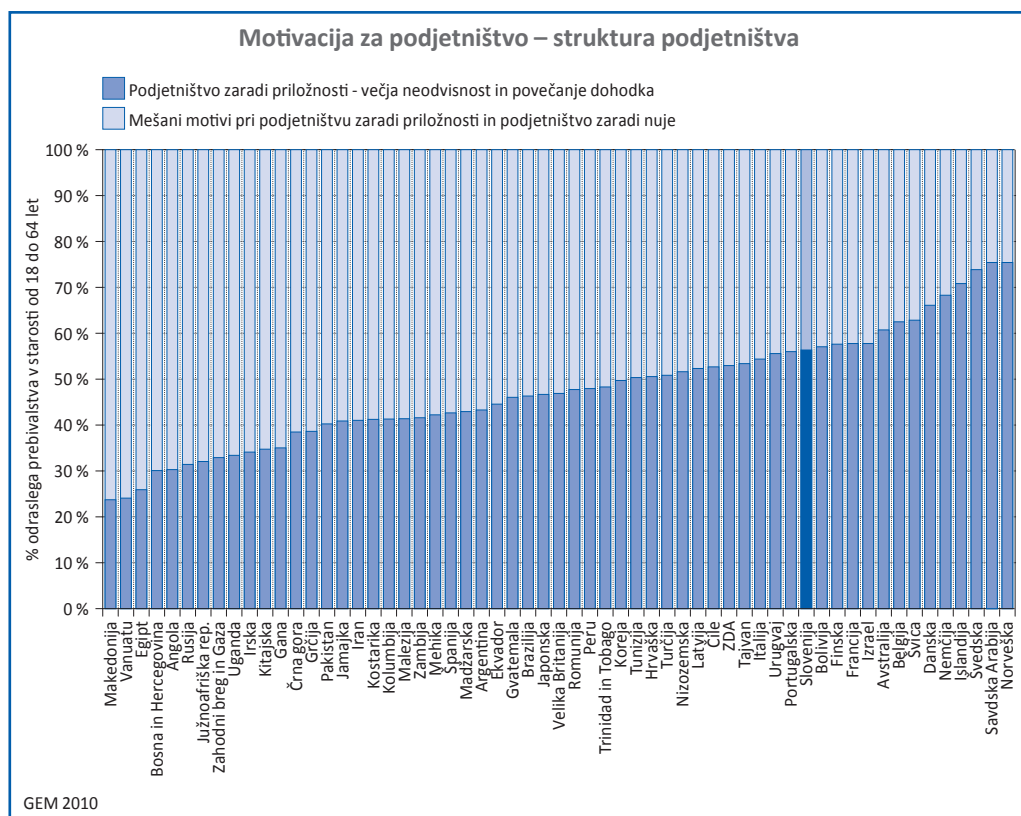


Slika 25: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti

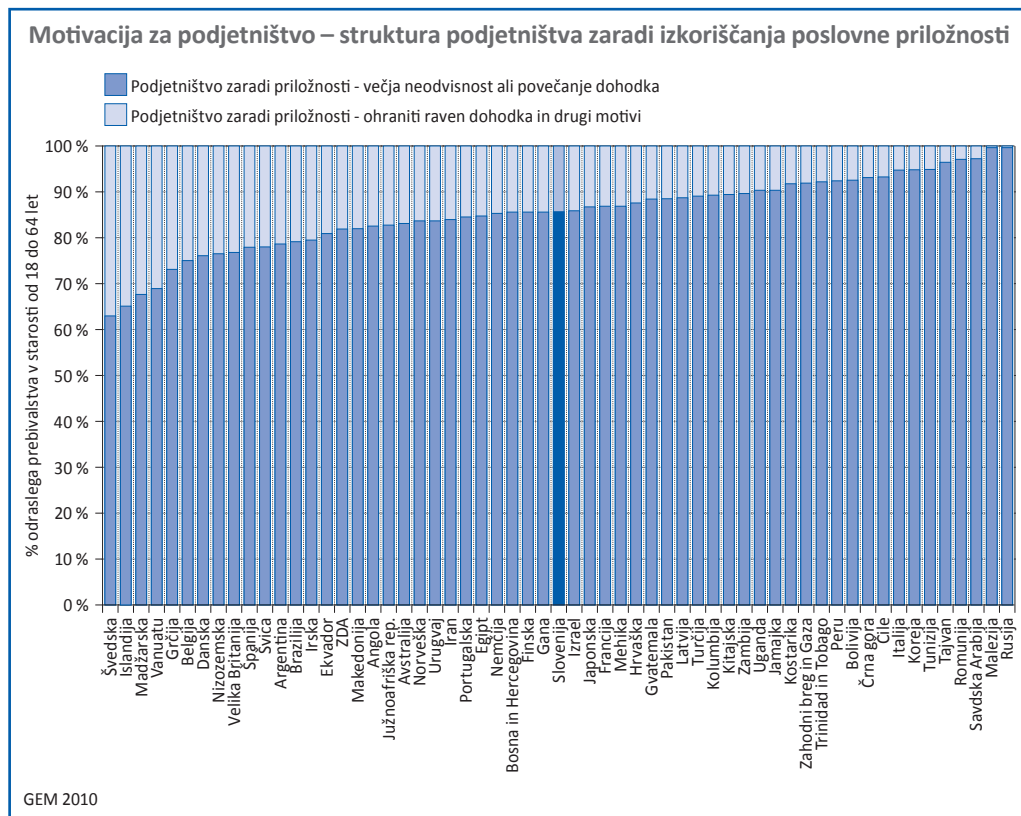
Tabela 15: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti in priložnosti

2010	Slovenija	Najvišja vrednost	Najnižja vrednost	Rang Slovenije med vsemi GEM državami	Rang Slovenije med evropskimi GEM državami	Rang Slovenije med inovacijskimi GEM državami	Rang Slovenije v skupini držav JV Evrope
TEA-Nujnost	0,76%	19,74% Vanuatu	0,3% Danska	50/59	18/26	14/22	8/8
TEA - Priložnost	3,86%	31,83% Vanuatu	2,03% Italija	46/59	16/26	14/22	5/8

V Sliki 26 primerjamo podjetništvo, ki je bilo spodbujeno z željo po večji neodvisnosti in povečanju dohodka, s podjetništvom, ki je bilo spodbujeno z nujnostjo in drugimi mešanimi motivi, kot npr. prevzemom družinskega podjetja. Tudi to razmerje se je v primerjavi z letom 2009 v Sloveniji močno poslabšalo. Medtem ko je bilo tedaj med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki 71 odstotkov takšnih, ki so šli v podjetništvo zaradi priložnosti, da bi imeli večjo neodvisnost ali bi si povečali svoje dohodke, jih je bilo leta 2010 takšnih le še 56,55 odstotka.



Slika 26: Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo



Slika 27: Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti

Primerjava samo dveh motivov znotraj motiva izkoriščanja priložnosti, to je a) ohraniti raven dohodka in b) večja neodvisnost ali povečanje dohodka (Slika 27), pokaže, da se je v Sloveniji 86 odstotkov nastajajočih in novih podjetnikov podalo na podjetniško pot zaradi slednjega. S tem se je Slovenija uvrstila na sredino lestvice, kjer vodita Rusija in Malezija, na repu pa sta Švedska in Islandija.

Vendarle pa takšen delni prikaz motivacij zamegljuje dejansko stanje, da je v revnejših državah prevladujoči tip podjetništva pač samopreživetveno podjetništvo zaradi nujnosti. Najbolje se to vidi iz Tabele 16, ki prikazuje relativna razmerja med podjetništvom zaradi nujnosti in podjetništvom zaradi priložnosti, saj ni vseeno, kolikšen je delež posameznikov, ki so se za podjetništvo odločili iz enega ali drugega razloga. Razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti nam kaže takoimenovani *motivacijski indeks*. Le-ta se je v primeru Slovenije z visokih 9,20 leta 2009 skoraj razpolovil in je znašal leta 2010 le še 4,86, kar pomeni močan upad tudi v primerjavi z letom 2008, ko je znašal 7,28. Medtem ko smo leta 2009 bili po tem indeksu na petem mestu, smo bili leta 2010 le še štirinajsti. Leta 2010 je prvo mesto pripadlo Islandiji z indeksom 13,07, drugo pa Nizozemski z indeksom 10,09.

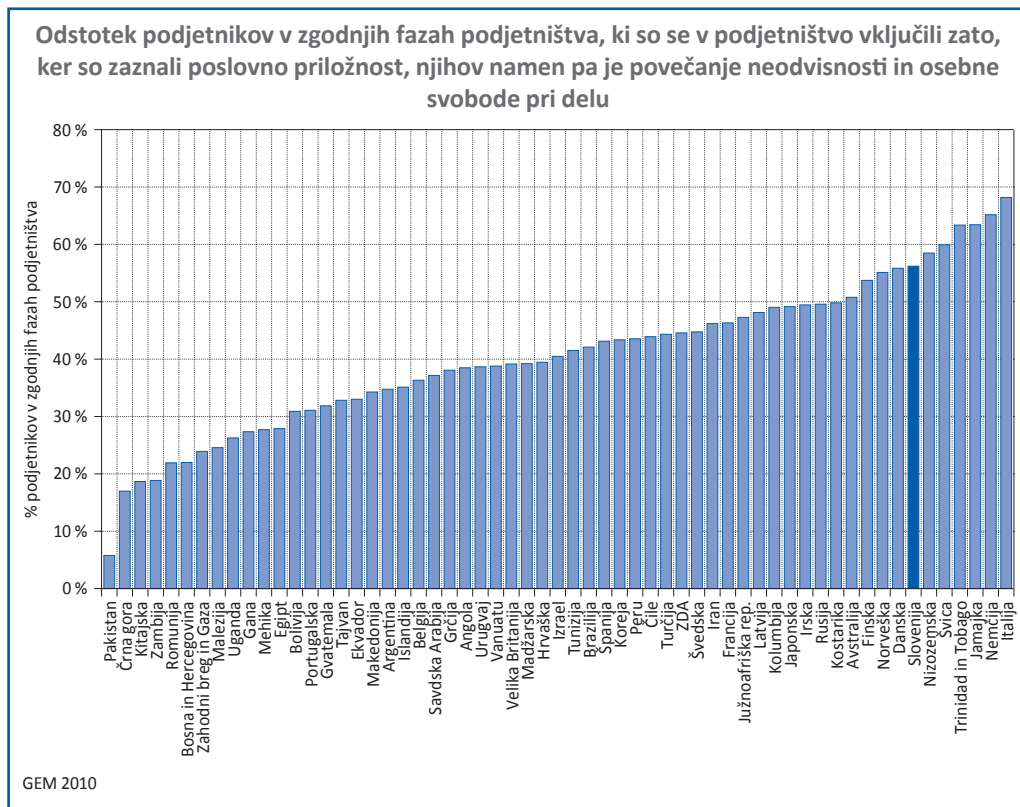
Kot opozarjajo številne raziskave, imajo podjetniki, ki ustanavljajo podjetja zaradi nujnosti, manjše ambicije po rasti in izkazujejo manjšo nagnjenost za zaposlovanje in razvoj kot podjetniki, ki se podjetništva lotijo zaradi priložnosti. Sklepamo lahko, da manj razvita okolja, kjer ni primerne poslovne in druge infrastrukture, večjih podjetij, s katerimi bi se vzpostavljali kooperacijski odnosi,

Tabela 16: Motivacijski indeks

	Motivacijski indeks		Motivacijski indeks
Islandija	13,07	Čile	2,39
Nizozemska	10,09	Izrael	2,23
Savdska Arabija	9,34	Brazilija	2,18
Danska	9,14	Romunija	2,16
Velika Britanija	7,63	Irska	2,14
Belgija	7,62	Zahodni breg in Gaza	2,12
Malezija	7,02	Zambija	2,07
Italija	6,47	Rusija	2,00
Švedska	6,23	Hrvaška	1,97
Trinidad in Tobago	5,83	Tajvan	1,95
Švica	5,76	Kostarika	1,89
Norveška	5,30	Argentina	1,75
Bolivija	4,87	Japonska	1,75
Slovenija	4,86	Angola	1,74
Avstralija	4,20	Južnoafr. rep.	1,69
Finska	4,20	Gana	1,68
Mehika	4,16	Črna gora	1,67
Madžarska	4,07	Vanuatu	1,61
Peru	3,64	Iran	1,53
Portugalska	3,23	Koreja	1,52
Tunizija	3,00	Kolumbija	1,49
Gvatemala	2,96	Turčija	1,45
Španija	2,87	Pakistan	1,37
Francija	2,83	Kitajska	1,36
Urugvaj	2,69	Jamajka	1,23
Nemčija	2,65	Bosna in Hercegovina	1,12
Ekvador	2,62	Uganda	1,01
Latvija	2,61	Egipt	0,83
Grčija	2,59	Makedonija	0,63
ZDA	2,40		

ki bi podpirali in pospeševali razvojne ambicije, ali kjer ni dovolj podjetniškega in socialnega kapitala, delujejo zaviralno na razvoj podjetniških pobud. Podjetja iz nujnosti tudi pogosteje ustanovljajo posamezniki z izobrazbo, ki je v povprečju nižja od izobrazbe tistih, ki so podjetja ustanovljali zaradi priložnosti. Na zadnjih mestih sta Egipt z 0,83 in Makedonija z 0,63.

Tudi motivi podjetnikov, ki so želeli izkoristiti poslovno priložnost, se razlikujejo. Nekateri to storijo zato, ker so lahko kot podjetniki bolj svobodni in neodvisni pri delu, drugi pa zato, ker želijo povečati svoje prihodke, tretji zaradi spleta različnih dejavnikov.



Slika 28: Delež novih in nastajajočih podjetnikov zaradi večje neodvisnosti in osebne svobode

Ne glede na poslabšanje razmerij med podjetništvom iz nujnosti in podjetništvom iz priložnosti pa v Sloveniji ostaja prevladujoči motiv večja neodvisnost ali povečanje svojih dohodkov. Očitno je to primerjalno gledano izjemno močan dejavnik v slovenskem podjetništvu, kar je lepo razvidno iz Slike 28, kjer smo države razporedili samo po tem dejavniku. Odstotek podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki so se v podjetništvo vključili zato, ker so zaznali poslovno priložnost, njihov namen pa je povečanje neodvisnosti in osebne svobode pri delu, v Sloveniji znaša visokih 57 odstotkov.

Nekaj držav v skupini inovacijskih gospodarstvih že vsa leta izkazuje zelo velik delež podjetništva iz priložnosti, ki je usmerjeno v izboljšanje posameznikovega življenja. Gre zlasti za Nizozemsko, Švedsko, Dansko in Islandijo. To lahko povežemo s splošno stopnjo družbene blaginje (povezane z relativno nizko stopnjo družbene neenakosti) in socialne varnosti v nordijskih državah, vse te države pa so tudi v analizi pogojev poslovanja, ki jih dela Svetovna banka, vselej zelo visoko uvrščene.

Indeks »vladavine prava«, ki ga pripravlja Svetovna banka, vključuje številne kazalnike, ki merijo obseg zaupanja v pravo in spoštovanja pravil družbe. Ti kazalniki vključujejo dojemanje pojavnosti kriminala, učinkovitost in predvidljivost sodstva ter uveljavljanje pogodb. Vzeto skupaj, merijo uspešnost družbe, da razvije okolje, v katerem veljajo poštena pravila igre, ki so enaka za vse in v katerem so v celoti zaščitene lastninske pravice.

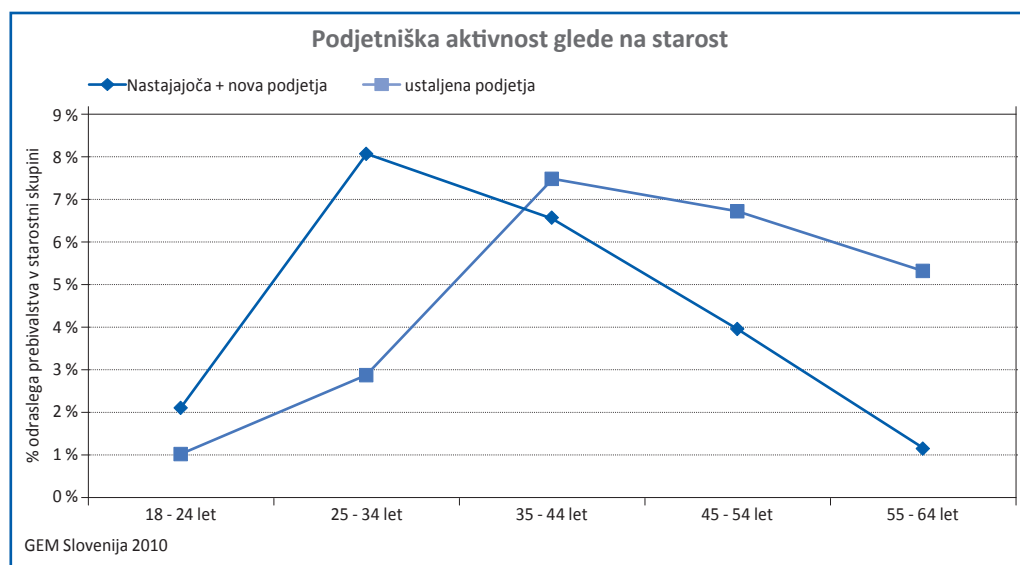
Korelacija med tem indeksom in stopnjo podjetništva, ki je motivirano s priložnostjo in izboljšanjem posameznikovega položaja, je izrazito pozitivna – kjer je močnejša vladavina prava, je tudi več kakovostnega podjetništva. To pomeni, da lahko obseg podjetništva iz priložnosti pomembno

izboljšamo le, če zagotovimo, da se bodo posamezniki počutili varni, da bodo spoštovane njihove pogodbe, plačani računi in pravice zaščitene ter učinkovito izterjane. Enaka pravica pred zakonom, preprečevanje korupcije, odprava plačilne nediscipline in hitro, učinkovito delo sodišč so zato zelo pomembni za več podjetništva in boljše podjetništvo v Sloveniji.

5.3. DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA

5.3.1. Starost

Tako kot v preteklih letih je bilo tudi leta 2010 najbolj produktivno obdobje za ustanavljanje podjetij starostno obdobje med 25. in 34. letom. V tem pogledu je Slovenija povsem primerljiva z vsemi ostalimi sodelujočimi državami. Iz te starostne skupine prihaja največ novih in nastajajočih podjetnikov, tako kot največ ustaljenih podjetnikov prihaja iz starostne skupine med 35 in 44 leti (Slika 29).



Slika 29: Podjetniška aktivnost glede na starost

Tabela 17: Odstotek novih in nastajajočih podjetnikov po starostnih razredih

Starost podjetnikov	Odstotek novih in nastajajočih podjetnikov*				
	Slovenija	Vse sodelujoče GEM države	Evropske GEM države	Inovacijska gospodarstva	Skupina držav JV Evrope
Od 18 do 24 let	6,56	15,0	11,2	9,1	11,0
Od 25 do 34 let	38,72	31,8	30,1	27,6	34,1
Od 35 do 44 let	31,05	26,8	28,7	30,3	26,3
Od 45 do 54 let	19,17	18,9	21,9	22,0	22,0
Od 55 do 64 let	4,50	7,7	8,1	10,1	6,6

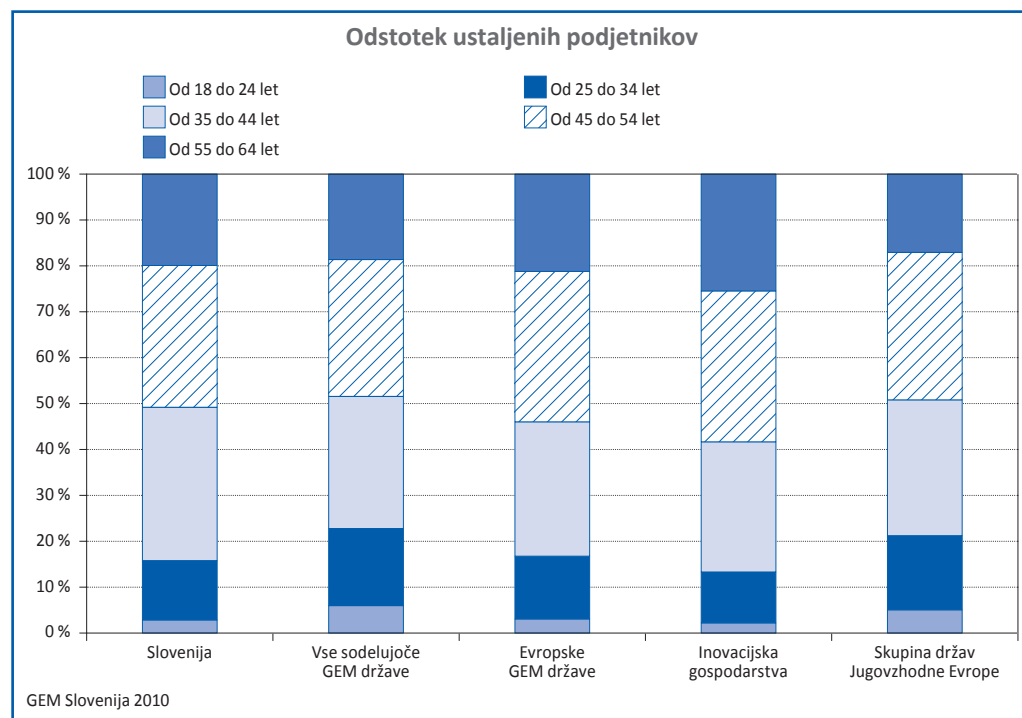
* Izračunana so netehtna povprečja

Iz Tabele 17 je razvidno, da primerjalno z ostalimi skupinami držav nadpovprečno veliko nastajajočih in novih podjetnikov prihaja iz starostne skupine 25 – 34 let (38,72 odstotkov), medtem ko jih je v starostni skupini od 35 do 44 let nekaj manj (31,05 odstotkov). Primerjalno z drugimi skupinami držav v Sloveniji je bila leta 2010 starostna skupina med 55 in 64 let najmanj podjetna – med nastajajočimi in novimi podjetji jih je le 4,50 odstotka. V evropskih državah je v tem starostnem obdobju 8,1 odstotek novih in nastajajočih podjetnikov, v inovacijskih gospodarstvih, kamor se sicer Slovenija uvršča, pa celo 10,1 odstotek. Ali je to zaradi delovne zakonodaje, ki ščiti starejše delavce, zaradi sistema socialne varnosti ali zaradi zgodnjega upokojevanja, nismo preverjali, je pa to vsekakor ena izmed možnosti. Še zlasti, če se opremo na teorijo zaposlitvene izbire (*occupational choice theory*).

Tabela 18: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starosti in po skupinah držav

Odstotek ustaljenih podjetnikov*					
Starost podjetnikov	Slovenija	Vse sodelujoče GEM države	Evropske GEM države	Inovacijska gospodarstva	Skupina držav JV Evrope
Od 18 do 24 let	2,95	6,1	3,2	2,6	5,2
Od 25 do 34 let	12,94	17	13,8	11,2	16,4
Od 35 do 44 let	33,35	29	29,5	28,5	29,9
Od 45 do 54 let	30,83	30,1	33	33,0	32,5
Od 55 do 64 let	19,93	18,8	21,4	25,6	17,3

* Izračunano je netehtano povprečje



Slika 30: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starosti in po skupinah držav

Pri ustaljenih podjetnikih je slika nekoliko drugačna (*Tabela 18*). Največ jih je v starostnem obdobju med 35. in 54. letom (64,18 odstotkov), kar je nekaj več kot v ostalih skupinah držav. Jasno vidimo (*Slika 30*), da v starostni strukturi ustaljenih slovenskih podjetnikov prevladujejo starejši podjetniki, kar je tudi nasploh značilnost inovacijskih gospodarstev.

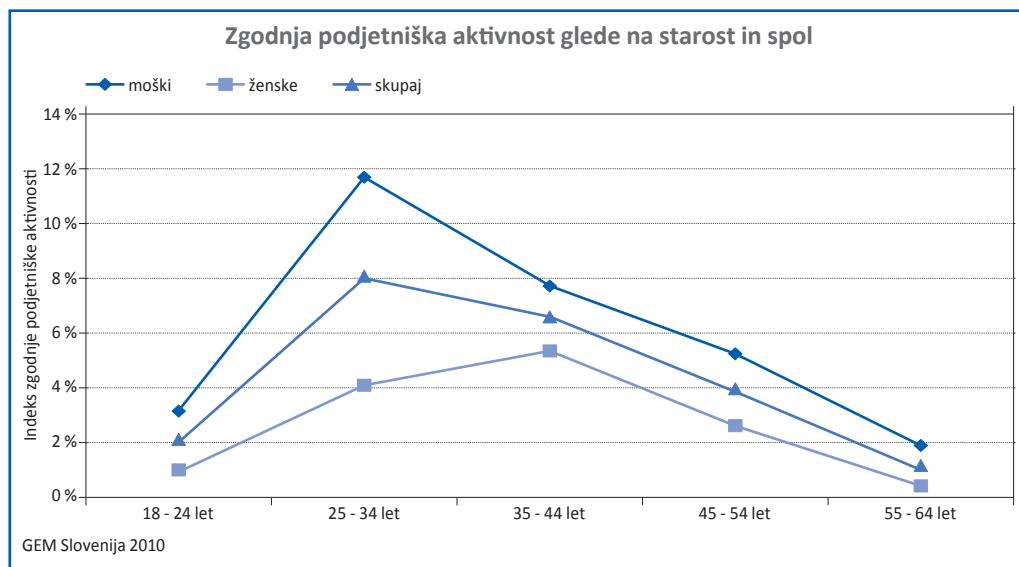
Kar predvsem zaskrbljuje je to, da je skoraj 20 odstotkov ustaljenih podjetnikov, torej tistih, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol, v starostni skupini med 54 in 64 let. Ne le, da gre za obdobje, v katerem počasi usihajo ambicije po rasti podjetja, gre tudi za starostno obdobje, ko bi podjetnik moral začeti resno razmišljati o predaji operativnih poslov in nasledstvu. Tega pa je v Sloveniji zelo malo (Duh, 2009) in tudi ni nikakršnih ukrepov na državni ravni, ki bi delovali v to smer.

5.3.2. Spol

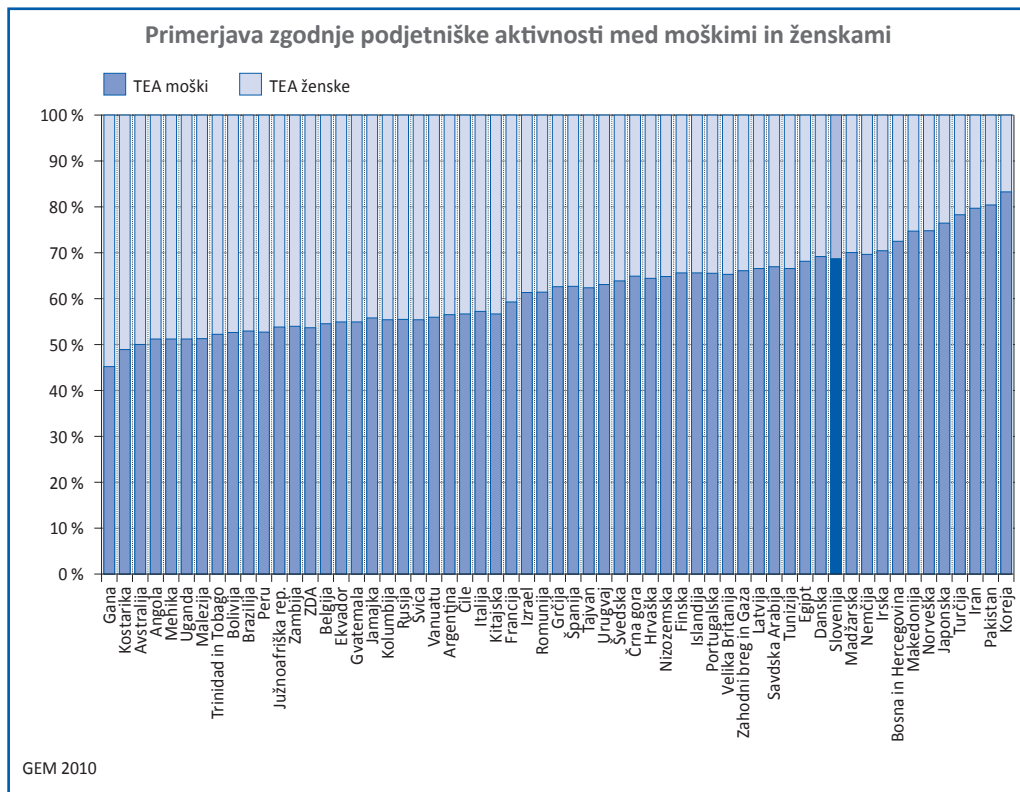
V nasprotju z moškimi so se leta 2010 ženske najbolj številčno odločale za podjetništvo v starostni skupini med 35 in 44 let, kar navaja na misel, da so pogoji za vključevanje žensk v podjetništvo manj ugodni kot za moške. Temu pritrjuje tudi slika *Slika 31*, ki nazorno kaže, da je podjetnic v Sloveniji bistveno manj kot podjetnikov.

Raziskovalci GEM že vsa leta opozarjamo, da je v slovenskem podjetništvu izrazito malo žensk. Ta delež je leta 2010 ponovno upadel in med nastajajočimi in novimi podjetniki znaša samo 24,2 odstotka, med ustaljenimi pa 28,7 odstotkov. Najmanjši delež podjetnic je v državah iz arabskega sveta, kar je močno povezano s prevladujočimi kulturnimi in družbenimi normami. Izrazito vodi Savdska Arabija s samo 8,2 odstotka podjetnic, sledita Sirija z 18,6 odstotki in Jordanija z 22,3 odstotki. Podobno slaba kot v Sloveniji je bila zastopanost podjetnic v Evropi leta 2009 še v Franciji (22,9 odstotka) in Italiji (24,6 odstotkov).

Ko zgodnjo podjetniško aktivnost žensk v Sloveniji primerjamo znotraj različnih skupin držav (*Tabela 19*), vidimo, da Slovenija zaostaja v vseh primerjavah. Ta zaostanek je najbolj izrazit med ustaljenimi podjetniki, kjer je bilo leta 2010 v evropskih GEM državah tretjina, pri nas pa le petina žensk.



Slika 31: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol



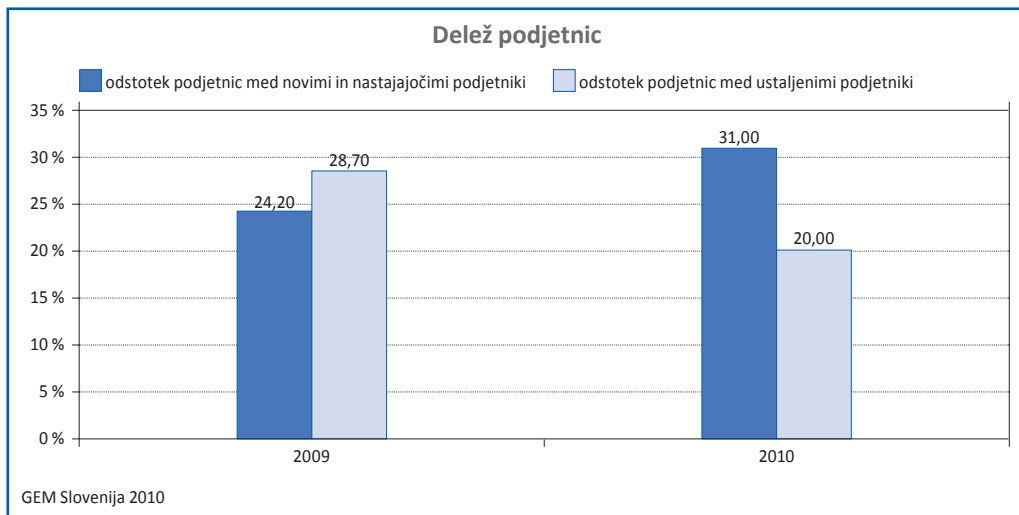
Slika 32: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami

Tabela 19: Delež podjetnic po skupinah držav v letu 2010 in 2009

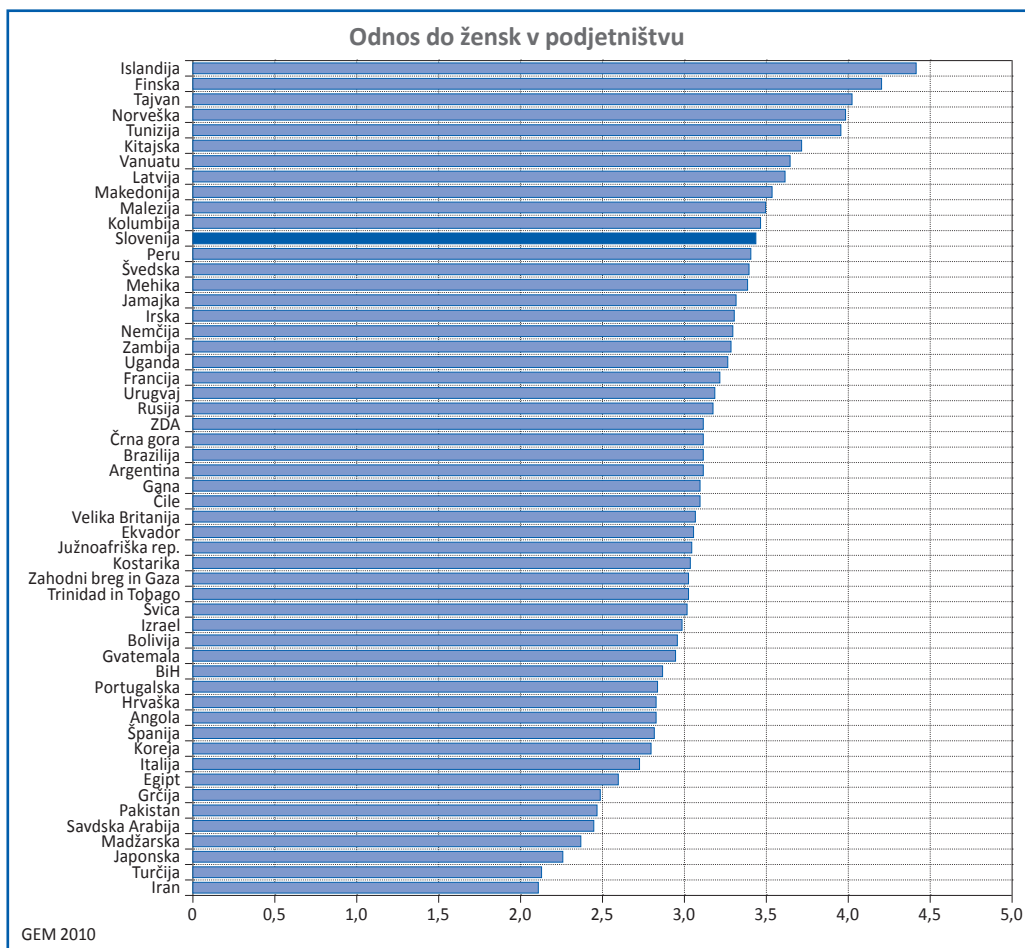
*	Slovenija		Vse sodelujoče GEM države		Evropske GEM države		Inovacijska gospodarstva		Skupina držav JV Evrope	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009
Odstotek podjetnic med novimi in nastajajočimi podjetniki	31,0	24,2	37,6	35,4	34,2	33,3	35,2	32,7	32,3	30,2
Odstotek podjetnic med ustaljenimi podjetniki	20,0	28,7	34,4	32,2	33,0	32,8	33,0	31,5	31,1	31,8

* Izračunano je netehtano povprečje

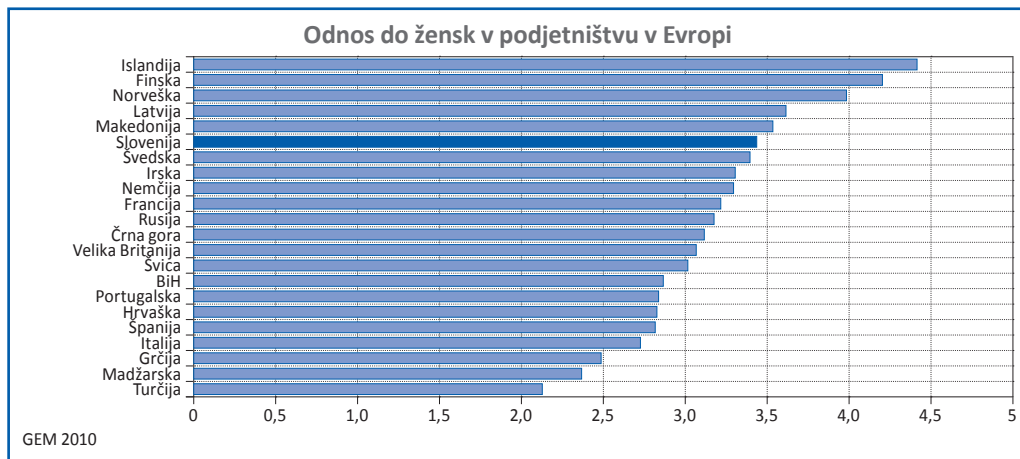
Leta 2010 je prišlo do precejšnjega premika v udeležnosti podjetnic, saj največji manko podjetnic ni več med nastajajočimi in novimi, kot je to bilo leta 2009, ampak med ustaljenimi podjetniki. Ta premik je lepo razviden iz *Slike 33*.



Slika 33: Delež podjetnic v letu 2009 in 2010



Slika 34: Odnos do žensk v podjetništvu v GEM državah



Slika 35: Odnos do žensk v podjetništvu v Evropi

V GEM poskušamo več o odnosu družbe do ženskega podjetništva izvedeti tudi s pomočjo nacionalnih izvedencev in sicer na temelju razmisleka ali v posamezni državi

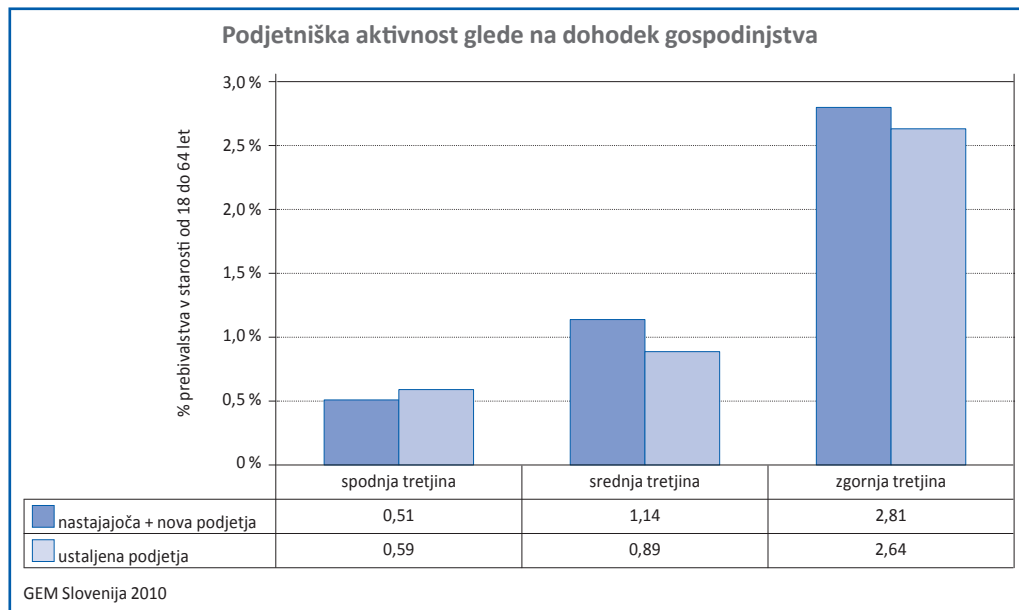
- spodbujajo ženske, da bi se samozaposlile ali ustanovile novo podjetje;
- so ženske in moški enako sposobni ustanoviti novo podjetje;
- je na razpolago dovolj socialnih služb, ki omogočajo, da lahko ženske nadaljujejo s svojim delom tudi potem, ko si osnujejo družino;
- je ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva kariera za žensko;
- imajo ženske in moški enake možnosti dostopa do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja.

Povpreček ocen uvršča Slovenijo glede na dejansko razmerje med podjetniki in podjetnicami relativno visoko tako v primerjavi z vsemi GEM državami (Slika 34) kot tudi znotraj Evrope (Slika 35).

V naših raziskavah smo že pokazali, da so vse spremenljivke, ki so se izkazale pomembne pri odločanju za podjetniško kariero, za ženske manj ugodne kot za moške (Rebernik, Tominc, Pušnik, 2009). Manj žensk kot moških verjame, da ima znanje, veščine in izkušnje za podjetništvo. Manj jih meni, da se bodo v naslednjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti, ženske se tudi bolj bojijo neuspeha kot moški in poznajo manj ljudi, ki so v zadnjih dveh letih ustanovili podjetje. To seveda pomeni, da bo treba za povečanje prisotnosti žensk v podjetništvu sprejemati bolj učinkovite ukrepe, ki bodo posegali globlje od kratkoročnih in enkratnih akcij ali pozivov.

5.3.3. Dohodek

Zbirna GEM preglednica za leto 2010 (Tabela 5) kaže, da večina nastajajočih in novih podjetnikov prihaja iz gornjega dohodkovnega razreda prebivalstva. Če odraslo prebivalstvo glede na dohodkovno moč razvrstimo v tri razrede, je iz gornje tretjine 63 odstotkov (leto poprej 54 odstotkov) nastajajočih in novih podjetnikov, iz srednje tretjine 26 odstotkov (leto poprej 33 odstotkov), iz spodnje tretjine pa le 11 odstotkov (leto poprej 14,0 odstotkov) podjetnikov.



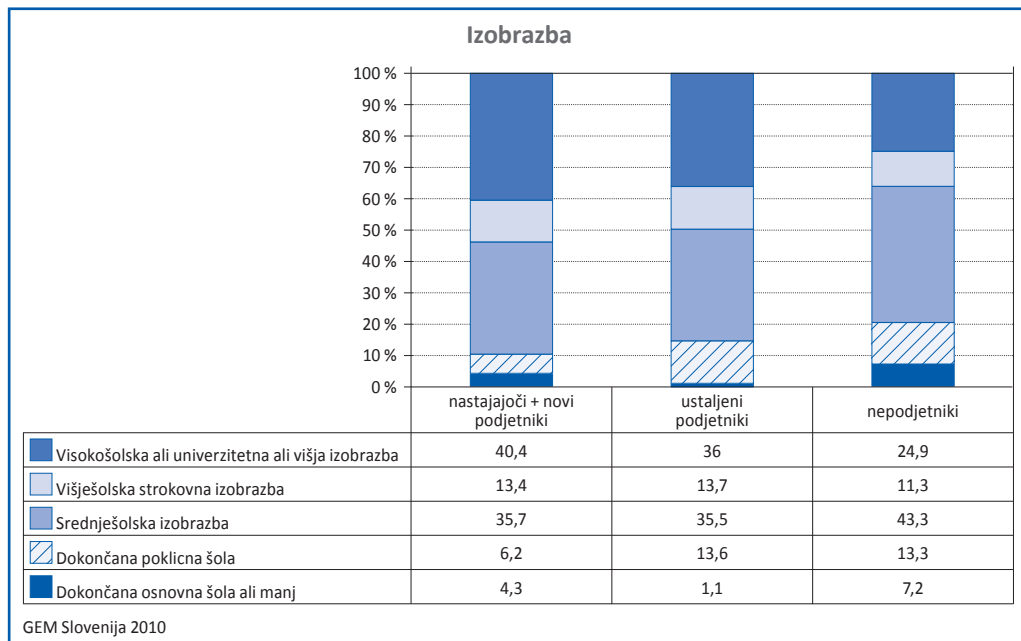
Slika 36: Podjetniška aktivnost glede na dohodek gospodinjstva

V primerjavi z letom 2009 pa tudi 2008 je torej prišlo do premika, ko se podjetniška aktivnost bolj intenzivno kaže v višjih dohodkovnih razredih. Nekaj podobnega je tudi pri strukturi ustaljenih podjetnikov.

Dejstvo, da je najvišji dohodkovni razred že vsa leta največji generator podjetniške aktivnosti, se sklada s predhodno prikazanim spoznanjem, da se v Sloveniji večina podjetnikov odloči za podjetništvo zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti in ne zato, ker bi bili v to prisiljeni zaradi preživetja. Skladno pa je tudi z ugotovitvijo, ki jo prikazujemo v nadaljevanju, da se je večina posameznikov podala v podjetništvo zaradi želje po večji svobodi in neodvisnosti.

5.3.4. Izobrazba

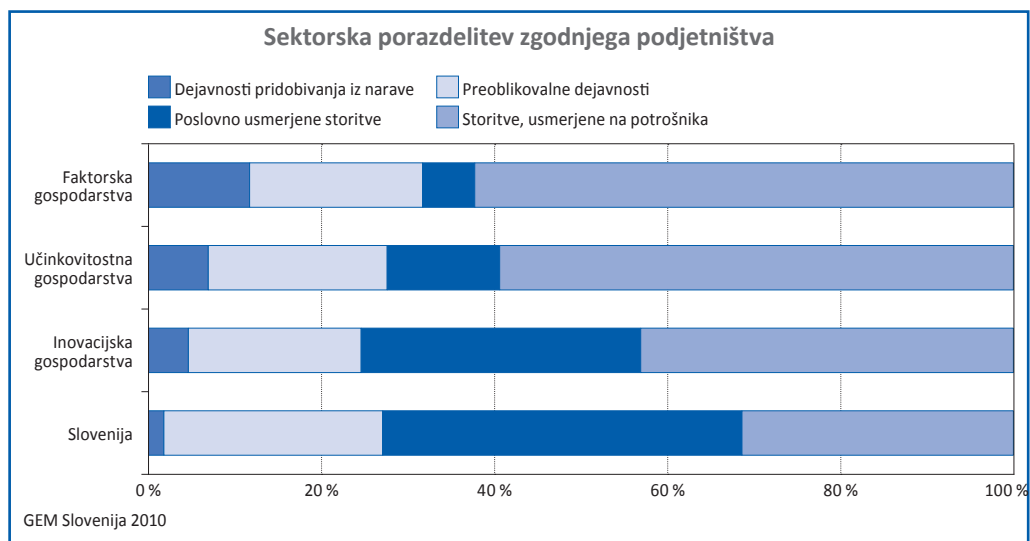
Kot smo že tolikokrat poudarjali, je izobrazba podjetnikov eden izmed zelo pomembnih dejavnikov konkurenčne usposobljenosti podjetja. Leta 2010 se je izobrazbena struktura nastajajočih in novih podjetnikov rahlo izboljšala. Leta 2009 je kar 59 odstotkov nastajajočih in novih podjetnikov ter 53 odstotkov ustaljenih podjetnikov imelo samo srednješolsko ali nižjo izobrazbo. Lansko leto je bilo prvih bistveno manj (46 odstotkov), boljša struktura pa je tudi pri ustaljenih podjetnikih (50 odstotkov).



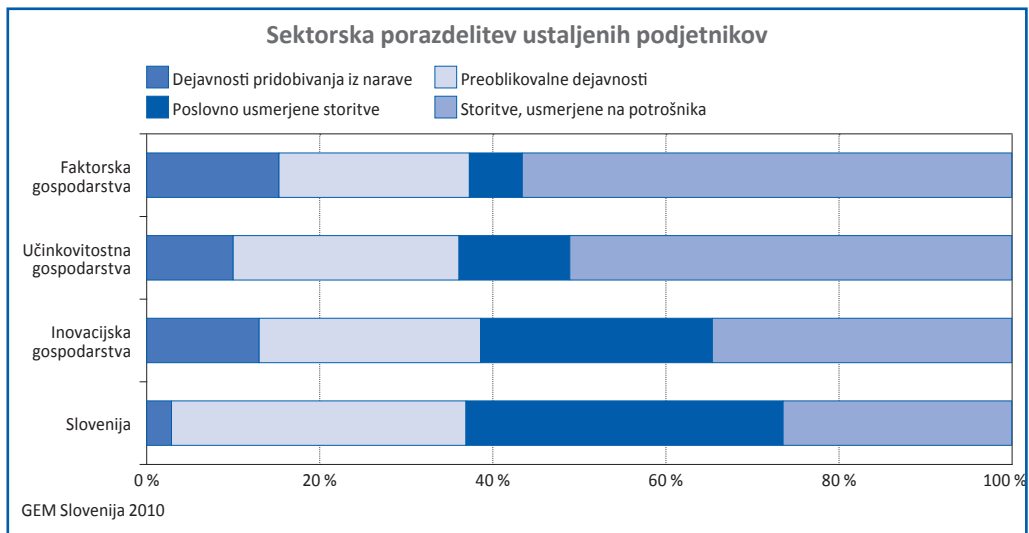
Slika 37: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo

5.3.5. Sektorska porazdelitev podjetij

Ena od težav mednarodnih primerjav, kadar le-ta zajame veliko število držav z vsega sveta je, da so uradni statistični sistemi pogosto povsem neprimerljivi, zato je harmoniziranje podatkov še posebej kočljiva zadeva. V okviru GEM uporabljamo za analizo porazdelitve podjetništva po



Slika 38: Sektorska porazdelitev zgodnjega podjetništva



Slika 39: Sektorska porazdelitev ustaljenih podjetnikov

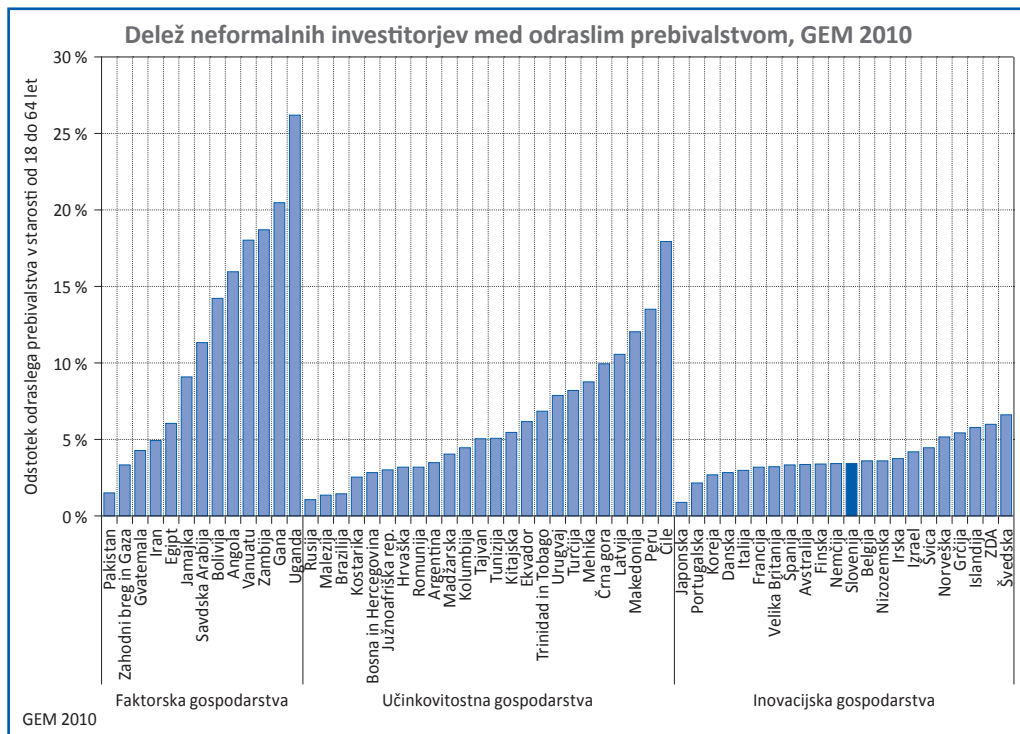
dejavnostih poenostavljeno klasifikacijo, ki omogoča primerjavo zelo različnih uradnih sistemov klasifikacij v sodelujočih državah. V ta namen razvrščamo gospodarske dejavnosti v eno od štirih skupin dejavnosti in sicer: *dejavnosti pridobivanja iz narave* (kmetijstvo, gozdarstvo, ribolov, lov in rudarstvo), *preoblikovalne dejavnosti* (gradbeništvo, predelovalne dejavnosti, promet, transport, skladiščenje in zveze), *storitve, usmerjene na potrošnika* (trgovina na drobno, osebne storitve, izobraževanje, zdravstvo, socialno varstvo...) ter *poslovno usmerjene storitve* (finančno posredništvo, zavarovalništvo, poslovanje z nepremičninami...).

Slika 38 prikazuje porazdelitev zgodnje podjetniške aktivnosti, Slika 39 pa ustaljenega podjetništva, po tako opredeljenih skupinah gospodarskih dejavnosti in po doseženi fazi gospodarskega razvoja. Vidimo, da se te porazdelitve med seboj razlikujejo glede na fazo gospodarskega razvoja. V faktorskih in učinkovitostnih gospodarstvih obsegajo storitve, usmerjene na potrošnika, 62 oziroma v povprečju 59 odstotkov zgodnje podjetniške aktivnosti – v to skupino sodi na primer tudi trgovina na drobno, ki predstavlja velik del zgodnje podjetniške aktivnosti v teh gospodarstvih. Z naraščanjem dohodka pa v inovacijskih gospodarstvih, kamor sodi tudi Slovenija, naraste delež zgodnje podjetniške aktivnosti na področju poslovno usmerjenih storitev, kamor sodi poslovno svetovanje, oglaševanje in podobne dejavnosti.

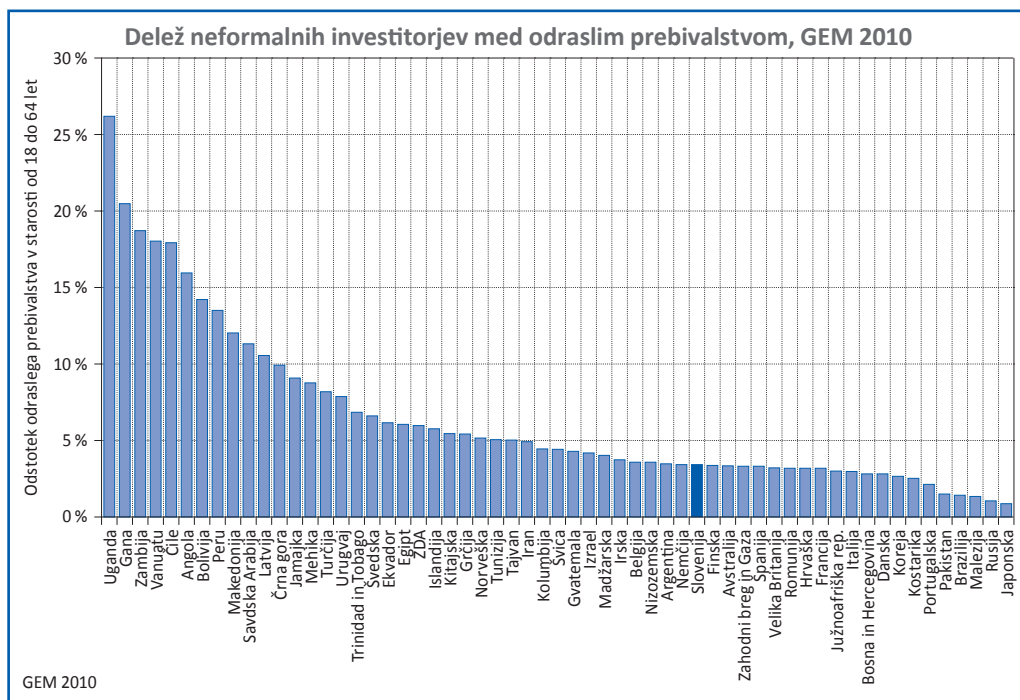
Primerjava z inovacijskimi gospodarstvi pokaže, da je bilo leta 2010 v Sloveniji manj podjetij, katerih dejavnost je spadala med storitve, usmerjene na potrošnika (31 % proti 43 %), zato pa je nadpovprečno več podjetij s poslovno usmerjenimi storitvami (42 % proti 32 %). Več je bilo tudi podjetij v preoblikovalnih dejavnostih (25 % proti 20 %). Na Sliki 39 vidimo, da so podobna odstopanja tudi pri dejavnostih ustaljenih podjetij.

5.3.6. Financiranje podjetij

Za vsak podjem so potrebni trije osnovni elementi: poslovna priložnost, podjetnik in viri. Podjetnik, ki je zaznal poslovno priložnost, mora investirati v podjem, pa naj bo ta še tako skromen in majhen. Raziskave kažejo, da so prevladujoči investitorji v zgodnjih fazah podjema



Slika 40: Delež neformalnih investitorjev po tipih gospodarstev



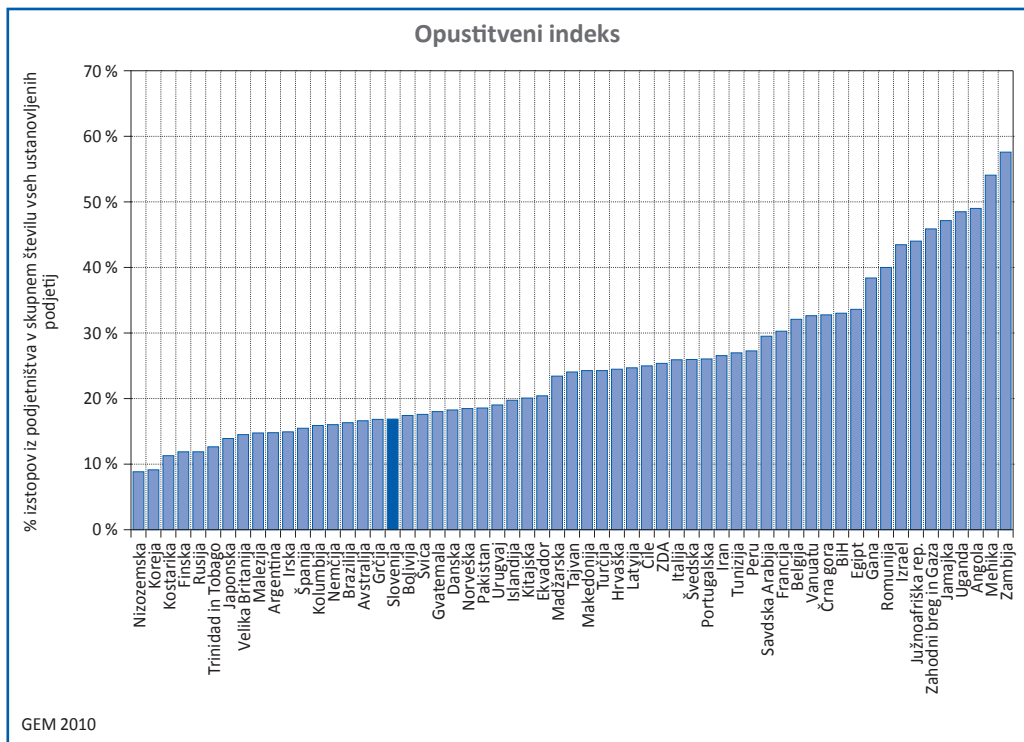
Slika 41: Delež neformalnih investitorjev v GEM državah

predvsem podjetniki sami, njihovi družinski člani, prijatelji, sodelavci v službi, šele kasneje se vključijo banke in v redkih primerih tudi rizični kapital. Neformalno investiranje je zato za realiziranje podjetniških priložnosti zelo pomembno, ga pa je izjemno težko zaznati. Temeljne informacije o neformalnem investiranju pridobimo v GEM tako, da anketirance povprašamo, če so v zadnjih treh letih investirali v podjeme drugih ljudi. Delež odraslih prebivalcev, ki so leta 2010 investirali v tuja podjetja, je grupirano po posameznih tipih gospodarstev prikazan na *Sliki 40*. V inovacijskih gospodarstvih je ta delež opazno nižji, saj so izgrajeni mehanizmi za pridobivanje začetnih virov. Deluje tako bančno kreditiranje kot tudi rizični kapital, ki se zanima predvsem za obetavna, v razvoj in hitro rast usmerjena podjetja, prvenstveno tehnološka. V faktorskih gospodarstvih je dostop do bančnega sistema močno omejen in preostajajo le še neformalni viri.

V *Sliki 41* vidimo, da se Slovenija z 3,4 odstotka uvršča na 39. mesto. Največ neformalnega investiranja zasledimo v Ugandi (26,3 odstotkov) in Gani (20,6 odstotkov), najmanj v Rusiji (1,1 odstotek) in Japonski (0,9 odstotka). Med evropskimi državami je bilo največ neformalnega investiranja v Makedoniji (12,1 odstotkov) in v Latviji (10,6 odstotkov), najmanj pa v Bosni in Hercegovini (3,0 odstotke) ter Danski (2,8 odstotkov).

5.3.7. Prenehanje poslovanja

Ko podjetje ne ustvarja več vrednosti za lastnika ali delničarje, bodisi zaradi spremenjenih ekonomskih razmer (nova konkurenca, zmanjšanje povpraševanja, porast stroškov) bodisi osebne odločitve lastnika (preoblikovanje, upokožitev, nezainteresiranost za nadaljnje poslovanje), je normalno, da podjetje preneha s poslovanjem. Podjetniški proces poleg rojevanja podjetij

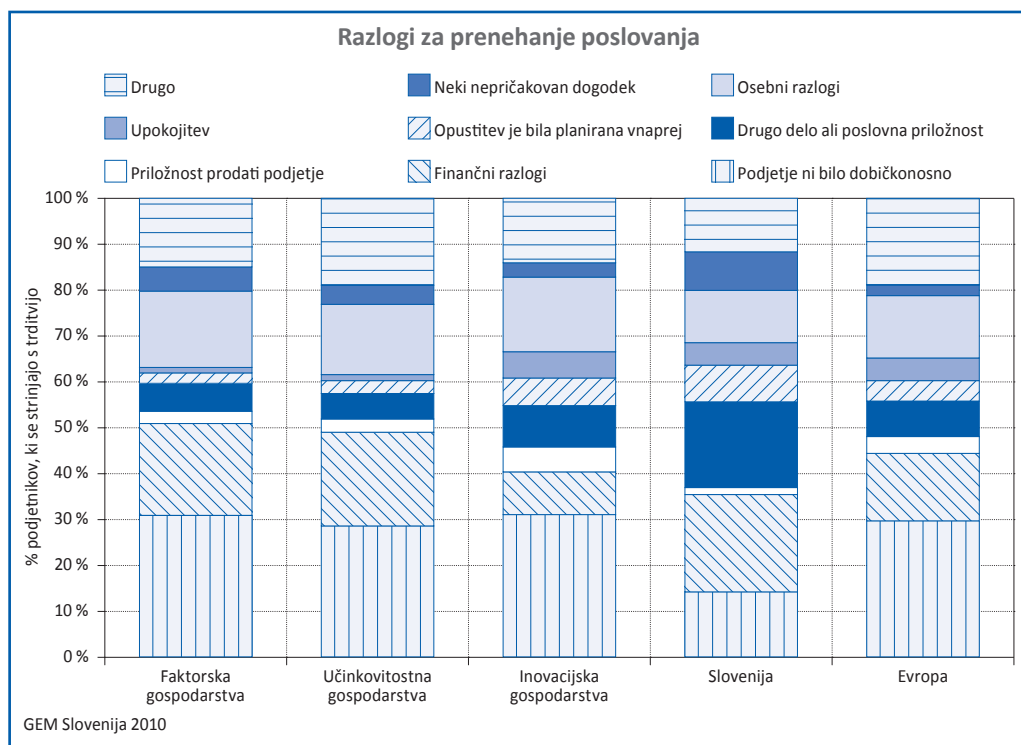


Slika 42: Razvrstitev držav glede na opustitveni indeks

namreč zajema tudi prenehanje poslovanja. Gre za normalen ekonomski cikel, v katerem podjetja, ki jim usahnejo poslovne priložnosti in z njimi plačilno sposobno povpraševanje, pač prenehajo poslovati. Seveda pa je pomembno, če to storijo zaradi notranjih slabosti, zaradi nevzdržnih pogojev poslovanja ali prostovoljne osebne odločitve. V GEM zaznamo posameznike, ki so prekinili poslovanje v preteklih 12 mesecih. Obenem s TEA indeksom je ta mera pomemben indikator dinamičnosti podjetniškega procesa. V nekaterih državah je bil v preteklem letu delež posameznikov, ki so opustili poslovanje, izjemno visok – v Ugandi 27,4 odstotkov, Gani 25,7 odstotkov in Zambiji 23,5 odstotkov delovno aktivnega prebivalstva. V faktorskih gospodarstvih se stopnja prenehanja poslovanja v grobem giblje tako kot TEA indeks. Države z visoko stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti imajo tudi visoke stopnje prenehanja poslovanja.

V Evropi je bilo največ opustitev poslovanja v Črni gori (7,3 %) in v Bosni in Hercegovini (4,7 %), najmanj pa na Nizozemskem (1,4 %) in v Nemčiji (1,5 %). Slovenija je z 1,6 % med državami z najmanj prekinitvev. Vendar pa je za bolj jasno sliko treba primerjati delež opuščanih podjetij s celokupno podjetniško aktivnostjo, kar bomo poimenovali **opustitveni indeks**. V letu 2010 je bilo v podjetniško udejstvovanje vključenih 9,59 odstotka odraslega prebivalstva. Med njimi je bilo 2,21 odstotka nastajajočih podjetij, 2,44 odstotka novih podjetij in 4,94 odstotka ustaljenih podjetij. S podjetništvom se je prenehalo ukvarjati 1,6 odstotka odraslega prebivalstva, kar predstavlja 17 % celotne podjetniške aktivnosti v Sloveniji. Na *Sliki 42* vidimo, da to uvršča Slovenijo v skupino držav, kjer je podjetniška dinamika nekaj nižja.

Ni pa pomembna samo dinamika opuščanja podjetij in lotevanja novih, čeravno je ključnega pomena za zdravo konkurenčnost v gospodarstvu. Treba je vedeti tudi, zakaj posamezniki opustijo obstoječe podjetje. Temeljni razlogi, zaradi katerih so v Sloveniji posamezniki leta 2010



Slika 43: Razlogi za prenehanje poslovanja po skupinah držav

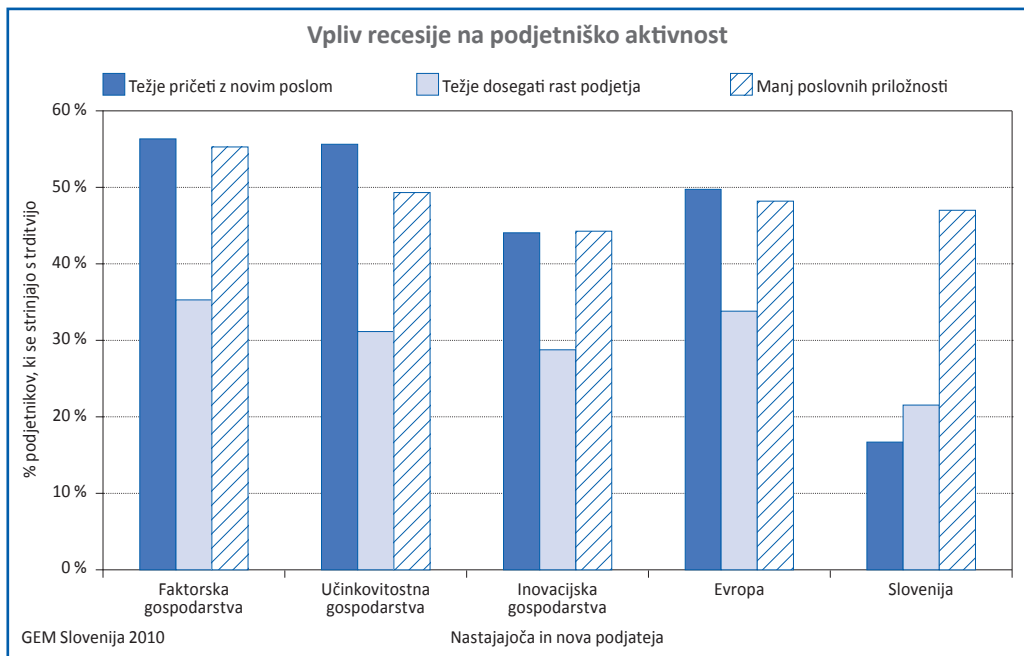
opustili svoje podjetje, so finančni razlogi, saj je bilo takšnih primerov 21,2 odstotka, kar pa je manj kot leta 2009, ko jih je bilo 30,4 odstotka. Zanimivo je, da je naslednji najbolj pogost razlog, da so podjetniki dobili drugo delo ali poslovno priložnost, na tretjem mestu pa je nedobičkonost podjetja (14,2 odstotka). Med evropskimi podjetji je ta razlog na prvem mestu (30 odstotkov), sledijo pa mu finančni razlogi (15 odstotkov) in drugo delo ali poslovna priložnost (8 odstotkov).

5.3.8. Vpliv recesije

V vseh državah, vključenih v GEM leta 2010, v povprečju polovica vseh podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva meni, da so pogoji za začetek novega posla v splošnem slabši, kot so bili leto poprej. Vendar so v primerjavi z rezultati raziskave iz leta 2009 podjetniki nekoliko bolj optimistični, saj jih je bila leta 2009 kar desetina več prepričana, da so pogoji za vključevanje v podjetništvo slabši kot leto pred tem - torej slabši kot leta 2008.

Vendar pa so precejšnje razlike med državami. V obeh letih (2009 in 2010) je v skupini faktorskih gospodarstev v povprečju večji delež podjetnikov, ki menijo, da je nov posel težje začeti, kot je bilo leto pred tem, kot v drugih dveh skupinah držav (*Slika 44*). Po eni strani ima veliko gospodarstev tega tipa zelo malo stika z globalnimi finančnimi trgi, po drugi strani pa je velik delež podjetništva v teh gospodarstvih nastal zaradi nujnosti, saj ljudje nimajo drugih, boljših priložnosti za zaslužek. Začeti nov posel v takih okoliščinah je še toliko težje.

V skupini učinkovitostnih gospodarstev je leta 2010 opaziti precej več optimizma – manjši delež podjetnikov, ki menijo, da je novi posel težje začeti kot leto prej, je opazen zlasti v nekaterih državah Latinske Amerike (Argentina, Brazilija, Čile, Kolumbija in Urugvaj) ter v vzhodnoevropskih državah, zlasti na Madžarskem, v Latviji in Rusiji. Največji pozitivni premik je v skupini inovacijskih gospodarstev. Delež podjetnikov, ki menijo, da je podjetništvo težje začeti, kot je bilo leto prej, se



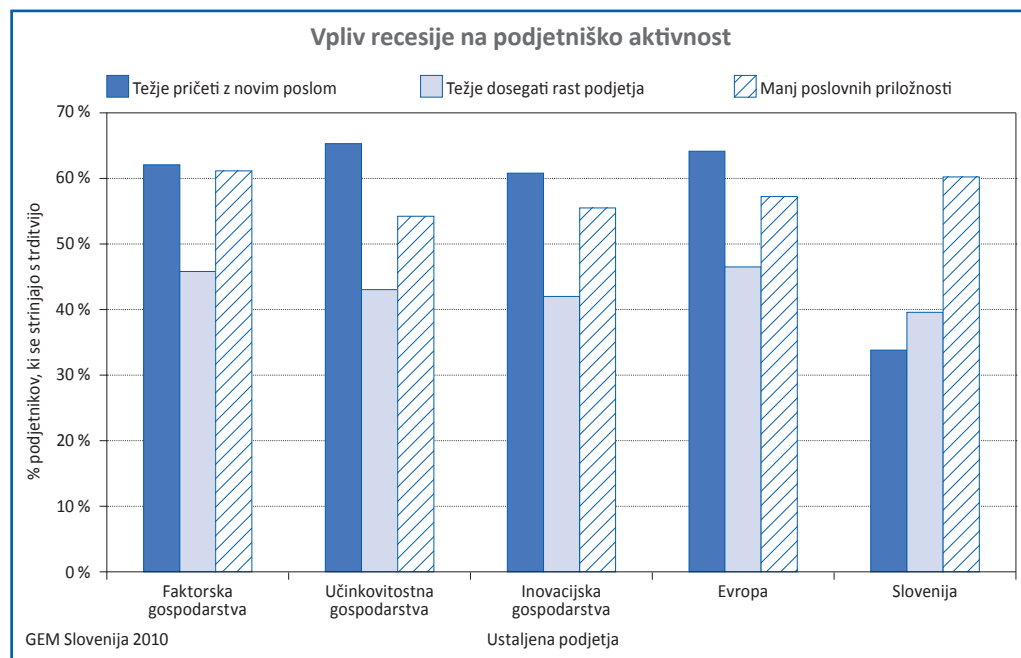
Slika 44: Vpliv recesije na podjetniško aktivnost pri nastajajočih in novih podjetjih

je v povprečju močno zmanjšal. V skupini inovacijskih gospodarstev najbolj prav v Sloveniji, kjer se je ta delež zmanjšal celo več kot za polovico (38 odstotkov vseh podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva leta 2009 in le 17 odstotkov leta 2010).

Na drugi strani lestvice skupine inovacijskih gospodarstev pa sta državi, v katerih večji odstotek podjetnikov kot leta 2009 meni, da je težje začeti podjetniško pot, kot je bilo leto pred tem – v Španiji je odstotek višji le za odstotno točko, toda vseh podjetnikov, ki menijo, da je težje začeti posel kot leto poprej, je skoraj tri četrtine (72 odstotkov). V Grčiji je odstotek večji za deset odstotnih točk, slabše kot leto poprej pa pogoje za začetek novega posla ocenjujejo dobre tri četrtine podjetnikov.

Med evropskimi državami je delež podjetnikov, ki pogoje za začetek podjetniške aktivnosti ocenjujejo slabše kot leto prej, velik tudi na Portugalskem (62 odstotkov) in v Italiji (60 odstotkov), zunaj Evrope pa predvsem v Koreji in Izraelu (v obeh 60 odstotkov). Rezultati tako potrjujejo pričakovanja, da turbulentna dogajanja v gospodarstvu v povprečju zmanjšujejo možnosti za povečanje podjetniške aktivnosti oziroma za nastanek novih podjetij.

V povprečju so ustaljeni podjetniki v Sloveniji precej bolj pesimistični in kritični glede pogojev za podjetništvo kot so to nastajajoči in novi podjetniki (Slika 45). Da je težje začeti z novim poslom meni kar 34 odstotkov ustaljenih podjetnikov, da je težje dosegati rast podjetja pa 40 odstotkov. Medtem ko 47 odstotkov nastajajočih in novih podjetnikov meni, da je na razpolago manj poslovnih priložnosti, je med ustaljenimi podjetniki takšnih kar 60 odstotkov. Čeravno je možno, da »zaklenjenost v resurse«, ki je pri ustaljenih podjetnikih vselej prisotna, le-tem onemogoča videti nekatere potencialne poslovne priložnosti, pa se vendarle zdi bolj verjetno, da večji del razlogov za njihove ocene izhaja iz poslovnih izkušenj, ki pripomorejo k bolj treznemu in kritičnemu presojanju stanja na trgu.



Slika 45: Vpliv recesije na podjetniško aktivnost pri ustaljenih podjetjih

Aspiracije

Podjetniki, zlasti tisti, ki šele stopajo na podjetniško pot, imajo zelo pogosto nerealna pričakovanja in želje o rasti njihovih podjetij in podjetij v prihodnosti. Kljub temu pa je že sama odločitev podjetnika o tem, do kakšne mere želi širiti svoje podjetje, pomemben dejavnik za rast podjetja. Res pa je tudi, da sama odločitev podjetnika ni dovolj. Poleg subjektivnih ambicij podjetnika na eni strani, na drugi strani na rast vplivajo značilnosti njegovega podjetja z vidika inovacijske naravnosti, ki kažejo na objektivne možnosti podjetja za širjenje ali celo ustvarjanje novega tržišča.

Tako v okviru raziskave GEM analiziramo ocene rasti podjetja podjetnika prek njegovega mnenja o pričakovanem številu novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, vpogled v inovacijsko naravnost pa pridobimo med drugim tako, da tistim anketiranim odraslim prebivalcem Slovenije, ki izkazujejo podjetniško aktivnost, postavimo vprašanja:

- Sta vaš proizvod ali storitev nova in nepoznana za vse vaše potencialne stranke, za nekatere od vaših potencialnih strank ali za nobeno od vaših potencialnih strank?
- Ali v tem trenutku obstaja veliko ali malo drugih podjetij, ki ponujajo enake proizvode ali storitve vašim potencialnim strankam, oziroma ali takih podjetij sploh ni?
- Kolikšen delež vaših strank živi izven Slovenije?

Seveda so tudi te ocene tako formuliranih dejavnikov oziroma ocene objektivnih možnosti za rast rezultat subjektivne ocene podjetnika.

6.1. PRIČAKOVANJE RASTI

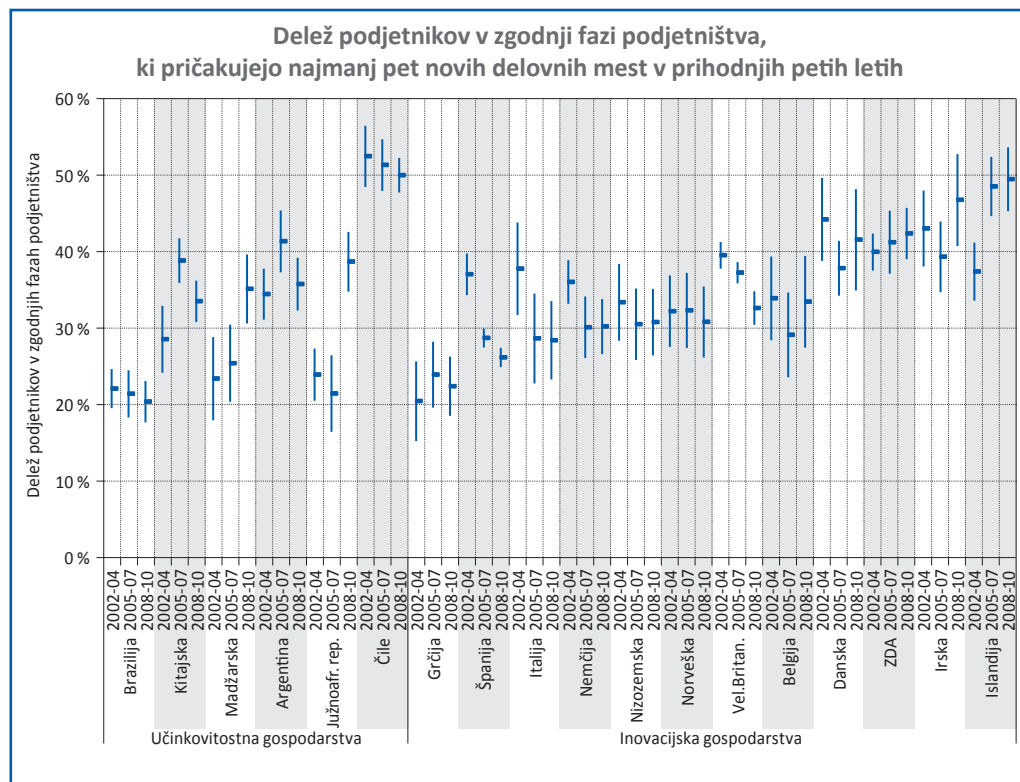
V raziskavi GEM že vrsto let proučujemo podjetniške aspiracije po rasti z vidika pričakovanega števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih. Tako vsakega identificiranega podjetnika povprašamo o tem, koliko ljudi zaposluje njegov podjetje oziroma podjetje (brez lastnikov) v času anketiranja in kolikšno bo to število po njihovem mnenju čez pet let. Pričakovanje rasti zaposlovanja je opredeljeno kot razlika med obema vrednostima in tako predstavlja podjetnikovo subjektivno oceno o tem, koliko novih delovnih mest bo podjetje zagotovilo v prihodnjih petih letih obstoja – predstavlja njegove ambicije po rasti zaposlovanja.

Že v preteklih letih so rezultati raziskave GEM v Sloveniji in na svetovnem nivoju kazali na to, da le manjši delež nastajajočih in novih podjetij zagotovi večino novih delovnih mest (npr. Bosma, Levie, 2010; Autio, 2007), kar pomeni, da je stopnja koncentracije visoka, saj večina nastajajočih in novih podjetij nikoli ne postane pomemben vir novih zaposlitev.

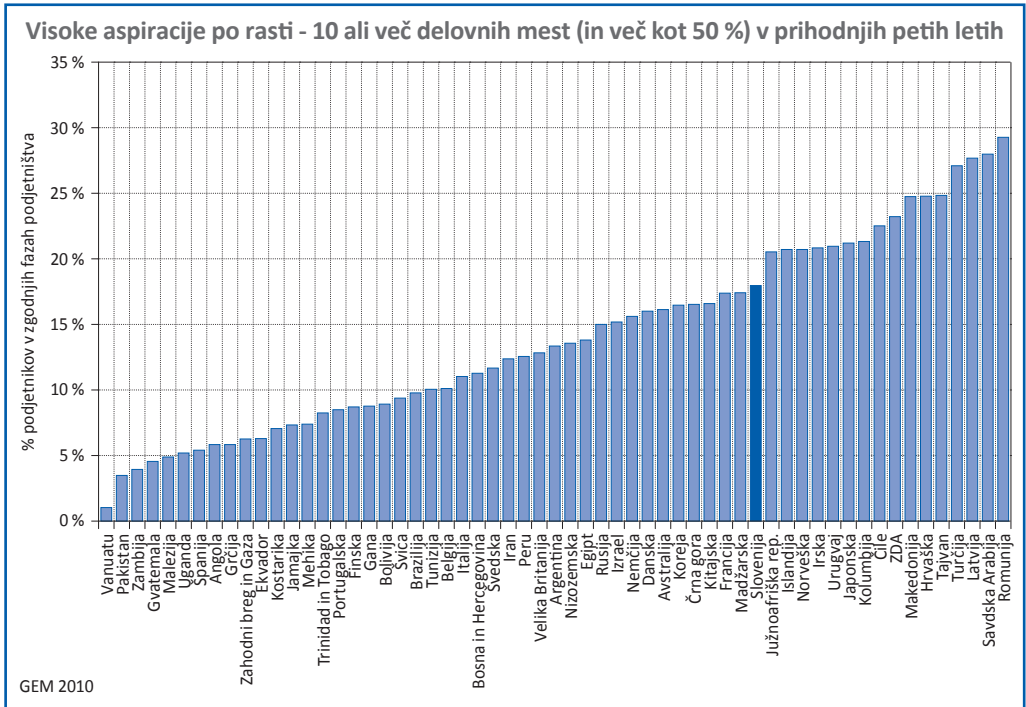
Že od leta 2000 dalje vse sodelujoče države v vprašalnik vključujejo vprašanja o pričakovani rasti zaposlovanja nastajajočih in novih podjetij in podjetij v prihodnjih petih letih. Na *Sliki 46* tako prikazujemo intervalne ocene za delež podjetnikov v državi, ki so pričakovali najmanj pet novih delovnih mest v prihodnjih petih letih in sicer za zadnja tri triletna obdobja: od 2002 do 2004, od 2005 do 2007 in od 2008 do 2010. Prikazana so tista gospodarstva, pri katerih je bilo v vseh opazovanih letih število podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva dovolj veliko, da je ocena za delež tistih, ki pričakujejo najmanj pet novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, dovolj zanesljiva.

Med rezultati za skupino učinkovitostnih gospodarstev izstopa porast podjetniških pričakovanj v Južnoafriški republiki, med evropskimi državami pa Madžarske v zadnjem triletnem obdobju. V skupini inovacijskih gospodarstev večinoma ni mogoče opaziti statistično značilnih razlik med opazovanimi obdobji za posamezno državo, razen precejšnjega upada v Španiji, pa tudi v Veliki Britaniji v zadnjem triletnem obdobju.

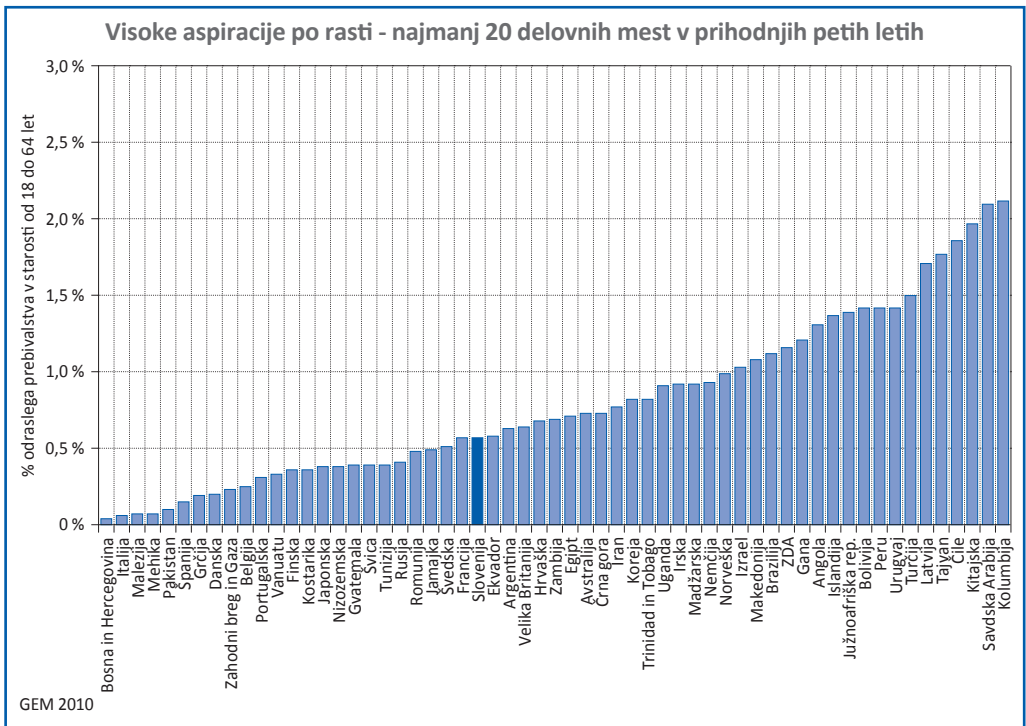
Na *Sliki 47* prikazujemo delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki pričakujejo porast števila delovnih mest za najmanj deset (in več kot 50 odstotkov), v prihodnjih petih letih. Iz skupine inovacijskih gospodarstev se v družbi tistih, kjer je delež podjetnikov z visokimi aspiracijami v povprečju najmanjši (predvsem faktorskih in učinkovitostnih gospodarstev) znajdeti Španija in Grčija. Slovenija je sicer v zgornji polovici lestvice sodelujočih GEM držav, kjer si mesto deli z Madžarsko, Francijo in Črno goro, če omenimo le evropske države.



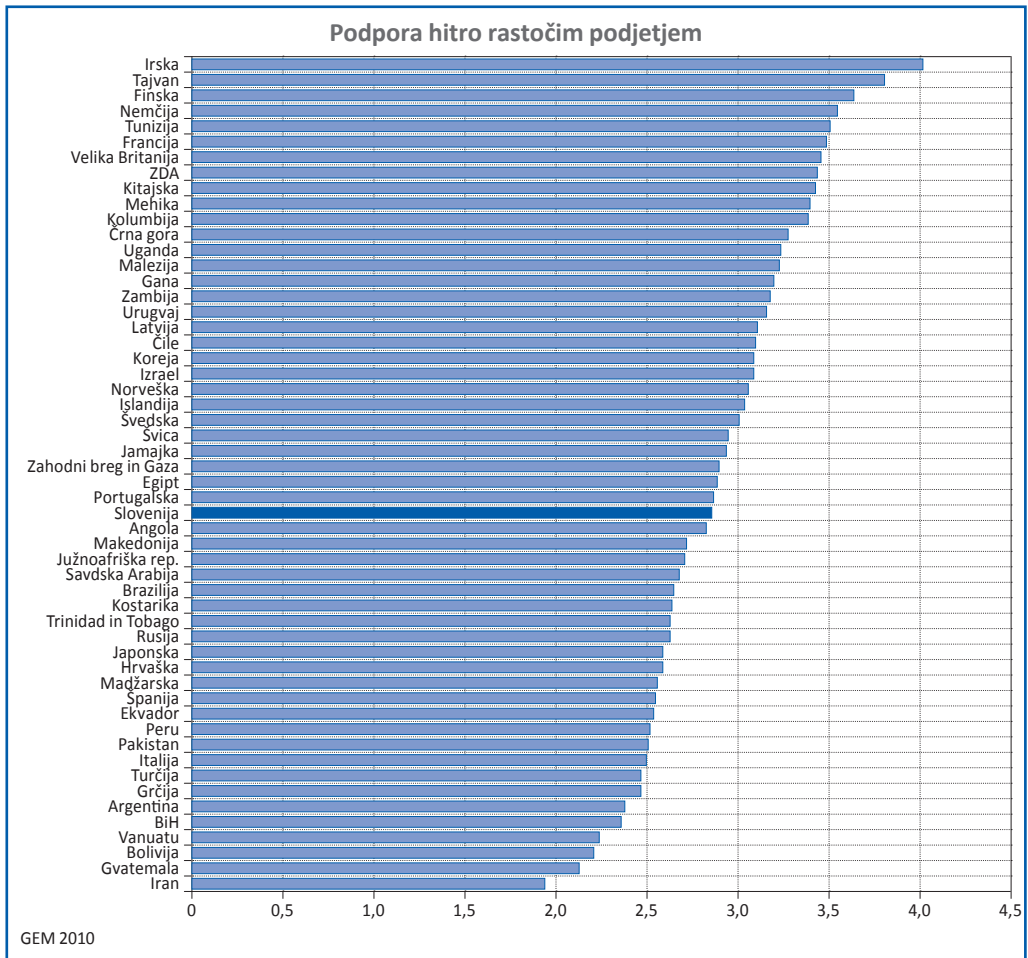
Slika 46: Pričakovano zaposlovanje - najmanj 5 delovnih mest v prihodnjih petih letih



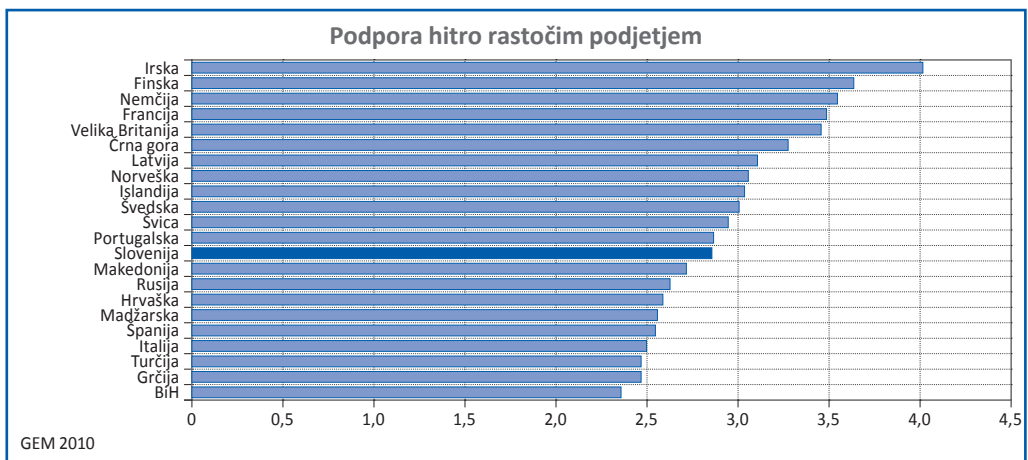
Slika 47: Delež zgodnjega podjetništva z visokimi aspiracijami po rasti



Slika 48: Delež odraslega prebivalstva z zelo visokimi aspiracijami po rasti



Slika 49: Podpora in spodbujanje hitro rastočih podjetij v GEM državah



Slika 50: Podpora in spodbujanje hitro rastočih podjetij v evropskih državah

V Sloveniji v povprečju nekaj manj kot vsak peti nastajajoči ali novi podjetnik (18 odstotkov nastajajočih in novih podjetnikov) izkazuje visoke aspiracije. Preveč optimistično ali celo nerealno pričakovanje rasti glede zaposlovanja je sicer za podjetnike v zgodnjih fazah podjetništva v povprečju značilno, kasneje močno upade. Med ustaljenimi podjetniki v Sloveniji je tako takšnih, ki izkazujejo visoke aspiracije glede zaposlovanja, v povprečju le še 4,1 odstotek.

Če pogledamo na podjetniške aspiracije glede zaposlovanja še iz drugega zornega kota in sicer z vidika delovno aktivnega prebivalstva, lahko na *Sliki 48* ugotovimo, da je v Sloveniji le dobrega pol odstotka (0,57 %) delovno aktivnega prebivalstva takšnega, ki odraža visoke aspiracije po rasti (na tej sliki so kot podjetniki z visokimi aspiracijami opredeljeni tisti, ki pričakujejo najmanj 20 delovnih mest v prihodnjih petih letih). Med evropskimi državami sta najvišje Turčija in Islandija, kjer okoli 1,5 odstotka delovno aktivnega prebivalstva izraža visoke aspiracije po rasti.

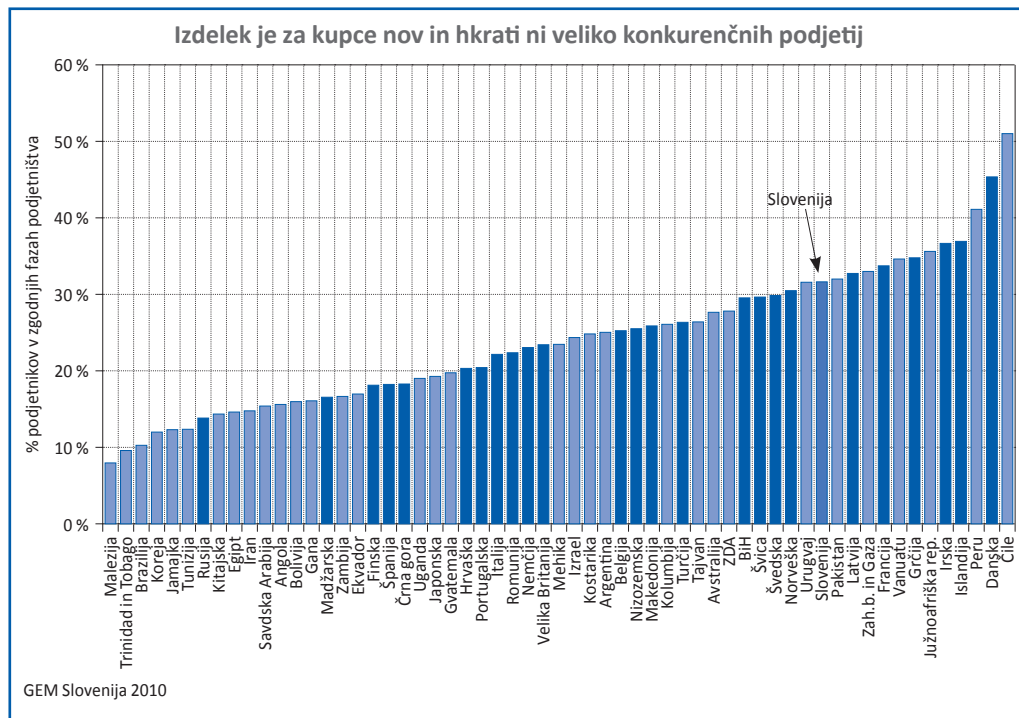
V splošnem za faktorska gospodarstva velja, da imajo v povprečju najnižjo stopnjo podjetništva z visokimi aspiracijami po rasti zaposlovanja. V povprečju 21 odstotkov nastajajočih in novih podjetnikov pričakuje zmerno zaposlovanje – vsaj pet novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, le 4,6 odstotkov pa visoke aspiracije po rasti – vsaj 20 novih delovnih mest v prihodnjih petih letih. V skupini učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstev so stopnje glede zmerne novega obsega zaposlovanja v povprečju podobne (29 % ter 28 %), so pa razlike med državami znotraj teh dveh skupin visoke. Pri primerjavi visokih aspiracij po rasti pa ugotovimo, da je v skupini inovacijskih gospodarstev v povprečju 7,8 odstotkov podjetnikov takšnih, ki pričakujejo 20 ali več novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, v Sloveniji pa nadpovprečnih 11 odstotkov.

Podporo hitro rastočim podjetjem so analizirali tudi nacionalni izvedenci. Ocenjevali so pet različnih komponent takšne podpore (kot na primer, ali se akterji ekonomske politike po njihovem mnenju zavedajo pomena hitro rastočih podjetij, ali pa tudi, če je politika podpore hitro rastočim podjetjem pomemben del ekonomske politike na področju podjetništva in podobno). To področje so izvedenci v Sloveniji ocenili v povprečju z oceno 2,86, kar Slovenijo uvršča približno na sredino lestvice vseh sodelujočih držav (*Slika 49*). Izvedenci v Sloveniji so v primerjavi z izvedenci v ostalih evropskih državah, to področje ocenili s trinajsto povprečno oceno (*Slika 50*). V Sloveniji je bilo vseh pet komponent ocenjenih v povprečju približno enako (povprečne ocene vseh petih komponent so med 2,85 in 2,98).

6.2. INOVACIJE

Da je inovativnost oziroma inovacija značilnost delovanja podjetnika, ki s svojim tovrstnim delovanjem dviguje nivo produktivnosti in poganja ekonomsko rast gospodarstva, je v svoji teoriji razvil že Schumpeter (Schumpeter, 1934). Nekateri (Baumol, 1993) predstavljajo manj radikalen pogled na vlogo podjetnika kot inovatorja, predvsem pa (Drucker, 1985) vidijo vlogo podjetnika v iskanju in izkoriščanju priložnosti in sprememb, obseg in značilnosti sprememb, ki vključujejo tudi inovacije, pa so lahko močno spremenljivi (Kelley, Bosma, Amoros, 2011).

V okviru raziskave GEM proučujemo značilnosti proizvodov in storitev, ki jih ponujajo nastajajoči in novi podjetniki tudi z vidika ustvarjanja novega tržišča – zanima nas, če je njihov izdelek ali storitev bodočim kupcem poznan, zanima pa nas tudi obseg konkurence, torej obstoj konkurenčnih podjetij na tržišču, ki bi ponujala enake ali podobne izdelke ali storitve. Na *Sliki 51* prikazujemo delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki izpolnjujejo oba pogoja hkrati: ocenjujejo, da so njihovi izdelki oziroma storitve novi za vse ali vsaj nekaj potencialnih kupcev in hkrati, da je konkurenčnih podjetij na tržišču malo ali nič.



Slika 51: Delež zgodnjega podjetništva z inovativnimi izdelki ali storitvami

Seveda je treba upoštevati, da bi bila primerjava med državami smiselna ob upoštevanju predpostavke, da sta razpoložljivost novih izdelkov in storitev ter jakost konkurence, enakomerno porazdeljena po državah v svetu. Ker ni mogoče pričakovati, da je ta predpostavka izpolnjena, je seveda lahko delež nastajajočih in novih podjetnikov, ki ocenjujejo, da je njihov izdelek nov, v nekaterih državah visok zato, ker je na njihovem tržišču bistveno manj novih izdelkov in storitev (Rebernik, Tominc, Pušnik, 2010). Takšna predpostavka bi bila zelo verjetna na primer v okviru EU. Na *Sliki 51* smo z drugo barvo obarvali stolpce, ki se nanašajo na evropske države (članice in nečlanice EU), da bi opozorili na zelo znatne razlike med državami. Na vrhu lestvice že nekaj let najdemo Irsko, Dansko in Islandijo. Nekoliko nejasna je slika glede Grčije, ki je leta 2009 izkazovala približno 20 odstotni, leta 2010 pa skoraj 35 odstotni delež tistih, ki izkazujejo inovativnost svojih izdelkov in storitev, v strukturi vseh nastajajočih in novih podjetnikov. Slovenija se leta 2010 na lestvici držav uvršča med Francijo in Latvijo na eni ter Norveško, Švedsko, Švico in BiH na drugi strani.

Pri primerjavi povprečnega deleža podjetnikov z inovativnimi izdelki ali storitvami na tržišču, kjer je malo ali nič konkurenčnih podjetij s podobnimi izdelki ali storitvami, v zadnjih treh letih (obdobje od 2008 do 2010) se izkaže, da so znatne razlike v posameznih skupinah držav glede na njihovo stopnjo razvitosti. V skupini factorskih gospodarstev se delež podjetnikov z inovativnimi izdelki ali storitvami na tržišču, kjer je malo ali nič konkurenčnih podjetij giblje od približno osem odstotkov v Indiji do skoraj 35 odstotkov v državi Vanuatu, v skupini učinkovitostnih gospodarstev pa od manj kot deset odstotkov v Braziliji do več kot 50 odstotkov v Čilu. V skupini inovacijskih gospodarstev je porazdelitev enakomernejša, saj se ta odstotek giblje od 20 odstotkov v Italiji, do nekaj manj kot 40 odstotkov na Irskem (37 %), v Islandiji (38 %), na Danskem (37 %) in v Sloveniji (35 %).

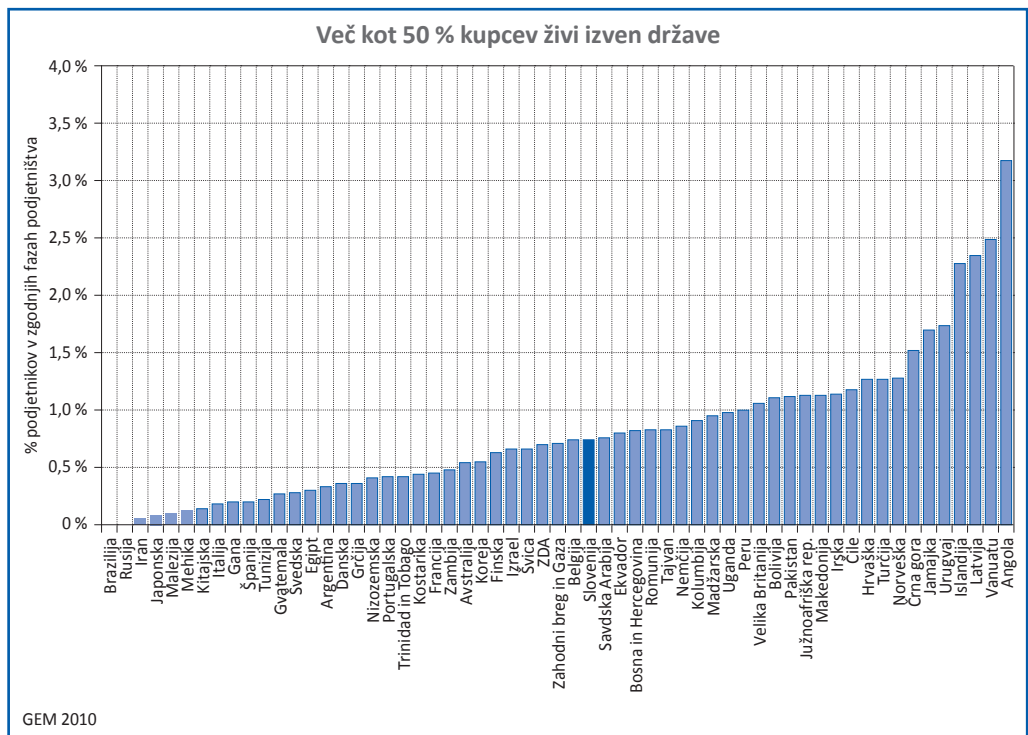
6.3. INTERNACIONALIZACIJA

Podjetniške aspiracije merimo tudi s stopnjo internacionalizacije podjetij oziroma podjetij nastajajočih in novih podjetnikov. To so ocene podjetnikov glede tega, kolikšen del proizvodnje izdelkov ali opravljanja storitev namenijo kupcem zunaj meja njihovega gospodarstva. Pri tem izvoz vključuje tudi prodajo tujim kupcem prek interneta, potovanja v tujino v okviru turistične dejavnosti in podobno.

Na *Sliki 52* tako prikazujemo delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki izkazujejo visoko stopnjo internacionalizacije v svoji podjetniški aktivnosti, saj ocenjujejo, da je več kot 50 % kupcev njihovih izdelkov ali storitev iz tujine.

Slovenija se na tej lestvici nahaja približno v sredini – manj kot en odstotek (0,75 %) nastajajočih in novih podjetnikov ocenjuje, da je delež kupcev iz tujine med vsemi kupci njihovega izdelka ali storitve več kot 50 odstotkov. V evropskem merilu so najvišje na lestvici Latvija in Islandija z nekaj manj kot 2,5 odstotka, nato pa Črna gora z 1,5 odstotki in Norveška, Turčija in Hrvaška z 1,3 odstotki podjetnikov z visoko stopnjo internacionalizacije.

V Sloveniji leta 2010 približno 27 odstotkov nastajajočih in novih podjetnikov izkazuje srednjo ali visoko stopnjo internacionalizacije, saj menijo, da več kot 25 odstotkov kupcev njihovih izdelkov in storitev živi izven države. Nizko stopnjo internacionalizacije (od 1 do 25 %) pa v Sloveniji izkazuje približno 38 odstotkov vseh nastajajočih in novih podjetnikov. Zanimivo je, da v svetovnem merilu najvišji odstotek podjetij oziroma podjetij s stopnjo internacionalizacije več kot 25 odstotkov vseh kupcev izkazuje Belgija (skoraj 40 %), najvišji odstotek podjetij oziroma podjetij, kjer je



Slika 52: Zgodnja podjetniška aktivnost z mednarodno usmerjenostjo

med 1 in 25 odstotkov vseh kupcev iz tujine, pa prikazujejo ZDA, kjer je ta odstotek dobrih 60 odstotkov, takoj zatem pa Črna gora z dobrimi 56 odstotki vseh nastajajočih in novih podjetnikov.

V svetovnem merilu lahko ugotovimo, da v skupini učinkovitostnih gospodarstev najvišjo stopnjo internacionalizacije (merjeno z deležem tistih, kjer je vsaj nekaj kupcev iz tujine) izkazujejo Hrvaška, Makedonija, Črna gora, Latvija in Turčija. Države te regije tudi v skupini factorskih in inovacijskih gospodarstev izkazujejo visoke stopnje internacionalizacije. Za večino med temi državami je značilno, da so bile v preteklosti vključene v skupne države (Sovjetska zveza in Jugoslavija), kjer je med republikami – sedaj pa sosednjimi državami – potekala obsežna trgovinska dejavnost. V tem pogledu je Slovenija povprečna država te regije.

Slovenski izvedenci v letu 2010

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja (april - julij 2010)	Ustanova
Mag. Franjo Mlinarič	Višji predavatelj	Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM
Mag. Andrej Plos	Član uprave	Nova kreditna banka Maribor
Mag. Matjaž Gantar	Direktor	KD Group d.d.
Dr. Alenka Žnidaršič Kranjc	Predsednica uprave	Prva osebna zavarovalnica d.d.
Dr. Andreja Jaklič	Izredna profesorica	Fakulteta za družbene vede, UL
Mag. Tatjana Zabusu	Direktorica investicij	RSG Kapital d.o.o.
Dr. Janez Šušteršič	Izredni profesor	Fakulteta za management Koper, UP
Dr. Marko Jaklič	Redni profesor	Ekonomska fakulteta, UL
Mag. Marko Močnik	Direktor	Pomurski tehnološki park
Roman Ferenčak	Direktor	Ocean Orchids d.o.o.
Alenka Hren	Vodja oddelka	JAPTI
Dr. Viljem Pšeničny	Generalni sekretar	Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije
Daniela Bervar, MBA	Direktorica	Cotrugli Business School
Dr. Vida Kampuš Trop	Docentka	Fakulteta za organizacijske vede, UM
Danila Žuraj	Srednješolska profesorica	Srednja ekonomska šola Maribor
Dr. Jaka Vadnjal	Docent	GEA College
Dr. Špela Stres	Vodja oddelka	Institut Jožef Stefan
Mag. Marjana Majerič	Namestnica direktorja	Tehnološki park Ljubljana d.o.o.
Stojan Gorup	Direktor	Inkubator d.o.o.
Mag. Iztok Lesjak	Direktor	Tehnološki park Ljubljana d.o.o.
Mag. Tadej Krošlin	Manager	Surovina d.d.
Mag. Primož Hvala	Svetovalec	Human & Sales Consulting
Barbara Bregar Mrzlikar, MBA	Direktorica	CEED Slovenia
Viljenka Godina	Direktorica	Ekonomski inštitut Maribor
Dr. Mitja Ruzzier	Izredni profesor	Fakulteta za management Koper, UP
Dr. Maja Bučar	Izredna profesorica	Fakulteta za družbene vede, UL

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja (april - julij 2010)	Ustanova
Dr. Maja Makovec Brenčič	Izredna profesorica	Ekonomska fakulteta, UL
Dr. Bogomir Kovač	Redni profesor	Ekonomska fakulteta, UL
Andrej Mertelj	Izvršni direktor	Datalab d.d.
Lidija Korpar Koritnik	Direktorica	Infrastrukturni center za energetske meritve - tehnološki center
Dr. Iztok Potrč	Redni profesor	Fakulteta za strojništvo, UM
Dr. Boštjan Antončič	Redni profesor	Fakulteta za management Koper, UP
Ddr. Matjaž Mulej	Zaslužni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM
Dr. Metka Stare	Znanstvena svetnica	Fakulteta za družbene vede, UL
Dr. Zdenka Petermanec	Direktorica	Univerzitetna knjižnica Maribor
Mag. Igor Pavlin	Višji predavatelj	GEA College; Franchise Slovenia
Dr. Maks Tajnikar	Redni profesor	Ekonomska fakulteta, UL
Mag. Maja Tomanič Vidovič	Direktorica	Slovenski podjetniški sklad
Mag. Janko Burgar	Vodja sektorja	Ministrstvo za gospodarstvo

Raziskovalni GEM timi in sponzorji v letu 2010

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Angola	Universidade Católica de Angola (UCAN) Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Manuel Alves da Rocha Salim Abdul Valimamade Augusto Medina Douglas Thompson Sara Medina João Rodrigues Nuno Gonçalves	Banco de Fomento Angola (BFA)	SINFIC – Sistemas de Informação Industriais, S.A.
Argentina	Center for Entrepreneurship, IAE Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Aranzazu Echezarreta Juan Martin Rodriguez	Center for Entrepreneurship, IAE Business School, Universidad Austral Banco Santander Rio Subsecretaría de Desarrollo Económico, Ministerio de Desarrollo Económico - Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires	MORI Argentina
Avstralija	Australian Centre for Entrepreneurship Research, Queensland University of Technology	Per Davidsson Michael Stuetzer Paul Steffens Marcello Tonelli	Queensland University of Technology	Q&A Market Research
Belgija	Vlerick Leuven Gent Management School	Jan Lepoutre Hans Crijns Miguel Meuleman	Policy Research Centre Entrepreneurship and International Entrepreneurship, Flemish Government	Dedicated Research
Bolivija	Universidad Católica Boliviana/ Maestrías para el Desarrollo	Marco Antonio Fernández C. Gover Barja Gonzalo Chavez	FAUTAPO SOBOCE S.A. CAF Embajada de Dinamarca USAID/Proyecto Productividad y Competitividad Bolivia Universidad Católica Boliviana FUNDAPRO AVINA-RBE	CIES Internacional

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Bosna in Hercegovina	Entrepreneurship Development Centre Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	Bahrija Umihanic Rasim Tulumovic Sladjana Simic Mirela Arifovic Boris Curkovic Esmir Spahic Admir Nukovic	Federal Ministry of Development, Entrepreneurship and Crafts Municipality of Tuzla Ministry of Education, Science, Culture and Sports of Tuzla Canton	PULS d.o.o. Sarajevo
Brazilija	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria de S.S. Greco Romeu Herbert Friedlaender Jr. Joana Paula Machado Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia Duarte	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI / PR Serviço Social da Indústria - SESI / PR Universidade Federal do Paraná - UFPR	Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.
Čile	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Carlos Poblete	InnovaChile de CORFO	Opina S.A.
Regionalni timi: Arica y Parinacota	Univ. de Tarapacá	Vesna Karmelic	Área Emprendimiento, Liderazgo y TIC's de la Universidad de Tarapacá	
Tarapacá	Corporación Privada para el Desarrollo de la Univ. Arturo Prat	Mauricio Vega	Gobierno Regional de Tarapacá	
Antofagasta	Univ. Católica del Norte	Gianni Romaní	Universidad Católica del Norte, DGIP. Gobierno Regional, Agencia Regional Desarrollo Productivo.	
Atacama	Agencia Regional de Desarrollo Productivo Atacama	Omar Gonzalez	CORFO, Agencia regional de Desarrollo Productivo.	
Coquimbo	Univ. Católica del Norte	Karla Soria	Universidad Católica del Norte,	
Valparaíso	Univ. Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Jorge Cea Valencia Juan Tapia	Departamento de Industrias y Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER, de la Univ. Técnica Federico Santa María El Mercurio de Valparaíso	
Metropolitana	Univ. Mayor	Cristina Betancour	Universidad Mayor	
Libertado Bernardo O'Higgins	Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins	Braulio Guzmán, Aracelly Tapia	Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins	
Maule	Univ. Católica del Maule	Andrés Valenzuela, Alejandro Sottolichio	Universidad Católica del Maule	
Bío-Bío	Univ. Católica de la Santísima Concepción	Jorge Espinoza	UCSC-Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	
	Univ. del Desarrollo	José Ernesto Amorós Carlos Poblete	UDD-Facultad de Economía y Negocios.	
Araucanía	Univ. de la Frontera -INCUBATEC	Gerardo Lagos	Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica de la Universidad de La Frontera	

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Črna gora	University of Montenegro	Dragan Lajovic Milorad Jovovic Tamara Backovic Stana Kalezic Olja Stankovic Radmila Damjanovic Milos Raznatovic Irena Peric Nada Radovanic Ivana Zecevic Ana Sebek Stevan Karadagic Miljan Sestovic	Economic Faculty of Montenegro Investment Development Fund of Montenegro Ministry of Economy Of Montenegro Employment Agency of Montenegro Directorate for Development of Small and Medium-Sized Enterprises Chamber of Economy Montenegro	Damar DOO Podgorica
Danska	University of Southern Denmark	Thomas Schött Torben Bager Kim Klyver Hannes Ottossen Kent Wickstrom Jensen Majbrit Rostgaard Evald Suna Løwe Nielsen Mick Hancock Mette Sjøgaard Nielsen	Foundation for Entrepreneurship	Catinet
Egipt	The British University in Egypt (BUE) Egyptian Junior Business Association (EJB) Middle East Council for Small Businesses and Entrepreneurship, (MCSBE)	Hala Hattab David Kirby Amr Gohar Mohamed Ismail Sherin El-Shorbagi Lois Stevenson Khaled Farouq	Industrial Modernization Center, Ministry of Trade & Industry	AC Nielsen
Ekvador	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio Ma. Elizabeth Arteaga Guido Caicedo	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) Survey Data	Survey Data
Finska	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen Pekka Stenholm Tommi Pukkinen Jarna Heinonen	Ministry of Employment and the Economy Turku School of Economics, University of Turku	Taloustutkimus Oy
Francija	EMLYON Business School	Olivier Torres Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA
Gana	Institute of Statistical, Social and Economic Research, University of Ghana	Ernest Aryeetey George Owusu Paul W. K. Yankson Robert Osei Kate Gough Thilde Langevang	Danish Research Council	
Grčija	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Aggelos Tsakanikas Stelina Chatzichristou	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Datapower SA

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Gvatemala	Francisco Marroquín University	Hugo Maúl Mónica de Zelaya David Casasola Georgina Tunarosa Lisardo Bolaños Irene Flores Fritz Thomas Jaime Díaz	Francisco Marroquín University	Pablo Pastor
Hrvaška	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Suncica Oberman Peterka Djula Borozan	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre – CEPOR, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek – Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan Caro Lucas Nezameddin Faghieh A. A. Moosavi-Movahedi Leyla Sarfaraz A. Kordrnej Jahangir Yadollahi Farsi M.Ahamadpour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Zali Mohammad Reza Sepehri	Iran's Ministry of Labour and Social Affairs Iran's Labour and Social Security Institute (LSSI)	Dr. Mohammad Reza Zali
Irski	Dublin City University	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman	Enterprise Ireland	IFF
Islandija	Reykjavik University	Rögnvaldur J. Sæmundsson Hannes Ottóson	Reykjavik University	Capacent Gallup
Italija	EntER - Bocconi University	James Hayton Giovanni Valentini		Target Research
Izrael	The Ira Center for Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner Yossi Hadad Miri Yemini Dov Barak Harel Yedidsion	The Ira Center for Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev Sami Shamoon College of Engineering Advanced Technology Encouragement Centre (ATEC) in the Negev	The Brandman Institute
Jamajka	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj Vanetta Skeete Mauvalyn Bowen Joan Lawla Marcia McPherson-Edwards Horace Williams	College of Business and Management, University of Technology, Jamaica	KOCI Market Research and Data Mining Services
Japonska	Keio University	Takehiko Isobe	Venture Enterprise Center Ministry of Economy, Trade and Industry	Social Survey Research Information Co., Ltd (SSRI)

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Južnoafriška republika	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Jacqui Kew Penny Kew	Swiss South African Cooperation Initiative (SSACI) Services SETA Small Enterprise Development Agency (SEDA)	Nielsen South Africa
Kitajska	Tsinghua University SEM	Gao Jian Qin Lan Jiang Yanfu Cheng Yuan Li Xibao	SEM Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.
Kolumbija	Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad de los Andes Universidad Icesi	Liyis Gómez Núñez Piedad Martínez Carazo César Figueroa Fernando Pereira Alberto Arias Raúl Fernando Quiroga Rafael Augusto Vesga Diana Carolina Vesga Rodrigo Varela Villegas Luis Miguel Álvarez Juan David Soler Libreros	Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad de los Andes Universidad Icesi	Centro Nacional de Consultoría
Koreja	Jinju National University	Sung-sik Bahn Sangu Seo Kyung-Mo Song Dong-hwan Cho Jong-hae Park Min-Seok Cha	Small and Medium Business Administration (SMBA) Korea Aerospace Industries, Ltd. (KAI) Kumwoo Industrial Machinery, Co. Hanaro Tech Co., Ltd. Taewan Co., Ltd.	Hankook Research Co.
Kostarika	Asociación Incubadora Parque Tec (PARQUE TEC) Universidad de Costa Rica (UCR) Cámara de Industrias de Costa Rica (CICR)	Marcelo Leblendiker Fainstein Petra Petry Rafael Herrera González Guillermo Velásquez López	Banco Interamericano de Desarrollo / FOMIN GTZ / Programa Desarrollo Económico Sostenible en Centroamérica (DESCA) Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) Fundación CRUSA Asociación Incubadora Parque Tec	IPSOS Central America
Latvija	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Anders Paalзов Alf Vanags Vyacheslav Dombrovsky	TeliaSonera AB	SKDS

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Madžarska	University of Pécs, Faculty of Business and Economics George Mason University Indiana University	László Szerb Zoltán J. Ács Attila Varga József Ulbert Gábor Márkus Attila Petheő Dietrich Péter Siri Terjesen	OTKA Research Foundation theme number K 81527 George Mason University University of Pécs, Faculty of Business and Economics Budapest Corvinus University, Doctoral School of Business Széchenyi University, Doctoral School of Regional- and Economic Sciences	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet
Makedonija	University "Ss. Cyril and Methodius" – Business Start-Up Centre Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF)	Radmil Polenakovik Tetjana Lazarevska Lazar Nedanoski Gligor Mihailovski Marija Szdevski Bojan Jovanovski Trajce Velkovski Aleksandar Kurciev Bojan Jovanoski Igor Nikoloski Ljupka Mitrinovska	Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF) National Centre for Development of Innovation and Entrepreneurial Learning (NCDIEL)	Brima Gallup
Malezija	University Tun Abdul Razak	Roland Xavier Leilanie Mohd Nor Dewi Amat Sepuan Mohar Yusof	University Tun Abdul Razak	Rehanstat
Mehika	Tecnológico de Monterrey	Marcia Campos Arturo Torres Elvira Naranjo	Tecnologico de Monterrey	Alduncin y Asociados
Nemčija	Leibniz University of Hannover in Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Rolf Sternberg Udo Brixy Christian Hundt Arne Vorderwülbecke	Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM), Bonn
Nizozemska	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Chantal Hartog Sander Wennickers André van Stel Roy Thurik Philipp Koellinger Peter van der Zwan Ingrid Verheul Niels Bosma	Ministry of Economic Affairs, Agriculture and Innovation	Stratus
Norveška	Bodø Graduate School of Business	Lars Kolvereid Erlend Bullvåg Bjørn-Willy Åmo Terje Mathisen Eirik Pedersen	Ministry of Trade and Industry Innovation Norway Kunnskapsparken Bodø AS, Center for Innovation and Entrepreneurship Kunnskapsfondet Nordland AS Bodø Graduate School of Business	TNS Gallup

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Pakistan	Institute of Business Administration (IBA), Karachi	Sarfraz A. Mian Arif I. Rana Zafar A. Siddiqui Shahid Raza Mir Shahid Qureshi	US Agency for International Development. Centre for Entrepreneurial Development, IBA, Karachi. LUMS, Lahore Babson College, USA	Oasis International
Palestina	The Palestine Economic Policy Research Institute-MAS	Samir Abdullah Yusef Daoud Tareq Sadeq Muhannad Hamed Alaa Tartir	Arab Fund for Economic & Social Development Palestinian National Authority (PNA)	The Palestine Central Bureau of Statistics (PCBS)
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida Oswaldo Morales Keiko Nakamatsu Liliana Uehara	Universidad ESAN	Imasen
Portugalska	SPI Ventures	Augusto Medina Douglas Thompson Sara Medina João Rodrigues Nuno Gonçalves	IAPMEI (Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação) FLAD (Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento)	GfKMetris (Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, S.A.)
Regionalni tim: Azores	Universidade dos Açores (UAC) SPI Ventures	Gualter Manuel Medeiros do Couto João Crispim Borges da Ponte Nélia Cavaco Branco	Governo Regional dos Açores (Secretaria Regional da Economia) PROCONVERGENCIA	
Romunija	Babes-Bolyai University, Faculty of Economics and Business Administration	Matîş Dumitru Nagy Ágnes Györfy Lehel-Zoltán Pete Ştefan Benyovszki Annamária Petru Tünde Petra Szerb László Mircea Comşa Ilieş Liviu Szász Levente Matîş Eugenia	Babes-Bolyai University, Faculty of Economics and Business Administration	Metro Media Transilvania
Rusija	Saint Petersburg tim Graduate School of Management, Saint Petersburg Moscow tim State University - Higher School of Economics, Moscow	Olga Verkhovskaya Maria Dorokhina Galina Shirokova Alexander Chepurenko Olga Obraztsova Tatiana Alimova Maria Gabelko Kate Murzacheva	Graduate School of Management at Saint Petersburg State University State University - Higher School of Economics Ministry of Economic Development of Russian Federation	Levada-Center
Savdska Arabija	The National Entrepreneurship Center Alfaisal University	Munira A. Alghamdi Hazbo Skoko Norman Wright Ricardo Santa Wafa Al Debari	The Centennial Fund/National Entrepreneurship Center	IPSOS

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Slovenija	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pušnik Katja Crnogaj	Ministry of the Economy Slovenian Research Agency Finance – Slovenian Business Daily	RM PLUS
Španija	Instituto de Empresa	Juan José Güemes Ignacio de la Vega Alicia Coduras Rafael Pampillón Cristina Cruz Rachida Justo Ricardo Hernández April Win	DGPYMES IE Business School	
Regionalni timi:	Regionalne ustanove:	Regionalni direktorji timov:		
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro	Junta de Andalucía	
Asturias	Univ. De Oviedo	Enrique Loredó	Gob. del Principado de Asturias	
Aragón	Univ. de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz	Gob. de Aragón Dpto, Industria, Comercio y Turismo Instituto Aragones Fomento Consejo Aragones Cámaras de Comercio.	
Basque Country	Orkestra Univ. De Deusto Univ. Basque Country Univ. Mondragón.	Iñaki Peña	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral Álava Diputación Foral Bizkaia Diputación Foral Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla	
Canary I.	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria & Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino	La Caja de Canarias Gobierno de Canarias, Promoción Económica y Servicio Canario de Empleo. Fondo Social Europeo	
Cantabria	Univ. De Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria.	Fco. Javier Martínez	Santander Gob. Regional Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda. Grupo Sordecán Fundación UCEIF	
Catalonia	Universidad Autónoma de Barcelona	Carlos Guallarte Yancy Vaillant	Diputació de Barcelona: Àrea de Desenvolupament Econòmic. Generalitat de Catalunya: Departament de Treball.	
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez M ^a del Mar Fuentes	PROCESA	
C. Valenciana	Univ. Miguel Hernández	José M ^a Gómez Gras	Air Nostrum IMPIVA	

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Extremadura	Fundación Xavier de Salas Univ. De Extremadura	Ricardo Hernández Juan Carlos Díaz	Junta Extremadura, Univ. De Extremadura, Central Nuclear Almaraz, Sofiex, Arram Consultores, CCOO U.R Extremadura, Urvicasa Caja Rural de Extremadura, Palicrisa Fundación Academica Europea de Yuste. Fomento de Emprendedores, Grupo Alfonso Gallardo, Infostock Europa Extremadura, Cámara Comercio Cáceres. UGT Extremadura, El Periódico Extremadura, Hoy Diario de Extremadura, Fomento Emprendedores, Infocenter, Ogesa, Hotel Huerta Honda	Instituto Opinòmetre S.L.
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia, SA (BIC Galicia) Universidad de Santiago de Compostela	Araceli de Lucas	Confederación Empresarios Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia) Universidad de Santiago de Compostela	
Madrid City	IEBS	Iñaki Ortega	Caja Madrid Ayuntamiento de Madrid	
Murcia	Univ. de Murcia	Antonio Aragón Alicia Rubio	Fundación Caja Murcia Consejería de Economía, Empresa e Innovación Instituto Fomento región de Murcia. Centro Europeo de Empresas e innovación de Murcia Univ. Murcia	
Navarra	Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra Servicio Navarro de Empleo.	Cristina García	Gobierno de Navarra, Servicio Navarro de Empleo.	
Švedska	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm Ulrika Stuart Hamilton Mikael Samuelsson Kristina Nyström Per Thulin	Vinnova CECIS Confederation of Swedish Enterprise	DEMOSKOP
Švica	School of Business Administration (HEG-FR) Fribourg	Rico J. Baldegger Andreas A. Brühlhart Mathias J. Rossi Patrick E. Schüffel Thomas Straub Sabine Frischknecht Muriel Berger Verena Huber	KTI /CTI (Conferderation's Innovation Promotion Agency) School of Business Administration (HEG-FR) Fribourg	gfs Bern
Tajvan	National Chengchi University China Youth Career Development Association Headquarters (CYCDA)	Chao-Tung Wen Chang-Yung Liu Su-Lee Tsai Yu-Ting Cheng Yi-Wen Chen Ru-Mei Hsieh Chung-Min Lo Li-hua Chen Shih-Feng Chou	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs	NCCU Survey Center

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Trinidad in Tobago	Arthur Lok Jack Graduate School of Business, University of the West Indies	Karen Murdock Miguel Carillo Colin McDonald	Arthur Lok Jack Graduate School of Business, University of the West Indies	
Tunizija	Institut des Hautes Etudes Commerciales – Sousse	Faysal Mansouri Lotfi Belkacem	GTZ – Programme d'Appui à l'Entrepreneuriat et à l'Innovation	Optima
Turčija	Yeditepe University	Esra Karadeniz	Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey (TOBB)	Akademetre
Uganda	Makerere University Business School (MUBS)	Rebecca Namatovu Warren Byabashaija Arthur Sserwanga Sarah Kyejjusa Wasswa Balunywa Peter Rosa	Danish Research Council Makerere University Business School	Makerere University Business School
Urugvaj	University of Montevideo	Leonardo Veiga Adrián Edelman Pablo Regent Fernando Borraz Alvaro Cristiani Cecilia Gomeza	University of Montevideo Banco Santander Uruguay	Equipos Mori
Vanuatu	UNITEC	Robert Davis Malama Solomon Asoka Gunaratne Judith King Andrina Thomas-Lini	AusAID UNITEC New Zealand	UNITEC New Zealand
Velika Britanija	Aston University	Mark Hart Jonathan Levie Michael Anyadike-Danes Yasser Ahmad Bhatti Aloña Martiarena Arrizabalaga Mohammed Karim Liz Blackford Erkko Autio Alpheus Tlhomole	Department for Business, Innovation and Skills (BIS) ONE North East Welsh Assembly Government Enterprise UK PRIME Birmingham City Council Aston Business School Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde	IFF Research Ltd.
Zambija	University of Zambia	Francis Chigunta Valentine Mwanza Moonga Mumba Mulenga Nkula	Danish Research Council	Department of Development Studies, University of Zambia

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
ZDA	Babson College	Julio DeCastro I..Elaine Allen Abdul Ali Candida Brush William D. Bygrave Marcia Cole Lisa Di Carlo Julian Lange Moriah Meyskens John Whitman Edward Rogoff Monica Dean Thomas S. Lyons Joseph Onochie Ivory Phinisee Al Suhu	Babson College Baruch College	OpinionSearch Inc.

GLOBALNI KOORDINACIJSKI TIM

Tim	Člani
GEM Globalni koordinacijski tim	Kristie Seawright Mick Hancock Yana Litovsky Chris Aylett Jackline Odoch Marcia Cole Jeff Seaman Niels Bosma Alicia Coduras



Literatura

1. Acs, Z., Szerb, L. (2009). *The Global Entrepreneurship Index*, Jena Research papers, Jena: Max Planck Institute of Economics.
2. Autio, E. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor 2007, Global report on High Growth Entrepreneurship*, London, U.K.: London Business School and Babson Park, MA: Babson College.
3. Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive, *Journal of Political Economy*, 98(5), 893-921.
4. Baumol, W.J. (1993). *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*, Cambridge MA: The MIT Press.
5. Bhide, A., (2008). *The Venturesome Economy*, Princeton University press.
6. Bosma, N., Levie, J. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Executive Report*, Babson College, London Business School, and GERA.
7. Bosma, N., Jones, K., Autio, E., Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor, 2007 Executive Report*, Babson College, London Business School, and GERA.
8. Carree, M.A., Van Stel, A.J., Thurik, A.R., Wennekers, A.R.M. (2002). Economic Development and Business Ownership: An analysis Using data of 23 OECD Countries in the Period 1976-1996, *Small Business Economics*, 19, 271-290.
9. Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, New York:Harper & Row.
10. Duh, M. (2009). Distinctive Characteristic of Family Businesses and Supporting Infrastructure: Comparison of Slovenia with EU and other Countries, v: Širec, K., Rebernik, M. (ur.), *Dynamics of Slovenian Entrepreneurship, Slovenian Entrepreneurship Observatory 2008*, Maribor: Faculty of Economics and Business.
11. Kelley, D., Bosma, N., Amoros, J.E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor, 2010 Global Report*, Babson College, Universidad del Desarrollo, London Business School, and GERA.
12. Levie, J. (2010). *The IIP Innovation Confidence Indexes: 2009 Report*, Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde, UK.

13. Porter, M.J., Sachs, J., Mc Arthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development, v: Porter, M.J., Sachs, P.K., Cornelius, J.W., Mc Arthur, J., Schwab, K. (ur.), *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, New York: Oxford University Press, 16-25.
14. Rebernik, M., Tominc, P., Pušnik, K. (2007). *Počasne spremembe podjetniške stvarnosti: GEM Slovenija 2006*, Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, (Slovenski podjetniški observatorij).
15. Rebernik, M., Tominc, Pušnik, K. (2009). *Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008*, Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, (Slovenski podjetniški observatorij).
16. Rebernik, M., Tominc, Pušnik, K. (2010). *Slovensko podjetništvo v letu krize: GEM Slovenija 2009*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, (Slovenski podjetniški observatorij).
17. Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P., Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003, *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
18. Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*, Cambridge: Harvard University Press.
19. Van Stel, A., Carree, M., Thurik, R. (2005). *The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth*, Jena Research papers, Jena: Max Planck Institute for Research into Economic Systems.

Priloga 1: Mere podjetniške aktivnosti

Mera	Opis
Odnos do podjetništva in njegovo dojemanje (Entrepreneurial Attitudes and Perceptions)	
Zaznane priložnosti (Perceived opportunities)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki vidijo dobre priložnosti za ustanovitev podjetja na območju, kjer živijo.
Zaznane zmogljivosti (Perceived capabilities)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti (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 odrasle populacije med 18 in 64 leti (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki so latentni podjetniki, saj nameravajo v roku treh let ustanoviti podjetje.
Stopnja strahu pred neuspehom (Fear of failure rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki navajajo, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja.
Podjetništvo kot zaželena podjetniška izbira (Entrepreneurship as desirable career choice)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi podjetništvo zaželena poklicna izbira.
Pozornost medijev do podjetništva (Media attention for entrepreneurship)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi v javnih medijih pogosto videti zgodbe o uspešnih novih podjetjih.
Motivacijski indeks (Entrepreneurial motivation index)	Razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti.
Podjetniška dejavnost (Entrepreneurial Activity)	
Stopnja nastajajočega podjetništva (Nascent entrepreneurship rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so trenutno nastajajoči podjetniki, t.j. so aktivno vpleteni v ustanavljanje podjetja, ki bo v celoti ali delno v njihovi lasti; podjetje lastnikom še ni izplačevalo plač, nadomestil ali drugih prihodkov več kot tri mesece.
Stopnja novega podjetništva (New business ownership rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so trenutno lastniki-managerji novega podjetja, to pomeni, da so lastniki in vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodkov več kot tri mesece, a manj kot 42 mesecev.

Mera	Opis
Zgodnja podjetniška aktivnost (Early-stage entrepreneurial activity)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali pa novi podjetniki (lastniki-managerji) novega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja ustaljenega podjetništva (Established business ownership rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so trenutno podjetniki staljenega podjetja; to pomeni, da so lastniki in vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodkov več kot kot 42 mesecev.
Stopnja celotne podjetniške aktivnosti (Overall entrepreneurial activity rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so bodisi vključeni v zgodnje podjetniške aktivnosti ali pa so lastniki-managerji staljenega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja prenehanja poslovanja (Business discontinuation rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so v zadnjih 12 mesecih prenehali s poslovanjem, ker so prodali, zaprli ali kako drugače prekinili s svojim lastniško-managerskim odnosom 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.
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 sedanje prihodke.
Podjetniške aspiracije (Entrepreneurial Aspirations)	
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity - HEA)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali novi podjetniki (lastniki-managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj ter pričakujejo, da bodo čez pet zaposlovali najmanj 20 ljudi.
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo: relativni delež (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki pričakujejo, da bodo čez pet let zaposlovali najmanj 20 ljudi.
Zgodnja podjetniška aktivnost usmerjena k novim izdelkom in trgom: relativni delež (New product-market oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki navajajo, da je njihov izdelek ali storitev nov za vsaj nekaj kupcev in tudi navajajo, da ni veliko podjetij, ki bi ponujala enak izdelek ali storitev.
Zgodnja podjetniška aktivnost v tehnoloških sektorjih: relativni delež (Early-stage entrepreneurial activity in technology sectors: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki so aktivni v »visokotehnoloških« ali »srednjetehnoloških« sektorjih, kot jih klasificira OECD.
Mednarodno usmerjena zgodnja podjetniška aktivnost: relativni delež (International oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki navajajo, da je vsaj 25 % njihovih kupcev iz drugih držav.



Dr. Miroslav Rebernik je redni profesor za ekonomiko podjetja in za podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Bil je gostujoči profesor na Portland State University ter dobitnik Fulbrightove raziskovalne štipendije na Babson College. Sodeloval je na več kot 70 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 številne domače in mednarodne konference ter uredil njihove zbornike. Je vodja programskega odbora Mednarodne konference o podjetništvu in inoviranju PODIM (www.podim.org), predsednik sveta univerzitetnega inkubatorja Tovarna podjetmov (www.tovarnapodjemov.org), član ekspertne komisije Evropske komisije SME Policy Relevant Research, član znanstvenega sveta za družboslovje pri ARRS, član Upravnega odbora European Council for Small Business ter predsednik strokovne komisije tekmovanja »Start:up Slovenija«. Sodeluje v uredniških in recenzijskih odborih revij Business & Economics Review, Journal of Small Business Management ter International Journal of Entrepreneurial Venturing. Je vodja raziskovalnega programa Podjetništvo za inovativno družbo in vodja raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor Slovenija ter Slovenski podjetniški observatorij.



Dr. Polona Tominc je redna profesorica za kvantitativne ekonomske analize na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru in prodekanja za izobraževalno področje. Predava predmete s področja statističnih metod ter metodološki del podjetniških teorij. Je članica Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij ter Inštituta za operacijske raziskave. Sodelovala je na več kot 30 tujih in domačih znanstvenih in strokovnih konferencah, je avtorica ali soavtorica poglavij v tujih in domačih monografijah ter znanstvenih in strokovnih člankov, objavljenih v uveljavljenih mednarodnih in domačih revijah. Aktivno sodeluje v mednarodni mreži za proučevanje ženskega podjetništva DIANA. Sodeluje v raziskovalnem programu Podjetništvo za inovativno družbo in je članica raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor Slovenija ter Slovenski podjetniški observatorij.



Katja Crnogaj, mag. je asistentka za podjetništvo in ekonomiko podjetja na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Kot raziskovalka Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij na tej fakulteti je sodelovala pri številnih domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je članica raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor Slovenija in Slovenski podjetniški observatorij ter aktivno sodeluje v Ciljnem raziskovalnem programu »Konkurenčnost Slovenije«. Svoje izobraževanje nadaljuje na doktorskem študiju ter se raziskovalno trenutno ukvarja z razumevanjem vplivnih dejavnikov podjetništva v povezavi z gospodarskim in družbenim napredkom, podjetniškimi merami in drugimi področji podjetništva in ekonomike podjetja.



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



Miroslav Rebernik
Polona Tominc
Katja Crnogaj

Usihanje podjetništva v Sloveniji

GEM Slovenija 2011



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



**Miroslav Rebernik
Polona Tominc
Katja Crnogaj**

Usihanje podjetništva v Sloveniji

GEM Slovenija 2011

Naslov monografije: Usihanje podjetništva v Sloveniji: GEM Slovenija 2011

Avtorji: Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Katja Crnogaj

Vrsta: znanstvena monografija

Strokovna recenzenta: prof. dr. Matjaž Mulej, prof. dr. Aleš Vahčič

Lektorica: mag. Darja Gabrovšek Homšak

Izdala in založila: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta

Leto izida: 2012

Oblikovanje in tisk: Tiskarna Schwarz

Naklada: 200 izvodov

ISSN 1854-8040



9 789616 802130

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Univerzitetna knjižnica Maribor

658(497.4)«2011»

REBERNIK, Miroslav

Usihanje podjetništva v Sloveniji : GEM
Slovenija 2011 / Miroslav Rebernik, Polona Tominc,
Katja Crnogaj. - Maribor : Ekonomsko-poslovna
fakulteta, 2012. - (Slovenski podjetniški
observatorij, ISSN 1854-8040)

ISBN 978-961-6802-13-0

1. Tominc, Polona 2. Crnogaj, Katja, 1983-
COBISS.SI-ID 70055169

Izšlo v knjižni zbirki »Slovenski podjetniški observatorij«.

Čeravno ta monografija temelji na podatkih, ki smo jih zbrali v okviru GEM-konzorcija, odgovornost za njihovo analizo in interpretacijo v celoti prevzemamo avtorji.

Whilst this work is based on data collected by the GEM consortium, responsibility for analysis and interpretation of those data is the sole responsibility of the authors.

© Copyright Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta,
Maribor, 2012

KAZALO

UVODNI POVZETEK	7
EXECUTIVE SUMMARY	17
1 UVOD	27
1.1 Ekonomska in družbena vloga podjetništva	27
1.2 Razvojna raznolikost držav in spodbujanje podjetništva	28
1.3 Klasifikacija držav glede na tip podjetništva	31
1.4 Raziskovanje podjetništva z Globalnim podjetniškim monitorjem	32
2 GEM-OVA PREGLEDNICA ZNAČILNOSTI PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI	41
3 NAGNjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu	45
3.1 Dojemanje priložnosti, znanje za podjetništvo ter strah pred neuspehom	48
3.2 Podjetniške namere	53
3.3 Dojemanje podjetništva	54
4 PROFIL SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA	59
4.1 Faze podjetniške aktivnosti	59
4.2 Podjetniška aktivnost odraslih prebivalcev	61
4.3 Vključenost v podjetništvo – demografske značilnosti slovenskega podjetništva	78
5 PODJETNIŠKE ASPIRACIJE	87
5.1 Usmerjenost v rast	87
5.2 Inovacijska naravnost	92
5.3 Internacionalizacija	93
6 OCENA PODJETNIŠKEGA OKOLJA	95
7 PODJETNIŠKA AKTIVNOST ZAPOSLENIH	101
7.1 Opredelitve in model	101
7.2 Podjetniška aktivnost zaposlenih v Sloveniji in svetu	104
7.3 Nekatere značilnosti slovenskih notranjih podjetnikov	108
7.4 Tipologija gospodarstev na temelju treh podjetniških dimenzij	113
SLOVENSKI IZVEDENCI V LETU 2011	117
RAZISKOVALNI TIMI IN SPONZORJI GEM V LETU 2011	119
LITERATURA	127
PRILOGA 1: KLJUČNE GEM MERE	131

SEZNAM SLIK

<i>Slika 1: Značilne skupine gospodarstev in ključna razvojna usmerjenost</i>	29
<i>Slika 2: Tipologija gospodarstev na temelju treh dimenzij podjetništva</i>	31
<i>Slika 3: GEM-model proučevanja podjetništva</i>	34
<i>Slika 4: Priložnosti za ustanovitev podjetja, vse GEM države</i>	49
<i>Slika 5: Priložnosti za ustanovitev podjetja, evropske države GEM</i>	50
<i>Slika 6: Zmožljivosti in znanja za ustanovitev podjetja, vse države GEM</i>	51
<i>Slika 7: Zmožljivosti in znanja za ustanovitev podjetja, evropske države GEM</i>	52
<i>Slika 8: Strah pred podjetniškim neuspehom, GEM 2011</i>	52
<i>Slika 9: Strah pred podjetniškim neuspehom, primerjava Slovenije s povprečjem skupin držav</i>	53
<i>Slika 10: Podjetniške namere po vseh državah GEM</i>	53
<i>Slika 11: Podjetniške namere – primerjava Slovenije s povprečjem skupin držav</i>	54
<i>Slika 12: Družbeni status podjetnika, vse države GEM</i>	56
<i>Slika 13: Družbeni status podjetnika, evropske države GEM</i>	57
<i>Slika 14: Faze in profil podjetništva</i>	59
<i>Slika 15: Delež odraslega prebivalstva v Sloveniji, vključenega v podjetništvo</i>	60
<i>Slika 16: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost</i>	63
<i>Slika 17: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi</i>	64
<i>Slika 18: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost po tipih gospodarstev</i>	64
<i>Slika 19: Soodvisnost gospodarske razvosti in zgodnje podjetniške aktivnosti</i>	65
<i>Slika 20: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom</i>	67
<i>Slika 21: Vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo v Sloveniji v letih od 2007 do 2011</i>	67
<i>Slika 22: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom</i>	68
<i>Slika 23: Razvrstitev držav glede na opustitveni indeks</i>	69
<i>Slika 24: Razlogi za prenehanje poslovanja v Sloveniji</i>	70
<i>Slika 25: Sektorska porazdelitev zgodnjega podjetništva po skupinah držav</i>	71
<i>Slika 26: Sektorska porazdelitev ustaljenih podjetnikov</i>	72
<i>Slika 27: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti</i>	73
<i>Slika 28: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti</i>	73
<i>Slika 29: Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo</i>	75
<i>Slika 30: Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti</i>	75
<i>Slika 31: Delež nastajajočih in novih podjetnikov zaradi večje neodvisnosti in osebne svobode</i>	77
<i>Slika 32: Podjetniška aktivnost glede na starost, Slovenija 2011</i>	78
<i>Slika 33: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in po skupinah držav</i>	80
<i>Slika 34: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol</i>	81
<i>Slika 35: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami</i>	81
<i>Slika 36: Odnos do žensk v podjetništvu v Evropi</i>	83
<i>Slika 37: Podjetniška aktivnost glede na dohodek gospodinjsva</i>	84

Slika 38: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo	85
Slika 39: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, faktorska in učinkovitostna gospodarstva GEM, 2009–2011	88
Slika 40: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, inovacijska gospodarstva GEM, 2009–2011	89
Slika 41: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, evropska gospodarstva GEM, 2009–2011	89
Slika 42: Povezava med obsegom zgodnje podjetniške aktivnosti s srednjo ali visoko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest v prihodnosti ter BDP na prebivalca, GEM 2011	91
Slika 43: Povezanost med obsegom samostojne podjetniške aktivnosti ter tiste z nizko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest v prihodnosti ter BDP na prebivalca, GEM 2011	91
Slika 44: Delež zgodnjega podjetništva z inovativnimi izdelki ali storitvami	93
Slika 45: Zgodnja podjetniška aktivnost z mednarodno usmerjenostjo	94
Slika 46: Povezave med okvirnimi pogoji za podjetništvo, dinamiko podjetniške aktivnosti ter gospodarsko rastjo	95
Slika 47: Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo – Slovenija, inovacijske ter evropske države GEM, 2011	98
Slika 48a: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna ter inovacijska gospodarstva, 2011	99
Slika 48b: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna ter inovacijska gospodarstva, 2011	100
Slika 49: Faze podjetniškega procesa notranjih podjetnikov	102
Slika 50: Široka in ozka opredelitev podjetniške aktivnosti zaposlenih	103
Slika 51: Podjetniška aktivnost zaposlenih (EEA)	106
Slika 52: Podjetniška aktivnost zaposlenih (EEA) v povprečju v posameznih tipih gospodarstva in v Sloveniji	107
Slika 53: Tveganja podjetnih zaposlencev	110
Slika 54: Podpora delodajalca in podjetniška aktivnost zaposlenih	111
Slika 55: Delež odraslih prebivalcev, vključenih v zgodnjo podjetniško aktivnost zase (TEA) in za delodajalca (EEA)	112
Slika 56: Ambiciozni in neambiciozni podjetniki – razporeditev držav z nizkim deležem notranjih podjetnikov	114
Slika 57: Ambiciozni in neambiciozni podjetniki – razporeditev držav z visokim deležem notranjih podjetnikov	114

SEZNAM TABEL

Tabela 1: <i>Države GEM leta 2011 po tipih gospodarstev</i>	28
Tabela 2: <i>Pomembnost različnih vrst pogojev za ekonomski razvoj</i>	30
Tabela 3: <i>Viri podatkov v raziskavi GEM</i>	36
Tabela 4: <i>Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, Slovenija 2011</i>	37
Tabela 5: <i>Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav, GEM 2011</i>	38
Tabela 6: <i>GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, 2011</i>	42
Tabela 7: <i>Elementi podjetniške zmogljivosti (v odstotkih odraslega prebivalstva)</i>	46
Tabela 8: <i>Elementi podjetniške zmogljivosti po skupinah držav (v odstotkih odraslega prebivalstva)</i>	47
Tabela 9: <i>Dojemanje podjetništva</i>	55
Tabela 10: <i>Vključenost prebivalstva v podjetništvo v državah GEM leta 2011</i>	61
Tabela 11: <i>Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom</i>	68
Tabela 12: <i>Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti in priložnosti</i>	74
Tabela 13: <i>Motivacijski indeks</i>	76
Tabela 14: <i>Odstotek novih in nastajajočih podjetnikov po starostnih razredih in po skupinah držav</i>	79
Tabela 15: <i>Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in po skupinah držav</i>	79
Tabela 16: <i>Delež podjetnic po skupinah držav v letu 2011</i>	82
Tabela 17: <i>Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v inovacijskih gospodarstvih GEM, 2011</i>	97
Tabela 17 – nadaljevanje: <i>Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v inovacijskih gospodarstvih GEM, 2011</i>	97
Tabela 18: <i>Podjetniška aktivnost zaposlenih (EEA)</i>	104
Tabela 19: <i>Vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost glede na velikost podjetja</i>	107
Tabela 20: <i>Zaznavanje in dojemanje podjetništva pri podjetnih zaposlenih, drugih zaposlenih in samozaposlenih podjetnikih</i>	108
Tabela 21: <i>Prevzemanje tveganja pri podjetnih zaposlenih</i>	109
Tabela 22: <i>Tipi gospodarstev na temelju treh dimenzij podjetniške aktivnosti</i>	113



Uvodni povzetek

Ustvarjalnost se izraža na raznolike načine. Za gospodarski razvoj je eden najpomembnejših načinov iskanje in uveljavljanje poslovnih priložnosti, ustanavljanje novih podjetij in njihov razvoj. Zato tudi proučevanje podjetništva pomeni predvsem proučevanje temeljne gonilne sile podjetniškega procesa, to je podjetnika in njegovih ambicij, inovativnosti in podjetnosti, pa tudi strahov, razlogov in omejitev, ki preprečujejo, da bi se usposobljeni posamezniki usmerili v podjetništvo. Povsod po svetu se le manjši del odraslega prebivalstva odloča za podjetniško pot, ki pa ni samo v samostojnem podjetništvu, ampak tudi v notranjem podjetništvu, ko posameznik svoje ustvarjalne sposobnosti produktivno izrablja kot zaposleni v podjetju, ki je v lasti in upravljanju nekoga drugega. V letošnji analizi smo posebno pozornost posvetili tudi podjetniški aktivnosti notranjih podjetnikov, to je tistih zaposlenih, ki za svojega delodajalca vzpostavljajo nove podjeme.

Raziskovalni program GEM je bil ustvarjen prav zato, da bi omogočil čim bolj usklajeno spoznavanje različnih oblik podjetništva, ki se odvija v zelo raznolikih državah – od najbolj razvitih do tistih, v katerih večina prebivalstva še živi pod pragom revščine. Podjetništvo je vselej pomembno, saj zagotavlja in omogoča razvoj, se pa glede na posamezne razvojne stopnje gospodarstva in družbe spreminjata njegov pomen in vpliv. Osredotočenost GEM na posameznika omogoča podroben vpogled v odnos odraslega prebivalstva do podjetništva, v nacionalni profil podjetništva in vključenost odraslega prebivalstva, v panoge, v katerih delujejo proučevani podjetniki, ter v podjetniške aspiracije. Ker imamo opraviti s podjetniško različno ambicioznimi posamezniki, nas to usmerja v razlikovanje treh temeljnih dimenzij podjetniških aktivnosti: podjetniške aktivnosti posameznikov s srednjim in visokim pričakovanim zaposlovanjem, kar odraža ambiciozno podjetništvo, podjetniške aktivnosti z nizkim pričakovanim zaposlovanjem in podjetniške aktivnosti zaposlenih.

NAGNJENOST ODRASLEGA PREBIVALSTVA K PODJETNIŠTVU

Nagnjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu smo zaznavali s pomočjo dojemanja priložnosti, znanja za podjetništvo, strahu pred neuspehom, podjetniških namer, vrednotenja podjetniške kariere, spoštovanja uspešnih podjetnikov in stališča medijev do podjetništva. V raziskavi ugotavljamo, da z naraščanjem gospodarske razvitosti med prebivalstvom v povprečju upada obseg zaznavanja poslovnih priložnosti: skoraj 50 % v faktorskih gospodarstvih, 40 % v učinkovitostnih gospodarstvih in manj kot 35 % odraslega prebivalstva v inovacijskih gospodarstvih meni,

da se v njegovem okolju pojavljajo poslovne priložnosti. Hkrati v povprečju upada tudi samozaupanje v lastno znanje, sposobnosti in izkušnje za podjetništvo – medtem ko je v faktorskih gospodarstvih v to, da imajo potrebno znanje in kompetence za podjetniško pot, prepričanih v povprečju več kot 55 % odraslih prebivalcev, v učinkovitostnih 52 %, pa je v inovacijskih gospodarstvih takšnih v povprečju le nekaj več kot 40 % odraslih prebivalcev. V skupini inovacijskih gospodarstev imajo percepcije dobrih poslovnih priložnosti skromen obseg zlasti v državah, ki jih je svetovna gospodarska kriza močno prizadela, v Španiji (14,4 %), na Portugalskem (16,7 %) in v Grčiji (10,9 %); Slovenija je tej skupini zelo blizu (18,4 %), saj nižje stopnje zaznavanja poslovnih priložnosti ne najdemo v nobeni drugi evropski državi, ki spada med inovacijska gospodarstva. V svetovnem merilu beležita v skupini inovacijskih gospodarstev nižji obseg le še Koreja (11,2 %) in Japonska (6,3 %). Na drugi strani lestvice se pojavljajo skandinavske države: na Švedskem zaznava poslovne priložnosti v povprečju kar 71,5 % odraslih ljudi, na Norveškem 67,1 % ter na Finskem 60,8 %. Za Slovenijo pa je značilna zelo visoka stopnja samozaupanja v znanje, potrebno za podjetniško pot, saj je vanj prepričanih več kot 50 % odraslih prebivalcev (50,8 %), kar uvršča našo državo na 4. mesto v skupini inovacijskih gospodarstev. Najvišjo stopnjo beležijo ZDA (55,7 %). Podobno spodbudna značilnost je tudi strah pred neuspehom, ki ga je v Sloveniji manj kot v skupini inovacijskih gospodarstev.

Podjetniške namere nakazuje delež delovno aktivnih ljudi v državi, ki niso vključeni v podjetniško aktivnost, vendar ocenjujejo, da bodo v prihodnjih treh letih začeli neko obliko tovrstne aktivnosti. Ali se bodo te namere uresničile ali ne, je odvisno od zaznanih poslovnih priložnosti, posameznikove motivacije in dojemanja podjetništva ter dejavnikov okolja. V svetovnem merilu se je leta 2011 Slovenija z 9,2 % uvrstila na spodnji konec lestvice, med druge države inovacijskega gospodarstva. Podjetniške namere so bile v povprečju najvišje v faktorskih (26,4 %) in učinkovitostnih gospodarstvih (24,7 %). Kot povprečna inovacijska država se je leta 2011 pokazala Slovenija tudi glede dojemanja podjetništva, ko je 70 % ljudi menilo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani, 53 % pa, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira. Pri ocenjevanju odnosa medijev do podjetništva je v Sloveniji opazen precejšen padec glede na pretekla leta. Leta 2007 je uspešne zgodbe zaznalo 68 % ljudi, leta 2011 pa je samo še 45 % ljudi menilo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjetjih. To uvršča Slovenijo na rep lestvice v skupini inovacijskih gospodarstev – nižji odstotek beležimo le še v Grčiji in Španiji. Očitno je gospodarska kriza povečala tudi medijsko zanimanje za negativne oziroma neuspešne podjetniške zgodbe.

PROFIL SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA

Proučevanje profila slovenskega podjetništva v okviru GEM temelji na anketiranju vzorca odrasle populacije (v starosti od 18 do 64 let), da bi v njej identificirali tiste, ki šele začenejo podjetniško pot, ki že imajo ustanovljeno podjetje, ki so opustili poslovanje, in tiste, ki za svojega delodajalca začenejo nove projekte. Vključevanje v podjetništvo je le redkokdaj naključno, praviloma gre za postopne korake, kot so: razmišljanje o možnostih podjetniške kariere, tehtanje oportunitetnih stroškov takšne odločitve, razmislek o trgu in kupcih, o lastnih sposobnostih za podjetniško pot, ustanavljanje podjetja, vzpostavitev proizvodnje in podobno. Brez teh začetnih korakov tudi delujoče podjetje ne bi nastalo.

V Sloveniji je zgodnja podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva leta 2011 spet močno upadla – s 4,65 % leta 2010 se je znižala na 3,65 %. Padec je še toliko bolj zaskrbljujoč, ker podjetniška aktivnost upada že tretje leto zapored in je tako v primerjavi z letom 2008, ko se je na podjetniško pot podalo 6,4 % prebivalstva, upadla že skoraj na polovico in dosegla najnižjo raven po letu 2004.

Tega ni kriva samo recesija, ampak tudi neurejeno poslovno okolje ter še nekateri drugi pogoji za poslovanje, ki jih morajo posamezniki upoštevati, ko se odločajo, ali bodo ustanovili podjetje ali ne. Največ zgodnje podjetniške aktivnosti je bilo leta 2011 na Kitajskem (24,0 %), v Čilu (23,7 %) in Peruju (22,9 %), kjer je sicer velik delež podjetniške aktivnosti mogoče pripisati podjetništvu zaradi nujnosti. Slovenija si je tako med 54 državami prvič, odkar sodelujemo v tej svetovni raziskavi, torej od leta 2002, pridobila neslavni rekord in se uvrstila na zadnje mesto. Malo bolje je med ustaljenimi podjetniki, ki jih je bilo leta 2011 med odraslim prebivalstvom 4,8 %, kar je le za malenkost manj kot leta 2010 (4,9 %). Primerjalno z drugimi državami smo se uvrstili na 40. mesto. Daleč največji delež ustaljenih podjetnikov je bil leta 2011 sicer na Tajskem (30,1 %), med evropskimi državami pa v Grčiji (15,8 %) in Švici (10,1 %). V svetovnem merilu je bilo ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom najmanj v Venezueli (1,6 %) in na Madžarskem (2,0 %).

V Sloveniji se je leta 2011 rojevalo manj podjetij, manj je bilo delujočih podjetij, a tudi manj podjetnikov se je odločilo, da bi opustili podjetniško aktivnost. V Evropi, kjer večina držav GEM spada med inovacijska in učinkovitostna gospodarstva, je bila celokupna podjetniška aktivnost sorazmerno nižja. V zgodnje podjetniške aktivnosti je bilo vključenih 7,6 % odraslih prebivalcev (leta 2010 6,3 %), 6,5 % (enako kot leto poprej) pa jih najdemo med ustaljenimi podjetniki. V jugovzhodni Evropi sta ta dva deleža za spoznanje nižja – 7,2 in 6,1 %, v Sloveniji pa precej nižja – 3,7 in 4,8 %. Toda te primerjave je treba pazljivo uporabljati, saj skupina analiziranih držav GEM leta 2011 ni bila v celoti enaka kot leta 2010. Leta 2011 je tako Slovenija izkazovala precejšnjo podjetniško zaspanost. Očitno sta k negotovosti, ki sta jo povzročali gospodarska kriza in recesija, svoje prispevali tudi politična kriza in institucionalna letargija, kar je gotovo pripomoglo tudi k temu, da so posamezniki zaznavali manj poslovnih priložnosti, o čemer prav tako pišemo v tej monografiji.

Tako kot rojevanje podjetij je tudi prenehanje poslovanja del podjetniškega procesa, saj ima vsako podjetje določeno življenjsko dobo, v kateri je sposobno zadovoljevati potrebe potrošnikov in ustvarjati vrednost za lastnika ali delničarje. Ta sposobnost usahne zaradi ekonomskih razmer in sprememb na trgu (nova konkurenca, zmanjšanje povpraševanja, porast stroškov), pa tudi zaradi osebne odločitve lastnika/podjetnika, da bo preoblikoval podjetje, se upokojil ali ker je enostavno izgubil nadaljnji interes za podjetniško kariero. Obenem z indeksom TEA je ta mera pomemben indikator dinamičnosti podjetniškega procesa. Največji delež odraslega prebivalstva, ki je leta 2011 opustilo poslovanje, so zabeležili v Alžiriji (8,9 %) in na Slovaškem (7 %), najmanj pa na Japonskem (0,7 %) in v Belgiji (1,37 %).

Temeljni razlog, zaradi katerega so v Sloveniji posamezniki leta 2011 opustili svoje podjetje, je finančni, saj je bilo takšnih primerov kar 43 %, kar je še enkrat več kot leta 2010, ko je zaradi finančnih razlogov poslovanje opustilo 21 % posameznikov. Naslednja najpogostejša razloga sta upokojitve (18 %) in nedobičkonost podjetja (15 %). V nobeni drugi proučevani skupini držav finančni razlogi niso bili na prvem mestu. V vseh, razen v faktorskih gospodarstvih, v katerih gre za skupek različnih dejavnikov, je bil ključni razlog za opustitev poslovanja nedobičkonost podjetja. Še po enem razlogu Slovenija močno izstopa: kar 18 % jih je opustilo zaposlovanje zaradi upokojitve. Verjetno se ne bomo zmotili, če bomo zapisali, da vzrok ni v tem, da bi bili slovenski podjetniki starejši, ampak v trenutnem »darežljivem« sistem upokojevanja in napovedanih spremembah v pokojninskem zakonu, ki namerava redefinirati pogoje za upokojevanje.

Odločitev za podjetništvo je osebna in zato motivirana z različnimi razlogi. Nekateri so v to prisiljeni, ker jim samostojna podjetniška dejavnost edina omogoča preživetje (*podjetništvo zaradi nujnosti*), drugi se podjetništva lotijo, ker želijo izboljšati svoj položaj, in njihova svobodna izbira je, da se odločijo za samostojno podjetništvo (*podjetništvo zaradi priložnosti*). Da je samostojno podjetništvo edina možnost, so krivi različni vplivi okolja, nezaposlenost, odsotnost primernih

podjetij, v katerih bi bilo možno najti zaposlitev, in podobno. Največ takega podjetništva je v revnejših državah, zato imajo te države tudi zelo visoko stopnjo vključevanja odraslega prebivalstva v podjetništvo. Veliko število podjetnikov pa ne pomeni tudi velike gospodarske rasti, saj je njihova aktivnost samozaposlitvena, brez potrebnega razvojnega potenciala ter v dejavnostih, v katerih je dodana vrednost izjemno nizka. Rast prinašajo predvsem visoko motivirani podjetniki, ki najdejo obetavno poslovno priložnost; ta jim omogoča rast podjetja in z njo dodatno zaposlovanje. V Sloveniji je v vseh letih, odkar jo spremljamo z Globalnim podjetniškim monitorjem, prevladovalo podjetništvo, v katero so se podali posamezniki, ki so si želeli izboljšati svoj položaj, podjetniki, ki so morali v podjetništvo vstopiti zaradi nujnosti, pa so bili v manjšini. Če primerjamo med seboj podjetništvo, ki ga je spodbudila želja po večji neodvisnosti in povečanju dohodka, in tisto, ki so ga spodbudili nujnost in drugi mešani motivi, na primer prevzem družinskega podjetja, sicer vidimo, da je ostalo na približno enaki ravni kot leto poprej (57 % leta 2010 proti 55 % leta 2011), a vendarle to pomeni znatno poslabšanje v primerjavi z letom 2009, ko je bilo med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki 71 % takšnih, ki so šli v podjetništvo zaradi priložnosti, da bi imeli večjo neodvisnost ali da bi povečali svoje dohodke. Primerjava samo dveh motivov znotraj motiva izkoriščanja priložnosti, to je a) ohraniti raven dohodka in b) večja neodvisnost ali povečanje dohodka, pokaže, da se je v Sloveniji 88 % nastajajočih in novih podjetnikov podalo na podjetniško pot zaradi slednjega motiva.

V vseh letih opravljanja raziskave o zgodnji podjetniški aktivnosti v Sloveniji in v svetu ugotavljamo, da je v Sloveniji v povprečju najvišja stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti med prebivalstvom v starostni skupini od 25 do 34 let, med ustaljenimi podjetniki, ki smo jih zajeli med anketiranim prebivalstvom, pa jih je v povprečju največ v starostnem obdobju med 45. in 54. letom. V globalnem merilu je v povprečju skoraj tretjina ustaljenih podjetnikov v starostni skupini med 45. in 54. letom starosti, v Sloveniji je ta odstotek še nekoliko višji – dobrih 37 %. Starejših od 35 let je v povprečju okoli 80 % ustaljenih podjetnikov, v Sloveniji celo 85 %.

Že v nekaj preteklih letih se v inovacijskih gospodarstvih kaže značilnost naraščanja deleža nastajajočih in novih podjetnikov v starostnem obdobju med 55. in 64. letom starosti. Možnost analize tega trenda je sicer omejena, saj skupina sodelujočih držav v vsakoletni raziskavi ni popolnoma ista, za tovrstno analizo strukturnega deleža posameznih starostnih skupin v Sloveniji pa bi bilo treba zajeti tudi večji vzorec oziroma večjo skupino podjetnikov. Zapisana značilnost je še zlasti zanimiva v razmerah nujnosti uveljavljanja pokojninske reforme v Sloveniji kot tudi v drugih državah v razmerah globalne krize.

V Sloveniji se ženske v statistično značilnem nižjem deležu vključujejo v podjetništvo, kar je tipično za države inovacijskega gospodarstva. V Sloveniji leta 2011 ugotavljamo, da je med nastajajočimi in novimi podjetniki v povprečju 64,3 % moških in 35,7 % žensk, kar pomeni, da se v zgodnjo podjetniško aktivnost vključuje skoraj dvakrat toliko moških kot žensk. Med ustaljenimi podjetniki je razmerje podobno oziroma še nekoliko bolj v korist moških: med ustaljenimi podjetniki je v povprečju 70,1 % moških ter 29,9 % žensk. V primerjavi z letom 2010 pa v vseh skupinah podjetnikov beležimo rahel porast deleža žensk. Najmanjši delež podjetnic je v Pakistanu, Bangladešu, Iranu ..., kar je močno povezano s prevladujočimi kulturnimi in družbenimi normami. Na drugi strani lestvice sta državi z najvišjim deležem žensk, in sicer Tajska in Singapur, med evropskimi državami pa posebej izstopa Švica, kjer je med nastajajočimi in novimi podjetniki polovica žensk in polovica moških. Med evropskimi državami ji prva sledi Rusija (44 % žensk), med inovacijskimi gospodarstvi pa ZDA (42 % žensk).

V preteklih dveh letih smo lahko ugotavljali porast deleža nastajajočih in novih podjetnikov iz tretjine gospodinjev z najvišjim dohodkom (54,4 % leta 2009 in 64,8 % leta 2010). V letu 2011 sicer beležimo rahel upad glede na leto 2010, in sicer na 62,0 %, še vedno pa ostaja najvišji delež

nastajajočih in novih podjetnikov iz gospodinjestev z najvišjimi dohodki. Opazili pa smo močnejši porast deleža nastajajočih in novih podjetnikov iz tretjine gospodinjestev z najnižjimi dohodki, saj je bila leta 2011 skoraj petina vseh nastajajočih in novih podjetnikov iz najnižje tretjine; leto poprej je bila takšnih v povprečju desetina.

Izobrazbena struktura podjetnikov pomembno vpliva na kakovost podjetništva in njegovo zmožnost za rast in razvoj, saj izobrazba povečuje zalogo informacij in veščin posameznika, ki so pomembne za zaznavanje in izrabo poslovne priložnosti. Tudi leta 2011 (podobno kot v letu poprej) ugotavljamo, da se delež nastajajočih in novih podjetnikov z več kot srednješolsko izobrazbo povečuje. Leta 2010 je imela več kot srednješolsko izobrazbo dobra polovica nastajajočih in novih podjetnikov (53,8 %), leta 2011 pa je bilo takih v povprečju več kot 60 %.

PODJETNIŠKE ASPIRACIJE

Podjetniške aspiracije po ustvarjanju novih delovnih mest, inovativni značaj uporabljenih tehnologij pri proizvodnji izdelkov ali storitev ter stopnja internacionalizacije med podjetniki na vseh stopnjah podjetniške aktivnosti so ključni indikatorji, s katerimi GEM ugotavlja podjetniške aspiracije, pri čemer nas zanimajo predvsem podjetniki oziroma njihovi podjemi v zgodnjih fazah podjetništva.

Podjetnikovo usmerjenost v rast smo ugotavljali na osnovi njegovih ocen o tem, koliko novih delovnih mest bo zagotovilo njegovo podjetje v nekaj prihodnjih letih. V obdobju med 2009 in 2011 se je v Sloveniji v povprečju 4,7 % delovno aktivnega prebivalstva vključevalo v zgodnje faze podjetništva. Ambicije po rasti zaposlovanja je izkazovalo v povprečju le 1,9 % ljudi. Med ustaljenimi podjetniki v Sloveniji je takšnih, ki izkazujejo visoke aspiracije glede zaposlovanja, v povprečju le še 2,43 %, kar je skoraj za polovico manj kot v povprečju leta 2010 (4,10 % ustaljenih podjetnikov).

Inovacijsko naravnost smo ugotavljali z deležem podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, katerih podjemi imajo inovativen značaj, kar pomeni, da podjetnik ocenjuje, da je njegov izdelek ali storitev nov in ga nekateri ali celo vsi potencialni kupci ne poznajo ter da hkrati tak izdelek ali storitev na tržišču ponuja le malo drugih podjetij ali celo nobeno. Kot pri vrsti drugih kazalnikov lahko tudi glede inovativnosti opazimo, da delež podjetij, ki imajo inovativni značaj, v povprečju narašča z gospodarsko razvitostjo. Med evropskimi državami je na vrhu lestvice ponovno Danska kot že vrsto let poprej. Leta 2011 je beležila v povprečju 54,13 % podjetnikov, ki svojemu izdelku ali storitvi pripisujejo inovativni značaj. Med evropskimi državami ji sledijo Velika Britanija, Švica, Francija in Irska. Slovenija se s 33,26 % uvršča v zgornjo polovico lestvice, skupaj z večino držav inovacijskega tipa gospodarstva.

S stopnjo internacionalizacije zgodnje podjetniške aktivnosti, ki je tesno povezana z rastjo in konkurenčnostjo podjetij, merimo usmerjenost podjetniške aktivnosti nastajajočih in novih podjetnikov v izvoz. To so ocene podjetnikov o tem, kolikšen del proizvodnje izdelkov ali opravljanja storitev namenijo kupcem zunaj svoje države. Stopnja internacionalizacije v povprečju narašča z naraščanjem stopnje gospodarske razvitosti države. V Sloveniji je leta 2010 približno 27 % nastajajočih in novih podjetnikov izkazovalo srednjo ali visoko stopnjo internacionalizacije, saj so menili, da več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov in storitev živi zunaj države. Leta 2011 se je ta struktura nekoliko spremenila, saj je v povprečju 22,5 % nastajajočih in novih podjetnikov ocenjevalo svoje podjeme kot take. V svetovnem merilu je na prvem mestu lestvice držav pri tem kazalniku Hrvaška, saj v tej državi v povprečju skoraj 40 % nastajajočih in novih podjetnikov meni, da vsaj 25 % njihovih kupcev živi zunaj države. Slovenija je na 12. mestu med 54 sodelujočimi državami.

OCENA PODJETNIŠKEGA OKOLJA

Na posameznike, ki se odločajo za podjetništvo, in na podjetja delujejo številni dejavniki, ki izvirajo iz institucionalnih okvirov, ti pa se med državami pomembno razlikujejo. Specifične okoliščine za izvajanje podjetniške aktivnosti v posamezni državi pomembno vplivajo na odnos prebivalstva do podjetništva ter na dejavnost in aspiracije podjetnikov, kar vpliva na ekonomsko rast in razvoj. Če so splošni nacionalni pogoji za poslovanje urejeni in naravnani h konkurenčnosti, so podjetja lahko mednarodno uspešna, zmorejo ustanavljati nove obrate in podjetja ter lahko pripomorejo k rasti mikro, malih in srednje velikih podjetij. Na odvijanje podjetniškega procesa pa bistveno vplivajo podjetniške priložnosti ter zmogljivost ljudi, da se lotevajo novih podjemov.

Temeljni pogoji za podjetništvo, ki jih spremlja GEM, zajemajo devet področij, to pa so: finančni viri, vladna politika, vladni programi, podjetniško izobraževanje, prenos raziskovalnih dosežkov v prakso, poslovna infrastruktura, odprtost in konkurenčnost, fizična infrastruktura ter kulturne in družbene norme. Podatke o okvirnih pogojih za podjetništvo smo pridobili s standardiziranim vprašalnikom, ki je namenjen nacionalnim izvedencem v vsaki izmed sodelujočih držav GEM. Eno izmed spoznanj je, da je zlasti podjetniško izobraževanje v osnovni in srednji šoli tisto področje, pri katerem tako Slovenija kot tudi v povprečju inovacijska in evropska gospodarstva dosegajo najnižje ocene. Ta okvirni pogoj za podjetništvo v inovacijskih gospodarstvih dosega v povprečju oceno 2,16 (na lestvici od 1 do 5), v Sloveniji pa še manj (1,80). Nižje ocene od Slovenije dosegajo le še Španija, Francija in Češka. Področje izobraževanja in usposabljanja izvedenci v Sloveniji tudi sicer že vsa leta ocenjujejo zelo nizko. To velja predvsem za izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah, v katerih podjetniške vsebine v učnih programih še nimajo ustreznega poudarka.

Zelo nizko se Slovenija uvršča glede kulturnih in družbenih norm v družbi, ki vplivajo na podjetniško aktivnost – v skupini inovacijskih gospodarstev na predzadnje mesto skupaj s Španijo in Češko z vrednostjo 2,2 (na lestvici od 1 do 5), ki je krepko nižja od povprečja inovacijskih (2,8) in učinkovitostnih gospodarstev (2,6). Kulturne in družbene norme so hkrati tudi dejavnik oziroma okvirni pogoj za podjetništvo, pri katerem lahko pričakujemo spremembe zgolj dolgoročno, saj so povezane tudi s tradicijo, navadami in prepričanji ljudi, ki se načeloma spreminjajo zelo počasi.

Ocena podjetniškega okolja za Slovenijo v letu 2011 je tako pokazala nižjo povprečno vrednost od povprečja skupine inovacijskih gospodarstev pri vseh okvirnih pogojih, pri številnih je ocena nižja tudi od povprečne ocene v učinkovitostnih gospodarstvih. Slovenija, ki sicer glede na višino BDP na prebivalca sodi v skupino inovacijskih gospodarstev, namreč presega povprečje skupine učinkovitostnih gospodarstev le pri dveh okvirnih pogojih za podjetništvo, in sicer pri razpoložljivosti različnih finančnih virov za nova in rastoča podjetja ter pri oceni vladnih programov.

PODJETNIŠKA AKTIVNOST ZAPOSLENIH

Podjetništvo se ne odvija le na trgu, na katerem podjetniki ustvarjajo nova podjetja, ampak tudi v obstoječih podjetjih, v katerih ustvarjalni posamezniki razmišljajo o novih priložnostih in za svojega delodajalca razvijajo nove ali drugačne izdelke in storitve. Ob »neodvisnih podjetnikih« imamo tako tudi »podjetništvo v obstoječih podjetjih«, saj to, kar definira podjetništvo, ni organizacijska forma, v kateri se podjetništvo odvija, ampak dejavnost prepoznavanja poslovnih priložnosti in njihovo izkoriščanje. V letošnji raziskavi GEM smo si zastavili dve vprašanji: koliko je notranje podjetništvo prisotno ter kakšni so notranji podjetniki, ki razvijajo nove podjeme za svojega delodajalca. Podjetniško aktivnost zaposlenih smo opredelili kot aktivnost, pri kateri »zaposleni

za svojega glavnega delodajalca razvijajo nove dejavnosti, kot so razvoj in uvedba novega izdelka oziroma storitve ali vzpostavitev nove poslovne enote, novega podjetja ali podružnice.« Takšna definicija zajema torej več kot zgolj ustanovitev novega podjetja, izključuje pa tiste aktivnosti zaposlenih, ki so usmerjene v optimiranje notranjih poslovnih procesov.

Podatke o podjetniški aktivnosti zaposlenih smo imeli za 52 držav in ugotovili smo, da je v povprečju zelo nizek odstotek prebivalstva vključen v podjetniško aktivnost svojega delodajalca (3,5 %). Precejšnja razlika je med tipi gospodarstev. V faktorskih gospodarstvih jih je le 0,4 %, v učinkovitostnih 2,3 %, v inovacijskih pa 5,8 %. Najvišji delež podjetniško aktivnih zaposlenih imata Švedska (16,2 %) in Danska (15,1 %), najmanj pa Bangladeš (0 %), Iran in Pakistan (0,2 %). Slovenija se je s 5,1 % odraslega prebivalstva, ki je v zadnjih treh letih za svojega delodajalca izvajala podjetniške aktivnosti, uvrstila zelo visoko, in sicer na 11. mesto. V inovacijskih gospodarstvih je zgodnja notranjepodjetniška aktivnost zaposlenih (EEA) popolnoma primerljiva s podjetniško aktivnostjo prebivalstva (TEA), v nekaterih državah pa je EEA celo višja. Takšne države so Belgija, Danska in tudi Slovenija, kjer je leta 2011 zgodnjepodjetniška aktivnost prebivalstva (TEA) močno upadla.

Žal nimamo podatkov iz preteklih let, da bi lahko primerjali, ali se je notranjepodjetniška aktivnost Slovenije sčasoma spreminjala in ali je kakorkoli povezana z gospodarsko krizo. Možno je namreč postaviti tezo, da v recesiji in gospodarski krizi, ko se poslovne priložnosti zmanjšajo in ko se večja nezaposlenost, posamezniki svojo podjetnost in ustvarjalnost sproščajo v organizaciji, v kateri so zaposleni. V kriznih časih je namreč treba bolj intenzivno kot v časih konjunktura iskati nove rešitve, proizvode in trge, da bi ob zmanjšanem povpraševanju na trgu podjetje lahko preživel in se ohranilo. V Sloveniji takšni tezi pritrjuje dejstvo, da so leta 2011 ljudje bistveno manj zaznavali poslovne priložnosti in da je bilo pomembno manj tudi nastajajočih in novih podjetnikov. Predvidevamo lahko, da se v obdobjih, ko je okolje zelo negotovo, ljudje manj lotevajo tveganih aktivnosti, kar ustanovitev podjetja vselej tudi je.

Primerjava podjetniških značilnosti notranjih podjetnikov je pokazala, da imajo le-ti višjo raven zaznavanja in dožemanja podjetništva. Primerjava Slovenije s skupino držav, ki spadajo med inovacijska gospodarstva, pokaže, da v Sloveniji posamezniki v vseh kategorijah v višjem deležu kot drugod poznajo nekoga, ki je v zadnjih dveh letih ustanovil podjetje. Zaznavamo precejšnjo razliko med podjetnimi (72 %) in preostalimi zaposlenimi (41 %). Bolj izrazito kot drugod tudi predpostavljajo, da imajo za podjetništvo potrebno znanje, veščine in izkušnje. Še zlasti samozavestni so podjetniki, ki tako menijo v 90 % (v inovacijskih gospodarstvih 79 %). Takšna samozavest je seveda pozitivna, je pa lahko tudi nevarna, če postane ovira za nadaljnjo osebno rast in razvoj. Večjo prepričanost v lastne podjetniške sposobnosti izražajo v Sloveniji tudi drugi zaposleni. Polovica podjetnih posameznikov v inovacijskih gospodarstvih je bila mnenja, da se bodo v naslednjega pol leta pojavile uporabne poslovne priložnosti; v Sloveniji je bilo teh le za dobro četrtnino. To je lahko odraz gospodarske krize, lahko pa tudi posledica nezainteresiranosti zaposlenih za iskanje priložnosti. Tudi notranje podjetništvo je namreč povezano s tveganji ne samo za delodajalca, ampak tudi za zaposlene, ki se za svojega delodajalca lotevajo podjetniških aktivnosti.

V Sloveniji več kot polovica anketiranih zaposlenih, ki se znotraj podjetja ukvarjajo z novim podjetjem, meni, da s tem svojim delovanjem prevzemajo nase določeno tveganje. V inovacijskih gospodarstvih je takšnih le tretjina. Od deleža notranjih podjetnikov, ki menijo, da s podjetniško aktivnostjo prevzemajo tveganje, jih v Sloveniji 53 % ocenjuje, da s tem tvegajo izgubo položaja, 45 % pa, da bi lahko to negativno vplivalo na njihovo kariero. Povprečje držav inovacijskega gospodarstva je 46 % oziroma 42 %. Večja razlika se pojavlja pri tveganju izgube zaposlitve, pri čemer je delež tistih, ki so menili, da bi s podjetniškimi aktivnostmi lahko izgubili zaposlitev, 27 %, v Sloveniji pa je bilo takšnih kar 45 %.

SKLEPNA SPOZNANJA

Podjeme ustanavljajo posamezniki, ki nenehno presojajo stroške in koristi takšnega ravnanja, na njihove odločitve pa poleg osebnih značilnosti pomembno vplivajo številni dejavniki v neposrednem življenjskem prostoru (potencialnih) podjetnikov in v institucionalnem okolju podjetij, prevladujoče kulturne vrednote, splošen odnos družbe do podjetništva in podobno. Takšno videnje podjetništva ni vselej tisto, ki ga zasledujejo nosilci ekonomske politike, saj pogosto prevlada neosebni agregatni makroekonomski vidik, ki opazi podjetništvo šele, ko se realizira v podjetju oziroma manifestira v bruto domačem proizvodu ali ko podjetje zaide v krizo oziroma preneha poslovati. Pri takem pogledu se pozablja, da so prav nenehno podjetniško vrenje in podjetniške ambicije posameznikov tisto, kar obnavlja ekonomsko strukturo. Ali se bo ustvarjalni posameznik odločil za podjetništvo ali ne, pa je v celoti odvisno od njegove presoje, saj v podjetništvo ljudi ni možno prisiliti, lahko se jih le spodbuja. Odsotnost konsistentne industrijske politike, ki bi razumela, da je treba podjetništvo spodbujati tako na ponudbeni kot povpraševalni strani, seveda ustvarja teren za čudaški *laissez-faire* pogled na podjetništvo, ki pozablja, da je podjetništvo redek in dragocen vir, ki ga je treba ne samo odkrivati in vzgajati, ampak tudi negovati in spodbujati.

Poleg tega morajo biti vladni ukrepi prilagojeni razvojni stopnji posameznega nacionalnega gospodarstva in pomembno pogojeni s tipom podjetništva, ki ga želimo spodbujati. Za družbeni razvoj je še posebej pomembno inovativno podjetništvo, ki je sposobno zagotavljati nova delovna mesta ter prispevati k zadovoljevanju potreb in doseganju konkurenčnosti, vodijo pa ga izobraženi in strokovno usposobljeni posamezniki, ne več motivirani s preživetjem, ampak z izkoriščanjem obetavnih poslovnih priložnosti. Načini, kako takšne posameznike navdušiti za podjetništvo, so seveda bistveno drugačni kot pri drugih tipih podjetništva. Tako kot vladni ukrepi ne morejo biti enaki za vse države ne glede na njihovo stopnjo razvitosti, ne morejo biti enaki niti za vse tipe podjetništva. Zavestno vplivanje na podjetniško stvarnost zato zahteva natančno poznavanje te stvarnosti in zakonitosti, ki jo obvladujejo, zaradi vpliva politike na oblikovanje podjetniškega vedenja pa se je treba natančno zavedati izidov, ki temu sledijo, in jih skušati v največji možni meri izboljšati.

Zato tudi velja razmišljati, kdaj je posameznikov podjetniški potencial bolje izkoriščen: ko se angažira kot samostojni podjetnik ali ko svoje kreativne sposobnosti produktivno izrablja kot zaposleni v podjetju, ki je v lasti in upravljanju nekoga drugega. V zadnjem času je namreč vse več raziskav, ki presegajo običajno definiranje podjetništva kot poklica in upoštevajo, da je podjetniška aktivnost znotraj obstoječih podjetij (notranje ali korporacijsko podjetništvo) prav tako del podjetniške aktivnosti družbe. Še zlasti, ker se nakazuje, da različne razvojne ravni posameznih gospodarstev ter razlike v nacionalnih kulturah in institucionalnih okvirih pomembno vplivajo na razporejanje podjetniških potencialov in podjetniške ustvarjalnosti med neodvisno (ambiciozno in neambiciozno) podjetništvo in podjetniško aktivnost zaposlencev. GEM je razvil ustrezne mere, s pomočjo katerih lahko spremljamo ta tri področja in jih – ker so tako viri podatkov kot tudi rezultati primerno harmonizirani – tudi primerjamo med posameznimi državami. Slovenija se je leta 2011 razvrstila med države, v katerih je ob nizki stopnji ambicioznega podjetništva prisotna visoka stopnja podjetniške aktivnosti zaposlencev, ki za svojega delodajalca razvijajo nove dejavnosti ali vzpostavljajo nove enote.

Ekonomska politika mora zato narediti več na obeh koncih podjetniškega spektra – pri spodbujanju inovativnega podjetništva in podjetništva, usmerjenega v rast, ter pri notranjem podjetništvu. Uvajanje novih izdelkov in tehnologij ter pospeševanje prenosa znanja v prakso tako še naprej ostajata prednostni nalogi za ekonomsko politiko. Ta mora prispevati k razvijanju inovacijskega in

podjetniškega potenciala z izobraževanjem in podpornim okoljem ter odstranjevati ovire, ki preprečujejo, da bi inovativni posamezniki podjetniško kariero razpoznali kot privlačno možnost. Pri tem velja izpostaviti tudi stabilno finančno okolje, ki je v Sloveniji pomembno za nadaljnji razvoj oziroma eden temeljnih razlogov za opustitev poslovanja. Prav tako pa mora posvečati potrebno pozornost notranjemu podjetništvu, da bi inovativni in podjetni zaposleni lahko znotraj podjetja uresničevali svoje podjetniške pobude in zamisli.



Executive Summary

Creativity is expressed in various ways. In terms of economic development, the most important aspects of creativity are discovering and implementing business opportunities, and founding new companies, along with their development. Therefore entrepreneurial research is mainly involved with studying the driving force of the business process, which is the entrepreneur, namely its ambitions, innovativeness, and entrepreneurial attitudes, along with fears, reasons, and constraints, which prevent qualified individuals from treading the path of entrepreneurship. Across the world, only a small portion of adults decide to involve themselves in entrepreneurship not only independently, but also internally (intrapreneurship). In intrapreneurship, an individual employs his/her creativity to be productive within a company, owned and managed by another. Therefore, in this year's analysis, we have dedicated special attention to the entrepreneurial activities of intrapreneurs. These include employees who establish new businesses for their employer.

The GEM research programme was created to enable a harmonized study of different forms of entrepreneurship in vastly different countries – from the most developed to those where the majority of the population still lives below the poverty line. Entrepreneurship is always important, as it ensures and enables development, though its importance and influence are adjusted according to individual development stages of the economy and the enterprise. GEM's concentration on individuals enables a detailed insight into the perception of entrepreneurship by the adult population, the national entrepreneurship profile, involvement of adults in entrepreneurial activities, industries in which the analysed entrepreneurs are active, and entrepreneurial aspirations. Because we are dealing with differently ambitious individuals in terms of entrepreneurship, we tend to differentiate between three basic dimensions of entrepreneurial activities: medium/high job expectation entrepreneurial activities, reflecting ambitious entrepreneurship; low job expectation entrepreneurial activities, and intrapreneurial activity.

THE ADULT POPULATION'S ATTITUDE TOWARDS ENTREPRENEURSHIP

The perception of entrepreneurship by adults has been recorded through the perception of business opportunities, entrepreneurship knowledge and skills, fear of failure, entrepreneurial intentions, entrepreneurship as a desirable career choice, high status of successful entrepreneurs, and media attitudes towards entrepreneurship. The results of the study have shown that

with increased economic development, there is a general decline in the scope of recognition of business opportunities among the population. This decline amounts to nearly 50% of adults in factor-driven, 40% of adults in efficiency-driven, and less than 35% of adults in innovation-driven economies who believe that business opportunities will appear in their environment. Simultaneously, there has been a general decline in self-confidence in one's own knowledge, competences, and experience pertaining to entrepreneurship. In factor-driven economies, more than 55% of the adult population is certain of their know-how and competences required for entrepreneurship, 52% in efficiency-driven, while, on average, this percentage amounts to only just over 40% of the adult population in innovation-driven economies. Within the category of innovation-driven economies, the perception of good business opportunities is generally poor especially in countries where economic depression has been most severe, in Spain (14.4%), Portugal (16.7%), and Greece (10.9%). Slovenia is not far off, as a lower degree of perception of business opportunities has not been recorded in any other European country, categorized as an innovation-driven economy. Globally, a lower degree within the category of innovation-driven economies has only been recorded by Korea (11.2%) and Japan (6.3%). At the top, Scandinavian countries are placed: in Sweden, business opportunities are perceived by as many as 71.5% of adults, in Norway by 67.1%, and in Finland by 60.8%. Though, a very high degree of confidence in the knowledge required for a successful entrepreneurial career is characteristic of Slovenia; more than 50% of the adult population (50.8%) are certain of their abilities, placing Slovenia 4th in this category. The highest rate has been recorded in the USA (55.7%). Similarly encouraging is also fear of failure, which is less common in Slovenia than in the rest of innovation-driven economies.

Entrepreneurial intentions reflect the share of adult population in a country, not included in entrepreneurial activities, who estimated that, in the next three years, will undertake some form of entrepreneurial activity. Whether these intentions will be realized or not depends on perceived business opportunities, an individual's motivation, perception of entrepreneurship, and of business environment. Globally, in 2011, Slovenia has been placed last with 9.2% in the category of innovation-driven economies. In average, entrepreneurial intentions were the highest in factor-driven (26.4%) and efficiency-driven (24.7%) economies. Slovenia has placed as an average country within innovation-driven economy in 2011 also in terms of perception of entrepreneurship, as 70% of individuals believe that successful entrepreneurs are well respected, and 53% believe that entrepreneurship would be a good career choice. In terms of the relationship of the media towards entrepreneurship, a significant decline has been recorded in Slovenia compared to previous years. In 2007, stories of success were noticed by 68% of individuals, while in 2011, only 45% believed that the media publish articles on successful entrepreneurs and their undertakings. This places Slovenia at the bottom of the innovation-driven economies group – a lower percentage has only been recorded in Greece and Spain. Apparently, the economic crisis has made the media more attentive to negative or unsuccessful entrepreneurial stories.

SLOVENIAN ENTREPRENEURSHIP PROFILE

The analysis of the Slovenian entrepreneurship profile within GEM is based on interviewing an adult population sample (ages 18 to 64) with the purpose of identifying individuals who have only started on their path of entrepreneurship, individuals who have already founded a company, individuals who have terminated their enterprises, and individuals who found new business for their employers. Getting involved in entrepreneurship is rarely incidental. As a rule, it is composed of individual steps, such as contemplating the possibilities of entrepreneurship career, considering the opportunity costs of such a decision, examining market and customer options,

reflecting on one's own abilities pertaining to entrepreneurship, founding of a company, implementation of production, and so on. Without these initial steps, an already established company would not have been founded.

In Slovenia, early-stage entrepreneurial activities of the adult population have again declined dramatically in 2011; it has decreased from 4.65% in 2010 to 3.65% in 2011. What is even bigger concern is that entrepreneurial activity has been on the decline for the third consecutive year – compared to 2008, when 6.4% of the population decided to pursue a career in entrepreneurship, the numbers have decreased by almost half, and have reached the lowest level since 2004. This can be blamed not only on the recession, but also on poorly regulated business environment and also certain other conditions of doing business based on which individuals decide to found a company or not. The highest early-stage entrepreneurial activity rate in 2011 was recorded in China (24.0%), Chile (23.7%), and Peru (22.9%), where a large part of the entrepreneurial activities can be attributed to necessity entrepreneurship. Slovenia who has joined this global study in 2002 has for the first time recorded an infamous result of being placed last among 54 countries. The situation of established entrepreneurs is somewhat better. In 2011, there were 4.8% of them among the population, which is only a fraction less than in 2010 (4.9%). In comparison to other countries, Slovenia has been placed 40th. By far the largest percentage of established entrepreneurs in 2011 was recorded in Thailand (30.1%), while the highest percentages among European countries were recorded in Greece (15.8%) and Switzerland (10.1%). Globally, the lowest percentages of established entrepreneurs among the adult population have been recorded in Venezuela (1.6%) and Hungary (2.0%).

In Slovenia in 2011, not only fewer companies were founded and fewer companies were active, but also less entrepreneurs decided to cease entrepreneurial activities. In Europe, where the majority of GEM countries are categorized as innovation-driven and efficiency-driven economies, the total entrepreneurial activity was proportionally lower. 7.6% of the adult population participated in early entrepreneurial activities (6.3% in 2010), while 6.5% (identical to the year before) of them were established entrepreneurs. In south-eastern Europe, these two percentages are a little lower – 7.2% and 6.1%, while in Slovenia, they are even lower – 3.7% and 4.8%. These comparisons, though, need to be employed carefully, because the category of analysed GEM countries in 2011 is not identical to that of 2010. In 2011, Slovenia recorded substantial entrepreneurial lethargy. Apparently, the political crisis and institutional lethargy have made their contributions to the uncertainty caused by the economic crisis and recession. As a result, individuals have perceived less business opportunities, as indicated in this study.

Just like establishing a company, discontinuation of business is also part of the business process. Namely, every enterprise has a certain life span, in which it is capable of meeting customer demands and creating profit for the owner and shareholders. This capability ceases due to economic conditions and market changes (new competitors, decreased demand, increased costs) as well as the owner's or the entrepreneur's personal decision to remodel the enterprise, to retire, or due to their loss of interest in a career in entrepreneurship. This rate, along with the TEA index, is an important indicator of the entrepreneurial process. The largest percentage of the adult population that discontinued business in 2011 was recorded in Algeria (8.9%) and Slovakia (7%), and the smallest in Japan (0.7%) and Belgium (1.37%).

The main reason for the discontinuation of business in Slovenia by individuals in 2011 was financial – as many as 43%, which represents a 100% increase compared to 2010, when only 21% of individuals indicated financial reasons as the cause of the discontinuation of business. The next most common reasons are retirement (18%) and non-profitability of a company (15%). Financial reasons were not at the top of any other analyzed category of countries. In all economies,

excluding factor-driven ones, where this decision was connected to a series of different causes, the key reason for discontinuation of business was the non-profitability of a company. Slovenia stands out in another aspect: as many as 18% have discontinued the business due to retirement. We would probably not be too far off if we stated that the reason lies not in the higher average age of Slovenian entrepreneurs, but instead in the generous retirement system and announced changes of the retirement act, which is aimed at redefining retirement requirements.

The decision to undertake entrepreneurship is personal and may stem from different reasons. Some people are forced into entrepreneurship, as independent entrepreneurial activities have proven to be the only method of survival (*necessity based entrepreneurship*), while others opt for entrepreneurship in order to improve their position – and it is their freedom of choice to participate in independent entrepreneurship (*opportunity-based entrepreneurship*). The fact that independent entrepreneurship is the only available option can be attributed to different influences of the environment, unemployment, absence of suitable enterprises which offer employment, etc. It is most common in the poorest countries. These countries, therefore, also have a high degree of participation of the adult population in entrepreneurship. A large quantity of entrepreneurs does not necessarily lead to economic growth; entrepreneurs are self-employed, do not possess the required development potential and partake in activities where added value is minimal. Growth can be attributed mainly to highly-motivated entrepreneurs who identify a promising business opportunity, which enables the growth of a company and opens new posts of employment. During the period of monitoring in Slovenia via the Global Entrepreneurship Monitor, there has been a prevalence of entrepreneurship undertaken by individuals who desire to improve their position, while the share of entrepreneurs pushed into business due to necessity was minuscule. If entrepreneurship originating from the desire for increased independence and profit is compared to entrepreneurship resulting from necessity and other mixed motives, for example, from the assumption of a family enterprise, it is evident the ratio remains more or less unaltered (57% in 2010 vs. 55% in 2011). However, it does represent a severe deterioration compared to 2009, when 71% of all emerging and new entrepreneurs got involved with entrepreneurship with the objective of increasing their independence and income. The comparison of just two motives within the intention of taking advantage of opportunities, that is the purpose of a) maintaining income levels and b) increasing independence or profits, shows that in Slovenia, 88% of nascent and new entrepreneurs have undertaken a career in entrepreneurship due to the latter.

The data collected since we have begun researching early-stage entrepreneurial activities in Slovenia and across the globe shows that in Slovenia, the highest average degree of early-stage entrepreneurial activity has been recorded in the category of individuals aged between 25 and 34, while the category of established entrepreneurs included in the populations sample is primarily composed of individuals aged between 45 and 54. Globally, almost a third of established entrepreneurs are members of the 45 to 54 age group, while in Slovenia, this percentage is even a bit higher, recorded at over 37%. On average, approx. 80% of established entrepreneurs are aged above 35; in Slovenia, this percentage amounts to as much as 85%.

For a series of years, there has been a trend of increase of nascent and new entrepreneurs ages between 55 and 64 in innovation-driven economies. The possibilities of analysing such a trend are limited because the category of participating countries in this annual study is never identical. In Slovenia, a greater sample or a larger entrepreneur category would have to be included in such an analysis of the structure of individual age groups. This characteristic is especially interesting in the case of a necessary retirement reform such as in Slovenia as well as in other countries suffering from the global crisis.

In Slovenia, women are in statistically significant lower proportion involved in entrepreneurship which is characteristic of innovation-driven economies. In Slovenia, there have been 64.3% of men and 35.7% of women in the category of nascent and new entrepreneurs in 2011. This means that twice as many men compared to women decide to participate in early entrepreneurial activity. In the category of established entrepreneurs, the ratio is similar, and even tips the scale in the favour of men, as the category of established entrepreneurs includes an average of 70.1% of men and 29.9% of women. Compared to 2010, more women have been noted in every category of entrepreneurs. The smallest percentage of woman entrepreneurs has been recorded in Pakistan, Bangladesh, Iran, etc. This is strongly connected to cultural and social norms. At the other end of the scale, the largest percentage of female entrepreneurs has been recorded in Thailand and Singapore. Among European countries, Switzerland stands out – there, nascent and new entrepreneurs include an equal share of both men and women. Among European countries, the leading position is held by Russia (44% of women), and in the category of innovation-driven economies, by USA (42% of women).

In previous years, an increase of the share of nascent and new entrepreneurs originated from the category of highest-income households (54.4% in 2009 and 64.8% in 2010) was recorded. In 2011, there was a slight decline compared to 2010, namely to 62%, though the highest percentage of nascent and new entrepreneurs still hails from highest-income households. However, a greater increase of the percentage of nascent and new entrepreneurs from lowest-income households was recorded. In 2011, almost a fifth of all nascent and new entrepreneurs were members of the lowest-income household category, while a year before, this share amounted to a mere tenth.

The educational structure of entrepreneurs importantly affects the quality of entrepreneurship and its capability of growth and development, because education enhances the individual stock of information and skills, important for perceiving and seizing business opportunities. Even in 2011 (similarly to the year before), we recorded an increase in the share of nascent and new entrepreneurs with above-secondary-school levels of education. In 2010, about half (53.8%) of nascent and new entrepreneurs only had a secondary school degree, while in 2011, this percentage increased to over 60%.

ENTREPRENEURIAL ASPIRATIONS

Entrepreneurial aspirations for the creation of new jobs, the innovative character of applied technologies in product manufacturing or the provision of services, and the degree of internationalization of companies across all levels of entrepreneurial activity represent key indicators based on which the GEM establishes entrepreneurial aspirations. We are especially interested in entrepreneurs and their businesses in early-stage entrepreneurship.

The growth-orientation of entrepreneurs was established based on their assessments of the number of jobs their business would generate in the following years. In the period from 2009 to 2011, an average of 4.7% of the actively employed population participated in early entrepreneurial phases. The ambition to increase the number of available jobs was only expressed by 1.9% of individuals. In Slovenia, only 2.43% of established entrepreneurs on average still express high aspirations of increasing the number of jobs. This is almost half less than in 2010 (4.10% of established entrepreneurs).

Innovation orientation was established by identifying the share of entrepreneurs in the early entrepreneurial stages owning and managing businesses with innovative characters. This means

that the entrepreneur considers its product or service new to the market, and that some or all potential buyers are still unfamiliar with it, and that this product or service is only provided by few or even no companies in the market. Similar to other factors, it can be considered that the share of innovation-driven enterprises increases along with economic development. Denmark has taken first place in the category of European countries, just as it had several years before. In 2011, in Denmark, 54.13% of entrepreneurs considered their products innovative. Other European countries trailing behind Denmark are the United Kingdom, Switzerland, France, and Ireland. With 33.26%, Slovenia is placed in the middle of the scale, along with the majority of innovation-driven economies.

The export orientation of early entrepreneurial activity of nascent and new entrepreneurs is measured through the ratio of internationalization, which is closely connected to the growth and competitiveness of companies. These numbers indicate what portion of products or services entrepreneurs intended to provide to customers outside of their home country. The level of internationalization generally increases along with the economic development of a country. In Slovenia in 2010, approx. 27% of nascent and new entrepreneurs indicated a medium or high degree of internationalization, as it was their opinion that over 25% of buyers of products and services reside outside Slovenia. In 2011, this structure was somewhat changed, as the average has declined to 22.5%. Globally, the first position on the country scale in regard to this indicator is occupied by Croatia, where on average almost 40% of nascent and new entrepreneurs believe that at least 25% of their customers reside outside the home country. Slovenia was placed 12th from 54 participating countries.

ENTREPRENEURSHIP FRAMEWORK CONDITIONS

Individuals who are weighting the possibility to engage in entrepreneurship, and their businesses are faced with numerous factors deriving from within the institutional framework which differ greatly between individual countries. Specific circumstances to carry out business activities in each country have a significant impact on attitudes of population towards entrepreneurship and on activities and aspirations of entrepreneurs, which consequently affects economic growth and development. If the general national framework conditions are well regulated and aimed at competitiveness, enterprises can achieve international success, found new ventures and businesses, and contribute to the growth of micro, small, and medium-sized enterprises. The entrepreneurial process is greatly influenced by business opportunities and the ability of individuals to undertake new ventures.

The basic entrepreneurship framework conditions monitored by the GEM include nine areas: entrepreneurial finance, government policy, government programs, entrepreneurship education, R&D transfer, commercial and legal infrastructure, openness and competitiveness, physical infrastructure, and cultural and social norms. The data on the entrepreneurship framework conditions was obtained through a standardized questionnaire intended for national experts in each of the participating countries. One of conclusions is that entrepreneurial education in primary and secondary school is the area where Slovenia, as well as on average innovation-driven and European countries score lowest. The average score for this framework condition in innovation-driven economies amounts to 2.16 (on a scale from 1 to 5), and even less in Slovenia (1.80). Only Spain, France, and the Czech Republic are placed after Slovenia. Entrepreneurial education and training have already been poorly rated by experts in Slovenia in the past. This is especially true for entrepreneurial education and training in primary and secondary schools, where entrepreneurship teaching has not yet been properly included in the curricula.

Slovenia has been placed near the bottom in regard to cultural and social norms which affect the entrepreneurial activity. Namely, in the group of innovation-driven economies, Slovenia has taken the penultimate position along with Spain and Czech Republic (2.2 on a 1–5 scale). This value is substantially lower than the averages of both innovation-driven (2.8) and efficiency-driven (2.6) economies. Cultural and social norms represent an important factor or framework condition, where change can only be expected in the long run, because it is connected with tradition, practices, and the beliefs of individuals – and these are only adjusted slowly.

The rating of the Slovenian entrepreneurial environment for 2011 indicated a lower average value compared to the average of innovation-driven economies in every framework condition. In several cases, the rating was also lower from the average rating of efficiency-driven economies since Slovenia, which should belong to the group of innovation-driven economies in terms of GDP per capita, only exceeds the average in two framework entrepreneurial conditions – the availability of different financial sources to new and developing enterprises, and the government programme rating.

ENTREPRENEURIAL EMPLOYEE ACTIVITY

Entrepreneurship is not taking place only in market where entrepreneurs create new businesses, but also in established companies where individuals search for new opportunities, and develop new or different products and services for their employers. Beside independent entrepreneurs, entrepreneurship within an existing organization also exists – what defines entrepreneurship is not the organizational form where business takes place but the activity of perceiving and seizing business opportunities. In this year's GEM study, we have investigate to what extent is intrapreneurship present and who are the entrepreneurial employees who found new businesses for their employers. Entrepreneurial employee activity has been defined as the activity where *“employees develop new activities for their main employer, such as developing or launching new goods or services, or setting up a new business unit, a new establishment or subsidiary”*. This definition therefore includes more than the mere founding of a new enterprise, but it excludes employee activities aimed at the optimization of internal business processes.

We had data on the intrapreneurial activity of 52 countries, and we have established that, on average, a minuscule percentage of the population is included in the entrepreneurial activity for their employer (3.5%). The difference between different types of economies is substantial. In factor-driven economies, there are only 0.4%, in efficiency-driven 2.3%, and in innovation-driven 5.8%. The highest share of intrapreneurial activity was recorded in Sweden (16.2%) and Denmark (15.1%), and the lowest in Bangladesh (0%), Iran, and Pakistan (0.2%). Slovenia was placed 11th with 5.1% of adult population engaged in entrepreneurial activities for their employers. In innovation-driven economies, the employee entrepreneurship activities (EEA) can easily be compared to the total entrepreneurial activity (TEA). In some countries, the EEA may ever surpass the TEA. Such countries include Belgium, Denmark, and also Slovenia, where in 2011, the early total entrepreneurial activity has decreased substantially.

Unfortunately, there were no data from previous years available to enable us to compare whether the employee activity in Slovenia has changed over time or whether it is in any way connected to the economic crisis. An assumption can be made, that in periods of recession and economic crisis when business opportunities are reduced and unemployment is on the rise, individuals will satisfy their entrepreneurial intentions and creativity within the company. In crisis situations, new solutions, products, and markets must be discovered to an even greater extent than in times of growth in order for a company to survive and continue to exist despite a decline in market

demand. In Slovenia, this assumption is confirmed by the fact that in 2011, individuals perceived significantly less business opportunities, and there were significantly less nascent and new entrepreneurs. We can assume that, in periods of instability, individuals are less likely to undertake risky activities, which the founding of a company is.

The comparison of entrepreneurial characteristics of intrapreneurs has indicated that they are better at perceiving and understanding entrepreneurship. When comparing Slovenia to the group of innovation-driven economies, it is evident that the percentage of individuals in every category in Slovenia who know someone that has founded a company in the last two years is higher. A large difference has been recorded between intrapreneurs (72%) and other employees (41%). More pronounced than in other countries they also assume that they possess necessary knowledge, skills, and experience required for entrepreneurship. Entrepreneurs are especially confident, as over 90% feel that way (79% in innovation-driven economies). This confidence is, of course, positive, but it can also be dangerous if it proves to be an obstacle in further personal growth and development. In Slovenia, other employees have also expressed greater confidence in their own entrepreneurial abilities. Half of the entrepreneurs in innovation-driven economies believed that in the next six months, promising business opportunities would appear; in Slovenia, this idea was only shared by a quarter of the entrepreneurs. This could be a reflection of the economic crisis, or it could be the result of the lack of interest of employees to seek new opportunities. Even intrapreneurship is connected to risks pertaining not only to the employer but also to employees who undertake entrepreneurial activities on behalf of their employers.

In Slovenia, more than half of the interviewed employees who deal with new businesses within the company where they work believe that they are assuming a certain risk. The number decrease in innovation-driven economies to only a third. Among intrapreneurs in Slovenia who believe that they by being entrepreneurial are assuming a risk, 53% believe they risk losing their job, and 45% believe that their careers could be adversely influenced. The average of countries with innovation-driven economies amounts to 46% and 42%. A greater difference has been identified in terms of risk of loss of employment. On average, 27% believe their employment could be lost due to entrepreneurial activities, while in Slovenia, this percentage amounts to 45%.

POLICY IMPLICATIONS

Companies are founded by individuals who continuously evaluate costs and benefits of such undertaking, while their decisions are critically influenced by personal characteristics and numerous factors within the environment of (potential) entrepreneurs and within the institutional frameworks, by prevailing cultural values, and the general relationship of the society towards entrepreneurship, etc. This is not always the perception of entrepreneurship which is pursued by policy-makers, mainly due to the prevailing domination of the impersonal aggregate macroeconomic aspect, which only considers entrepreneurship when materialized in established company or manifested in the gross domestic product, or when a company encounters a crisis or ceases operations.

In this aspect, it is often overlooked that it is the continuous entrepreneurial driving force and the entrepreneurial ambitions of individuals that restore the economic structure. Whether an individual opts for entrepreneurship is entirely dependent on his/her judgement. Individuals cannot be forced into entrepreneurship; they must be encouraged to undertake it. The absence of a consistent industrial policy with an understanding that entrepreneurship must be encouraged both at the supply and demand side, of course paves the way for the strange *laissez-faire* perception of entrepreneurship, which does not consider the fact that entrepreneur-

ship is a scarce and valuable resource which must not only be discovered but also nurtured and encouraged.

Also, government measures must be adjusted to the level of development of an individual national economy and adapted to the type of entrepreneurship, targeted for promotion. Innovation-driven entrepreneurship is especially important for social development due to its capability of providing new jobs and contributing to meeting needs of customers and achieving competitiveness. Innovation-driven entrepreneurship is managed by educated and highly competent individuals, whose motivation is not making ends meet, but instead taking advantage of promising business opportunities. Ways of arousing an interest in entrepreneurship in such individuals, of course, differ substantially from other types of entrepreneurship. Just as government measures are different for individual countries according to their development level, they are also different for individual entrepreneurship types. Intentional influencing of the entrepreneurship reality demands accurate knowledge of this reality and the motives that drive it; and due to the influence of the policy on the formation of entrepreneurial behaviour, the resulting outcome must be carefully considered and enhanced to the greatest extent possible.

And thus, also worth considering is an individual's entrepreneurial potential – is this potential better exploited when an individual becomes an independent entrepreneur, or when he/she uses his/her creative capabilities as an employee of a company owned and managed by another. Lately, studies which have disregarded the regular definition of entrepreneurship as a profession and have taken into account that entrepreneurial activity within existing companies (internal or corporate entrepreneurship) is also part of overall entrepreneurial activity in a given country, have become more common. The reason is the notion that different development levels of individual economies and the differences pertaining to national cultures and institutional frameworks significantly affect the distribution of entrepreneurial potential and creativity between independent (ambitious and unambitious) entrepreneurship and intrapreneurial activity. GEM has developed appropriate measures for monitoring these three fields and comparing them between individual countries, due to the suitable harmonization of data sources and of the results themselves. In 2011, Slovenia was included in the category of countries with a low degree of ambitious entrepreneurship, but a high level of intrapreneurial activity, aimed at establishing new activities or founding new businesses on behalf of the employer.

Therefore, the economic policy must strive for more at both ends of the entrepreneurial spectrum, that is in encouraging innovation-driven entrepreneurship and growth-driven entrepreneurship, as well as intrapreneurship. Still, the introduction of new products and technologies, and improved implementation of ideas remains a priority in the economic policy. It must contribute to the development of innovation-driven and entrepreneurial potential through education and a supportive environment and by removing obstacles which prevent innovative individuals from recognizing entrepreneurship as an appealing career opportunity. Here, the stable financial environment in Slovenia must be mentioned – it is this environment that is important for further development, and is one of the most common reasons for the discontinuation of business. But it must also direct attention to intrapreneurship, to provide innovative and enterprising employees with the chance to realize their own entrepreneurial initiatives and ideas within the enterprise.

Uvod

1.1 EKONOMSKA IN DRUŽBENA VLOGA PODJETNIŠTVA

Podjetništvo ima več obrazov. Je poklicna izbira, ko se podjetnik odloči, da bo namesto zaposlitve in dela za druge izbral samozaposlitev in si samostojno ali v sodelovanju zagotavljal preživetje in razvoj. Je način ravnanja, pri katerem se iščejo ali ustvarjajo in izkoriščajo poslovne priložnosti, in je širši družbenoekonomski proces »kreativne destrukcije« (Schumpeter, 1942), na katerem temeljita gospodarski in družbeni razvoj. Podjetništvo temelji na osrednji človekovi sposobnosti, da razmišlja, raziskuje, išče boljše načine zagotavljanja svoje eksistence, skratka, da je podjeten in ustvarjalen. Zato tudi proučevanje podjetništva pomeni predvsem proučevanje temeljne gonilne sile, to je podjetnika in njegovih ambicij, inovativnosti in podjetnosti, pa tudi strahov, razlogov in omejitev, ki preprečujejo, da bi se usposobljeni posamezniki usmerili v podjetništvo. Podjeme ustanovljajo posamezniki, ki nenehno presojajo stroške in koristi takšnega ravnanja, na njihove odločitve pa poleg osebnih značilnosti pomembno vplivajo številni dejavniki v neposrednem življenjskem prostoru (potencialnih) podjetnikov in v institucionalnem okolju podjetij, prevladujoče kulturne vrednote, splošen odnos družbe do podjetništva in podobno.

Takšno videnje podjetništva ni vselej tisto, ki ga zasledujejo nosilci ekonomske politike, saj pogosto prevlada neosebni agregatni makroekonomski vidik, ki opazi podjetništvo šele, ko se realizira v podjetju oziroma manifestira v bruto domačem proizvodu ali ko podjetje zaide v krizo ali preneha poslovati. Pri takem pogledu se pozablja, da so prav nenehno podjetniško vrenje in podjetniške ambicije posameznikov tisto, kar obnavlja ekonomsko strukturo. A to ne velja za vsako podjetništvo, saj vse aktivnosti podjetnikov niso družbeno koristne. Poleg produktivnega, v razvoj usmerjenega podjetništva obstaja tudi špekulativno in destruktivno podjetništvo (Baumol, 1990; 1993), ki sledi zgolj lastnemu sebičnemu interesu brez kakršnegakoli oziranja na soljudi, naravo ali družbeni razvoj ter v svojih ekstremih deluje tudi izrazito uničevalno (Klein, 2007).

Dinamično schumpeterjansko inovativno podjetništvo je za družbeni razvoj še posebej pomembno, saj je sposobno zagotavljati nova delovna mesta ter prispevati k zadovoljevanju potreb in doseganju konkurenčnosti. Njegov pomen pa je glede na razvojno stopnjo posameznega nacionalnega gospodarstva različen. Kot smo že zapisali (Rebernik et al., 2011), je v manj razvitih gospodarstvih tudi samozaposlitveno preživetveno podjetništvo izjemnega pomena, saj v takih družbah ni na voljo delovnih mest, ki bi lahko absorbirala delovno sposobno prebivalstvo. Podobno pomembno je to podjetništvo tudi v kriznih časih in v okoljih, v katerih je bilo izgubljenih veliko delovnih mest (Kelly et al., 2010). Podjetništvo iz nujnosti izgubi razvojni pomen v okoljih in gospodarstvih, v katerih so možnosti za zaposlovanje številne. Tam pride do izraza inovativno, v razvoj

in rast usmerjeno podjetništvo, ki ga vodijo izobraženi in strokovno usposobljeni posamezniki, ne več motivirani s preživetjem, ampak z izkoriščanjem obetavnih poslovnih priložnosti. Načini, kako takšne posameznike navdušiti za podjetništvo, so seveda bistveno drugačni kot pri drugih tipih podjetništva. Zato tudi vladni ukrepi ne morejo biti za vse države enaki, ampak morajo biti prilagojeni posamezni razvojni stopnji nacionalnega gospodarstva. Že Hart (2003) navaja, da se moramo zaradi vpliva politike na oblikovanje podjetniškega vedenja natančno zavedati izidov, ki temu sledijo, in jih skušati v največji možni meri izboljšati. Zavestno vplivanje na podjetniško stvarnost zato zahteva natančno poznavanje te stvarnosti in zakonitosti, ki jo obvladujejo.

Zato tudi velja razmišljati, kdaj je posameznikov podjetniški potencial bolje izkoriščen: ko se angažira kot samostojni podjetnik ali ko svoje kreativne sposobnosti produktivno izrablja kot zaposleni v podjetju, ki je v lasti in upravljanju nekoga drugega. V zadnjem času je vse več raziskav, ki presegajo običajno definiranje podjetništva kot poklica in upoštevajo, da je podjetniška aktivnost znotraj obstoječih podjetij (notranje ali korporacijsko podjetništvo) prav tako del podjetniške aktivnosti družbe. Še zlasti, ker se nakazuje, da različne razvojne ravni posameznih gospodarstev ter razlike v nacionalnih kulturah in institucionalnih okvirih vplivajo na razporejanje podjetniških potencialov in podjetniške ustvarjalnosti med neodvisno (ambiciozno in neambiciozno) podjetništvo in podjetniško aktivnost zaposlencev (Bosma et al., 2012).

Prav zato smo tudi mi v letošnji analizi posebno pozornost posvetili podjetniški aktivnosti notranjih podjetnikov, to je tistih zaposlenih, ki za svojega delodajalca vzpostavljajo nove podjeme. Za Slovenijo ugotavljamo, da je tovrstna podjetniška aktivnost zaposlenih primerjalno z drugimi državami na relativno visoki stopnji. Ali je to trajna lastnost slovenskega podjetništva ali le trenutna posledica krize, ko se zaradi manj poslovnih priložnosti v okolju posamezniki bolj usmerjajo v notranje podjetništvo, bo treba šele ugotoviti s spremljanjem te aktivnosti nekaj prihodnjih let.

1.2 RAZVOJNA RAZNOLIKOST DRŽAV IN SPODBUJANJE PODJETNIŠTVA

Raziskovalni program GEM je bil ustvarjen zato, da bi omogočil čim bolj usklajeno spoznavanje podjetništva, ki se odvija v sila raznolikih državah – od najbolj razvitih do tistih, v katerih večina prebivalstva še živi pod pragom revščine. Čeravno je v vseh teh državah podjetništvo vselej pomembno, saj zagotavlja in omogoča razvoj, pa se glede na posamezne razvojne stopnje gospodarstva in družbe spreminjata njegov pomen in vpliv. V našem raziskovanju uporabljamo Porterjevo (Porter et al., 2002) tipologijo, ki glede na doseženo razvojno stopnjo razvršča svetovna gospodarstva v »faktorska« (*factor-driven*), »učinkovitostna« (*efficiency-driven*) in »inovacijska« (*innovation-driven*). Slovenija se po doseženi stopnji razvitosti, merjeni z bruto domačim proizvodom na prebivalca, uvršča med inovacijska gospodarstva. Razvrstitev držav, ki so sodelovale v GEM leta 2011, je prikazana v tabeli 1.

Tabela 1: Države GEM leta 2011 po tipih gospodarstev

Faktorska gospodarstva	Alžirija, Bangladeš, Gvatemala, Iran, Jamajka, Nigerija,* Pakistan, Venezuela
Učinkovitostna gospodarstva	Argentina, Barbados, BiH, Brazilija, Čile, Hrvaška, Južnoafriška republika, Kitajska, Kolumbija, Latvija, Litva, Madžarska, Malezija, Mehika, Panama, Peru, Poljska, Romunija, Rusija, Slovaška, Tajska, Trinidad in Tobago, Turčija, Urugvaj
Inovacijska gospodarstva	Avstralija, Belgija, Češka, Danska, Finska, Francija, Grčija, Irska, Japonska, Koreja, Nemčija, Nizozemska, Norveška, Portugalska, Združeni arabski emirati, Singapur, Slovenija , Španija, Švedska, Švica, Tajvan, Velika Britanija, ZDA

* V večini grafov in tabel z izračuni v nadaljevanju te monografije Nigerija ni prikazana zaradi nedoseganja zahtevanih standardov kakovosti podatkovne baze, ki se nanaša na anketiranje odraslega prebivalstva v državi. Kjer je uporabljena podatkovna baza, ki izhaja iz anketiranja nacionalnih izvedencev, je Nigerija vključena v analizo.

Kot je razvidno iz tabele, zajema raziskava GEM države na zelo različnih stopnjah razvitosti. Zato ni možno podati enotnega napotka, kako v teh državah spodbujati podjetništvo, saj različne razvojne stopnje družb nosijo s seboj različne zahteve ne samo glede najučinkovitejšega načina gospodarjenja, ampak tudi glede najracionalnejše odločitve posameznika o vstopanju v podjetniško kariero. Temu se mora prilagajati tudi ekonomska politika, da bi lahko čim učinkoviteje podpirala razvoj podjetništva, z njim pa tudi ekonomski in družbeni razvoj. Na *sliki 1* prikazujemo temeljne tipe gospodarstev, njihove značilnosti in temeljno usmerjenost ekonomske politike.

Slika 1: Značilne skupine gospodarstev in ključna razvojna usmerjenost (Kelley et al., 2011)



Kot smo pojasnjevali v pregledu podjetniške aktivnosti v Sloveniji v letu 2010 (Rebernik et al., 2011), je na nizki stopnji gospodarskega razvoja rast pogojena zlasti z imobilizacijo osnovnih proizvodnih dejavnikov: zemlje, primarnih dobrin in nekvalificirane delovne sile. Vloga države je predvsem v tem, da zagotavlja politično in makroekonomsko stabilnost, hkrati pa še dovolj svobodno tržišče, ki zagotavlja in dopušča učinkovito alokacijo proizvodnih dejavnikov prek domačih podjetij in tudi s privabljanjem tujih vlaganj. Glavni podjetniški izziv v teh državah je pridobitev osnovnih proizvodnih dejavnikov – zemlje, dela in kapitala – in njihovo usklajeno delovanje. Podjetja proizvajajo dobrine oziroma relativno enostavne izdelke, ki temeljijo na ustaljeni tehnologiji, ta pa je bila vpeljana v bolj razvitih državah. Tehnologijo takšna država na nizki stopnji razvoja asimilira z uvozom, tujimi neposrednimi investicijami in posnemanjem. Na tej stopnji razvoja si podjetja konkurirajo predvsem s ceno ter pogosto nimajo neposrednega dostopa do potrošnikov. Gospodarstvo z opisanimi dejavniki gospodarske rasti uvrščamo v skupino gospodarstev, v katerih je gospodarska rast pogojena s temeljnimi proizvodnimi dejavniki; imenovali smo jih **faktorska gospodarstva**. Ta gospodarstva so izredno občutljiva za svetovne gospodarske cikle, cene dobrin in trende cen ter za menjalne tečaje. Velik delež podjetništva v teh državah je samozaposlitvenega tipa zaradi nujnosti, posamezniki pa svojo podjetniško aktivnost izvajajo v dejavnostih, ki ne zahtevajo veliko kapitala in tehnologije.

S prehodom gospodarstva iz skupine z nizkim dohodkom v skupino gospodarstev s srednje visokim dohodkom postane glavni dejavnik gospodarske rasti investiranje. Tuje neposredne investicije, skupna vlaganja in zunanje izvajanje dejavnosti (*outsourcing*) so načini integriranja nacionalne ekonomije v mednarodne proizvodne procese, kar omogoča tudi tehnološke izboljšave, dotok tujega kapitala in tehnologij, kar skupaj spodbuja gospodarsko rast. Glavni podjetniški izzivi v teh državah so vezani na ustvarjanje mednarodnih povezav gospodarskega sistema z zadostnimi privabljenimi tujimi neposrednimi investicijami. V tej fazi gospodarskega razvoja je vloga države

velika zlasti pri izboljšanju fizične infrastrukture in na področju regulative, katere namen bi moral biti zagotavljanje integracije z globalnim tržiščem. V tej fazi je učinkovitost pri proizvodnji standardnih izdelkov in storitev glavni vir gospodarske rasti in globalne konkurenčnosti gospodarstva. Proizvodi in storitve so bolj sofisticirani, tehnologija in dizajn pa v glavnem prihajata iz tujine. Poleg tega, da tehnologija prihaja v državo iz tujine, pa s tujimi neposrednimi investicijami in posnemanjem narodno gospodarstvo razvije tudi potencial, da jo izboljša. Gospodarstvo z opisanimi dejavniki gospodarske rasti uvrščamo v skupino **učinkovitostnih gospodarstev**. Takšno gospodarstvo je občutljivo za finančne krize in nagla nihanja povpraševanja v posameznih sektorjih gospodarstva. Naraščati začne število malih podjetij, ki so postopoma sposobna tudi zaposlovati in rasti, podjetništvo zaradi nujnosti pa začne upadati.

S prehodom s srednje visokega dohodka na visok dohodek preide večina gospodarstev tudi z uvoza tehnologije na gospodarstvo, ki generira nove tehnologije in ki je v nekaterih sektorjih visoko inovativno. Mednarodna konkurenčnost gospodarstva je pomembno povezana z visoko stopnjo družbenega znanja, ki temelji na znanosti in znanju ter zmožnosti hitrega prehoda na nove tehnologije. Glavni podjetniški izzivi so vezani na zmožnost doseganja visokih stopenj inovativnosti in komercializacije novih tehnologij. Prehod na takšno inovacijsko podprto gospodarsko rast oziroma gospodarstvo, ki ga imenujemo **inovacijsko gospodarstvo**, je povezan s pomembno vlogo države pri spodbujanju visoke stopnje inovativnosti, s spodbujanjem javnih in zasebnih investicij v znanost in razvoj, visoko izobrazbo, razvojem trga kapitala in ustvarjanjem regulativnega sistema, ki podpira nastanek visoko tehnoloških podjetij. Podjetja hkrati veliko vlagajo v razvoj in nadgradnjo znanja in kompetenc svojih zaposlenih.

Zelo prav je, da so oblikovalci ekonomske politike dobro seznanjeni z zgledi uspešnih ekonomskih politik v razvitih državah, vendar pa morajo zelo premišljeno in skrbno upoštevati razvojni kontekst svoje države. Razvojnih konceptov namreč ni mogoče prepisovati, oblikovati je treba takšne, da so prilagojeni kontekstu in razvojnemu okolju posamezne države. To pa ni možno brez primerne in skrbne podatkovne podlage (*evidence based policy making*). V tabeli 2 je prikazan preprost opomnik za najverjetnejše ključne prioritete v posamezni razvojni fazi (Bosma in Levie, 2010).

Tabela 2: Pomembnost različnih vrst pogojev za ekonomski razvoj (Bosma in Levie, 2010)

	Ustvarjanje temeljnih pogojev	Večanje učinkovitosti	Zagotavljanje podjetniških pogojev
Faktorska gospodarstva	ključni poudarek	razvijati	začeti omogočati
Učinkovitostna gospodarstva	vzdrževati	ključni poudarek	razvijati
Inovacijska gospodarstva	vzdrževati	vzdrževati	ključni poudarek

Medtem ko je v razvitih, inovacijskih gospodarstvih ključni poudarek na zagotavljanju podjetniških pogojev, v katerih se spodbujajo inovativnost, podjetnost in podjetniške aspiracije, pa je ključni poudarek v faktorskih gospodarstvih najprej zagotoviti temeljne pogoje, kot so temeljno izobraževanje, delovanje zdravstvenega sistema, vzpostavitev delujočih institucij in podobno. Seveda sta v teh gospodarstvih večanje učinkovitosti in vzpostavljanje primernih podjetniških pogojev pomembna, vendar ne moremo pričakovati, da bi lahko v teh tipih gospodarstva podjetništvo zares uspevalo in prispevalo k ustvarjanju družbenega bogastva, ne da bi mu zagotavljali temeljne pogoje poslovanja.

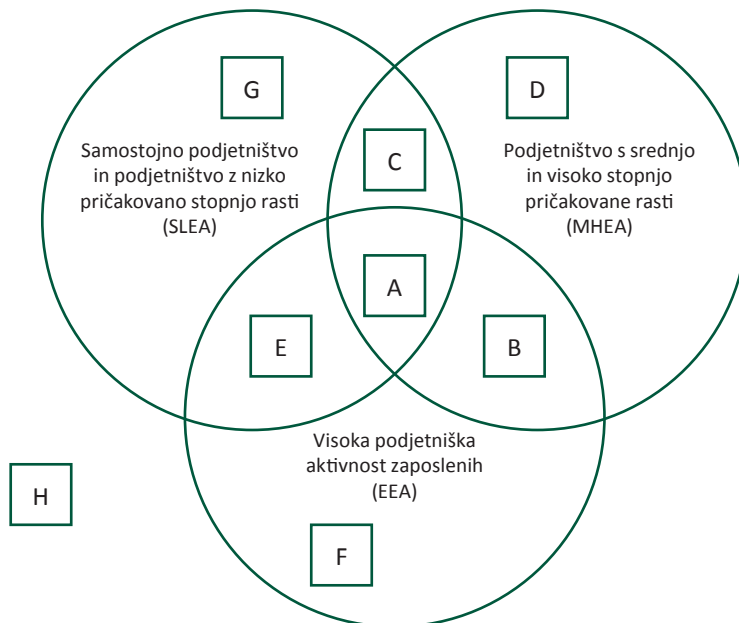
1.3 KLASIFIKACIJA DRŽAV GLEDE NA TIP PODJETNIŠTVA

Podjetništvo je dinamičen proces, v katerem se nenehno rojevajo poslovne priložnosti in pretapljajo v podjetja, ki zadovoljujejo potrebe posameznikov in trga kot celote. V tem procesu pa imamo opravka z različno ambicioznimi podjetniki, kar nas usmerja v razlikovanje treh temeljnih dimenzij podjetništva (Bosma et al., 2012):

- zgodnja podjetniška aktivnost posameznikov s srednjim in visokim pričakovanim zaposlovanjem, kar odraža ambiciozno podjetništvo (MHEA);
- samostojna podjetniška aktivnost in aktivnost z nizkim pričakovanim zaposlovanjem (SLEA), ki je sestavljena iz dveh komponent:
 - socialne (ljudje zadovoljujejo svojo potrebo po neodvisnosti ali nimajo nobene druge možnosti za delo),
 - ekonomske (nekateri samozaposleni prispevajo k fleksibilnosti celotnega gospodarstva, medtem ko bi bili drugi lahko bolj produktivni, če bi bili v službi v nekem podjetju);
- podjetniška aktivnost zaposlenih (EEA).

Glede na to, katera dimenzija prevladuje, lahko tudi klasificiramo posamezne skupine držav. Narejena je bila poskusna tipologija držav, v kateri smo opredelili, da ima država visoko vsebnost dimenzije, če je vrednost kazalca nad srednjo vrednostjo (mediano), in da ima nizko vsebnost dimenzije, če je pod mediano. Na takšen način dobimo osem možnih kombinacij gornjih treh dimenzij v razponu od visoko/visoko, visoko/nizko ter nizko/nizko. Te kombinacije so prikazane na *sliki 2*.

Slika 2: Tipologija gospodarstev na temelju treh dimenzij podjetništva (Bosma et al., 2012)



Na sliki vidimo naslednjih osem tipov gospodarstev:

- tip A:** visoka vsebnost vseh treh tipov podjetniške aktivnosti (SLEA, MHEA in EEA);
- tip B:** visoka vsebnost podjetništva s srednjo in visoko stopnjo pričakovane rasti (MHEA) ter podjetniške aktivnosti zaposlenih (EEA);
- tip C:** visoka vsebnost samostojnega podjetništva in podjetništva z nizko pričakovano stopnjo rasti (SLEA) ter podjetništva s srednjo in visoko stopnjo pričakovane rasti (MHEA);
- tip D:** visoka vsebnost samo podjetništva s srednjo in visoko stopnjo pričakovane rasti (MHEA);
- tip E:** visoka vsebnost samostojnega podjetništva in podjetništva z nizko pričakovano stopnjo rasti (SLEA) ter podjetniške aktivnosti zaposlenih (EEA);
- tip F:** visoka vsebnost samo podjetniške aktivnosti zaposlenih (EEA);
- tip G:** visoka vsebnost samostojnega podjetništva in podjetništva z nizko pričakovano stopnjo rasti (SLEA);
- tip H:** nizka vsebnost vseh treh tipov podjetniške aktivnosti (SLEA, MHEA in EEA).

Kot bomo videli kasneje, se je Slovenija v takšnem razvrščanju držav uvrstila v tip F, saj se je – podobno kot še nekatere druge evropske države – samo glede vrednosti kazalcev podjetniške aktivnosti zaposlenih uvrstila nad srednjo vrednostjo uvrstitve vseh držav, ki so leta 2011 sodelovale v raziskavi GEM.

1.4 RAZISKOVANJE PODJETNIŠTVA Z GLOBALNIM PODJETNIŠKIM MONITORJEM

1.4.1 Usmerjenost k posamezniku

GEM se za razliko od drugih družbenoekonomskih raziskav, ki se osredotočajo na ekonomsko dejavnost in na aktivnosti registriranih podjetij, ukvarja s posameznikom in njegovimi namerami, aktivnostmi in značilnostmi. Podjetniške lastnosti so redka dobrina, ki med prebivalstvom ni enakomerno porazdeljena. Kako bodo te lastnosti izkoriščene, je odvisno ne samo od posameznika, ampak v veliki meri tudi od njegovega neposrednega življenjskega okolja ter institucionalnega okvira, v katerem deluje. Posameznik lahko razpolaga z vsem potrebnim podjetniškim znanjem in veščinami, ker pa je odločitev za podjetništvo njegova osebna odločitev, se bo odločil za podjetništvo le, če bo presodil, da lahko v podjetništvu ustvari boljše razmere zase in svojo družino, kot če bi se odločil početi kaj drugega.

Osredotočenost GEM na posameznika omogoča, da zberemo številne informacije, ki lahko ob smiselni uporabi koristijo raziskovalcem za nadaljnje poglobljeno spoznavanje podjetniške stvarnosti, oblikovalcem ekonomske politike pa pri ustvarjanju primernih okvirov in ukrepov za pospeševanje podjetništva. Poleg spoznavanja značilnosti posameznih faz podjetništva omogoča GEM tudi podroben vpogled v nacionalni profil podjetništva, in sicer s pregledom

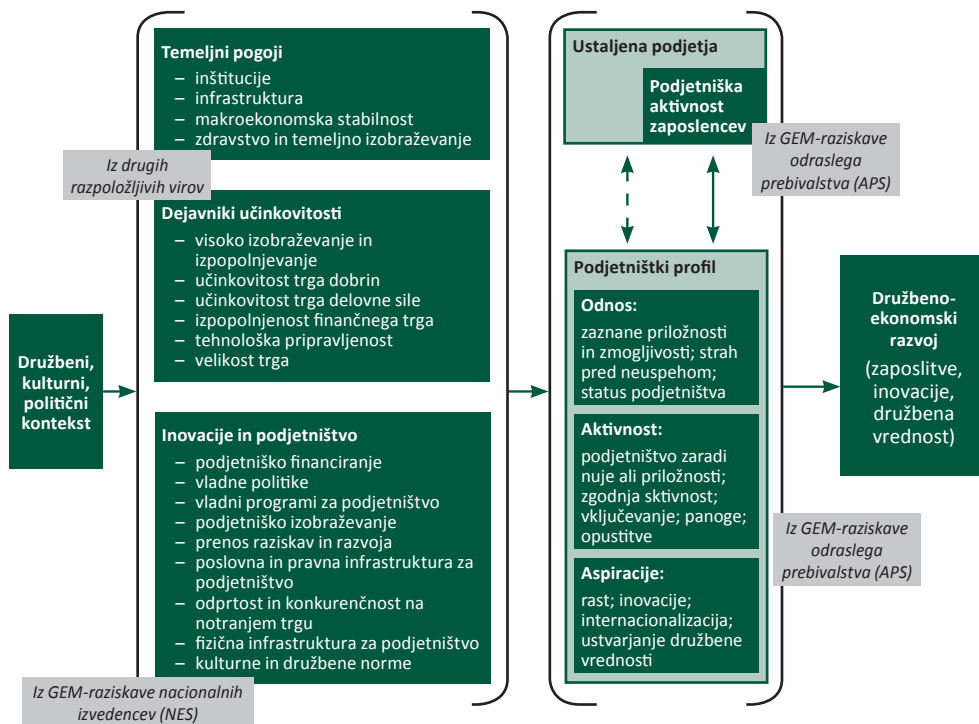
vklučenosti odraslega prebivalstva (spol, starost, dohodek, izobrazba), panog, v katerih delujejo proučevani podjetniki, ter podjetniških aspiracij (rast poslovanja, inoviranje, internacionalizacija). Ne izvemo torej samo, koliko posameznikov je vključenih v podjetništvo, ampak tudi, kakšne so njihove značilnosti.

1.4.2 Model GEM

Globalni podjetniški monitor vse od zasnove leta 1997 raziskuje vzajemno vez med podjetništvom in gospodarsko rastjo. V ta namen je bil razvit konceptualni model, ki vzpostavlja ključne elemente za proučevanje teh povezav s pomočjo treh skupin dejavnikov, ki se imenujejo **podjetniški okviri**. Specifične okoliščine za izvajanje podjetniške aktivnosti v posamezni državi namreč pomembno vplivajo na odnos prebivalstva do podjetništva ter na dejavnost in aspiracije podjetnikov, kar vpliva na ekonomsko rast in razvoj. Te soodvisnosti pa niso enosmerne – tudi obstoječa raven ekonomskega razvoja vpliva na podjetništvo in na podjetniške okoliščine. V ekonomskem sistemu delujeta dva temeljna mehanizma rasti. Prvi temeljni vir so glavna ustaljena podjetja, ki igrajo odločilno vlogo zlasti v mednarodni menjavi. Če so splošni nacionalni pogoji za poslovanje urejeni in naravnani h konkurenčnosti, so ta podjetja lahko mednarodno uspešna, zmorejo ustanavljati nove obrate in podjetja ter lahko pripomorejo k rasti mikro, malih in srednje velikih podjetij. Drugi temeljni vir ekonomske rasti je podjetniški proces, ki se odvija v novih in rastočih podjetjih. V tem primeru pod vplivom družbenega, kulturnega in političnega konteksta deluje drugi splet, tako imenovani okvir podjetniških pogojev, ki so sicer povezani z okvirom splošnih nacionalnih pogojev, vendar pa se od njih tudi razlikujejo. Na odvijanje podjetniškega procesa bistveno vplivajo podjetniške priložnosti ter zmogljivost ljudi, da se lotevajo novih podjetij. Vse to vpliva na brbotanje in vrenje v gospodarstvu, kjer se rojevajo novi podjetji in podjetja, kar prav tako prispeva k ekonomski rasti. Na ustaljena podjetja odločilno vplivajo splošni pogoji poslovanja, ki podjetja pri njihovi rasti zavirajo ali jih spodbujajo. Z rastjo in novimi ustanovitvami (notranje podjetništvo, *spin-off*) ta podjetja ustvarjajo nova delovna mesta. Na odločitev, ali bodo potencialni podjetniki ustanovili podjetje ali ne, pa vplivajo še dodatni pogoji, ki odločajo o sposobnosti posamezne države, da bi se tisti, ki imajo za to veščine in motivacijo, odločali za izkoriščanje poslovnih priložnosti in ustanavljali podjetja. Ustanavljanje novih podjetij vnaša v gospodarstvo potrebno dinamičnost in konkurenčnost. Proces sta komplementarna, razmerja med podjetništvom in ekonomsko rastjo pa zelo kompleksna.

Podjetništvo pa ni omejeno samo na vzpostavljanje novih podjetij in rojevanje podjetij. Podjetniška aktivnost se odvija tudi znotraj ustaljenih podjetij, v katerih zaposleni ustvarjalni posamezniki iščejo in ustvarjajo nove poslovne priložnosti, a ne zato, da bi ustanovili svoje lastno podjetje, ampak da bi te priložnosti razvijali za svojega delodajalca in jih izkoriščali znotraj obstoječega podjetja oziroma kot nov podjem. V letošnjem GEM smo temu tipu podjetništva posvetili posebno pozornost in ga v naši monografiji bolj poglobljeno obravnavamo v posebnem poglavju.

Slika 3: GEM-model proučevanja podjetništva



Na sliki 3 je prikazan konceptualni model GEM, ki upošteva, da so za uspešno podjetništvo, ki prispeva k nacionalni ekonomski rasti, pomembni nekateri temeljni pogoji. Mednje spadajo predvsem urejene inštitucije, primerna infrastruktura, makroekonomska stabilnost, urejeno zdravstvo in primerno temeljno izobraževanje. Gre torej za temeljne pogoje, ki so jih razvite države že zdavnaj uredile, v manj razvitih državah pa lahko predstavljajo eno temeljnih ovir za razvoj podjetništva. Šele takrat, ko so vzpostavljeni ti temeljni pogoji, je možno uveljavljati dejavnike, ki prispevajo k večji učinkovitosti gospodarstva. Programi pospeševanja podjetništva ali prenos raziskav in razvoja najverjetneje ne bodo imeli pravega učinka, če je delovna sila neizobražena ali če ni na voljo temeljne infrastrukture, kot so ceste, telekomunikacije ali pravni okvir. Če zanemarimo vzpostavitev temeljnih podjetniških pogojev, tudi investiranje v inovacijske in podjetniške podporne okvire ne bo dalo učinka. V razvitejših okoljih se je treba posvetiti dejavnikom, kot so visoko izobraževanje in izpopolnjevanje ter učinkovito delovanje trga delovne sile, saj brez njih ni možno vzpostavljati učinkovite izrabe človekovih zmogljivosti niti motivirati ljudi za pridobivanje ustrezne izobrazbe in znanja. Učinkovitost trga dobrin in izpopolnjeno delovanje finančnega trga pripomoreta k nemotenemu razvoju podjetij in uveljavljanju tehnološkega napredka. Z internacionalizacijo poslovanja in večjimi mednarodnimi trgi pa je mogoče začeti koristiti tudi učinke ekonomije obsega in uveljavljanja primerjalnih (komparativnih) prednosti.

Inovacije in podjetništvo so vselej pomembni, ne glede na razvojno stopnjo nacionalnega gospodarstva, a pravi pomen in možnost razvoja imajo šele, ko imajo gospodarstva urejene

prej navedene temeljne in učinkovitostne dejavnike. Potrebni postanejo vladni programi za podjetništvo ter urejena poslovna in pravna infrastruktura za podjetništvo. Ker nadaljnji razvoj v inovacijskih gospodarstvih temelji na znanju, inovacijah in podjetnosti, je treba uveljaviti čim enostavnejše postopke za ustanavljanje podjetij ter zagotoviti ustrezno podjetniško izobraževanje. Novi izdelki ne nastajajo več samo v razvojnih oddelkih velikih podjetij, ampak tudi na univerzah in v raziskovalnih inštitutih. Poskrbeti je treba za učinkovit prenos rezultatov raziskav in razvoja v podjetniško prakso tako glede ustrezne regulative kot tudi uveljavitve primerne podjetniškega ekosistema, vključno z učinkovitim podjetniškim financiranjem, ki bo omogočal, da se čim več idej in novosti pretopi v neposredno podjetniško prakso.

Vsi navedeni pogoji pomembno vplivajo na odnos do podjetništva, vključevanje v podjetniške aktivnosti in podjetniške aspiracije. GEM je razvil ustrezne mere, s pomočjo katerih lahko spremljamo ta tri področja in jih – ker so tako viri podatkov kot tudi rezultati primerno harmonizirani – tudi primerjamo med posameznimi državami.

Odnos do podjetništva kaže splošno naklonjenost populacije do podjetniške kariere. Če je podjetništvo v družbi zaželeno, če posameznik pozna veliko drugih podjetnikov ali verjame, da so uspešni med njimi spoštovani in ugledni, bo verjetnost, da se bo sam podal na podjetniško pot, večja kot v nasprotnem primeru. Tudi razpoznavanje podjetniških priložnosti bo delovalo pozitivno v smeri večjega podjetništva. Posamezniki, ki verjamejo, da imajo potrebne veščine in znanje, da bi ustanovili podjetje, bodo bolj verjetno ustanavljali podjetja kot tisti, ki menijo, da teh veščin nimajo. Kjer je strah pred prevzemanjem tveganja velik ali kjer družba stigmatizira napake, se bodo ljudje težje odločali za podjetništvo in bodo svoje kariere iskali v manj tveganem okolju zaposlitve znotraj obstoječih podjetij. Nacionalni odnos do podjetništva je prav tako pomembna »infrastrukturna podlaga« za ustvarjanje splošne kulturne podpore, pomoči, podpornih mrež, zagotavljanja finančnih virov in drugih elementov za delujoče podjetnike in tudi za tiste, ki o podjetniški karieri šele razmišljajo.

Vključevanje v podjetniške aktivnosti se kaže na več načinov. V prvi vrsti gre za število ljudi, ki ustanavljajo podjetja tako v absolutnem smislu kot tudi, relativno gledano, v primerjavi z drugimi ekonomskimi aktivnostmi, recimo zapiranjem podjetij. Identificiramo lahko različne vrste podjetniških aktivnosti glede na panogo, velikost ustanoviteljskega tima, demografijo podjetij in podjetnikov (spol, starost, izobrazba ipd.), ali gre za samostojna podjetja ali za podjetniške aktivnosti znotraj obstoječega podjetja. Posamezniki se podjetništva lotevajo zaradi različnih motivov, ki so odvisni tudi od ekonomske razvitosti države. V manj razvitih okoljih s faktorskim tipom gospodarstva izrazito prevladujejo podjetniki zaradi nujnosti, v inovacijskih gospodarstvih pa je v povprečju več takšnih, ki so postali podjetniki zato, ker so zaznali obetavno podjetniško priložnost. Toda podjetniška aktivnost je vselej proces, zato proučujemo nastajajoče, nove in ustaljene podjetnike, spremljamo pa tudi opuščanje podjetij in zapiranje podjetij. Vse to se lahko izkazuje kot samostojna aktivnost podjetnikov ali kot notranje podjetništvo.

Podjetniške aspiracije kažejo kakovost podjetniške aktivnosti, torej nagnjenost podjetnikov k rasti podjetja, večanju števila zaposlenih, internacionalizaciji poslovanja in podobno. Podjetniki se namreč razlikujejo glede na svoje aspiracije, da bi uvajali nove izdelke, konkurirali na mednarodnih trgih ali financirali rast z zunanjimi viri. Če so vse te aspiracije realizirane, lahko (bolj kot zgolj število podjetnikov) odločilno vplivajo na gospodarsko rast.

1.4.3 Podatkovne podlage za GEM

GEM ima svoje zemetke v letu 1997. Prva raziskava je bila opravljena leta 1999, v njej pa je sodelovalo 10 držav. Do danes se je GEM razvil v konzorcij, v katerem sodeluje veliko število nacionalnih timov, in predstavlja edinstveni svetovni projekt, brez primere v podjetniškem raziskovanju. Slovenija v raziskavi sodeluje od leta 2002. Temeljno poslanstvo GEM-a je ustvariti zanesljive mednarodne podatke o podjetniški aktivnosti in z njimi seznaniti čim širšo javnost. Metodologija raziskave in proces harmoniziranja podatkov sta podrobno opisana v Reynolds in sodelavci (2005). Število vseh sodelujočih držav, ki so v teh letih sodelovale v raziskavi, se je povzpelo že na preko 80. Leta 2011 je v raziskavi GEM sodelovalo 55 držav z vseh kontinentov.

Podatkovna baza raziskave GEM temelji na primarnih in sekundarnih podatkih. Sistem harmoniziranega zbiranja podatkov za vse sodelujoče države znotraj GEM-a tako temelji na štirih virih:

- anketiranje odraslega prebivalstva,
- osebni intervjuji z nacionalnim izvedenci,
- standardizirani anketni vprašalniki za nacionalne izvedence,
- sekundarni viri – mednarodne standardizirane baze podatkov.

V *tabeli 3* je prikazana vsebinska povezanost virov podatkov in raziskovanih področij v okviru raziskave GEM.

Tabela 3: Viri podatkov v raziskavi GEM

Viri podatkov	Družbeni, kulturni, politični kontekst	Okvir splošnih nacionalnih pogojev	Okvir podjetniških pogojev	Podjetniške priložnosti	Podjetniške zmogljivosti	Rojevanje novih podjetij	Gospodarska rast
Standardizirani mednarodni viri podatkov: OECD, OZN, EU ...	x		x				x
Poročilo o globalni konkurenčnosti		x					
Vzorec odrasle populacije				x	x	x	
Intervjuji z nacionalnimi izvedenci			x	x	x		
Vprašalniki, ki jih izpolnijo nacionalni izvedenci			x	x	x		

Anketiranje odraslega prebivalstva. Reprezentativni naključni vzorci delovno aktivnih prebivalcev v posamezni državi so bili v večini držav pridobljeni v času od maja do septembra 2011. V Sloveniji je od konca maja do začetka junija 2011 v anketni raziskavi sodelovalo skupaj 2.009 odraslih ljudi v starosti od 18 do 64 let. Tri osnovne značilnosti te anketne raziskave so pridobitev kakovostnih vzorčnih podatkov, identični vprašalniki v vseh sodelujočih državah ter obdelava podatkov, ki vodi do popolnoma primerljivih statističnih parametrov v vseh sodelujočih državah. Po preverjanju in harmoniziranju vzorcev vseh sodelujočih držav sta bila v okviru globalnega tima raziskave pripravljena osnovna obdelava podatkov vseh sodelujočih držav in opravljen izračun statističnih parametrov na osnovi individualnih podatkov. Za vsako sodelujočo državo je bil nato pripravljen harmoniziran vzorec individualnih podatkov države za vse dodatne obdelave raziskovalnega tima. Postopek pridobivanja vzorca odraslega prebivalstva ter postopek harmoniziranja podatkov je natančneje opisan v Reynolds in sodelavci (2005).

Značilnosti vzorca v Sloveniji so prikazane v *tabeli 4*. Struktura vzorca je usklajena s strukturo statistične množice glede na regionalnost, spol in starost ljudi ter glede na značilnost območja (urbano ali ruralno okolje). Da bi bila stopnja zanesljivosti vzorcev, na osnovi katerih pridobivamo ocene statističnih parametrov za posamezne države, visoka, so vzorci vseh držav uteženi na osnovi standardizirane ocene strukture prebivalstva po starosti in spolu; to vsako leto za vse države zagotavlja US Census International Population Data Base.

Anketiranje je izvedlo podjetje RM plus iz Maribora, ki izvaja računalniško podprte telefonske ankete (CATI). Kot v večini držav je bilo anketiranje telefonsko.

Tabela 4: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, Slovenija 2011

	Neuteženi vzorec	Uteženi vzorec
Skupaj	2009	2009
Moški	936	1034
Ženske	1073	975
Število nastajajočih podjetij	35	38
Število novih podjetij	25	26
Motivacija – priložnost	55	59
Motivacija – nujnost	9	9
Število ustaljenih podjetij	92	96
Poslovni angeli	48	48

V vseh sodelujočih državah je bilo skupaj anketiranih 154.751 ljudi, kar predstavlja široko podatkovno osnovo za proučevanja zlasti zgodnjega podjetništva in njegovih značilnosti ter medsebojnih povezav vplivnih dejavnikov. Vzorci v posameznih državah so vsebovali najmanj dobrih 1.500 anketiranih oseb, kot že nekaj preteklih let pa v Španiji in Kolumbiji v okviru raziskave GEM opravljajo tudi regionalno primerjalno analizo, ki zahteva neproporcionalno stratificirano vzorčenje in s tem zadostno število anketiranih oseb v posameznih regijah, zato je zlasti v teh dveh državah število anketiranih oseb bistveno višje. Število anketiranih oseb v vsaki izmed sodelujočih držav je prikazano v *tabeli 5*.

Tabela 5: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav, GEM 2011

Država	Število anketiranih oseb	Država	Število anketiranih oseb
Alžirija	3373	Mehika	2511
Argentina	1687	Nemčija	4260
Avstralija	1622	Nigerija	2056
Bangladeš	1932	Nizozemska	2861
Barbados	2186	Norveška	2001
Belgija	1839	Pakistan	2002
BiH	2277	Panama	2001
Brazilija	1999	Peru	2010
Češka	2005	Poljska	2000
Čile	6213	Portugalska	2011
Danska	2015	Romunija	1739
Finska	2011	Rusija	7500
Francija	1607	Singapur	2000
Grčija	2000	Slovaška	2000
Gvatemala	2398	Slovenija	2009
Hrvaška	2000	Španija	17500
Iran	3322	Švedska	2143
Irska	2002	Švica	1612
Jamajka	2047	Tajska	2000
Japonska	2004	Tajvan	2012
Južnoafriška republika	2724	Trinidad in Tobago	1813
Kitajska	3689	Turčija	2401
Kolumbija	10374	Urugvaj	1658
Koreja	2001	Velika Britanija	1650
Latvija	2000	Venezuela	1888
Litva	2003	ZDA	4699
Madžarska	2002	Združeni arab. emirati	3029
Malezija	2053		

Anketni vprašalnik je strukturiran tako, da vsebuje temeljna vprašanja za identificiranje obsega podjetniške aktivnosti v državi ter dodatna vprašanja za posameznike, ki jih lahko na osnovi njihovih odgovorov uvrstimo med podjetniško aktivne, namen česar je natančnejša ugotovitev značilnosti zgodnje podjetniške aktivnosti v državi. Z dodatnimi vprašanji ugotavljamo tudi široko paleto različnih vplivnih dejavnikov, ki vplivajo na podjetniško aktivnost, odnos anketiranih do podjetništva, odnos do novosti in inovativnosti, zmogljivosti za podjetništvo itd.

Nacionalni izvedenci. Nacionalni izvedenci, ki sodelujejo v raziskavi, so izbrani posamezniki, za katere na osnovi njihove strokovne dejavnosti, znanja in izkušenj domnevamo, da lahko prispevajo utemeljena mnenja o različnih vidikih in komponentah podjetniškega okolja v državi. Izvedenci

so iz gospodarstva, politike, državne uprave in akademske sfere, vsi pa imajo znanje in izkušnje z delovanjem na različnih področjih, ki vplivajo na nastanek in razvoj podjetništva v posamezni državi.

Nacionalni izvedenci izpolnijo standardiziran vprašalnik z namenom, da pridobimo kvantitativno ovrednotena mnenja o devetih okvirnih pogojih za podjetništvo: finančna podpora, vladne politike in vladni programi, izobraževanje in usposabljanje, raziskave in razvoj, razvoj in dostop do poslovne in strokovne infrastrukture, dinamika na notranjem trgu, dostop do fizične infrastrukture ter kulturne in družbene norme.

Vzorec 36 izvedencev za Slovenijo je utežen glede na devet osnovnih okvirnih pogojev za podjetništvo, tip izvedenca (strokovnjak ali podjetnik), spol, sektor gospodarstva (javni ali zasebni) in geografsko porazdelitev. Anketiranje je tako kot v drugih državah GEM potekalo od marca do julija 2011. Mnenja izvedencev smo kodirali in posredovali koordinacijskemu timu GEM, ki je pripravil skupno datoteko za vseh 49 držav, ki so leta 2011 sodelovale v tem delu raziskave. V vseh državah udeleženkah je leta 2011 sodelovalo 1850 izvedencev.

Sekundarni viri – mednarodne standardizirane baze podatkov. Standardizirane mednarodne baze podatkov, iz katerih v okviru raziskave GEM črpamo primerljive podatke, so baze Svetovne banke in Mednarodnega denarnega sklada, baze Združenih narodov, Eurostat ipd. Te podatkovne baze služijo zlasti za analiziranje povezanosti ravni in značilnosti podjetniške aktivnosti države z makroekonomskimi značilnostmi in pogoji gospodarstva.

1.4.4 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) in tudi na slovenski strani (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 letošnjega leta so podatkovne baze za pretekla leta urejene tako, da ponujajo možnosti primerjav posameznih indikatorjev med državami (glej <http://www.gemconsortium.org/Data>), kar je še posebej priročno za nekatere hitre preglede stanja podjetništva.

Natančno razlago celotne metodologije GEM lahko zainteresirani bralec najde v: Bosma, N., Wennekers, S., Amoros, J. (2012): *2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe*. GERA, London.

GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji

Začetni cilj raziskave GEM je bil oblikovati enostavno mero podjetniške aktivnosti, ki bi omogočala široko primerjavo za vsa proučevana gospodarstva. To vlogo je prevzel indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA (*total early-stage entrepreneurial activity*). Indeks kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se vključuje v podjetništvo. Zajema torej posameznike, ki so začeli izvajati nekatere aktivnosti, da bi ustanovili podjetja, ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece – to so nastajajoči podjetniki –, ter posameznike – nove podjetnike, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece, vendar manj kot tri leta in pol. Ustaljeni podjetniki so v raziskavi opredeljeni kot tisti, ki imajo podjetje in ga pomagajo tudi voditi, plače pa izplačujejo dalj kot 42 mesecev.

Tabela 6 – GEM-ova preglednica podjetniške aktivnosti pa odraža dejstvo, da je podjetništvo večplasten pojav. V njej tako zbirno prikazujemo različne vidike podjetniške aktivnosti v Sloveniji leta 2011 primerjalno z letom poprej ter tam, kjer so na voljo rezultati analize globalnega tima, tudi rang Slovenije v primerjavi s primerjanimi 54 preostalimi sodelujočimi državami. Pri tem prikazujemo posamezne opredeljene kazalce ločeno za različne skupine prebivalstva. Primerjamo zlasti nastajajoče, nove ter ustaljene podjetnike ter nepodjetnike, in sicer:

- količino podjetniške aktivnosti – delež odraslega prebivalstva, ki je vključen v različne faze podjetništva,
- lastnosti podjetniško aktivnih ljudi in njihovo strukturo glede na starost, spol, izobrazbo in dohodek gospodinjsva,
- motivacijske značilnosti – zakaj se ljudje odločajo za podjetniško aktivnost,
- značilnosti podjetij z vidika novosti njihovega izdelka ali storitve za potencialne kupce z vidika uporabe inovativnih tehnologij ter obsega konkurence na tržišču – te značilnosti posredno kažejo na objektivne možnosti podjetja oziroma podjetja za rast in širjenje v prihodnjih letih,
- aspiracije po rasti podjetnikovih podjetij in podjetij, kar podjetniki izražajo z oceno pričakovanega povečevanja števila novih delovnih mest ter oceno internacionalizacije poslovanja.

Poleg tega za posamezne kategorije podjetniško aktivnega prebivalstva in posebej za tiste, ki ne sodijo med podjetnike, ter tudi skupno za delovno aktivno prebivalstvo prikazujemo nekatere elemente družbenega okolja ter kulturnih in družbenih norm v družbi, ki lahko podpirajo ali zavirajo podjetniške procese v družbi. Ti elementi so:

- stopnja ocenjenega egalitarizma v družbenem okolju,
- različni vidiki, ki odražajo odnos do podjetniške aktivnosti ter podjetniško aktivnih oseb v družbi,
- podjetniška zmogljivost glede ocenjene stopnje znanja, izkušenj in sposobnosti ljudi za podjetništvo ter strahu pred morebitnim neuspehom.

Opisane komponente podjetništva natančneje obravnavamo v posameznih poglavjih te monografije.

Tabela 6: GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, 2011

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2010		2011		2010		2011		2010		2011		2010		2011	
	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang
Vključenost v podjetništvo (% populacije)	2,21	45/58	1,91	54/54	2,44	46/58	1,75	49/54	4,65	48/58	3,65	54/54	4,94	44/58	4,78	40/54
Spol (% populacije):																
- moški	3,00		2,6		3,4		2,0		6,35	45/58	4,57	54/54	7,78	45/58	6,52	38/54
- ženske	1,40		1,2		1,5		1,5		2,86	43/58	2,68	53/54	1,92	53/58	2,94	35/54
Spol (% podjetnikov):																
- moški	69,8		68,9		70,6		59,3		70,2		64,3		81,1		70,1	
- ženske	30,2		31,1		29,4		40,7		28,9		35,7		18,9		29,9	
Starost (% populacije):																
- 18 do 24 let	1,1		2,7		1,1		1,2		2,09	50/58	3,90	46/54	1,00	34/49	0,33	44/54
- 25 do 34 let	4,0		2,5		4,0		2,5		8,08	36/58	5,07	50/54	2,86	39/58	3,15	38/54
- 35 do 44 let	2,9		2,7		3,8		1,9		6,58	12/58	4,57	54/54	7,49	11/58	6,58	34/54
- 45 do 54 let	2,1		0,8		1,9		1,6		3,95	22/58	2,48	54/54	6,73	25/58	7,78	36/54
- 55 do 64 let	0,4		1,1		0,7		1,9		1,13	52/58	2,27	54/54	5,32	21/58	3,69	47/54
Starost (% podjetnikov):																
- 18 do 24 let	6,8		17,8		6,3		8,5		6,56	52/58	13,33	27/54	2,95	33/49	0,87	43/54
- 25 do 34 let	40,7		29,7		36,8		32,4		38,72	39/58	30,98	27/54	12,94	41/58	14,68	31/54
- 35 do 44 let	28,4		31,1		33,5		24,0		31,05	44/58	27,69	21/54	33,35	35/58	31,74	17/54
- 45 do 54 let	21,3		9,9		17,3		21,5		19,17	51/58	15,47	40/54	30,83	46/58	37,12	8/54
- 55 do 64 let	2,8		11,5		6,1		13,6		4,50	55/58	12,53	10/54	19,93	44/58	15,59	37/54
Izobrazba (% podjetnikov):																
- dokončana osnovna šola ali manj	2,7		2,5		5,7		0,0		4,3		1,3		1,1		0,9	
- dokončana poklicna šola	9,1		5,6		3,7		7,8		6,2		5,7		13,6		15,7	
- srednješolska izobrazba	38,3		42,5		33,4		16,5		35,7		30,4		35,5		33,2	
- višješolska strok. izobrazba	9,6		5,2		16,7		23,5		13,4		15,8		13,7		13,2	
- visokoš. ali univ. ali več	40,3		44,3		40,4		52,1		40,4		46,8		36,0		37,0	
Izobrazba (% populacije):																
- manj kot srednješolska											1,11	53/54			4,77	25/55
- srednješolska											2,84	53/54			4,02	36/55
- več kot srednješolska											5,90	50/54			6,13	31/55

GEM-OVA PREGLEDNICA ZNAČILNOSTI PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2010		2011		2010		2011		2010		2011		2010		2011	
	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang
Dohodkovni razredi (% populacije):																
- spodnja tretjina	1,2		2,0		0,6		1,1		0,51	45/49	1,02	45/54	0,98	30/53	0,67	40/54
- srednja tretjina	2,0		1,9		1,8		0,5		1,14	51/55	0,94	53/54	2,09	36/53	1,06	50/54
- zgornja tretjina	3,2		2,5		4,8		2,3		2,81	51/58	2,68	53/54	3,31	42/53	2,86	42/54
Dohodkovni razredi (% podjetnikov):																
- spodnja tretjina	16,4		24,2		5,7		14,2		10,6		19,4		13,5		12,7	
- srednja tretjina	27,7		25,9		21,8		10,8		24,5		18,6		35,3		21,0	
- zgornja tretjina	55,9		49,9		72,5		75,0		64,8		62,0		51,2		66,2	
Motivacija (% populacije):																
- nujnost	0,35		0,16		0,41		0,30		0,76	49/58	0,44	54/54	0,80		0,90	
- priložnost	1,73		1,61		2,00		1,34		3,86	44/58	2,96	51/54	3,90		3,60	
Motivacija (% podjetnikov):																
- v celoti priložnost	55,9		53,8		56,2		60,1		56,0		56,2		63,9		65,6	
- deloma priložnost	22,1		30,8		23,3		17,1		22,7		24,7		16,1		10,4	
- nujnost	16,2		7,7		16,4		17,1		16,3		12,3		14,1		18,8	
- ne more opredeliti	5,8		7,7		4,1		5,7		5,0		6,8		5,8		5,2	
Izkoriščanje poslovne priložnosti zaradi (% podjetnikov, katerih motivacija je v celoti priložnost):																
- neodvisnost in osebna svoboda pri delu	53,6		61,1		63,7		48,7		56,42	7/58	49,64	16/54			74,7	
- povečanje dohodka	24,0		28,2		29,3		35,7		29,57	49/58	37,96	34/54			18,2	
- ohraniti raven dohodka	8,6		10,6		4,8		11,6		4,51	50/58	9,72	24/54			3,1	
- drugo	13,8		0,0		2,2		4,1		9,50	5/58	2,68	25/54			4,0	

	Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2010		2011		2010		2011	
	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang
<i>Inovacijska naravnost (% podjetnikov):</i>								
- novost izdelkov – izdelek je nov za vse kupce	18,48	16/58	9,98	38/54	11,32	20/58	5,90	37/54
- konkurenca – ni konkurenčnih podjetij	7,82	42/58	7,67	30/54	7,05	16/58	4,06	36/54
- tehnologija – uporaba tehnologij, ki so na voljo manj kot 1 leto	10,84	31/58	6,48	36/54	3,02	25/58	0,00	od 47 do 54
<i>Nagnjenost k rasti (% podjetnikov):</i>								
- zaposlovanje – porast za najmanj 10 delovnih mest in hkrati za najmanj 50 % v petih letih	17,99	15/58	22,55	17/54	4,10	27/58	2,43	39/54
- izvoz – več kot 50 % strank živi zunaj države	0,74	27/58	0,50	39/54	0,67	14/58	0,63	16/54

	Nastajajoči podjetniki		Novi podjetniki		Ustaljeni podjetniki		% prebivalstva v starosti od 18 do 64 let				Nepodjetniki	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010		2011		2010	2011
							Vredn.	Rang	Vredn.	Rang		
<i>Razpoznavanje poslovnih priložnosti</i>	51,5	44,6	42,4	39,1	27,8	19,9	26,80	47/58	18,37	47/54	19,1	17,3
<i>Podjetniška zmogljivost – dojemanje kulturne podpore:</i>									82,72			
- egalitarizem	71,2	78,6	72,0	78,7	74,8	76,2	79,55	5/57	53,71	5/54	77,2	83,2
- poklicna izbira	51,2	49,0	42,0	52,6	44,4	45,8	53,18	51/58	69,73	37/54	46,9	54,3
- spoštovanje podjetniškega poklica	51,3	61,8	62,0	65,0	52,9	58,9	73,70	26/58		23/54	68,9	70,6
- odnos medijev	60,1	49,7	48,1	52,6	51,3	47,0	56,17	35/58	45,10	39/54	53,8	44,8
<i>Podjetniška zmogljivost – samozaupanje:</i>												
- znanje in veščine	94,0	95,2	97,7	96,9	92,3	90,0	56,34	27/58	50,79	20/54	50,1	46,9
- strah pred neuspehom	14,2	17,7	15,3	17,1	19,9	20,4	32,54	39/58	39,30	27/54	34,1	41,1

Nagnjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu

Odločitev za podjetniško pot se začne na ravni posameznika, ki se za to pot odloča tudi na osnovi samozaupanja, da pravilno ocenjuje poslovne priložnosti ter da ima tiste kompetence, ki so potrebne za podjetniško kariero. V okviru raziskave GEM zato merimo nagnjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu s sistemom štirih kazalcev:

- delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da se bodo v okolju, v katerem živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti;
- delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetniški poklic;
- delež ljudi med tistimi, ki menijo, da se bodo v okolju, v katerem živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti, a bi jih strah pred neuspehom odvrnil od tega, da bi ustanovili svoje podjetje;
- delež ljudi med tistimi, ki niso vključeni v podjetniško aktivnost, a nameravajo v prihodnjih treh letih začeti ustanavljati lastni podjem oziroma lastno podjetje.

Hkrati se posameznikova odločitev za podjetniško pot oblikuje tudi na osnovi institucionalne ureditve in podjetniške klime v družbi. Kulturne in družbene norme v okolju lahko odločitev posameznika za podjetniško pot spodbujajo ali pa ga pri njenem uresničevanju zavirajo. Zato v okviru raziskave GEM proučujemo tudi:

- delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira oziroma karierna pot;
- delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani;
- delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjemih.

V *tabeli 7* tako prikazujemo obe skupini kazalcev za vse sodelujoče države GEM v letu 2011, v *tabeli 8* pa jih prikazujemo še primerjalno in v povprečju za različne skupine držav ter Slovenijo.

Tabela 7: Elementi podjetniške zmogljivosti (v odstotkih odraslega prebivalstva)

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Znanje za podjetništvo	Strah pred neuspehom*	Podjetniške namere**	Kariera	Spoštovanje	Mediji
Faktorska gospodarstva							
Alžirija	54,3	59,6	43,1	41,8	80,3	81,8	51,5
Bangladeš	64,4	23,6	72,0	24,6	73,0	100,0	49,3
Gvatemala	55,1	71,0	24,6	26,4	85,5	67,8	62,0
Iran	32,0	46,4	32,7	29,9	61,1	72,7	58,4
Jamajka	49,1	78,6	29,0	19,5	81,0	82,5	76,2
Pakistan	39,7	42,6	35,3	22,6	73,7	72,7	47,7
Venezuela	48,4	66,9	24,1	20,2	83,1	77,3	63,3
<i>Netehtano povprečje</i>	49,0	55,5	37,3	26,4	76,8	79,2	58,3
Učinkovitostna gospodarstva							
Argentina	56,0	63,8	27,9	29,9	75,8	69,4	65,6
Barbados	43,9	66,9	18,8	11,4	59,9	64,0	50,4
BiH	20,5	48,9	30,5	17,2	82,2	71,0	42,7
Brazilija	43,1	52,8	31,4	28,2	86,3	86,3	82,0
Čile	56,6	62,1	27,0	46,0	72,9	69,1	64,7
Hrvaška	18,3	49,0	34,3	17,9	65,3	46,9	40,9
Južnoafriška republika	40,7	42,8	24,5	14,3	72,7	72,1	73,5
Kitajska	48,8	43,9	35,6	42,8	73,1	73,4	75,9
Kolumbija	73,1	61,3	29,4	55,8	89,4	78,7	67,4
Latvija	23,6	46,5	41,0	24,8			
Litva	23,2	35,4	39,9	16,8			
Madžarska	14,2	40,0	34,9	19,5	53,7	78,2	33,8
Malezija	36,5	31,1	30,0	8,7	51,5	51,3	73,5
Mehika	43,5	60,6	26,6	24,2	56,6	57,9	47,6
Panama	46,1	63,7	14,0	20,9			
Peru	70,3	72,8	41,0	37,5	84,8	81,7	78,1
Poljska	33,1	52,0	42,9	22,7	72,9	64,4	58,0
Romunija	36,1	41,6	36,1	24,7	67,9	69,4	56,7
Rusija	27,1	33,2	43,4	3,6	64,5	65,3	55,3
Slovaška	23,1	52,9	31,8	17,8	54,6	64,4	55,1
Tajska	40,1	42,7	55,1	26,5	77,0	79,1	84,0
Trinidad in Tobago	62,1	81,2	16,7	35,2	83,6	81,8	61,4
Turčija	32,4	42,1	22,5	8,5			
Urugvaj	53,6	61,1	34,4	38,2	58,0	58,7	32,5
<i>Netehtano povprečje</i>	40,3	52,0	32,1	24,7	70,1	69,2	60,0

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Znanje za podjetništvo	Strah pred neuspehom*	Podjetniške namere**	Kariera	Spoštovanje	Mediji
Inovacijska gospodarstva							
Avstralija	47,8	47,4	43,2	12,3	54,0	67,7	69,5
Belgija	43,0	44,0	40,7	10,9	63,6	54,8	47,2
Češka	23,9	39,2	34,6	13,9		48,7	
Danska	46,6	35,0	40,5	6,7			
Finska	60,8	37,3	32,0	7,1	45,5	83,0	67,4
Francija	34,9	38,4	37,1	17,7	65,8	67,9	46,9
Grčija	10,9	49,7	37,8	10,5	61,0	69,1	32,5
Irska	25,6	45,5	33,2	5,8	45,9	82,7	56,4
Japonska	6,3	13,7	42,2	3,8	26,0	54,7	57,0
Koreja	11,2	26,7	45,1	15,7	61,1	67,2	62,2
Nemčija	35,2	37,1	42,0	5,5	55,0	78,3	49,7
Nizozemska	47,8	41,9	35,1	8,5	83,4	67,2	62,2
Norveška	67,1	33,2	40,5	8,7	52,9	80,4	60,2
Portugalska	16,7	46,7	39,6	12,2			
Združeni arabski emirati	43,7	62,1	50,8	2,4	71,1	73,2	62,8
Singapur	21,4	24,1	39,2	11,7	53,6	62,9	76,5
Slovenija	18,4	50,8	31,1	9,2	53,7	69,7	45,1
Španija	14,4	50,9	38,9	8,0	65,2	66,5	44,6
Švedska	71,5	40,3	34,6	9,8	51,8	70,8	62,3
Švica	47,4	42,4	30,6	9,5			
Tajvan	38,9	28,6	39,6	28,2	69,0	62,7	85,8
Velika Britanija	33,3	42,5	36,1	8,9	51,9	81,0	47,3
ZDA	36,2	55,7	31,2	10,9			
Netehtano povprečje	34,9	40,6	38,1	10,3	57,3	68,9	57,5

* Delež ljudi, ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od tega, da ustanovijo svoje podjetje, med vsem delovno aktivnim prebivalstvom, ki meni, da se bodo v okolju, v katerem živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti.

** Delež ljudi, ki nameravajo v prihodnjih treh letih začeti ustanovljati lastni podjetje oziroma lastno podjetje, med vsemi delovno aktivnimi prebivalci, ki še niso vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost.

Tabela 8: Elementi podjetniške zmogljivosti po skupinah držav (v odstotkih odraslega prebivalstva)

*	Slovenija	Vse sodelujoče države GEM	Evropske države GEM	Inovacijska gospodarstva	Skupina držav JV Evrope
Poznavanje podjetnika	36,8	35,8	32,6	30,8	36,5
Poslovne priložnosti	18,4	40,0	32,7	34,9	42,4
Znanje	50,8	48,2	42,9	40,6	48,4
Strah pred neuspehom	39,3	39,2	43,5	43,1	38,4
Podjetniške namere	10,03	22,5	14,9	12,3	22,9
Egalitarizem	82,7	65,8	67,5	65,4	64,6
Kariera	53,7	66,5	60,9	57,3	66,9
Spoštovanje	69,7	70,6	69,0	68,9	71,1
Mediji	45,1	59,1	50,8	57,5	61,7

* Izračunano je netehtano povprečje.

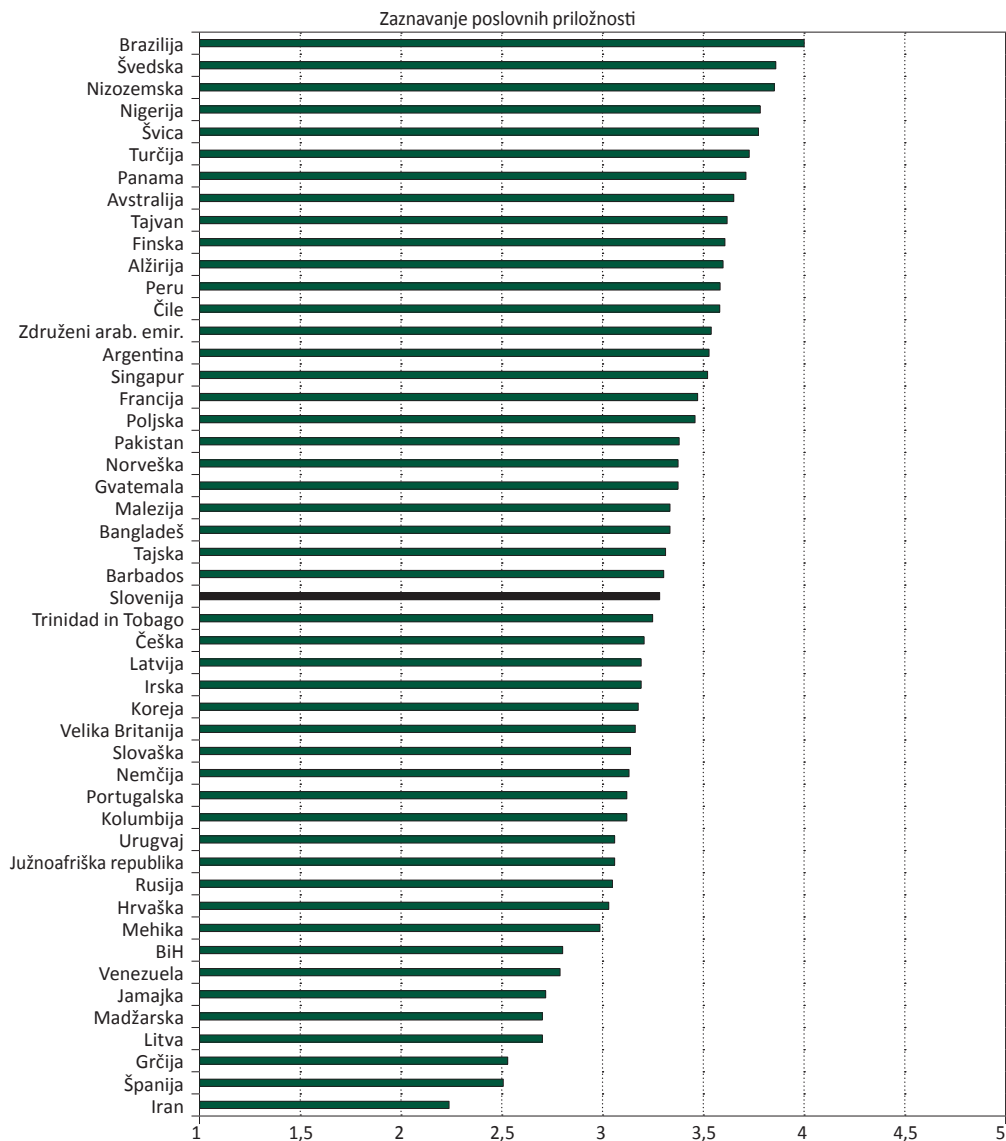
3.1 DOJEMANJE PRILOŽNOSTI, ZNANJE ZA PODJETNIŠTVO TER STRAH PRED NEUSPEHOM

Raziskave kažejo, da je zaznavanje poslovnih priložnosti pozitivno povezano z vključevanjem ljudi v podjetništvo (na primer Arenius in Minniti, 2005), je pa povezava med zaznavanjem podjetniške priložnosti in začetkom podjetniške aktivnosti lahko različna. Ljudje se za podjetniško pot lahko odločijo takrat, kadar naletijo na obetavno poslovno priložnost (McMullen in Shepherd, 2006), pri drugih pa lahko najprej dozori odločitev o vključitvi v podjetništvo, temu pa sledi sistematično in intenzivno iskanje poslovne ideje – poslovne priložnosti (Kelley et al., 2011). Nekateri avtorji, na primer Holcombe (2003), vidijo ravno v podjetniški aktivnosti pomemben vir dobrih poslovnih priložnosti in s tem proces podjetništva razumejo kot najpogostejši vir, iz katerega se rodijo nove priložnosti.

V raziskavi GEM merimo obseg zaznavanja poslovnih priložnosti med odraslim prebivalstvom ter ugotovljamo, da z naraščanjem gospodarske razvitosti v povprečju upada obseg zaznavanja poslovnih priložnosti med prebivalstvom: od skoraj 50 % v faktorskih gospodarstvih, 40 % v učinkovitostnih gospodarstvih do manj kot 35 % odraslega prebivalstva v inovacijskih gospodarstvih, ki menijo, da se poslovne priložnosti pojavljajo v njihovem okolju. Hkrati pa v povprečju upada tudi samozaupanje v lastno znanje, sposobnosti in izkušnje za podjetništvo – medtem ko je v faktorskih gospodarstvih v to, da imajo potrebno znanje in kompetence za podjetniško pot, prepričanih v povprečju več kot 55 % odraslih prebivalcev, v učinkovitostnih 52 %, pa je v inovacijskih gospodarstvih takšnih v povprečju le nekaj več kot 40 % odraslih prebivalcev (40,6 %). Še vedno pa velja, da je ravno zaupanje v lastne sposobnosti in znanje ena najpomembnejših komponent za vstop v podjetništvo, kar poudarja tudi Koellinger s sodelavci (2005). Pri proučevanju značilnosti podjetništva v naslednjih poglavjih ugotovljamo, da so tipi podjetniških aktivnosti v gospodarstvih na različni stopnji razvitosti različni – to je seveda lahko tudi razlog, da imajo ljudje v teh skupinah držav tudi pri opredeljevanju poslovnih priložnosti in potrebnega znanja za podjetništvo v mislih različne podjetniške aktivnosti, ki so tudi seveda različno razvojno naravnane.

V skupini inovacijskih gospodarstev so percepcije dobrih poslovnih priložnosti v skromnem obsegu zlasti v državah, ki jih je svetovna gospodarska kriza močno prizadela, v Španiji (14,4 %), na Portugalskem (16,7 %) in v Grčiji (10,9 %); Slovenija je tej skupini zelo blizu (18,4 %), saj nižje stopnje zaznavanja poslovnih priložnosti ne najdemo v nobeni drugi evropski državi, ki spada med inovacijska gospodarstva. V svetovnem merilu v skupini inovacijskih gospodarstev nižji obseg beležita še Koreja (11,2 %) in Japonska (6,3 %). Na drugi strani lestvice se pojavljajo skandinavske države: na Švedskem poslovne priložnosti zaznava v povprečju kar 71,5 % odraslih ljudi, na Norveškem 67,1 % ter na Finskem 60,8 % odraslega prebivalstva.

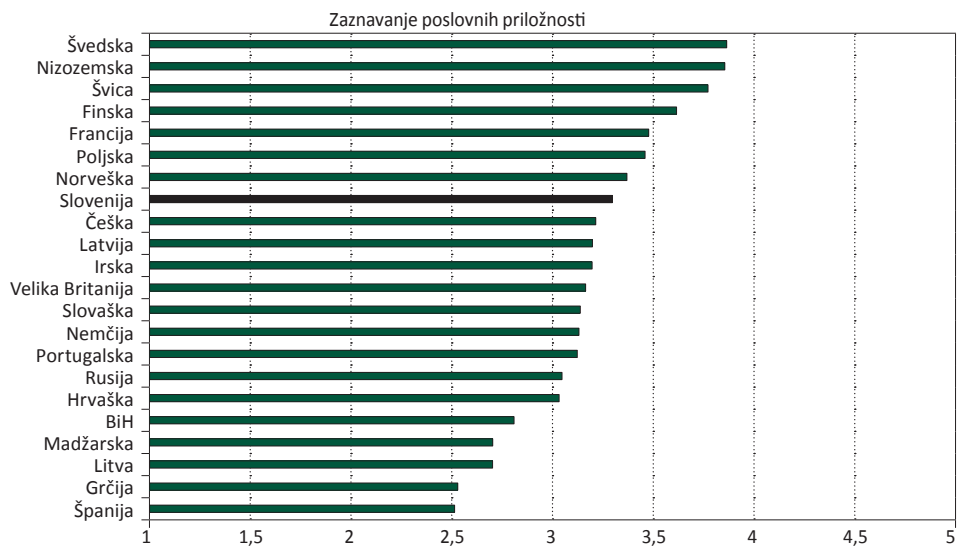
Slika 4: Priložnosti za ustanovitev podjetja, vse države GEM



GEM 2011

Nacionalni izvedenci, ki so na temelju petih komponent ocenjevali razpoložljivost dobrih priložnosti v poslovnem okolju ter sposobnosti zaznavanja poslovnih priložnosti ljudi v svoji državi, so to področje v Sloveniji ocenili v povprečju z oceno 3,29, kar je zelo podobno kot leto poprej (3,26). S to oceno se je Slovenija uvrstila približno na sredino lestvice vseh sodelujočih držav (slika 4) in ob bok Norveški, nizko oceno nacionalnih izvedencev v njihovih državah pa ponovno beležimo v Grčiji in Španiji, ki sta na evropski lestvici tako na zadnjih dveh mestih. Izvedenci v Sloveniji so v primerjavi z izvedenci v drugih evropskih državah to področje ocenili z osmo povprečno oceno (slika 5).

Slika 5: Priložnosti za ustanovitev podjetja, evropske države GEM

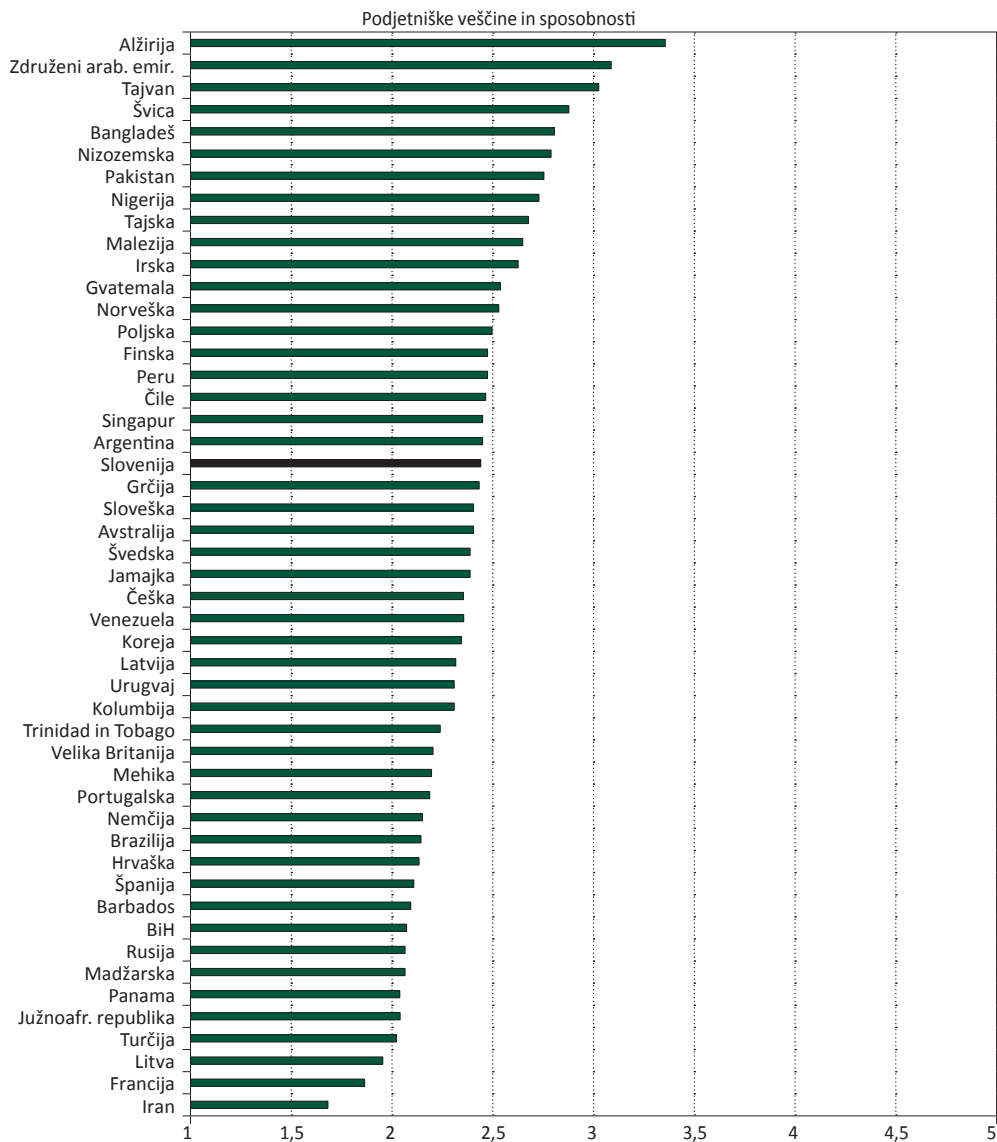


GEM 2011

Res je tudi, da je na drugi strani za Slovenijo značilna zelo visoka stopnja samozaupanja v znanje, potrebno za podjetniško pot, saj je v to prepričanih več kot 50 % odraslih prebivalcev (50,8 %), kar uvršča Slovenijo na 4. mesto v skupini inovacijskih gospodarstev, najvišjo stopnjo pa beleži ZDA (55,7 %). V Evropi beleži višji odstotek samo Španija (50,9 %). Ali so te ocene ljudi realne ali pa odražajo nerealna pričakovanja glede zahtevnosti podjetniškega poklica, bi težko rekli, res pa je, da na primer v skandinavskih državah beležimo bistveno nižjo stopnjo zaupanja ljudi v lastno podjetniško znanje (na primer Švedska 40,3 %, Norveška 33,2 %).

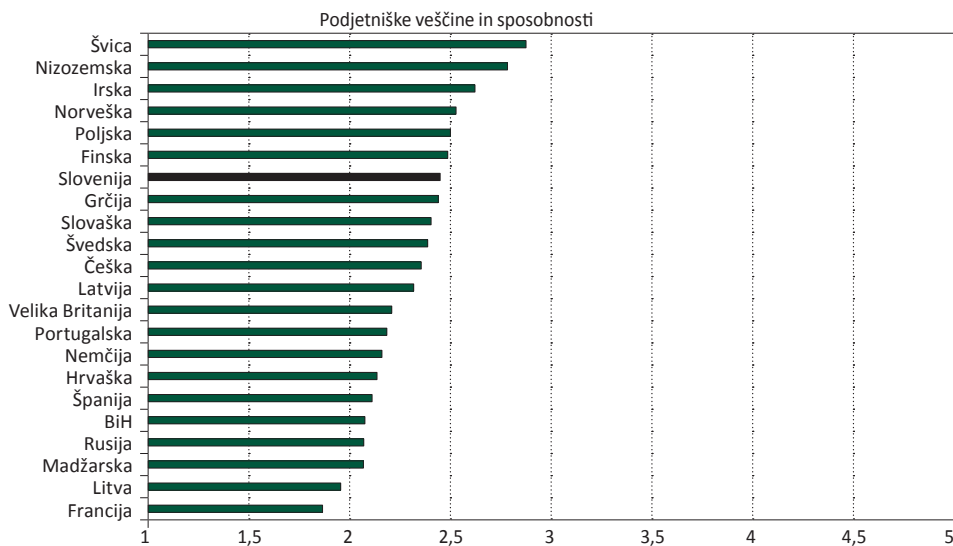
Podjetniške veščine, znanja in izkušnje ljudi so ocenjevali tudi nacionalni izvedenci. V Sloveniji so jih ocenili relativno nizko, s povprečno oceno 2,44 (na lestvici od 1 do 5, tudi tukaj pa so ocenjevali skupaj pet komponent), kar je nekoliko nižje kot leta 2010, ko je bila ocena 2,55 in kar postavlja Slovenijo na precej visoko 20. mesto v svetovnem merilu (*slika 6*), v evropskem merilu pa na 7. mesto (*slika 7*), med Grčijo in Finsko. Samo izobraževanje za podjetništvo pa so nacionalni izvedenci v Sloveniji ocenili še posebej slabo na ravni osnovnošolskega in srednješolskega sistema (s povprečno oceno 1,8), s čimer je na lestvici Slovenija le pred Madžarsko, Francijo, Španijo ter Češko. V izobraževanju po srednji šoli je povprečna ocena Slovenije višja, 2,64, in uvršča Slovenijo na 14. mesto med 22 evropskimi državami. Podjetniško izobraževanje je kritično za razvoj podjetniških veščin, nagnjenj in vedenja, kar navajata Širec in Rebernik (2011), ki tudi ugotavljata, da je z izobraževanjem možno vplivati na nagnjenja in vrednote posameznikov, da bi se pogosteje odločali za samostojno podjetniško kariero. Današnja družba znanja namreč terja vse več ustvarjalnih in podjetnih posameznikov, ki so pomembna gonilna sila gospodarskega razvoja.

Slika 6: Zmožljivosti in znanja za ustanovitev podjetja, vse države GEM



GEM 2011

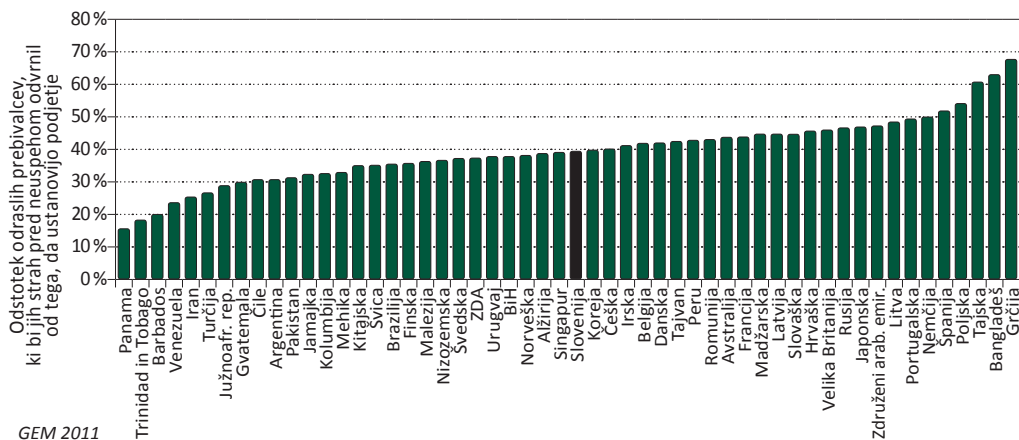
Slika 7: Zmogljivosti in znanja za ustanovitev podjetja, evropske države GEM



GEM 2011

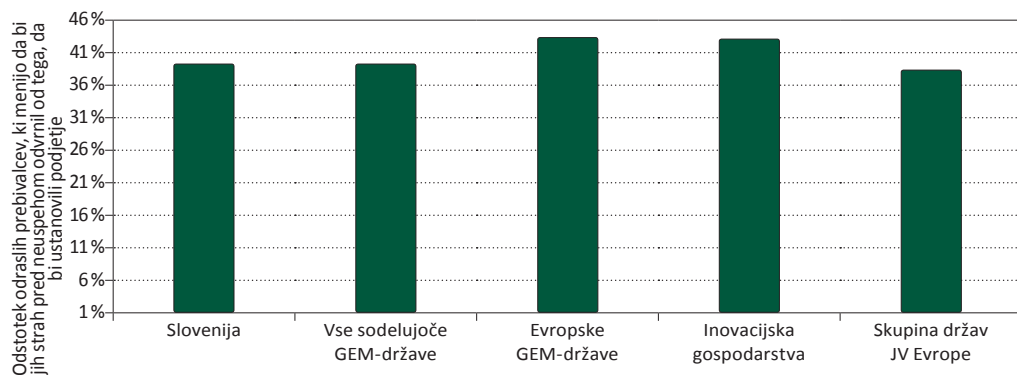
Ob nadpovprečni stopnji zaupanja v podjetniško znanje (povprečje v skupini inovacijskih gospodarstev je 40,6 %) beleži Slovenija podpovprečen odstotek ljudi, ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od podjetništva – v Sloveniji to meni 31,1 % tistih, ki v svojem okolju pričakujejo dobre poslovne priložnosti (v povprečju je v skupini inovacijskih gospodarstev takšnih 38,1 % odraslega prebivalstva). Podobno sliko dobimo tudi, če opazujemo vse prebivalstvo, ne glede na to, ali zaznavajo poslovne priložnosti – v povprečju v Sloveniji skoraj 40 % odraslega prebivalstva meni, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja (slika 8), kar je za dobre 3 odstotne točke manj, kot je povprečje skupine evropskih držav (43,5 %) ali inovacijskih gospodarstev (43,1 %), kot je prikazano na sliki 9. Gre za spodbudno ugotovitev, vendar bi si v prihodnje veljalo še bolj prizadevati za podjetništvu in podjetnikom naklonjeno sociokulturno okolje za več zgodnje podjetniške drznosti.

Slika 8: Strah pred podjetniškim neuspehom, GEM 2011



GEM 2011

Slika 9: Strah pred podjetniškim neuspehom, primerjava Slovenije s povprečjem skupin držav



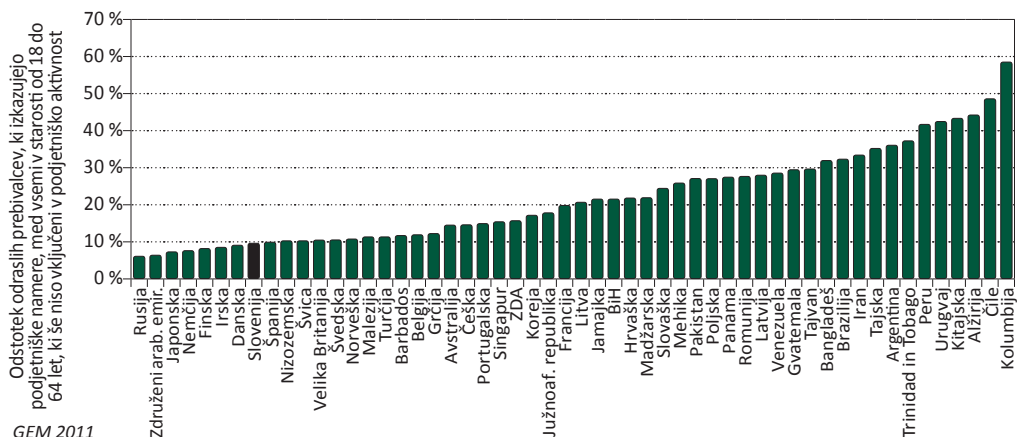
GEM 2011

3.2 PODJETNIŠKE NAMERE

Podjetniške namere v okviru raziskave GEM opredeljujemo zelo široko. Zanima nas, ali tisti anketirani, ki še niso vključeni v podjetniško aktivnost, nameravajo ustanoviti novo podjetje oziroma začeti nov podjem v prihodnjih treh letih. Kazalec podjetniških namer je delež delovno aktivnih ljudi v državi, ki niso vključeni v podjetniško aktivnost, a hkrati ocenjujejo, da bodo v prihodnjih treh letih začeli neko obliko podjetniške aktivnosti.

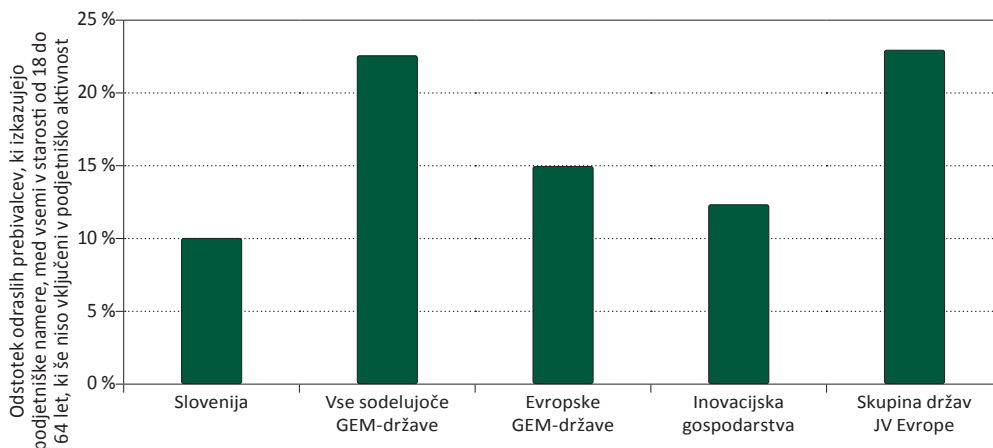
Na *sliki 10* so prikazane vse države, vključene v GEM leta 2011, glede na vrednost kazalca podjetniških namer. Slovenija se uvršča na spodnji konec lestvice, kjer so večinoma inovacijska gospodarstva. Vrednosti kazalca podjetniških namer so v povprečju namreč najvišje v factorskih gospodarstvih, v katerih v povprečju 26,4 % podjetniško neaktivnih ljudi v starosti od 18 do 64 let meni, da se bodo v prihodnjih treh letih podali na podjetniško pot. V učinkovitostnih gospodarstvih je takšnih v povprečju 24,7 %, v inovacijskih pa samo 10,3 %. Slovenija je z 9,2 % v tem pogledu torej čisto povprečna država inovacijskega tipa.

Slika 10: Podjetniške namere po vseh državah GEM



GEM 2011

Slika 11: Podjetniške namere – primerjava Slovenije s povprečjem skupin držav



GEM 2011

V primerjavi z drugimi skupinami držav na *sliki 11* pa lahko ugotovimo, da Slovenija ter povprečno inovacijsko gospodarstvo po podjetniških namerah zaostajata za vsemi drugimi skupinami držav. Evropske države dosegajo v povprečju vrednost kazalca podjetniških namer skoraj 15 %, med evropskimi državami pa beleži najvišjo vrednost Francija, in to 17,7 %. V skupini držav JV Evrope so podjetniške namere v povprečju najvišje, skoraj 23 %, podobno pa tudi v povprečju v vseh sodelujočih državah. Med državami JV Evrope je kazalec podjetniških namer najnižji prav v Sloveniji, najvišji pa na Hrvaškem (17,9 %) ter v Bosni in Hercegovini (17,2 %).

3.3 DOJEMANJE PODJETNIŠTVA

Spodbujanje podjetništva in podjetniške kulture v družbi je tudi v Sloveniji pomemben del razvojne strategije (na primer Razvojno-inovacijska strategija RS 2010–2020¹ ali Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013²), saj na odločitev posameznika za podjetniško pot vplivajo tudi odnos do podjetništva v družbi in dojemanje podjetniške kariere. Pri ugotavljanju povezav med dojetanjem podjetništva ter podjetniško aktivnostjo (Bosma in Schutjens, 2009 in 2011) je bilo ugotovljeno, da (sicer šibka) povezava med obema obstaja, hkrati pa tudi, da na posameznikovo odločitev za podjetniško pot vpliva preplet individualnih in družbenih dejavnikov ter naključnih vplivov.

V okviru raziskave GEM tako proučujemo tudi delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira oziroma karierna pot, delež tistih, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani, ter delež tistih, ki menijo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjetjih.

V *tabeli 7* je prikazano, da delež tistih ljudi, ki menijo, da je podjetništvo zaželena poklicna kariera, upada s stopnjo gospodarske razvitosti – v faktorskih gospodarstvih je v to prepričanih

¹ <http://www.uradni-list.si/1/content?id=103975>

² http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/DPK/dpk_program_sprejet_060706.pdf

v povprečju 76,8 % odraslih prebivalcev, v učinkovitostnih 70,1 %, v inovacijskih pa zgolj 57,3 %; v Sloveniji je v to prepričanih še manj ljudi – v povprečju samo 53,7 % odraslih. Je pa Slovenija povprečna država inovacijskega tipa gospodarstva, kar se tiče spoštovanja podjetniškega poklica v družbi – da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani, meni v povprečju 69,7 % ljudi, v povprečju v skupini inovacijskih gospodarstev pa 68,9 % odraslih prebivalcev.

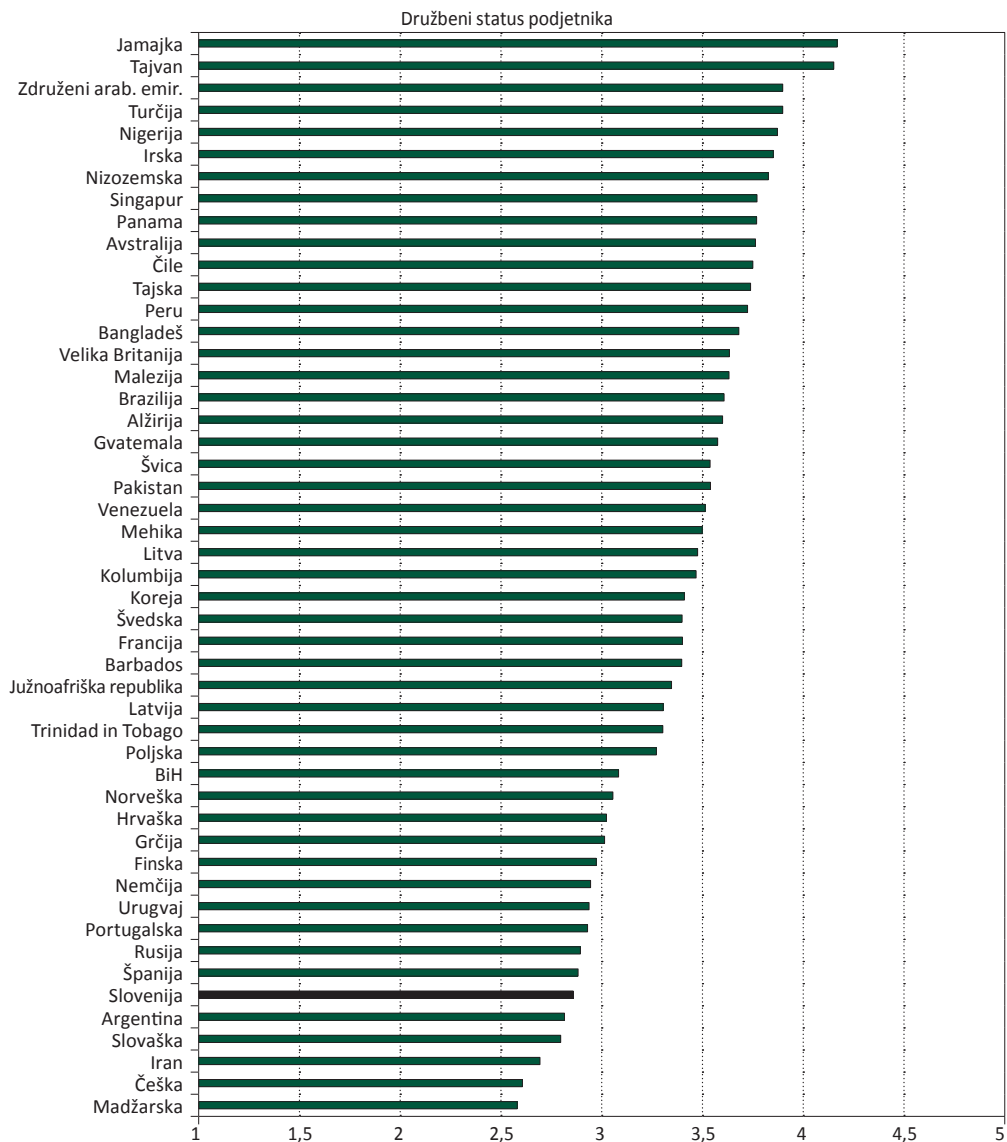
Verjetno pa gospodarska kriza stopnjuje tudi medijsko zanimanje za negativne oziroma neuspešne podjetniške zgodbe. V Sloveniji je le 45,1 % ljudi mnenja, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjetjih, kar uvršča Slovenijo na rep lestvice v skupini inovacijskih gospodarstev – nižji odstotek beležimo le še v Grčiji in Španiji. Prav pri ocenjevanju odnosa medijev do podjetništva je v Sloveniji opazen precejšen padec glede na pretekla leta, kar je prikazano v *tabeli 9*. Gibanje preostalih dveh komponent je sicer v zadnjih šestih letih v Sloveniji dokaj stabilno.

Tabela 9: Dojemanje podjetništva

Odstotek prebivalstva v starosti od 18 do 64 let						
Leto	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<i>Podjetniška zmogljivost – dojemanje kulturne podpore:</i>						
- karierna izbira	56,68	57,73	57,60	55,6	53,18	53,71
- spoštovanje podjetniškega poklica	76,19	75,96	77,80	77,6	73,70	69,73
- odnos medijev	57,93	68,18	60,10	57,2	56,17	45,10

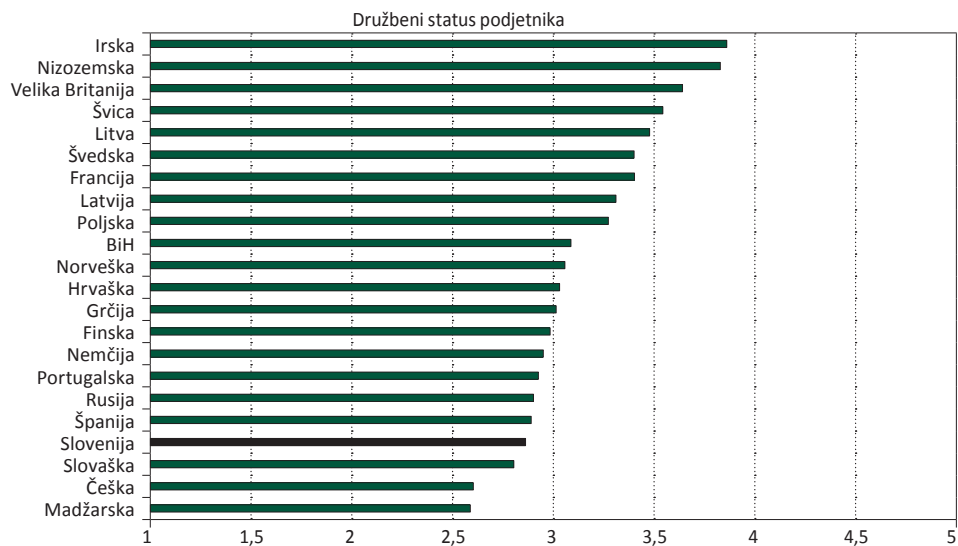
Različne vidike statusa podjetnika v družbi so ocenjevali tudi nacionalni izvedenci – to področje so izvedenci v Sloveniji ocenili v povprečju z oceno 2,85 na lestvici od 1 do 5 (leta 2010 pa 2,76), kar Slovenijo uvršča na rep lestvice vseh sodelujočih držav (*slika 12*), saj se za Slovenijo uvrščajo v evropskem merilu le še Slovaška, Češka in Madžarska, od preostalih držav, sodelujočih v GEM, pa še Argentina in Iran. Oceno družbenega statusa podjetnika so sicer nacionalni izvedenci ocenjevali s pomočjo petih komponent – pri ocenjevanju teh petih komponent je Slovenija od nacionalnih izvedencev prejela najnižjo povprečno oceno za trditev, da so podjetniki kompetentne, spretno in iznajdljive osebe (2,54), najvišjo pa za trditev, da je ustvarjanje novega podjetja oziroma podjetja primeren način za pridobitev bogastva (3,11). Podjetniška klima v Sloveniji – tako kot tudi v preteklih letih – ni najbolj ugodna. Aktivnosti prihodnjih vladnih ukrepov bi zato morale biti še intenzivneje usmerjene v promocijo podjetništva. Vendar kot navajata Rebernik in Bradačeva (2011), si je treba prizadevati za gradnjo podjetniške družbe, v kateri podjetništvo ne bo zgolj družbeno želena aktivnost, ampak tudi iskana kariera nadarjenih in inovativnih posameznikov. Kulturne in družbene norme igrajo pri tem veliko vlogo ter pomembno vplivajo na podjetniško vedenje in motivacijo.

Slika 12: Družbeni status podjetnika, vse države GEM



GEM 2011

Slika 13: Družbeni status podjetnika, evropske države GEM



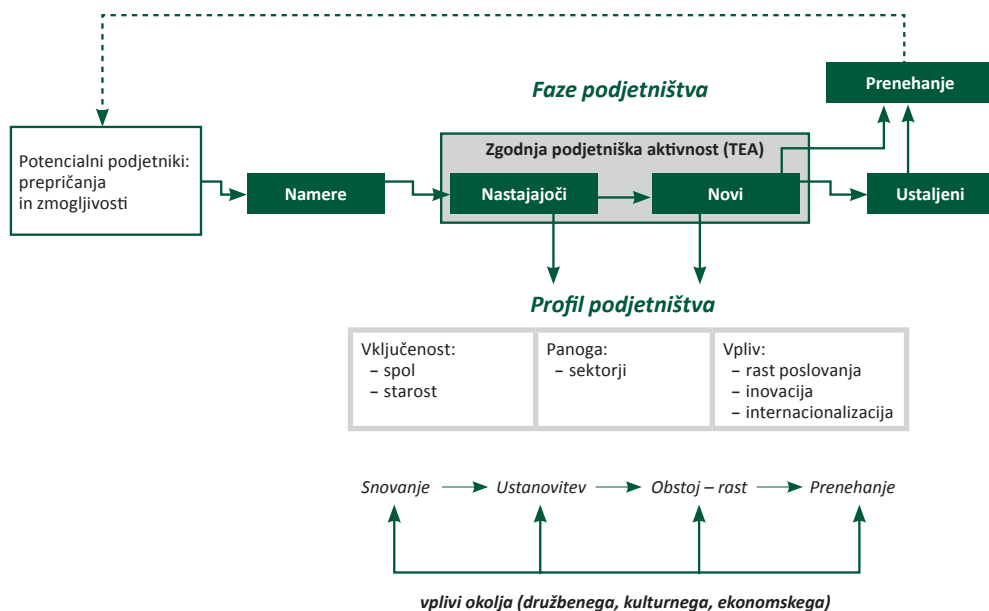
GEM 2011

Profil slovenskega podjetništva

4.1 FAZE PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI

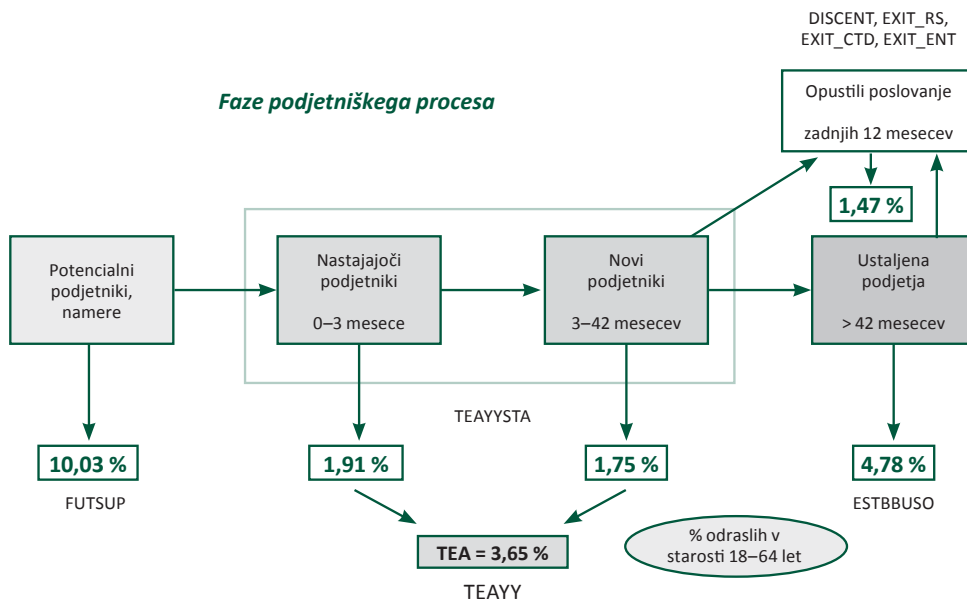
Podjetništvo ni enkratno dejanje, ampak neprekinjen proces odločanja za podjetništvo, zagonov podjetij, njihove rasti in opuščanja poslovanja. Ta proces vodi posameznik, zato je v naši raziskavi pozornost usmerjena k njemu. Osredotočenost na posameznika in procesno gledanje na podjetništvo terja proučevanje odrasle populacije (v starosti od 18 do 64 let), da bi v njej identificirali podjetnike – tiste, ki že imajo ustanovljeno podjetje, pa tudi one, ki šele začenjajo podjetniško pot. Zanimajo pa nas tudi tisti, ki so opustili poslovanje, in podjetniška aktivnost posameznikov v podjetjih, ki za svojega delodajalca *začenjajo nove podjeme*. O slednjih pišemo v 7. poglavju. Na *sliki 14* je ponazorjeno odvijanje podjetniškega procesa in z njim sestav indeksa TEA.

Slika 14: Faze in profil podjetništva



Z upoštevanjem različnih razvojnih stopenj podjetniškega angažiranja je bil oblikovan *indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA (total early-stage entrepreneurial activity)*. Indeks kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom starosti, ki se vključuje v podjetništvo. Zajema posameznike, ki so bodisi začeli nekatere aktivnosti, da bi ustanovili podjetja, ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece. Te posameznike imenujemo *nastajajoči podjetniki* in so na začetku podjetniške poti. K nastajajočim podjetnikom prištejemo *nove podjetnike*, to je tiste, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece, vendar manj kot tri leta in pol. Indeks TEA torej kaže zgodnje faze podjetniškega procesa in je še zlasti občutljiv za dejavnike okolja, ki posameznike bodisi spodbujajo bodisi odvrtaajo od podjetništva. Vendar pa indeks TEA ne pomeni celotne vključenosti v podjetništvo. Med prebivalstvom so tudi posamezniki, ki imajo podjetje že dlje kot tri leta in pol. Te imenujemo *ustaljeni podjetniki*. Za vse tri skupine podjetnikov delamo podrobnejše analize njihovih značilnosti, in to s pomočjo številnih spremenljivk. Nekatere značilne spremenljivke, ki se nanašajo na vključenost posameznikov v posamezne faze podjetniškega procesa (DISCENT, EXIT_RS, EXIT_CTD, EXIT_ENT, TEAYYSTA, ESTBBUSO) so za lažje razumevanje predstavljene na *sliki 15*.

Slika 15: Delež odraslega prebivalstva v Sloveniji, vključenega v podjetništvo



Kot je razvidno z gornje slike, je leta 2011 desetina odraslih prebivalcev zaznavala, da se bodo v prihodnjih šestih mesecih v okolju, v katerem živijo, pojavile dobre poslovne priložnosti. Razpoznavanje le-teh je namreč prvi pogoj, da bi se poslovni podjem sploh lahko realiziral. Toda manj kot dva odstotka (1,91 %) odraslih prebivalcev je karkoli storilo za to, da bi te poslovne priložnosti tudi izkoristili, kar obenem s posamezniki, katerih podjetje je staro od 3 do 42 mesecev, predstavlja delež zgodnjega podjetništva (indeks TEA) v višini 3,65 %.

4.2 PODJETNIŠKA AKTIVNOST ODRASLIH PREBIVALCEV

4.2.1 Zgodnja podjetniška aktivnost

Vključevanje v podjetništvo je le redkokdaj naključno, praviloma gre za postopne korake, kot so razmišljanje o možnostih podjetniške kariere, tehtanje oportunitetnih stroškov takšne odločitve, razmislek o trgu in kupcih, o lastnih sposobnostih za podjetniško pot, ustanavljanje podjetja, vzpostavitev proizvodnje in podobno. Brez teh začetnih korakov tudi delujoče podjetje ne bi nastalo. Zato je pomembno spremljati vse zgodnje podjetniške aktivnosti, ki se v GEM izražajo s spremljanjem nastajajočih podjetnikov, ki obenem z novimi podjetniki sestavljajo indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA.

Tabela 10: Vključenost prebivalstva v podjetništvo v državah GEM leta 2011

	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje posla	Delež podjetništva iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Delež podjetništva zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti
Faktorska gospodarstva							
Alžirija	5,3	4,0	9,3	3,1	9,5	36,5	46,4
Bangladeš	7,1	7,1	12,8	11,6	2,5	27,3	50,0
Gvatemala	11,8	9,1	19,3	2,5	3,8	33,5	33,5
Iran	10,8	3,9	14,5	11,2	6,4	53,0	31,5
Jamajka	9,0	5,0	13,7	5,1	12,7	33,0	39,8
Pakistan	7,5	1,7	9,1	4,1	1,6	46,9	24,7
Venezuela	13,1	2,6	15,4	1,6	3,2	28,5	43,4
<i>Netehtano povprečje</i>	9,2	4,8	13,4	5,6	5,7	37,0	38,5
Učinkovitostna gospodarstva							
Argentina	11,8	9,2	20,8	11,8	4,3	33,1	44,7
Barbados	10,8	1,8	12,6	4,2	5,5	5,0	57,9
BiH	5,4	2,8	8,1	5,0	6,7	61,3	21,7
Brazilija	4,1	11,0	14,9	12,2	3,8	30,7	45,2
Čile	14,6	9,6	23,7	7,0	6,8	27,4	54,3
Kitajska	10,1	14,2	24,0	12,7	5,3	40,6	29,0
Kolumbija	15,2	6,7	21,4	7,5	6,0	25,1	30,1
Hrvaška	5,3	2,1	7,3	4,2	3,6	35,3	30,7
Madžarska	4,8	1,6	6,3	2,0	2,3	31,0	29,2
Latvija	6,8	5,3	11,9	5,7	3,0	25,9	46,2
Litva	6,4	5,0	11,3	6,3	2,9	28,4	47,2

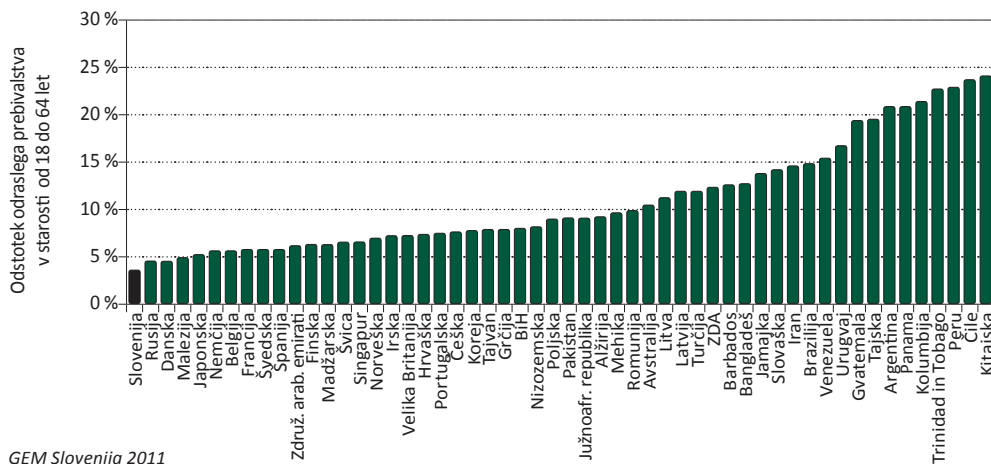
Malezija	2,5	2,5	4,9	5,2	2,6	10,2	71,8
Mehika	5,7	4,0	9,6	3,0	5,0	19,4	54,5
Panama	12,0	9,1	20,8	6,0	2,1	26,9	40,5
Peru	17,9	5,4	22,9	5,7	5,1	22,4	52,0
Poljska	6,0	3,1	9,0	5,0	4,2	47,6	31,5
Romunija	5,6	4,5	9,9	4,6	3,9	41,3	34,4
Rusija	2,4	2,3	4,6	2,8	1,5	26,9	41,9
Slovaška	9,2	5,3	14,2	9,6	7,0	27,6	33,9
Južnoafriška republika	5,2	4,0	9,1	2,3	5,6	34,8	39,3
Tajska	8,3	12,2	19,5	30,1	4,5	18,9	66,8
Trinidad in Tobago	13,9	9,3	22,7	6,9	3,9	14,9	43,9
Turčija	6,3	6,0	11,9	8,0	3,9	31,6	44,8
Urugvaj	11,0	6,0	16,7	5,9	4,3	11,1	9,8
<i>Netehtano povprečje</i>	8,4	5,9	14,1	7,2	4,3	28,2	41,7
Inovacijska gospodarstva							
Avstralija	6,0	4,7	10,5	9,1	4,3	15,0	73,1
Belgija	2,7	3,0	5,7	6,8	1,4	10,4	72,4
Češka	5,1	2,7	7,6	5,2	2,7	27,3	56,5
Danska	3,1	1,6	4,6	4,9	2,3	7,1	64,0
Finska	3,0	3,3	6,3	8,8	2,0	18,3	59,4
Francija	4,1	1,7	5,7	2,4	2,2	14,8	70,7
Nemčija	3,4	2,4	5,6	5,6	1,8	18,6	54,9
Grčija	4,4	3,7	8,0	15,8	3,0	25,4	36,8
Irska	4,3	3,1	7,2	8,0	3,4	29,5	36,9
Japonska	3,3	2,0	5,2	8,3	0,7	24,9	63,5
Koreja	2,9	5,1	7,8	10,9	3,2	41,5	36,2
Nizozemska	4,3	4,1	8,2	8,7	2,0	9,1	62,3
Norveška	3,7	3,3	6,9	6,6	2,5	4,3	70,5
Portugalska	4,6	3,0	7,5	5,7	2,9	17,8	58,1
Singapur	3,8	2,8	6,6	3,3	2,1	16,2	52,6
Slovenija	1,9	1,7	3,7	4,8	1,5	12,1	51,2
Španija	3,3	2,5	5,8	8,9	2,2	25,9	39,3
Švedska	3,5	2,3	5,8	7,0	3,2	6,1	67,6
Švica	3,7	2,9	6,6	10,1	2,9	11,4	61,4
Tajvan	3,6	4,4	7,9	6,3	4,9	17,5	49,8
Združeni arabski emirati	3,7	2,6	6,2	2,7	4,8	14,4	67,4
Velika Britanija	4,7	2,6	7,3	7,2	2,0	17,2	46,3
ZDA	8,3	4,3	12,3	9,1	4,4	21,2	58,9
<i>Netehtano povprečje</i>	4,0	3,0	6,9	7,2	2,7	17,6	57,0

V tabeli 10 je prikazana pestrost podjetniških aktivnosti, ki jih spremljamo: nastajajoči podjetniki, novi podjetniki, celotna zgodnja podjetniška aktivnost, ustaljeni podjetniki, prenehanje posla, delež podjetništva iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti ter delež podjetništva zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti.

V podjetniškem procesu se iz podjetniških zamisli in pobud nenehno rojevajo nova podjetja. Seveda nekatere podjetniške težnje nikoli ne dozoriijo do meje, ko bi bilo podjetje ustanovljeno in bi začelo poslovati in izplačevati plače. Morda je ideja premalo potentna, morda podjetnik nima potrebnih veščin, znanja in motivacije, da bi uresničil podjetniško idejo, ali pa je okolje toliko neprijazno, da v njem določenih pobud niti ni mogoče uresničiti. Ne glede na to pa nastajajoči podjemi pomenijo pomemben del podjetniškega vrenja in so tudi pokazatelj podjetniškega interesa v posamezni državi. Podobno velja tudi za nove podjetnike, ki imajo delujoče podjetje, pa ni starejše od treh let in pol. Indeks TEA (kot seštevek teh dveh deležev) tako govori o odstotku odraslega prebivalstva, ki se podjetniško udelejštuje.

V Sloveniji je zgodnja podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva leta 2011 spet močno upadla – s 4,65 % leta 2010 se je znižala na 3,65 %. Padec je še toliko bolj zaskrbljujoč, ker podjetniška aktivnost upada že tretje leto zapored in je tako v primerjavi z letom 2008, ko se je na podjetniško pot podalo 6,4 % prebivalstva, upadla že skoraj na polovico in dosegla najnižjo raven po letu 2004. Tega ni kriva samo recesija, ampak tudi neurejeno poslovno okolje ter še nekateri drugi pogoji za poslovanje, v katerih se posamezniki odločajo, ali bodo ustanovili podjetje ali ne. Največ zgodnje podjetniške aktivnosti je bilo leta 2011 na Kitajskem (24,0 %), v Čilu (23,7 %) in Peruju (22,9 %).

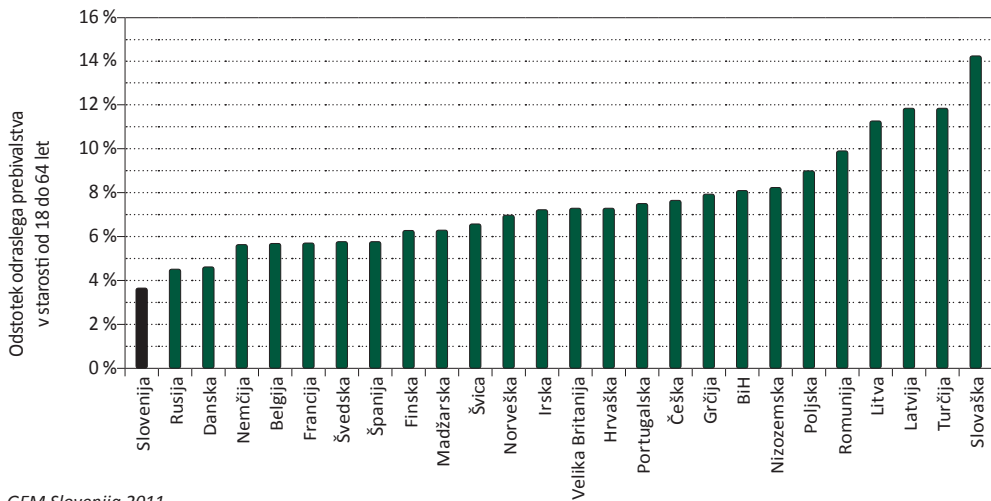
Slika 16: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost



GEM Slovenija 2011

Slovenija si je tako med 54 državami prvič, odkar sodelujemo v tej svetovni raziskavi, torej od leta 2002, pridobila neslavni rekord in se uvrstila na zadnje mesto. Neposredno pred njo sta Danska in Rusija s 4,6-odstotnim deležem odraslega prebivalstva v tej fazi podjetniškega procesa. Med 26 evropskimi državami je bilo leta 2011 največ zgodnje podjetniške aktivnosti na Slovaškem (14,2 %), v Turčiji (11,9 %) in Latviji (11,9 %), kar je razvidno tudi s slike 17.

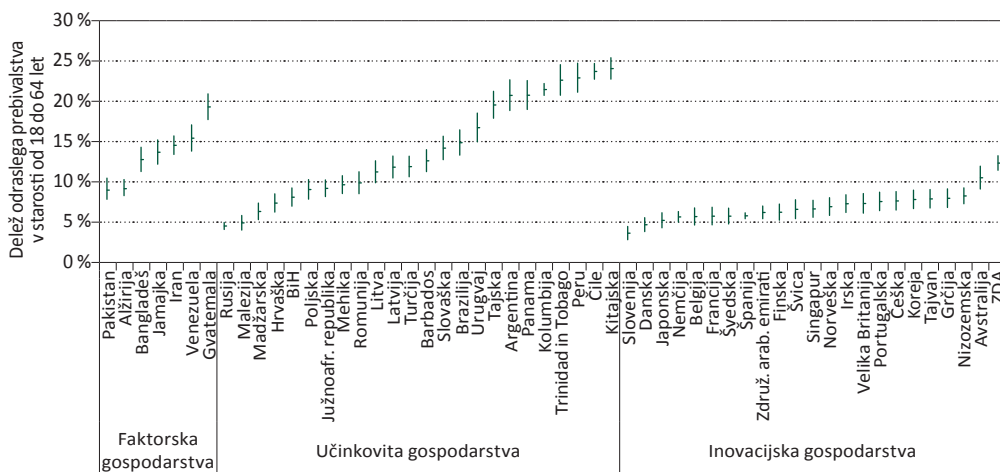
Slika 17: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi



GEM Slovenija 2011

Večina držav v Evropi, ki so leta 2011 sodelovale v raziskavi GEM, se uvršča v skupino inovacijskih držav, v katerih je stopnja podjetniške aktivnosti v povprečju nižja kot v skupini učinkovitostnih ali faktorskih držav, kar je prikazano na *sliki 18*. Prikazani so intervali TEA na vzorcu 54 držav, ki so organizirane v tri skupine glede na doseženo stopnjo gospodarske razvitosti in razvrščene od najnižjega do najvišjega intervala TEA. Nižja podjetniška aktivnost v inovacijskih državah še zdaleč ne pomeni, da so ljudje manj podjetni in ustvarjalni, ampak je odraz možnosti, ki jih imajo posamezniki, ko si prizadevajo zagotoviti existenco zase in družino. V razvitih inovacijskih gospodarstvih ima posameznik več možnosti ne samo za zaposlitev, ampak tudi za sproščanje svoje ustvarjalnosti in podjetnosti na delovnem mestu. To je možno sklepati po podjetniških aktivnosti zaposlenih, ki za svojega delodajalca razvijajo nove proizvode in podjeme, česar je v inovacijskih gospodarstvih bistveno več. O tem podrobneje razpravljamo v 7. poglavju.

Slika 18: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost po tipih gospodarstev

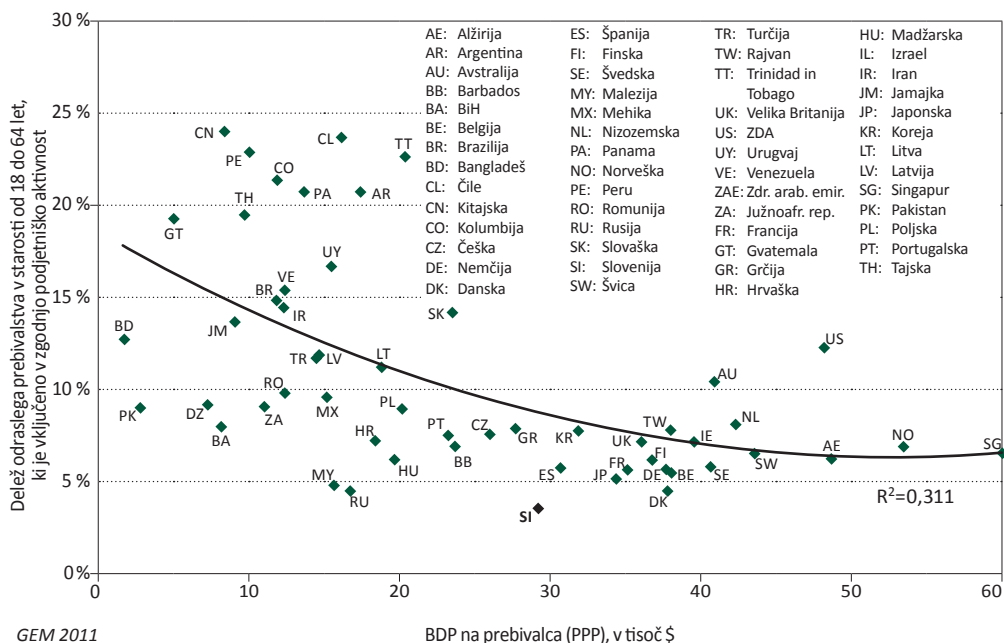


GEM 2011

Razvojna raven posamezne države torej pomembno vpliva na stopnjo podjetniške aktivnosti. Ker dojemamo podjetniško aktivnost kot nekaj, kar pomembno vpliva na razvoj gospodarstva in družbe, se zdi na prvi pogled paradokсно, da imajo najmanj razvite države v povprečju najvišjo stopnjo podjetniške aktivnosti. A ta paradoksnost je le navidezna, saj predpostavlja, da je podjetništvo monoliten fenomen brez notranjih razlik, in dojema podjetniško aktivnost zgolj na količinski ravni. Indeks TEA, s katerim merimo delež odraslega prebivalstva, ki je aktivno udeleženo pri nastajanju novih podjetij, je seveda premalo, da bi z njim izrazili vso kompleksnost podjetniškega dogajanja. Je pa zelo dober pokazatelj rojevanja novih podjetij in prenavljanja gospodarske strukture. Prek novih podjetij se namreč odvija »kreativna destrukcija« re-kombiniranja proizvodnih tvorcev, prek slednjih pa zadovoljevanje novih potreb na trgu. Rojstvo podjetja pa je pogosto izmuzljiv pojem. Je to registracija podjetja ali trenutek, ko se prodaja izdelek ali storitev, četudi podjetje ni formalno registrirano? V GEM kot osnovo za opredelitev, kdaj je podjetje »rojeno«, jemljemo izplačilo plače ali drugih prejemkov, kar se je izkazalo kot najprimernejši način za mednarodno primerjavo. Posameznike, ki aktivno delujejo, da bi ustanovili podjetje, ki bo njihovo ali solastniško, a še niso izplačevali plač in drugih prejemkov več kot tri mesece, smo poimenovali *nastajajoči podjetniki*. Za tiste, ki imajo delujoče podjetje od tri mesece do treh let in pol, običajno uporabljamo izraz *novi podjetniki*, pogosto pa tudi izraz *lastniki/managerji novih podjetij*. Zakaj ravno tri leta in pol, je podrobno pojasnjeno v Reynolds in sodelavci (2005), gre pa za teoretične in praktične razloge, ki izhajajo iz narave raziskovalne procedure GEM.

Soodvisnost gospodarske rasti, merjene z bruto družbenim proizvodom na prebivalca, in zgodnje podjetniške aktivnosti je prikazana na *sliki 19*. Vidimo, da indeks TEA (kot seštevek deleža prebivalcev, ki jih uvrstimo med nastajajoče podjetnike, in deleža tistih, ki jih označimo kot lastnike/managerje novih podjetij), z razvojem statistično značilno upada. Upad je povezan z naraščanjem zaposlitvenih možnosti, ki jih je v razvitejših gospodarstvih bistveno več.

Slika 19: Soodvisnost gospodarske razvitosti in zgodnje podjetniške aktivnosti



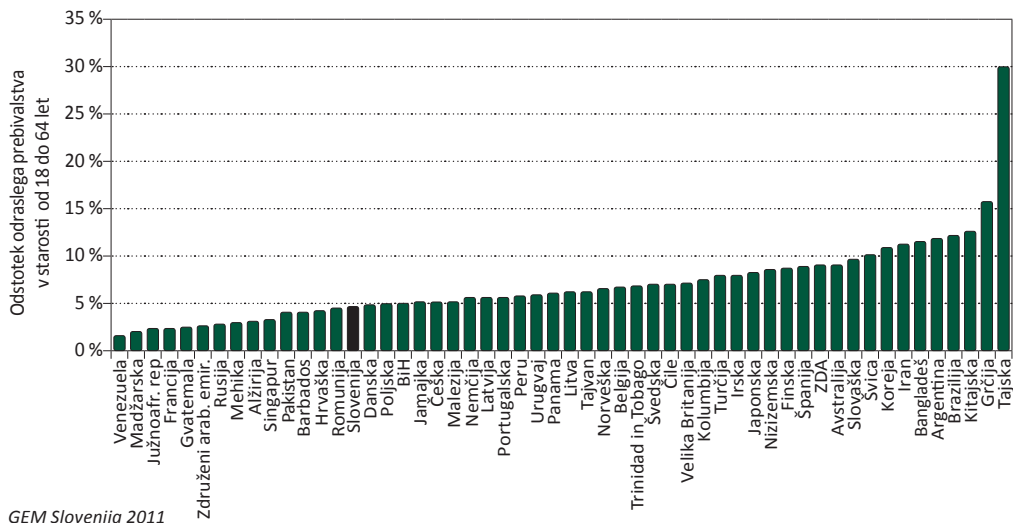
Toda s stopnjo razvitosti se ne spreminja samo količina podjetniške aktivnosti, pač pa tudi njena narava. Medtem ko je v nerazvitih faktorskih gospodarstvih zelo visok delež preživetvenega podjetništva zaradi nujnosti, se v inovacijskih gospodarstvih ta pomembno zniža in bistveno več je podjetniške aktivnosti zaradi izkoriščanja ugodne poslovne priložnosti. Podjetja v razvitem gospodarstvu so sposobna zaposlovati in nudijo več ekonomske varnosti kot samostojna podjetniška pot; samostojno podjetništvo postane manj privlačno, zato začne upadati. Po drugi strani pa tudi gospodarska aktivnost sama ter izboljšanje temeljnih pogojev (zdravstvo, izobraževanje, infrastruktura) omogočata več podjetništva zaradi priložnosti. V razvitih gospodarstvih z urejenim ekonomskim in pravnim redom imajo posamezniki večje možnosti za pridobivanje potrebnih virov za zagon podjetja, saj so razvita, na znanju temelječa okolja bogatejša tako s človeškim kot s podjetniškim kapitalom, zaradi gospodarske strukture pa je več tudi poslovnih priložnosti. Raziskave so pokazale, da začne v inovacijskih gospodarstvih podjetniška aktivnost znova naraščati, le da gre to pot za bistveno kakovostnejši tip podjetništva, ki je sposobno razvoja in mednarodnega konkuriranja. Ta porast pa ni vselej zelo izrazit, in kot poroča Bosma s sodelavci (2012, 22), leta 2011 ni bil statistično značilen in se je sicer upadajoča krivulja precej sploščila.

Ekonomska politika in politika pospeševanja podjetništva bi morali razumeti, da niso vse podjetniške aktivnosti enake, še manj pa, da so motivi za ukvarjanje s podjetništvom enoznačni. Omogočanje pogojev za ambiciozno inovativno podjetništvo je pomembno drugačno kot omogočanje pogojev za samozaposlitveno preživetveno podjetništvo. Stopnja zgodnjega podjetništva v Sloveniji je bila leta 2011 najnižja po letu 2004, zato je zaskrbljenost še kako na mestu, saj je stopnja podjetniške aktivnosti padla, povečalo pa se je tudi število nezaposlenih. A ni zgolj število podjetnikov in podjetij tisto, ki določa razvoj, ampak so to podjetniki, ki imajo željo in sposobnost razvijati svoje podjetje in zaposlovati. Kot poroča Morris (2011), je od vseh podjetnikov samo 4 % takšnih, ki jih lahko štejemo med dinamična rastoča podjetja (*hi-impact entrepreneurship*). Tudi v svetovnem merilu je takšnih podjetnikov sila malo in v vsakem narodu so najdragocenejši človeški vir. Podjetniški talent je pač redek vir, inovativno podjetništvo – takšno, ki je sposobno narediti uspešne izdelke in storitve, zagotoviti nova delovna mesta in globalno uspeti – pa je še redkejše. Zato je tako dragoceno in je treba zanj zagotoviti primerne okvire.

4.2.2 Ustaljeni podjetniki

Posameznike, ki so lastniki in managerji podjetij že več kot tri leta in pol, imenujemo ustaljeni podjetniki (*established entrepreneurs*) in jih spremljamo na podoben način kot drugi dve skupini. Leta 2011 jih je bilo med odraslim prebivalstvom 4,8 %, kar je le za malenkost manj kot leta 2010 (4,9 %). Kot vidimo na *sliki 20*, je aktivnost ustaljenih podjetnikov v Sloveniji višja kot pri zgodnji podjetniški aktivnosti. Primerjalno z drugimi državami smo se uvrstili na 40. mesto. Daleč največji delež ustaljenih podjetnikov je bilo leta 2011 na Tajskem (30,1 %), med evropskimi državami pa v Grčiji (15,8 %) in Švici (10,1 %). V svetovnem merilu je bilo ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom najmanj v Venezueli (1,6 %) in na Madžarskem (2,0 %).

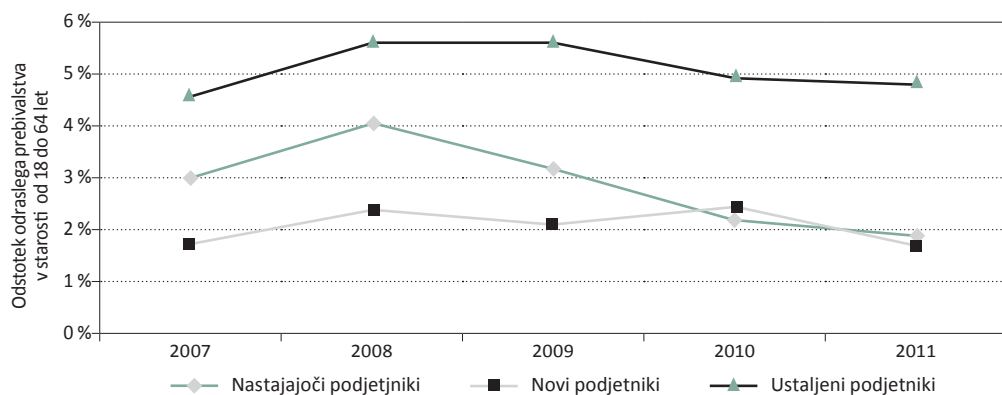
Slika 20: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom



GEM Slovenija 2011

Ustaljeni podjetniki vnašajo v ekonomski sistem potrebno stabilnost, saj so zaradi utečenosti poslovanja, relativne izkušenosti, ustvarjene mreže kupcev in dobaviteljev ter socialnega kapitala, ki so si ga ustvarili z dotedanjim poslovanjem, bolj usposobljeni za sprejemanje nihanj na trgu. Zato ne preseneča, da njihov delež med odraslim prebivalstvom niha manj kot zgodnja podjetniška aktivnost, kar je razvidno tudi s *slike 21*. Ker gre za dinamični proces, ki ga tvori kavzalno zaporedje nastajajoči → novi → ustaljeni podjetniki, in ne za neodvisne skupine – ob predpostavki, da ima v povprečju vsako ustaljeno podjetje svoj »rok trajanja« –, manjši priliv nastajajočih in novih podjetnikov v podjetniški proces slej ko prej pripelje do usihanja podjetniške aktivnosti sploh. Brez primerne zgodnje podjetniške aktivnosti, ki pomeni za ustaljena podjetja novo konkurenco, za potrošnike pa novo ponudbo izdelkov in storitev, proces kreativne destrukcije izgublja svojo razvojno moč in ne more v zadostni meri prenoviti gospodarske strukture.

Slika 21: Vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo v Sloveniji v letih od 2007 do 2011



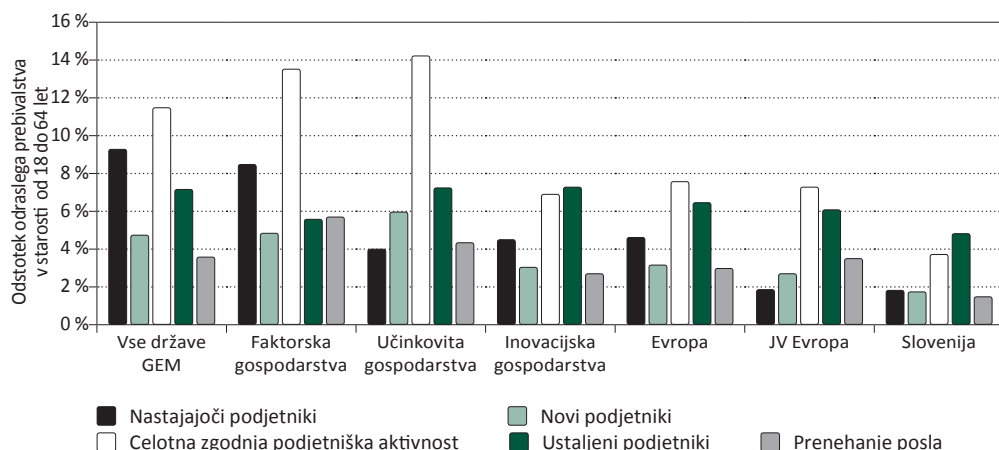
GEM Slovenija 2011

Zanimalo nas je, kako se Slovenija glede na različne tipe podjetniške aktivnosti lahko primerja s preostalimi državami, ki so leta 2011 sodelovale v GEM. *Tabela 11* in *slika 22* sta zelo nazorni. Katerokoli kategorijo vzamemo in jo primerjamo s katerokoli skupino držav, ima Slovenija vključen manjši delež prebivalstva. Vidimo, da se rojeva manj podjetij, imamo manj delujočih podjetij, prav tako pa se tudi najmanj podjetnikov odloči, da bi opustili podjetniško aktivnost. V Evropi, kjer večina držav GEM spada med inovacijska in učinkovitostna gospodarstva, je celokupna podjetniška aktivnost sorazmerno nižja. V zgodnje podjetniške aktivnosti je vključenih 7,6 % odraslih prebivalcev (leta 2010 6,3 %), 6,5 % (enako kot leto poprej) pa jih najdemo med ustaljenimi podjetniki. V jugovzhodni Evropi sta ta dva deleža za spoznanje nižja – 7,2 in 6,1 %, v Sloveniji precej nižja – 3,7 in 4,8 %. Toda te primerjave je treba pazljivo uporabljati, saj skupina analiziranih držav GEM leta 2011 ni bila v celoti enaka kot leta 2010.

Tabela 11: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom

	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje posla
Vse države GEM	6,9	4,7	11,4	7,1	3,6
Faktorska gospodarstva	9,2	4,8	13,4	5,6	5,7
Učinkovitostna gospodarstva	8,4	5,9	14,1	7,2	4,3
Inovacijska gospodarstva	4,0	3,0	6,9	7,2	2,7
Evropa	4,5	3,2	7,6	6,5	3,0
JV Evropa	4,6	2,7	7,2	6,1	3,5
Slovenija	1,9	1,7	3,7	4,8	1,5

Slika 22: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom



GEM Slovenija 2011

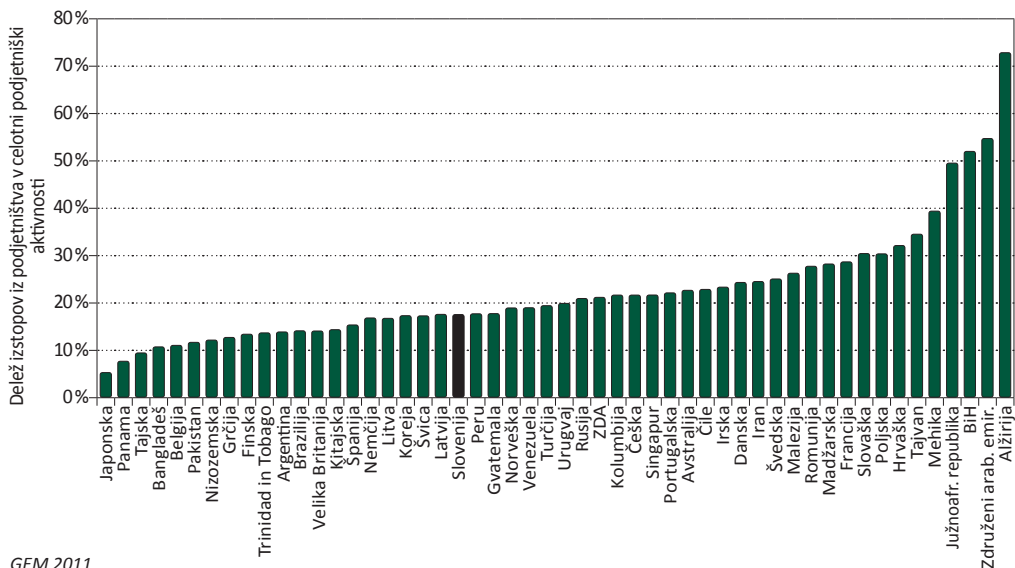
Leta 2011 je tako Slovenija izkazovala precejšnjo podjetniško zaspanost. Očitno sta k negotovosti, ki sta jo povzročali gospodarska kriza in recesija, svoje prispevali tudi politična kriza in institucionalna letargija, kar je gotovo pripomoglo tudi k temu, da so posamezniki zaznavali manj poslovnih priložnosti, o čemer pišemo na drugem mestu.

4.2.3 Prenehanje poslovanja

Podjetniški proces poleg rojevanja podjetij zajema tudi prenehanje poslovanja. Vsako podjetje ima določeno življenjsko dobo, v kateri je sposobno zadovoljevati potrebe potrošnikov in ustvarjati vrednost za lastnika ali delničarje. Ta zmožnost preneha zaradi dveh temeljnih vzrokov. Prvi je zunanje narave in izhaja iz ekonomskih razmer in sprememb na trgu (nova konkurenca, zmanjšanje povpraševanja, porast stroškov), drugi je povezan z osebnimi odločitvami lastnika/podjetnika, kot so preoblikovanje podjetja, upokojitev, nezainteresiranost za nadaljnje poslovanje in podobno. V GEM zaznamo posameznike, ki so prekinili poslovanje v preteklih 12 mesecih. Obenem z indeksom TEA je ta mera pomemben indikator dinamičnosti podjetniškega procesa. Največji delež odraslega prebivalstva, ki je v letu 2011 opustilo poslovanje, so zabeležili v Alžiriji (8,9 %) in na Slovaškem (7 %), najmanj pa na Japonskem (0,7 %) in v Belgiji (1,37 %).

Za bolj jasno sliko pa je treba opuščanje podjetij relativizirati, torej primerjati delež opuščenih podjetij s celokupno podjetniško aktivnostjo v določenem letu, kar smo poimenovali **opustitveni indeks** (slika 23). Leta 2011 je bilo v podjetniško udejstvovanje v Sloveniji vključenih 8,5 % odraslih prebivalcev (leto poprej 9,6 %). Med njimi je bilo 1,9 % nastajajočih podjetij (leta 2010 2,2 %), 1,7 % novih podjetij (leta 2010 2,4 %) in 4,8 % ustaljenih podjetij (leto poprej 4,9 %). S podjetništvom se je prenehalo ukvarjati 1,5 % odraslega prebivalstva, kar predstavlja 17,4 % celotne podjetniške aktivnosti v Sloveniji in je popolnoma primerljivo z letom poprej. Gledano absolutno, se Slovenija z 1,5-odstotnim deležem prebivalstva, ki je prenehalo poslovati, uvršča čisto na dno držav, na 50. mesto, gledano relativno v primerjavi s celokupno podjetniško aktivnostjo, pa na 32. mesto.

Slika 23: Razvrstitev držav glede na opustitveni indeks

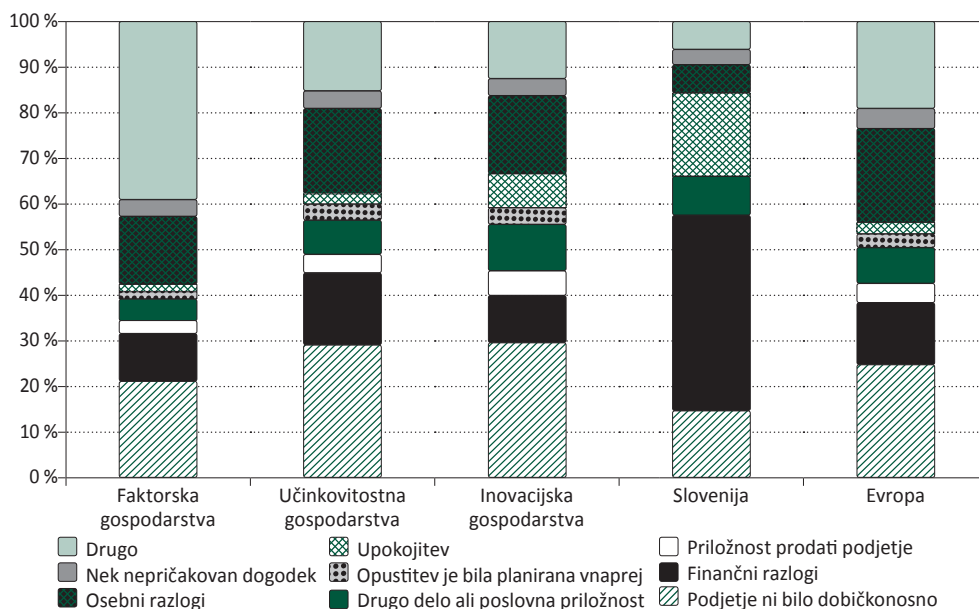


GEM 2011

Za zdravo konkurenčnost v gospodarstvu je dinamika opuščanja podjetij in lotevanja novih še kako pomembna. Posamezniki, ki so opustili podjetje, bodo morda ponovno prispevali k ekonomskemu napredku tako, da bodo spet vstopili v podjetniški proces. Prav zato je zanimivo vedeti tudi, zakaj posamezniki opustijo obstoječe podjetje.

Temeljni razlog, zaradi katerega so v Sloveniji posamezniki leta 2011 opustili svoje podjetje, so finančni razlogi, saj je bilo takšnih primerov kar 43 %, kar je še enkrat več kot leta 2010, ko je zaradi finančnih razlogov poslovanje opustilo 21 % posameznikov. Naslednja najpogostejša razloga sta upokojitve (18 %) in nedobičkonost podjetja (15 %). Na *sliki 24* je zelo nazorno pokazano, da med vsemi skupinami držav po razlogih opustitve Slovenija izrazito izstopa.

Slika 24: Razlogi za prenehanje poslovanja v Sloveniji



GEM Slovenija 2011

V nobeni drugi skupini držav finančni razlogi niso na prvem mestu. V vseh, razen v faktorskih gospodarstvih, v katerih gre za skupek različnih dejavnikov, je bil ključni razlog za opustitev poslovanja nedobičkonost podjetja. Še po enem razlogu Slovenija močno izstopa: kar 18 % jih je opustilo zaposlovanje zaradi upokojitve. Verjetno se ne bomo zmotili, če bomo zapisali, da vzrok ni v tem, da bi bili slovenski podjetniki starejši, ampak v trenutnem »darežljivem« sistem upokojevanja in napovedanih spremembah v pokojninskem zakonu, ki bo redefiniral pogoje za upokojevanje.

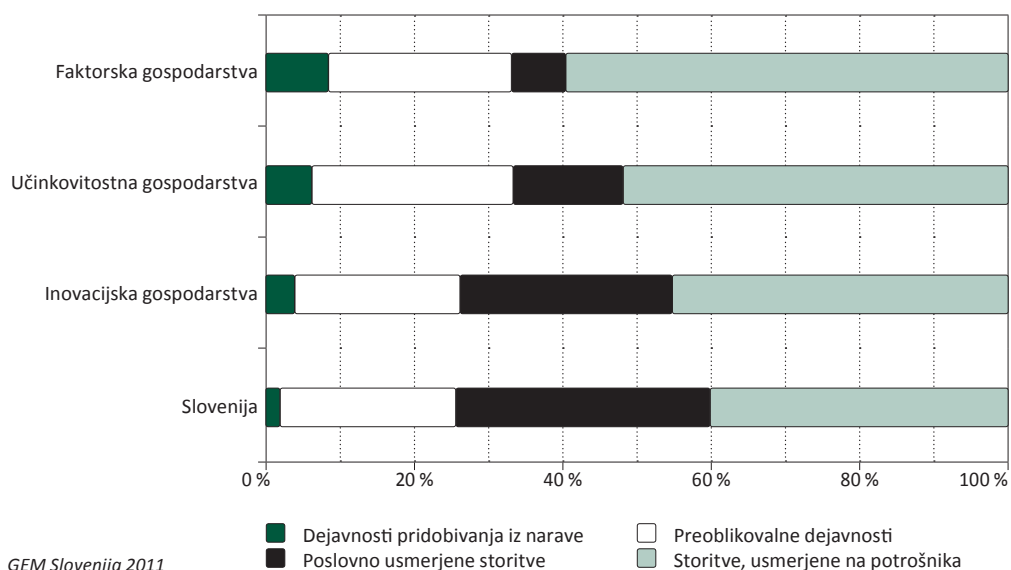
4.2.4 Sektorska porazdelitev podjetij

Na *slikah 25* in *26* je prikazana porazdelitev zgodnje podjetniške aktivnosti po štirih glavnih gospodarskih sektorjih oziroma skupinah dejavnosti, ki so: *dejavnosti pridobivanja iz narave* (kmetijstvo, gozdarstvo, ribolov, lov in rudarstvo), *preoblikovalne dejavnosti* (gradbeništvo, predelovalne dejavnosti, promet, transport, skladiščenje in zveze), *storitve, usmerjene na potrošnika* (trgovina na drobno, osebne storitve, izobraževanje, zdravstvo,

socialno varstvo ...), ter *poslovno usmerjene storitve* (finančno posredništvo, zavarovalništvo, poslovanje z nepremičninami ...).³

Na *sliki 25* je vidno, da so v povprečju v faktorskih gospodarstvih pogosteje prisotne zgodnje podjetniške aktivnosti, povezane z dejavnostmi pridobivanja iz narave – v povprečju dobrih 8 % v strukturi vse zgodnje podjetniške aktivnosti – kot pa v inovacijskih gospodarstvih, v katerih je takšne v povprečju nekaj manj kot 4 % zgodnje podjetniške aktivnosti. Podobno velja tudi za skupino dejavnosti, ki zajemajo storitve, usmerjene na potrošnike. V faktorskih gospodarstvih sodi v to skupino dejavnosti približno 60 % zgodnje podjetniške aktivnosti, v učinkovitostnih 52 %, inovacijskih gospodarstvih pa v povprečju približno 45 % vse zgodnje podjetniške aktivnosti. V Sloveniji je bil leta 2011 ta delež še manjši in je znašal 40 % celotne zgodnje podjetniške aktivnosti.

Slika 25: Sektorska porazdelitev zgodnjega podjetništva po skupinah držav



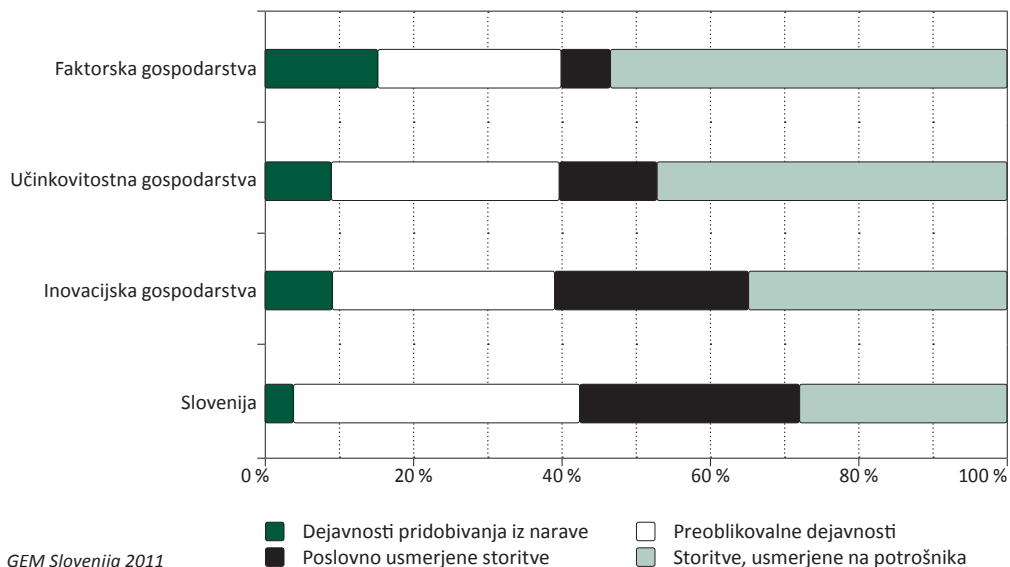
GEM Slovenija 2011

Prav tako kaže, da z naraščanjem razvitosti oziroma BDP na prebivalca v povprečju narašča tudi delež poslovno usmerjenih storitev v zgodnji podjetniški aktivnosti: poslovno usmerjenih storitev je v inovacijskih gospodarstvih v povprečju bistveno več, dobrih 28 %, kot pa v faktorskih (7 %) in učinkovitostnih gospodarstvih (15 %), v Sloveniji pa med poslovno usmerjene storitve sodi kar 34 % zgodnje podjetniške aktivnosti. Takšna porazdelitev je razumljiva glede na to, da poslovno usmerjene storitve zahtevajo visoko izobražen človeški kapital, ki ga je v inovacijskih gospodarstvih več. S *slike 25* pa je razvidno tudi, da ni opaziti, da bi bile preoblikovalne dejavnosti posebej značilne za katero izmed skupin gospodarstev.

³ Ena izmed težav pri mednarodnih primerjavah – kadar zajamejo veliko število držav z vsega sveta – je, da so uradni statistični sistemi pogosto popolnoma neprimerljivi, zato je harmoniziranje podatkov še posebej kočljiva zadeva. V okviru GEM uporabljamo za analizo porazdelitve podjetništva po dejavnostih poenostavljeno klasifikacijo, ki omogoča primerjavo zelo različnih uradnih sistemov klasifikacij v sodelujočih državah.

Podobne značilnosti lahko opazimo tudi v strukturi ustaljene podjetniške aktivnosti, ki je prikazana na *sliki 26*.

Slika 26: Sektorska porazdelitev ustaljenih podjetnikov



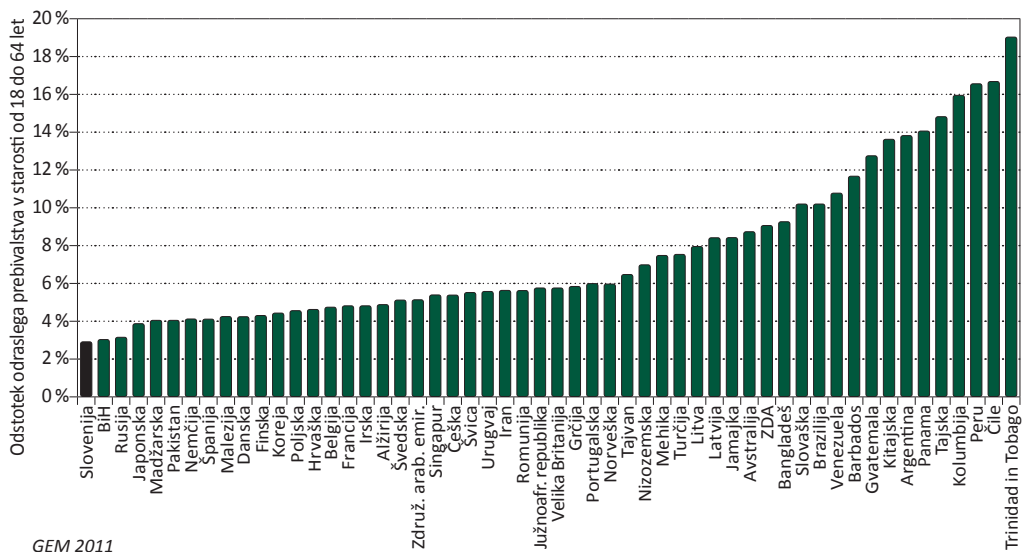
4.2.5 Motivacija za podjetništvo

Odločitev za podjetništvo je osebna odločitev in zato motivirana z različnimi razlogi. Nekateri so v to prisiljeni, ker jim samostojna podjetniška dejavnost edina omogoča preživetje, drugi se lotijo podjetništva, ker želijo izboljšati svoj položaj in njihova svobodna izbira je, da se odločijo za samostojno podjetništvo. Da je samostojno podjetništvo edina možnost, so krivi različni vplivi okolja, nezaposlenost, odsotnost primernih podjetij, v katerih bi bilo možno najti zaposlitev, itd. Gre za *podjetništvo zaradi nujnosti*, ki ga je največ v revnejših državah, zato imajo te države tudi zelo visoko stopnjo vključevanja odraslega prebivalstva v podjetništvo. Veliko število podjetnikov pa ne pomeni tudi velike gospodarske rasti, saj je njihova aktivnost samozaposlitvena, brez potrebnega razvojnega potenciala ter v dejavnostih, v katerih je dodana vrednost izjemno nizka. Pozitiven vpliv zgodnje podjetniške aktivnosti na rast BDP v inovacijskih državah dokazujejo številne raziskave, na primer van Stel s sodelavci (2004 in 2005) in Stam s sodelavci (2009). Potemtakem lahko sklenemo, da je vpliv podjetniške aktivnosti na gospodarsko rast značilno pogojen s stopnjo gospodarske razvitosti države. Ne glede na to, da zgodnja podjetniška aktivnost značilno ne prispeva tudi k rasti BDP v manj razvitih državah, pa je prispevek večjega števila podjetnikov tudi v teh državah zelo pomemben, saj brez rojevanja novih podjetij in podjetij gospodarski razvoj na dolgi rok ni možen.

Kadar posamezniku ni treba ustanovljati podjetja zaradi nujnosti, ker ima še druge možnosti za preživetje, odločitev za podjetniško kariero temelji na presoji oportunitetnih stroškov, ki so za vsakega posameznika različni. V kolikšni meri se bo podjetništvo izkazalo za privlačnejšo možnost od drugih, je odvisno od dojemanja poslovnih priložnosti v okolju, od spleta dejavnikov v podjetniškem okviru v posamezni državi, samozavedanja lastnih sposobnosti ter strahu pred neuspehom,

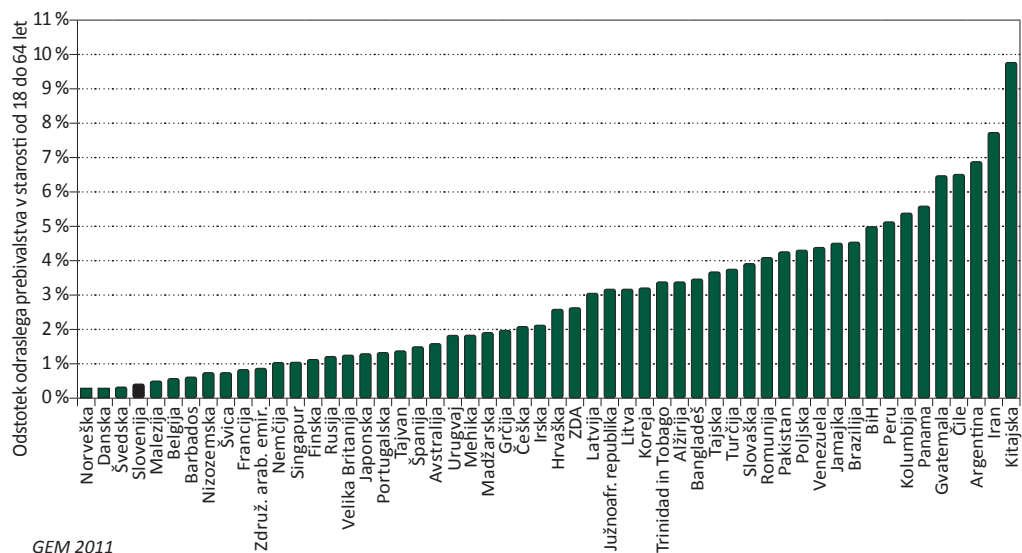
ki je v veliki meri odvisen od prevladujoče kulture v posamezni državi. Govorimo o *podjetništvu zaradi priložnosti*, ki si prizadeva izboljšati svoj dohodkovni položaj ali povečati polje svobode in neodvisnosti. Deleži odraslega prebivalstva, ki se v svetovnem merilu odloča za podjetništvo iz nujnosti ali iz priložnosti, so razvidni s slik 27 in 28. Ker je imela Slovenija leta 2011 zelo majhen delež nastajajočih in novih podjetnikov, se tudi pri razlogih za podjetništvo nahaja čisto na repu.

Slika 27: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti



GEM 2011

Slika 28: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti



GEM 2011

Številne zelo revne države imajo veliko posameznikov, ki se ukvarjajo s podjetniško aktivnostjo, vendar je ta razdrobljena, samozaposlitvena, v dejavnostih, v katerih je izjemno nizka dodana vrednost, ter brez razvojnega potenciala. Čeravno je njihov prispevek k ekonomski rasti skromen, pa brez rojevanja novih podjetij – bodisi gre za aktivnosti posameznikov ali za notranje podjetništvo v obstoječih podjetjih – gospodarstvo in družba ne moreta napredovati. Nova in rastoča podjetja prispevajo h konkurenčnosti ponudbe, vnašajo konkurenčni pritisk, zapolnjujejo vrzeli na trgu, pomlajujejo panoge, predvsem pa zagotavljajo ustrezno zaposlenost delovno aktivnega prebivalstva.

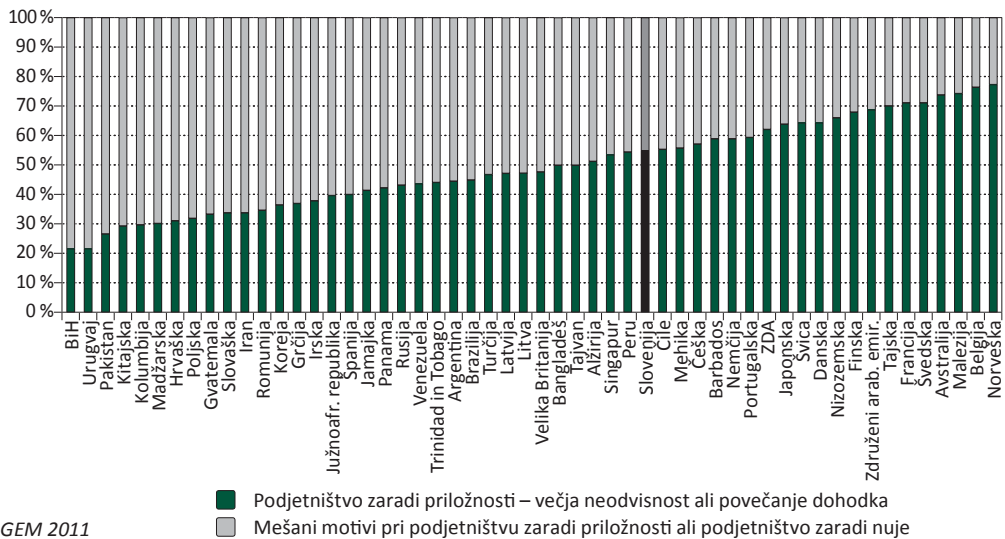
V Sloveniji je v vseh letih, odkar jo spremljamo z globalnim podjetniškim monitorjem, prevladovalo podjetništvo, v katero so se podali posamezniki, ki so si želeli izboljšati svoj položaj, podjetniki, ki so morali v podjetništvo vstopiti zaradi nujnosti, pa so bili v manjšini. Pri obeh dejavnostih vodijo države, ki imajo sicer visoko stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti, kar je razvidno iz *tabele 12*; Slovenija je v vseh primerjavah zaradi izjemno nizke zgodnje podjetniške aktivnosti v letu 2011 na zadnjih mestih. Tako vidimo, da je na Kitajskem indeks TEA iz nujnosti 9,74 %, na Norveškem pa le 0,3 %, ali da je v zgodnjo podjetniško aktivnost zaradi izkoriščanja priložnosti v Trinidadu in Tobagu vključenih 19 % odraslih prebivalcev, v Sloveniji pa manj kot 3 %. Ti deleži so med seboj težko primerljivi, saj je celokupna podjetniška aktivnost med posameznimi državami zelo različna.

Tabela 12: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti in priložnosti

2011	Slovenija	Najvišja vrednost	Najnižja vrednost	Rang Slovenije med vsemi državami GEM	Rang Slovenije med evropskimi državami GEM	Rang Slovenije med inovacijskimi državami GEM	Rang Slovenije v skupini držav JV Evrope
TEA – nujnost	0,44 %	9,74 % Kitajska	0,3 % Norveška	52/54	23/26	20/23	6/6
TEA – priložnost	2,96 %	19,01 % Trinidad in Tobago	2,96 % Slovenija	55/54	26/26	23/23	6/6

Več nam pove neposredna primerjava različnih motivov, kar je prikazano na *sliki 29*. Če primerjamo med seboj podjetništvo, ki ga je spodbudila želja po večji neodvisnosti in povečanju dohodka, in podjetništvo, ki so ga spodbudili nujnost in drugi mešani motivi, na primer prevzem družinskega podjetja, vidimo, da je ostalo na približno enaki ravni kot leto poprej (57 % leta 2010 proti 55 % leta 2011). Ne smemo pa zanemariti, da gre za močno poslabšanje v primerjavi z letom 2009, ko je bilo med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki 71 % takšnih, ki so šli v podjetništvo zaradi priložnosti, da bi imeli večjo neodvisnost ali da bi povečali svoje dohodke.

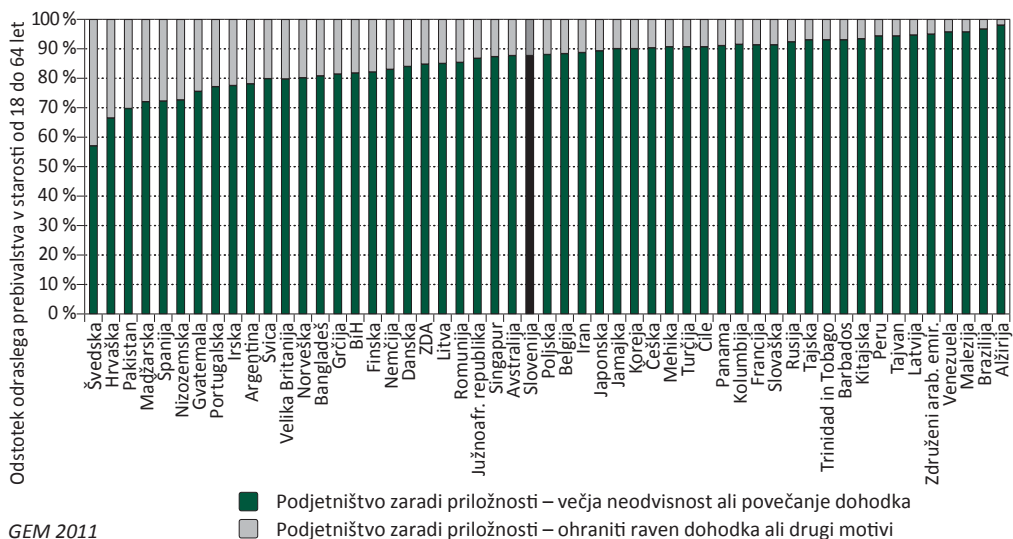
Slika 29: Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo



GEM 2011

Kot vidimo, je v tej primerjavi Slovenija v sredini lestvice, kamor je uvrščena tudi, ko primerjamo notranjo strukturo podjetništva iz priložnosti (slika 30). Primerjava samo dveh motivov znotraj motiva izkoriščanja priložnosti, to je a) ohraniti raven dohodka in b) večja neodvisnost ali povečanje dohodka, pokaže, da se je v Sloveniji 88 % nastajajočih in novih podjetnikov podalo na podjetniško pot zaradi slednjega motiva (lani 86 %). S tem se je Slovenija uvrstila na sredino lestvice, na kateri vodita Alžirija in Brazilija, na repu pa sta Švedska in Hrvaška.

Slika 30: Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti



GEM 2011

Takšni delni prikazi motivacijskih struktur lahko zameglijo pomembne razlike v podjetniški aktivnosti v različno razvitih državah in zanemarjeno je dejstvo, da v revnejših državah s faktorskim tipom gospodarstva prevladuje samopreživetveno podjetništvo zaradi nujnosti. Zato si oglejmo še *motivacijski indeks*, ki kaže razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti (*tabela 13*). Vidimo, da se Slovenija po motivacijskem indeksu, ki znaša 6,72, uvršča v prvo tretjino držav, v katerih je podjetništvo zaradi priložnosti prevladujoč motiv za ustanovitev podjetja. Kljub nizki podjetniški aktivnosti v Sloveniji v lanskem letu, ko je bila z vrednostjo motivacijskega indeksa 4,9 uvrščena na 14. mesto, si je letos to uvrstitev izboljšala in je na 9. mestu. Tako kot leta 2010 so tudi leta 2011 v vrhu skandinavske države in Barbados, ki je v raziskavi GEM sodeloval prvič. Na zadnjih mestih sta Bosna in Hercegovina z 0,61 in Iran s 0,74.

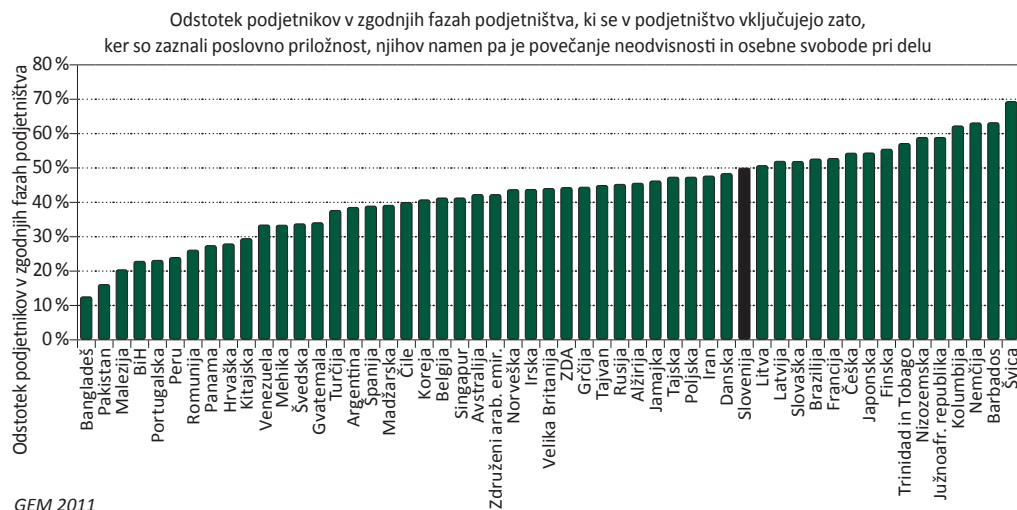
Tabela 13: Motivacijski indeks

	Motivacijski indeks		Motivacijski indeks
Norveška	20,00	Španija	2,77
Barbados	18,54	Latvija	2,74
Švedska	14,53	Bangladeš	2,66
Danska	12,97	Češka	2,60
Nizozemska	9,35	Slovaška	2,60
Malezija	8,47	Rusija	2,58
Belgija	8,02	Čile	2,56
Švica	7,37	Panama	2,52
Slovenija	6,72	Litva	2,49
Združeni arabski emirati	5,74	Venezuela	2,45
Francija	5,69	Irska	2,27
Trinidad in Tobago	5,64	Brazilija	2,24
Avstralija	5,56	Madžarska	2,08
Singapur	5,03	Turčija	2,02
Tajvan	4,69	Argentina	2,01
Velika Britanija	4,63	Gvatemala	1,97
Portugalska	4,45	Jamajka	1,87
Tajska	4,03	Južnoafriška republika	1,82
Mehika	4,01	Hrvaška	1,78
Nemčija	3,97	Alžirija	1,46
Finska	3,78	Kitajska	1,40
ZDA	3,47	Romunija	1,39
Peru	3,23	Koreja	1,37
Urugvaj	3,01	Poljska	1,06
Japonska	2,97	Pakistan	0,95
Kolumbija	2,97	Iran	0,74
Grčija	2,91	BiH	0,61

Koliko ljudi ustanavlja podjetja zaradi nujnosti in koliko zaradi priložnosti, je pomembno vedeti, saj imajo podjetniki, ki ustanavljajo podjetja zaradi nujnosti, manjše ambicije po rasti in izkazujejo manjšo nagnjenost k zaposlovanju in razvoju kot podjetniki, ki se podjetništva lotijo zaradi priložnosti. Podjetja iz nujnosti tudi pogosteje ustanavljajo posamezniki z izobrazbo, ki je v povprečju nižja od izobrazbe tistih, ki so podjetja ustanavljali zaradi priložnosti.

A razlike so tudi znotraj skupine podjetnikov, ki so ustanovili podjetja zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti. Nekateri to storijo zato, ker so lahko kot podjetniki bolj svobodni in neodvisni pri delu, drugi zato, ker želijo povečati svoje prihodke, tretji zaradi spleta različnih dejavnikov. V Sloveniji vsa leta ostaja prevladujoči motiv večja neodvisnost in osebna svoboda pri delu. Očitno je to, primerjalno gledano, v slovenskem podjetništvu izjemno močan dejavnik, kar je lepo razvidno s *slike 31*, na kateri smo države razporedili samo po tem dejavniku. Polovica vseh podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki so se v podjetništvo vključili zato, ker so zaznali poslovno priložnost, je to storila zato, da bi bili pri delu bolj svobodni in neodvisni.

Slika 31: Delež nastajajočih in novih podjetnikov zaradi večje neodvisnosti in osebne svobode



Nekatere države v skupini inovacijskega gospodarstva že vsa leta, odkar podjetništvo spremljamo z GEM, izkazujejo velik delež podjetništva iz priložnosti, še zlasti Nizozemska, Švedska in Danska. Kot smo zapisali v prejšnjem poročilu GEM (Rebernik et al., 2011), se to povezuje s splošno stopnjo družbene blaginje (povezane z relativno nizko stopnjo družbene neenakosti) in socialne varnosti v nordijskih državah. Navedene države so tudi v analizi pogojev poslovanja, ki jih pripravlja Svetovna banka, vselej zelo visoko uvrščene. Svetovna banka pripravlja indeks »vladavine prava«. Indeks vključuje številne kazalnike, ki merijo obseg zaupanja v pravo in spoštovanja pravil družbe, kot so na primer dojemanje pojavnosti kriminala, učinkovitost in predvidljivost sodstva ter uveljavljanje pogodb. Vzeto skupaj, merijo uspešnost družbe, da razvije okolje, v katerem veljajo poštena pravila igre, ki so enaka za vse, in v katerem so v celoti zaščitene lastninske pravice. Korelacija med tem indeksom in stopnjo podjetništva, ki je motivirano s priložnostjo in izboljšanjem posameznikovega položaja, je izrazito pozitivna – kjer je močnejša vladavina prava, je tudi več kakovostnega podjetništva.

To spoznanje daje pomemben signal skrbnikom institucionalnega okolja in oblikovalcem ekonomske politike. Pomeni namreč, da lahko obseg podjetništva iz priložnosti pomembno izboljšamo le, če zagotovimo, da se bodo posamezniki počutili varne, da bodo njihove pogodbe spoštovane, računi plačani, pravice pa zaščitene in učinkovito izterjane. Enaka pravica pred zakonom, preprečevanje korupcije, odprava plačilne nediscipline in hitro, učinkovito delo sodišč

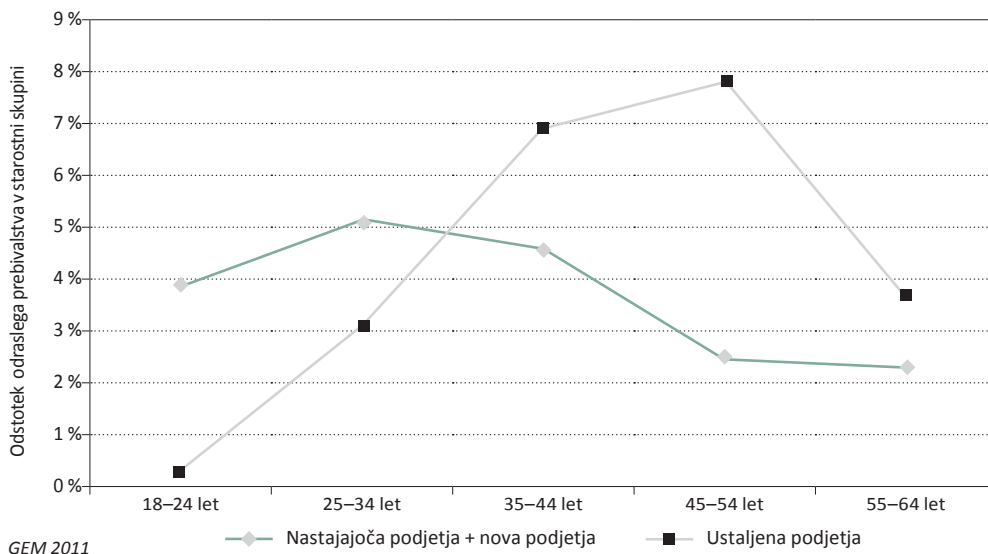
so zato zelo pomembni za več podjetništva in boljše podjetništvo v Sloveniji (Rebernik et al., 2011). Povedano drugače: parcialni ukrepi politike pospeševanja podjetništva ne morejo roditi sadov, če niso zagotovljeni temeljni dejavniki, ki jih (med drugimi) zajema omenjeni indeks vladavine prava.

4.3 VKLJUČENOST V PODJETNIŠTVO – DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA

Starost

V vseh letih opravljanja raziskave o zgodnji podjetniški aktivnosti v Sloveniji in v svetu ugotavljamo, da je v Sloveniji v povprečju najvišja stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti med prebivalstvom v starostni skupini od 25 do 34 let, med ustaljenimi podjetniki, ki smo jih zajeli med anketiranim prebivalstvom, pa jih je v povprečju največ v starostnem obdobju med 45. in 54. letom (*slika 32*). Tudi ta značilnost je razpoznavna tako rekoč v vseh sodelujočih državah raziskave GEM. Rezultat sovпада z nekaterimi empiričnimi ugotovitvami, ki kažejo na to, da je odnos med starostjo in vstopom v podjetništvo največji v mladih letih in nato s starostjo upada (Blanchflower, 2004; Arenius in Minniti, 2005; Lévesque in Minniti, 2006). Ko posameznik doseže višjo starost, začne praviloma upadati njegova pripravljenost za prevzemanje tveganja in postopoma začnejo naraščati tudi njegovi oportunitetni stroški (Shane, 2003).

Slika 32: Podjetniška aktivnost glede na starost, Slovenija 2011



Analiza relativne strukture nastajajočih in novih podjetnikov glede na starostno skupino kaže na to, da je starostna struktura slovenskih podjetnikov v povprečju zelo podobna starostni strukturi vseh primerjanih skupin držav. Iz *tabele 14* je prav tako kot s *slike 32* razvidno, da je v povprečju skoraj tretjina nastajajočih in novih podjetnikov v vseh skupinah primerjanih držav in tudi v

Sloveniji iz starostne skupine med 25. in 34. letom starosti. Že v nekaj preteklih letih pa se kaže značilnost naraščanja deleža nastajajočih in novih podjetnikov v starostnem obdobju med 55. in 64. letom starosti. Možnost analize tovrstnega trenda je sicer omejena, saj skupina sodelujočih držav v vsakoletni raziskavi ni popolnoma ista, za tovrstno analizo strukturnega deleža posameznih starostnih skupin v Sloveniji pa bi bilo treba zajeti večji vzorec oziroma večjo skupino nastajajočih in novih podjetnikov. Zapisana značilnost je zlasti zanimiva v razmerah nujnosti uveljavljanja pokojninske reforme v Sloveniji kot tudi v drugih državah v razmerah globalne krize.

Tabela 14: Odstotek novih in nastajajočih podjetnikov po starostnih razredih in po skupinah držav

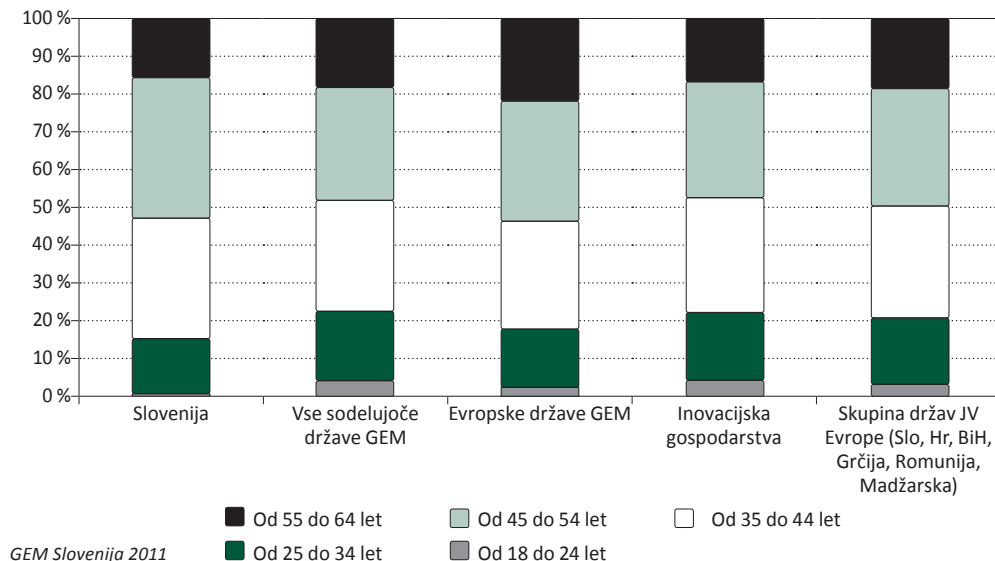
Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov (izračunano je netehtano povprečje)					
Starost podjetnikov	Slovenija	Vse sodelujoče države GEM	Evropske države GEM	Inovacijska gospodarstva	Skupina držav JV Evrope
od 18 do 24 let	13,33	14,62	13,18	16,36	14,27
od 25 do 34 let	30,98	30,55	29,24	31,98	30,4
od 35 do 44 let	27,69	26,94	27,43	26,34	26,88
od 45 do 54 let	15,47	18,8	20,15	17,96	18,83
od 55 do 64 let	12,53	9,09	10	7,36	9,61

Tabela 15: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in po skupinah držav

Odstotek ustaljenih podjetnikov (izračunano je netehtano povprečje)					
Starost podjetnikov	Slovenija	Vse sodelujoče države GEM	Evropske države GEM	Inovacijska gospodarstva	Skupina držav JV Evrope
od 18 do 24 let	0,87	4,72	2,71	4,48	3,54
od 25 do 34 let	14,68	17,54	15,19	17,82	17,54
od 35 do 44 let	31,74	28,96	28,77	30,31	29,53
od 45 do 54 let	37,12	30,1	31,78	30,7	31,36
od 55 do 64 let	15,59	19,37	21,96	16,88	18,62

Relativna struktura ustaljenih podjetnikov v tabeli 15 kaže, da jih je med njimi v povprečju skoraj tretjina iz starostne skupine med 45. in 54. letom starosti, v Sloveniji je ta odstotek še nekoliko višji – dobrih 37 %. Starejših od 35 let je v povprečju okoli 80 % ustaljenih podjetnikov, v Sloveniji celo 85 %. Ta relativna struktura je nazorno prikazana na sliki 33.

Slika 33: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in po skupinah držav



Že nekaj preteklih let (Rebernik et al., 2010) ugotavljamo to značilnost starostne strukture slovenskih ustaljenih podjetnikov in v povezavi s tem pomembnost pravočasnega planiranja nasledstva v podjetjih ob menjavi generacije lastnikov, ki podjetje hkrati tudi vodijo, oziroma odsotnost ukrepov na državni ravni (Duh, 2009), ki bi vodili v to smer.

Po drugi strani je mogoče zaznati naraščajoč pomen podjetništva oziroma samozaposlitve v starejših starostnih skupinah (Kautonen et al., 2008), zlasti v povezavi z recesijskimi pojavi odpuščanja starejše delovne sile (South in Stobie, 2010), kar je lahko tudi eden izmed razlogov za povečevanje deleža nastajajočih in novih podjetnikov v starejših starostnih skupinah, kar je v Sloveniji opazno (tabela 15).

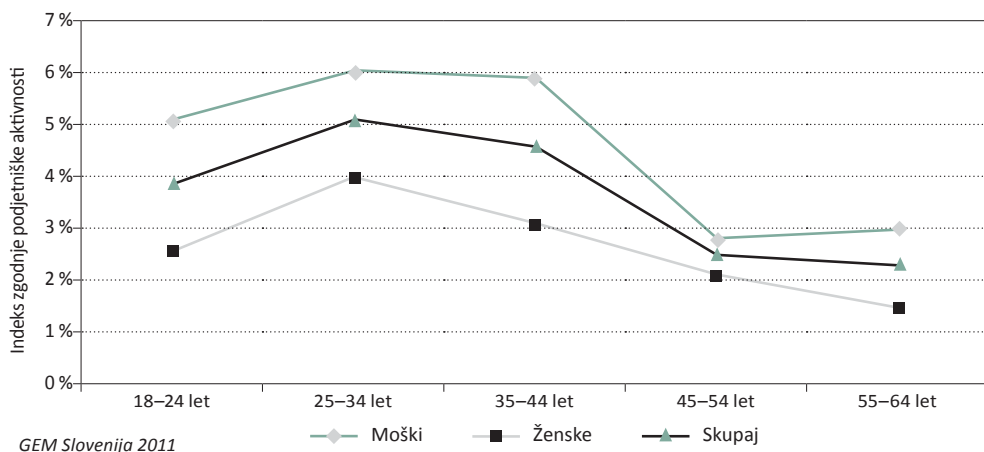
Spol

Slovenija je glede tega, da se ženske v statistično značilnem nižjem deležu vključujejo v podjetništvo, tipična država inovacijskega gospodarstva oziroma deli značilnosti razvitih evropskih držav. V Sloveniji v letu 2011 ugotavljamo, da je med nastajajočimi in novimi podjetniki v povprečju 64,3 % moških in 35,7 % žensk, kar pomeni, da se v zgodnjo podjetniško aktivnost vključuje skoraj dvakrat toliko moških kot žensk. Med ustaljenimi podjetniki je razmerje podobno oziroma še nekoliko bolj v korist moških: med ustaljenimi podjetniki je v povprečju 70,1 % moških ter 29,9 % žensk. V primerjavi z letom 2010 pa v vseh skupinah podjetnikov beležimo rahel porast deleža žensk. S slike 34 je razvidno, da je v Sloveniji med nastajajočimi in novimi podjetniki žensk manj kot moških v vseh starostnih skupinah.

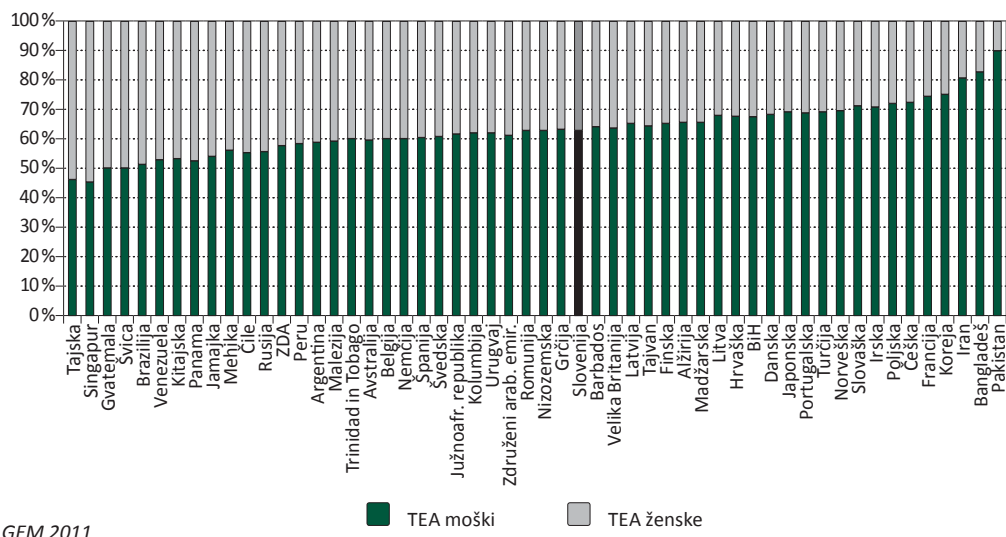
Da se ženske v povprečju vključujejo v podjetništvo starejše od moških, je značilnost, ki smo jo beležili že vsa leta raziskav podjetništva Slovenije v okviru GEM – v povprečju je bila najpogostejša starost ženske – nastajajoče ali nove podjetnice – med 35. in 44. letom. V letu 2011 pa prvič ugotavljamo enakomernejšo in bolj podobno razporeditev moških in žensk – nastajajočih ali novih podjetnikov in podjetnic – po vseh starostnih skupinah, tako da je pri obeh spolih v povprečju najpogosteje zastopana starostna skupina med 25. in 34. letom starosti,

kar je prav tako razvidno s slike 34. Ali gre za spremenjeno dolgoročnejšo značilnost v strukturi slovenskega podjetništva, bodo pokazale raziskave v prihodnjih letih.

Slika 34: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol



Slika 35: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami



Na sliki 35 je prikazana struktura zgodnje podjetniške aktivnosti glede na spol v vseh sodelujočih državah GEM. Najmanjši delež podjetnic je v Pakistanu, Bangladešu, Iranu ..., kar je močno povezano s prevladujočimi kulturnimi in družbenimi normami. Na drugi strani lestvice sta državi z najvišjim deležem žensk, in sicer Tajska in Singapur, med evropskimi državami pa posebej izstopa Švica, kjer je med nastajajočimi in novimi podjetniki polovica žensk in polovica moških. Med evropskimi državami nato prva sledi Rusija (44 % žensk), med inovacijskimi gospodarstvi pa ZDA (42 % žensk).

Če zgodnjo podjetniško aktivnost žensk v Sloveniji primerjamo znotraj različnih skupin držav (tabela 16), lahko ugotovimo, da se je delež žensk med ustaljenimi podjetniki, pri čemer je Slovenija v primerjavi z inovacijskimi gospodarstvi v preteklosti najbolj zaostajala, povišal na dobrih 30 % (leta 2010 v povprečju 20 %). Ponovno pa moramo seveda ugotoviti, da bodo to, ali gre za spremenjeno dolgoročnejšo značilnost v strukturi slovenskega podjetništva, pokazale raziskave v prihodnjih letih.

Tabela 16: Delež podjetnic po skupinah držav v letu 2011

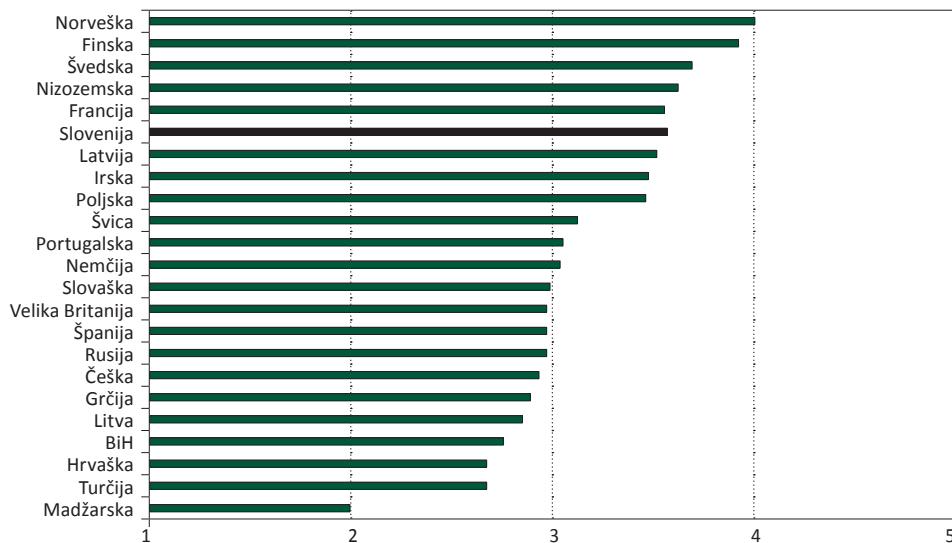
Izračunano je netehtano povprečje	Slovenija	Vse sodelujoče države GEM	Evropske države GEM	Inovacijska gospodarstva	Skupina držav JV Evrope
Odstotek podjetnic med novimi in nastajajočimi podjetniki	37,01	36,66	34,46	36,03	34,85
Odstotek podjetnic med ustaljenimi podjetniki	31,09	32,60	31,53	31,40	33,42

V GEM poskušamo več o odnosu družbe do ženskega podjetništva izvedeti tudi s pomočjo nacionalnih izvedencev, ki na lestvici od 1 – popolnoma se ne strinjam do 5 – popolnoma se strinjam, izražajo strinjanje s trditvami:

- V vaši državi spodbujajo ženske, da bi se samozaposlile ali ustanovile novo podjetje.
- V vaši državi so ženske in moški enako sposobni ustanoviti novo podjetje.
- V vaši državi je na razpolago dovolj socialnih služb, ki omogočajo, da ženske nadaljujejo svoje delo tudi potem, ko si osnujejo družino.
- V vaši državi je ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva kariera za žensko.
- V vaši državi imajo ženske in moški enake možnosti dostopa do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja.

Če med seboj primerjamo evropske države GEM (slika 36), lahko ugotovimo, da je Slovenija glede na povprečno oceno ocenjenih trditev uvrščena visoko, na 6. mesto na lestvici, kar kaže, da imajo formalno in pravno ženske v Sloveniji enakovredno izhodišče za podjetništvo kot moški. Vendar pa dejansko stanje, ko je moških v zgodnjem podjetništvu v povprečju približno dvakrat toliko kot žensk, kaže tudi na to, da obstajajo še drugi dejavniki, ki vplivajo na to, da se ženske v manjši meri vključujejo v podjetništvo. Med zgoraj naštetimi vidiki ni vidika financiranja podjetja, ki je lahko pomemben dejavnik pri vključevanju v podjetništvo. Smo pa v naših raziskavah že pokazali, da so vse spremenljivke, ki so se pokazale kot pomembne pri odločanju za podjetniško kariero, za ženske manj ugodne kot za moške (Rebernik et al., 2009; Rebernik et al., 2010).

Slika 36: Odnos do žensk v podjetništvu v Evropi



GEM 2011

Slovenke tako kljub relativno visoki sociokulturni podpori še vedno ne izkoriščajo podjetniških priložnosti v zadostni meri. Zato vzpostavljanje učinkovitih podpornih mehanizmov spodbujanja ženskega podjetništva še naprej ostaja pomemben vir dodatnega podjetniškega udejstvovanja.

Dohodek

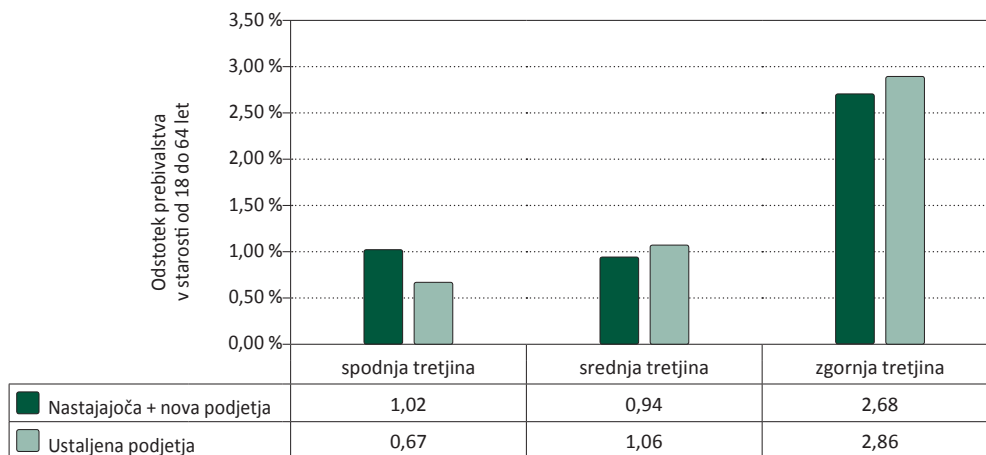
V okviru raziskave GEM analiziramo tudi razporeditev podjetniške aktivnosti glede na dohodek gospodinjestev podjetnikov in podjetnic – gospodinjstva so glede na dohodek razdeljena na tretjine, kar je prikazano v GEM-ovi preglednici značilnosti podjetništva v Sloveniji v letu 2011 (tabela 6). V preteklih dveh letih smo lahko ugotavljali porast deleža nastajajočih in novih podjetnikov iz tretjine gospodinjestev z najvišjim dohodkom (54,4 % leta 2009 in 64,8 % leta 2010), v letu 2011 pa beležimo rahel upad glede na leto 2010, in sicer 62,0 %. Še vedno pa je torej najvišji delež nastajajočih in novih podjetnikov iz gospodinjestev z najvišjimi dohodki. Opazimo pa lahko močnejši porast deleža nastajajočih in novih podjetnikov iz tretjine gospodinjestev z najnižjimi dohodki (slika 37), saj je bila v letu 2011 skoraj petina vseh nastajajočih in novih podjetnikov iz najnižje tretjine; leto poprej je bila takšnih v povprečju desetina.

Podobno je tudi pri ustaljenih podjetnikih, med katerimi se je delež tistih, ki izhajajo iz tretjine gospodinjestev z najvišjim dohodkom, še okreplil – 51,2 % leta 2010 in 66,2 % leta 2011 – zlasti na račun deleža tistih iz gospodinjestev iz srednje dohodkovne tretjine.

Motivi, zaradi katerih se ljudje vključujejo v podjetništvo, so bili v Sloveniji tudi leta 2011 povezani zlasti z izkoriščanjem poslovnih priložnosti, kar prikazujemo v poglavju 4.2.5, zelo malo pa se ljudje vključujejo v podjetništvo zato, ker bi bili v to prisiljeni, iz nuje, ker ne bi imeli drugih sredstev za preživetje. To je zagotovo po eni strani tudi razloga za to, da je manjši delež zgodnje podjetniške aktivnosti vezan na gospodinjstva z najnižjimi dohodki. Po drugi strani pa je res tudi to, da je izkoriščanje poslovne priložnosti lahko povezano tudi z določenimi vlaganji finančnih sredstev, česar

prebivalstvo iz gospodinjstev z najnižjimi dohodki verjetno ne more financirati, manjše pa so tudi njihove možnosti za pridobitev finančnih sredstev od bank ali iz drugih podobnih dolžniških virov financiranja, kar bi lahko bil eden izmed razlogov za manjše vključevanje ljudi z najnižjimi dohodki v podjetništvo.

Slika 37: Podjetniška aktivnost glede na dohodek gospodinjstva

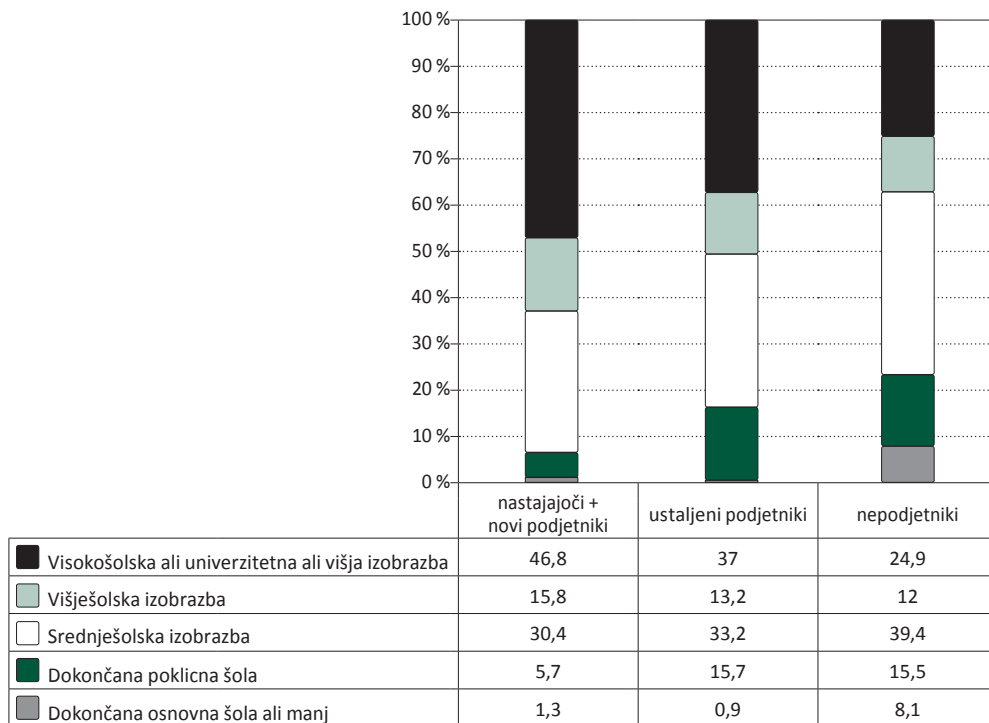


GEM Slovenija 2011

Izobrazba

Izobrazbena struktura podjetnikov je eden izmed pomembnih vplivnih dejavnikov na kakovost podjetništva in njegovo zmožnost za rast in razvoj. Tudi v letu 2011 (podobno kot v letu poprej) ugotavljamo, da se delež nastajajočih in novih podjetnikov z več kot srednješolsko izobrazbo povečuje. Leta 2010 je imela več kot srednješolsko izobrazbo dobra polovica nastajajočih in novih podjetnikov (53,8 %), leta 2011 pa je takih v povprečju več kot 60 %, kar je prikazano na *sliki 38*. Med ustaljenimi podjetniki ter med tistim prebivalstvom, ki se ne vključuje v podjetniško aktivnost, je ta delež leta 2011 ostal tako rekoč nespremenjen glede na leto 2010.

Slika 38: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo



GEM Slovenija 2011

Izobrazba povečuje zalogo informacij in veščin posameznika, ki so pomembne za zaznavanje in izrabo poslovne priložnosti. Že teorija človeškega kapitala razlaga, da znanje posamezniku omogoča boljše zaznavati lastne zmogljivosti, kar vodi k večji produktivnosti in potencialni učinkovitosti (Becker, 1964). Povezava med izobraževanjem in ustanovitvijo novega podjetja je sicer v literaturi še vedno negotova, kar lahko ponovno povežemo z različnimi motivi vključevanja v podjetništvo. Izobrazba je zagotovo eden izmed pomembnejših dejavnikov v skupini razvitejših gospodarstev, kadar pa je vstop v podjetništvo pogojen z nujno oziroma preživetjem, ta dejavnik ne igra večje vloge.

Podjetniške aspiracije

V okviru raziskave GEM merimo tudi podjetniške aspiracije po ustvarjanju novih delovnih mest, inovativni značaj uporabljenih tehnologij pri proizvodnji izdelkov ali storitev ter stopnjo internacionalizacije med podjetniki na vseh stopnjah podjetniške aktivnosti, pri čemer se v okviru tega poglavja osredotočamo na podjetnike oziroma njihove podjeme v zgodnjih fazah podjetništva. Nekatere kazalnike, o katerih pišemo v tem poglavju, smo tako za nastajajoče kot za nove ter za ustaljene podjetnike zapisali tudi v *Preglednici podjetniške aktivnosti* v 2. poglavju.

5.1 USMERJENOST V RAST

Namere za rast in viri rasti v populaciji podjetij, ki so podjetniško naravnana, niso enakomerno porazdeljeni. Proučevanje in razumevanje rasti je zato pomembno, saj je ključnega pomena za ustvarjanje novih zaposlitev, gospodarski razvoj in ustvarjanje blaginje. Podjetnikovo usmerjenost v rast analiziramo na osnovi njegovih ocen o tem, koliko novih delovnih mest bo zagotovilo njegovo podjetje v nekaj prihodnjih letih. Kljub temu da imajo podjetniki – zlasti tisti, ki šele stopajo na podjetniško pot – zelo pogosto nerealna pričakovanja in želje o rasti njihovih podjetij in podjetij v prihodnosti (Rebernik et al., 2011), pa je že sama odločitev podjetnika o tem, da želi širiti svoje podjetje, pomemben dejavnik za rast podjetja. Velja pa seveda tudi obratna povezava: dejanska rast podjetja se zelo redko realizira, če podjetnik nima ambicij po rasti (Stam et al., 2012).

Tako v okviru raziskave GEM analiziramo ocene rasti podjetja prek njegovega mnenja o pričakovanem številu novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, pri čemer vsakega podjetnika povprašamo o tem, koliko ljudi zaposluje njegov podjem oziroma podjetje (brez lastnikov) v času anketiranja in kolikšno bo to število po njegovem mnenju čez pet let. Pričakovanje rasti zaposlovanja je opredeljeno kot razlika med obema vrednostma in je tako podjetnikova subjektivna ocena o tem, koliko novih delovnih mest bo podjetje zagotovilo v prihodnjih petih letih obstoja – predstavlja njegove ambicije po rasti zaposlovanja.

Na osnovi združenih podatkovnih baz za obdobje od 2009 do 2011 (ob predpostavki, da se značilnosti oziroma okoliščine v tem časovnem intervalu v teh letih niso bistveno spreminjale), smo nastajajoče in nove podjetnike razdelili v štiri skupine ter merili naslednje vrste podjetniške aktivnosti (Bosma et al., 2012):

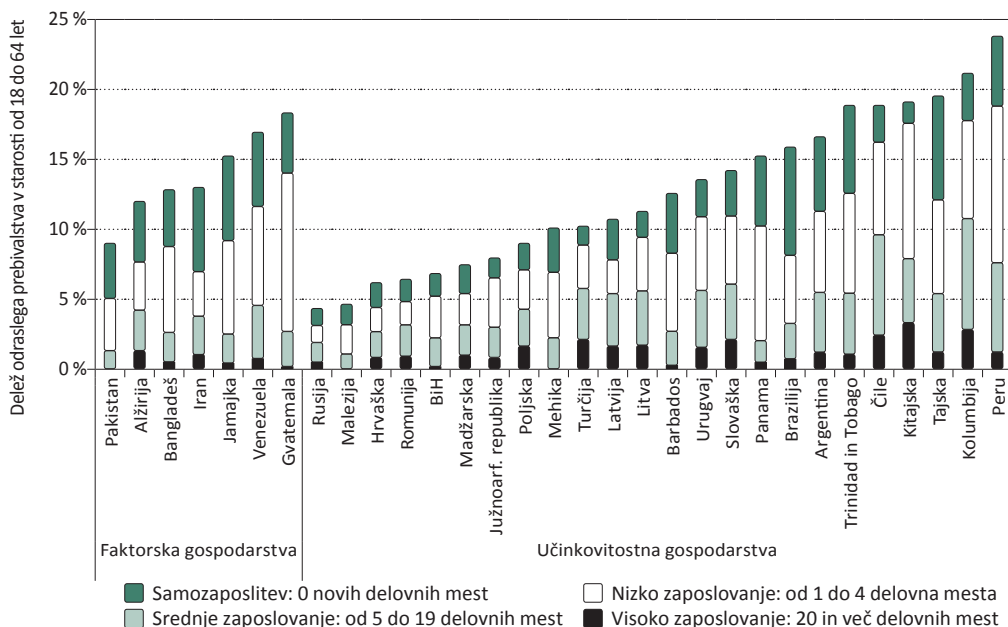
- Samostojna zgodnja podjetniška aktivnost: podjetniki ne pričakujejo novih delovnih mest (razen samozaposlitve). Za to skupino je značilno tako podjetništvo iz nuje, sem pa sodijo

tudi tisti podjetniki, ki se vključujejo v podjetništvo iz priložnosti, a so zelo zadovoljni kot samostojni in neodvisni posamezniki (strokovnjaki) ter ne nameravajo zaposlovati drugih.

- Zgodnja podjetniška aktivnost z nizko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest: od 1 do 4 nova delovna mesta v prihodnjih petih letih. Za to skupino podjetnikov je značilna zelo nizka stopnja aspiracij po ustvarjanju novih delovnih mest in velikokrat zaposlujejo ljudi iz svojih socialnih omrežij (družina, prijatelji).
- Zgodnja podjetniška aktivnost s srednjo pričakovano rastjo števila novih delovnih mest: od 5 do 19 novih delovnih mest v prihodnjih petih letih. Podjetniki v tej skupini so dokaj naklonjeni širitvi svojega poslovanja v prihodnosti z ustvarjanjem novih delovnih mest, želijo pa ohraniti obseg poslovanja v določenih obvladljivih mejah.
- Zgodnja podjetniška aktivnost z visoko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest: 20 ali več novih delovnih mest v prihodnjih petih letih. Ti podjetniki imajo zelo visoke ambicije in njihov prispevek k ustvarjanju novih delovnih mest bo po njihovi oceni znaten kljub morda precenjenosti njihovih ocen.

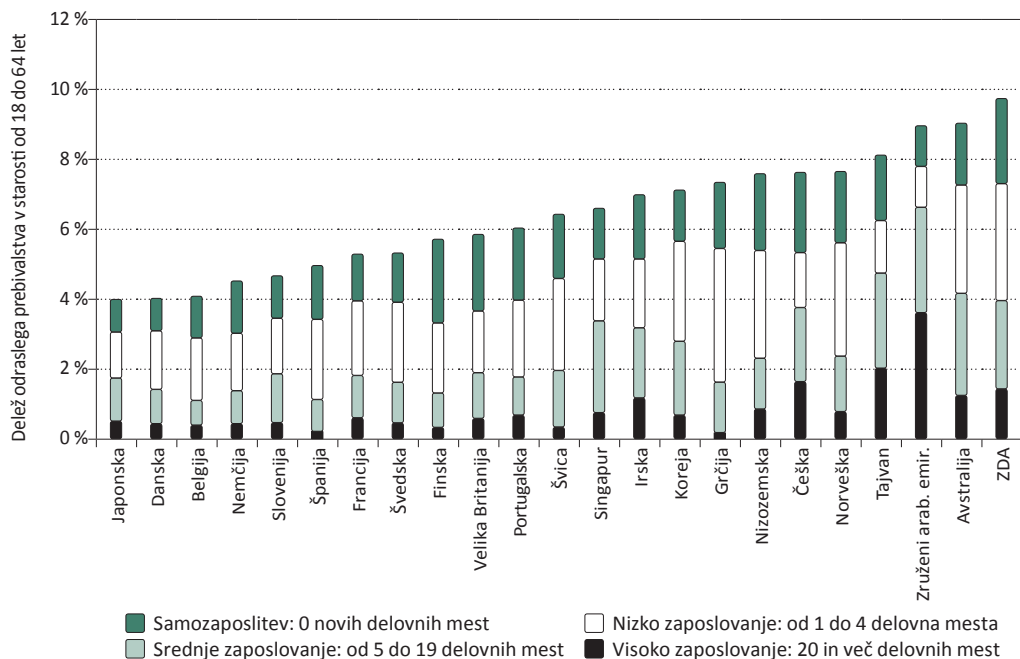
Struktura zgodnje podjetniške aktivnosti glede na zgoraj opisane aspiracije po rasti zaposlovanja je prikazana na slikah 39, 40 in 41 za različne skupine držav. Na sliki 39 je prikazana struktura v faktorskih in učinkovitostnih gospodarstvih, na sliki 40 v inovacijskih gospodarstvih ter na sliki 41 posebej primerjalno za evropske države, vključene v raziskavo GEM, na osnovi združene podatkovne baze za leta od 2009 do 2011.

Slika 39: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, faktorska in učinkovitostna gospodarstva GEM, 2009–2011

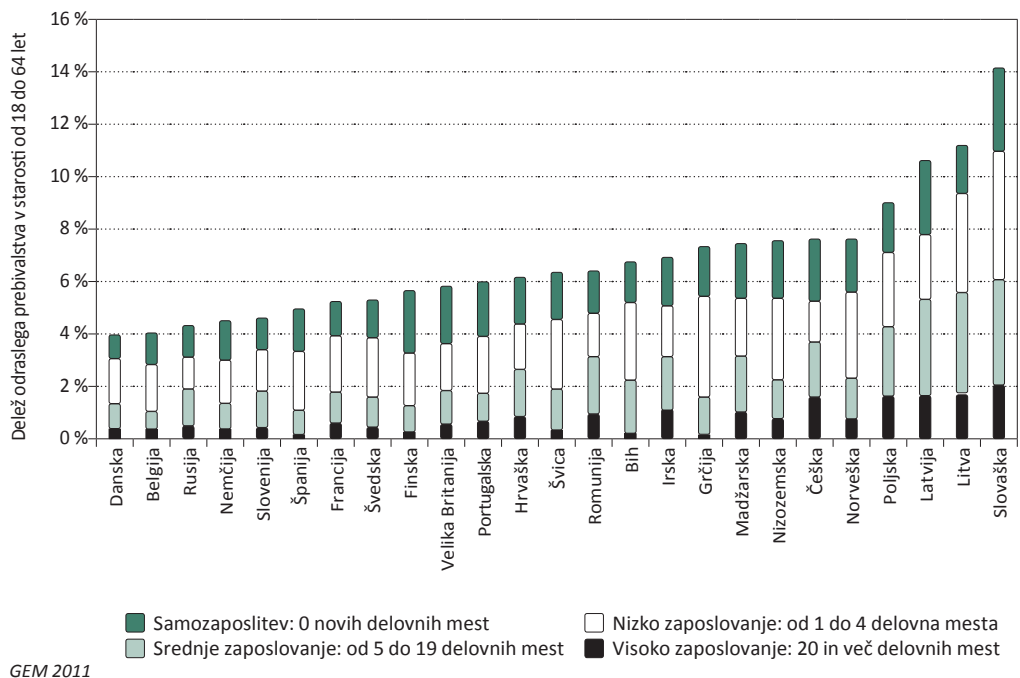


GEM 2011

Slika 40: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, inovacijska gospodarstva GEM, 2009–2011



Slika 41: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, evropska gospodarstva GEM, 2009–2011

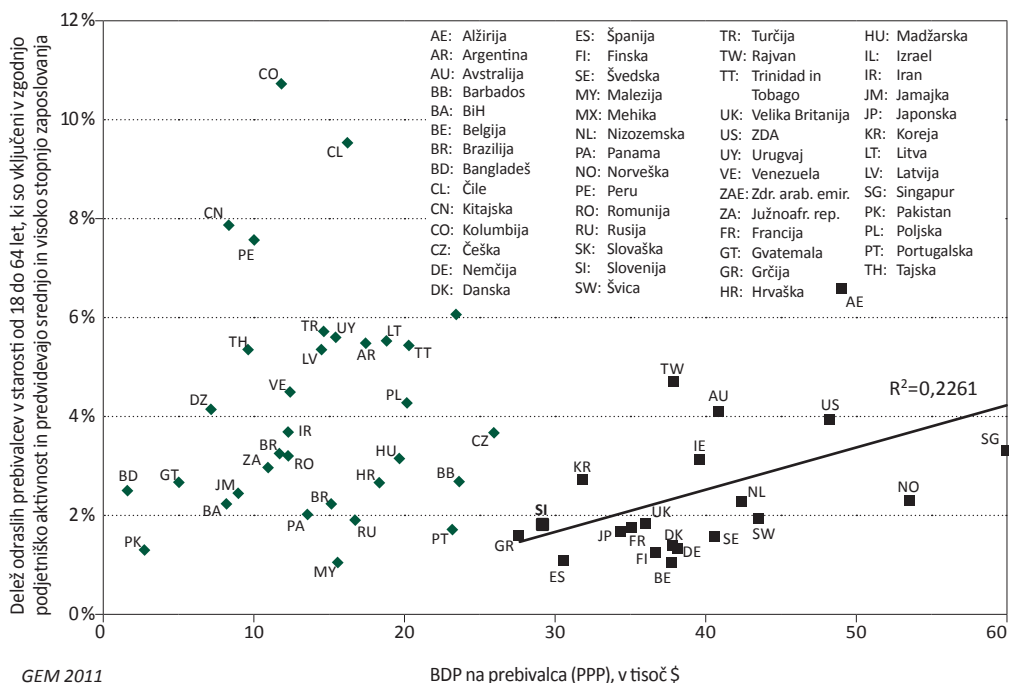


Glede na skromen obseg zgodnje podjetniške aktivnosti v tem obdobju v Sloveniji (med letoma 2009 in 2011 se v povprečju 4,7 % delovno aktivnega prebivalstva vključuje v zgodnje faze podjetništva) je seveda tudi delež odraslega prebivalstva, ki izkazuje visoke ali srednje visoke ambicije po zaposlovanju, relativno nizek, saj v povprečju le 1,9 % ljudi izkazuje take ambicije po rasti zaposlovanja. Na *slikah 39, 40 in 41* je tudi vidno, da je v faktorskih gospodarstvih, v katerih je obseg zgodnje podjetniške aktivnosti v povprečju večji kot v preostalih dveh skupinah držav, hkrati tudi delež podjetniške aktivnosti brez aspiracij ali z zelo nizkimi aspiracijami po rasti večji. V skupini učinkovitostnih gospodarstev izkazujejo relativno velik delež podjetništva z zelo visokimi aspiracijami po rasti zaposlovanja predvsem Kitajska in tudi Turčija. V skupini inovacijskih gospodarstev srednje in visoko stopnjo aspiracij po rasti zaposlovanja izkazujejo neevropske države, zlasti Združeni arabski emirati (6,6 % delovno aktivnega prebivalstva), Tajvan in Singapur, od evropskih držav pa zlasti Češka (3,8 % delovno aktivnega prebivalstva) in Irska (3,2 %).

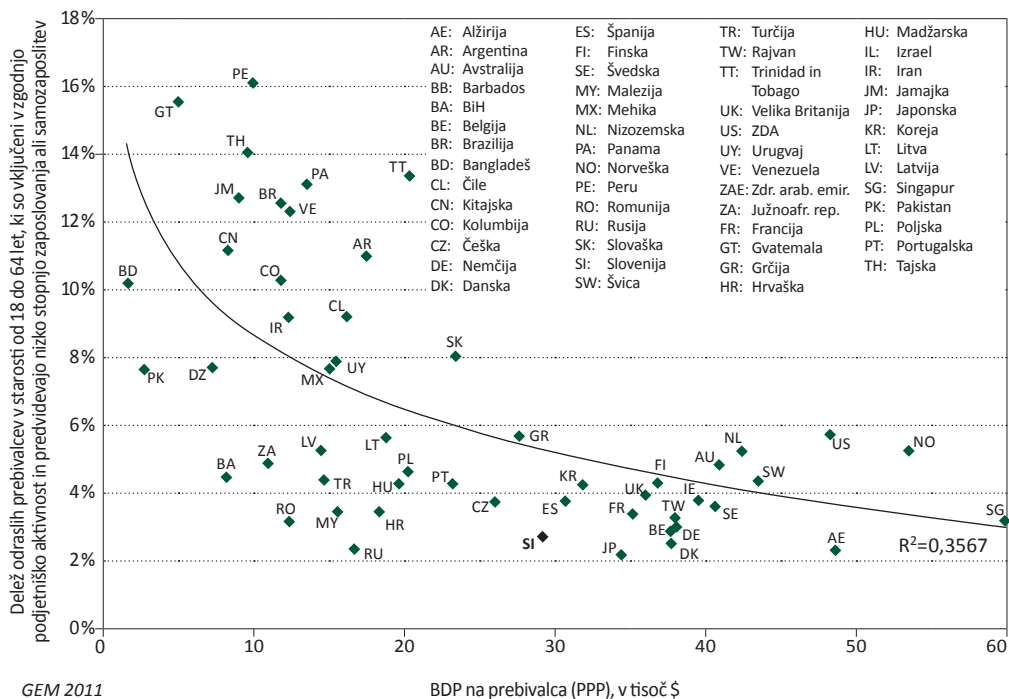
Pri analizi povezave med obsegom zgodnje podjetniške aktivnosti s srednjo ali visoko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest v prihodnosti (zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovanim številom vsaj 5 novih delovnih mest v prihodnjih petih letih) ter BDP na prebivalca statistično značilne povezanosti med obema spremenljivkama ni mogoče potrditi, kar je prikazano na *sliki 42*. Le v skupini držav z inovacijskim gospodarstvom je mogoče zaznati rahlo pozitivno povezanost med obema spremenljivkama. Stam in sodelavci (2011) so na osnovi panelne baze podatkov iz držav, ki so v raziskavi GEM sodelovale med letoma 2002 in 2005, značilno potrdili pozitiven vpliv zgodnje podjetniške aktivnosti s srednjo pričakovano rastjo števila novih delovnih mest v prihodnosti na rast BDP. Avtorji dokazujejo, da podjetniki z ambicijami po rasti svojega podjetja oziroma podjetja prispevajo k rasti gospodarstva bolj kot podjetništvo na splošno, kar velja tako v bogatejših kot tudi v revnejših državah. Predpostavljamo pa, da so rezultati lahko odvisni od izbranega obdobja proučevanja, držav, zajetih v vzorcu, ipd.

Če opazujemo povezanost med obsegom samostojne podjetniške aktivnosti ter aktivnosti z nizko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest v prihodnosti (zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovanim številom od 0 do 4 nova delovna mesta v prihodnjih petih letih) ter BDP na prebivalca za vse v GEM vključene države, lahko zaznamo rahlo negativno (nelinearno obliko) povezanost med BDP na prebivalca ter obsegom tovrstne podjetniške aktivnosti, kar je prikazano na *sliki 43*.

Slika 42: Povezava med obsegom zgodnje podjetniške aktivnosti s srednjo ali visoko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest v prihodnosti ter BDP na prebivalca, GEM 2011



Slika 43: Povezanost med obsegom samostojne podjetniške aktivnosti ter tiste z nizko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest v prihodnosti ter BDP na prebivalca, GEM 2011



Ugotavljali smo tudi delež podjetnikov znotraj zgodnjega ter ustaljenega podjetništva, ki pričakujejo najmanj 10 novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, kar je hkrati tudi več kot 50 % števila delovnih mest v trenutku izvajanja raziskave. Tako ugotovljeni delež pomeni kazalec, ki odraža zelo visoke podjetniške aspiracije. V Sloveniji je leta 2011 v povprečju nekaj več kot vsak peti nastajajoči ali novi podjetnik (22,55 %) pričakoval porast delovnih mest za najmanj 10, kar je hkrati najmanj 50 %, v prihodnjih petih letih – leta 2010 je bilo takšnih nekaj manj, v povprečju 18 %. Med vsemi državami najdemo pri vrhu lestvice kar nekaj evropskih držav: Romunijo (s 35,01 %), Latvijo, Slovaško, Poljsko. Slovenija je v zgornji polovici lestvice v družbi držav inovacijskega tipa gospodarstva.

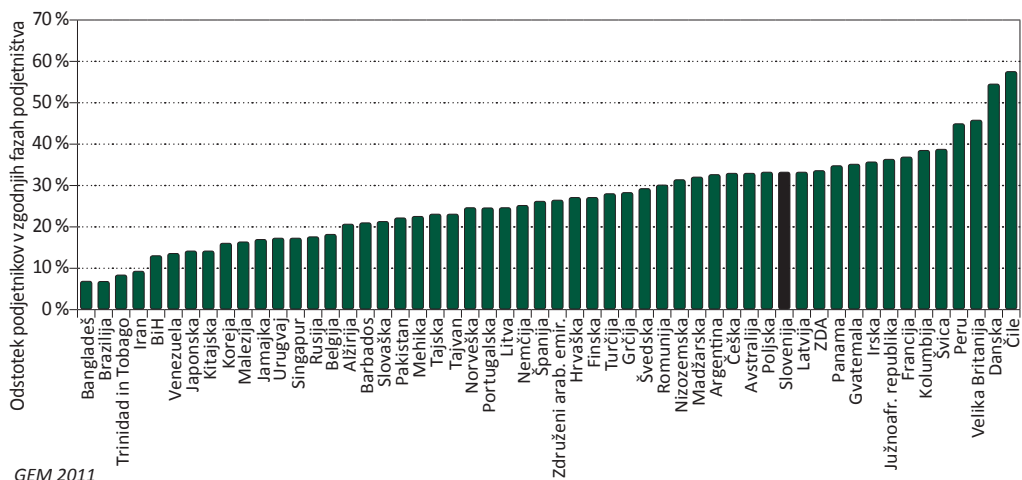
Med ustaljenimi podjetniki v Sloveniji je takšnih, ki izkazujejo visoke aspiracije glede zaposlovanja, v povprečju le še 2,43 %, kar je skoraj za polovico manj kot v povprečju v letu poprej (4,10 % ustaljenih podjetnikov).

5.2 INOVACIJSKA NARAVNANOST

Poznavanje inovacijske naravnosti je smiselno, saj daje referenčni okvir, s pomočjo katerega je mogoče sklepati o konkurenčnem potencialu podjetij in njihovi zmožnosti tekmovanja s podjetji iz drugih okolij. Nanaša se na inovativnost oziroma na uvajanje novosti na tržišču, in sicer z dveh vidikov – z vidika izdelka in z vidika panoge. V okviru raziskave GEM nas tako zanima, ali izdelek ali storitev, ki nastaja v okviru podjetja nastajajočega ali novega podjetnika, bodoči kupci poznajo, zanima pa nas tudi podjetnikova ocena tega, ali na tržišču obstajajo konkurenčna podjetja, ki bi ponujala enake ali podobne izdelke ali storitve. Analiziramo delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, katerih podjetji imajo inovativen značaj, kar pomeni, da podjetnik ocenjuje, da je njegov izdelek ali storitev nov in ga nekateri ali celo vsi potencialni kupci ne poznajo ter da hkrati ta izdelek ali storitev na tržišču ponuja le malo drugih podjetij ali celo nobeno.

Kot pri analizi te komponente podjetniške aktivnosti pogosto poudarjamo (Rebernik et al., 2010; 2011), je ob analizi rezultatov seveda treba upoštevati, da stopnja razvitosti gospodarstva prav gotovo pristransko vpliva na podjetnikovo oceno ali presojo inovativnosti njegovih izdelkov ali storitev – predpostavka o tem, da so stopnje razvitosti tržišča posameznih gospodarstev med seboj primerljive, zagotovo ne drži; takšna predpostavka bi bila verjetna znotraj posamezne skupine gospodarstev ali znotraj EU. Tako lahko na primer pričakujemo, da izdelek ali storitev, ki ima inovativen značaj na tržišču nekega factorskega gospodarstva, takega značaja na tržišču inovacijskega gospodarstva nima (in obratno).

Slika 44: Delež zgodnjega podjetništva z inovativnimi izdelki ali storitvami

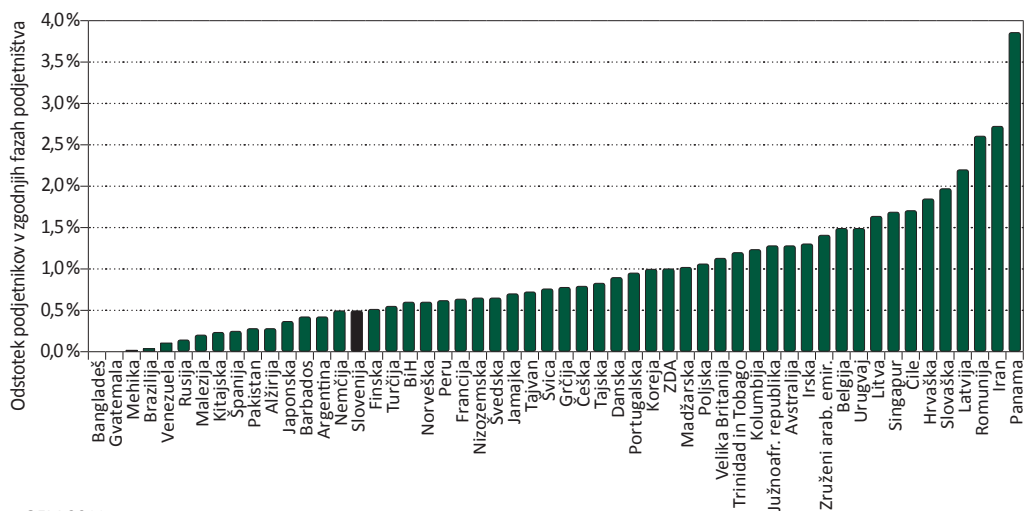


Na *sliki 44* je prikazana razporeditev držav po opisanem kazalniku. Kot pri vrsti drugih kazalnikov lahko tudi glede inovativnosti opazimo, da delež podjetij, ki imajo inovativen značaj, v povprečju narašča z gospodarsko razvitostjo. Med evropskimi državami je na vrhu lestvice ponovno Danska kot že vrsto let poprej. Leta 2011 je beležila v povprečju 54,13 % podjetnikov, ki svojemu izdelku ali storitvi pripisujejo inovativen značaj. Med evropskimi državami ji sledijo Velika Britanija, Švica, Francija in Irska. Slovenija se s 33,26 % uvršča v zgornjo polovico lestvice, skupaj z večino držav inovacijskega tipa gospodarstva.

5.3 INTERNACIONALIZACIJA

S stopnjo internacionalizacije zgodnje podjetniške aktivnosti, ki je tesno povezana z rastjo in konkurenčnostjo podjetij, merimo usmerjenost podjetniške aktivnosti nastajajočih in novih podjetnikov v izvoz. To so ocene podjetnikov o tem, kolikšen del proizvodnje izdelkov ali opravljanja storitev namenijo kupcem zunaj svoje države. Kot smo ugotavljali že pri nekaterih drugih kazalcih, tudi pri analiziranju stopnje internacionalizacije zgodnje podjetniške aktivnosti velja, da v povprečju narašča z naraščanjem stopnje gospodarske razvitosti države, je pa tudi pri državah učinkovitostnega tipa gospodarstva mogoče opaziti nekatere izjeme – med evropskimi državami, pri katerih visok delež delovno aktivnega prebivalstva sodi v skupino nastajajočih in novih podjetnikov, ki ocenjujejo, da več kot 50 % vseh njihovih potencialnih kupcev živi zunaj države, so zlasti Romunija (2,59 %), Latvija (2,19 %), Slovaška (1,97 %) in Hrvaška (1,84 %). V Sloveniji je ta delež 0,5 %. V skupini držav z inovacijskimi gospodarstvi beležimo visoke stopnje pri Singapurju, Belgiji in Združenih arabskih emiratih.

Slika 45: Zgodnja podjetniška aktivnost z mednarodno usmerjenostjo



GEM 2011

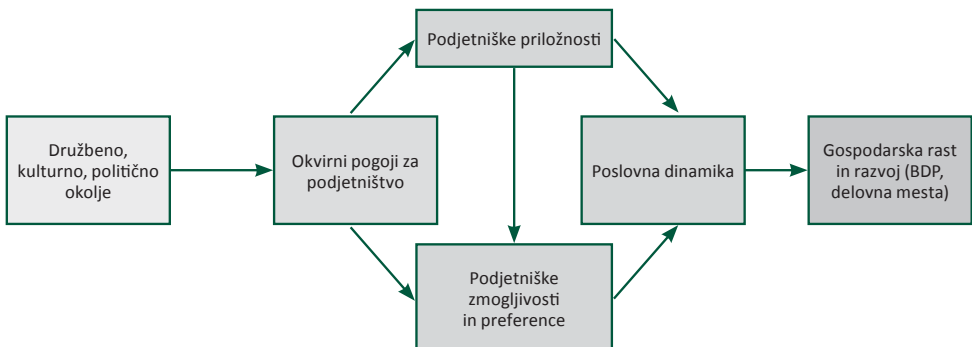
Na drugem koncu lestvice so države factorskega tipa gospodarstva, ki izkazujejo v povprečju zelo nizko stopnjo internacionalizacije. Med učinkovitostnimi gospodarstvi se v spodnji tretjini lestvice nahajajo Rusija (0,14 %), Malezija (0,2 %) in Kitajska (0,24 %), med evropskimi državami pa je na repu Španija (0,25 %).

Če analiziramo strukturo zgodnjega podjetništva, lahko povzamemo, da je v Sloveniji leta 2010 približno 27 % nastajajočih in novih podjetnikov izkazovalo srednjo ali visoko stopnjo internacionalizacije, saj so menili, da več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov in storitev živi zunaj države. Leta 2011 se je ta struktura nekoliko spremenila, saj v povprečju 22,5 % nastajajočih in novih podjetnikov ocenjuje svoje podjeme kot take. V svetovnem merilu je na prvem mestu lestvice držav pri tem kazalniku Hrvaška, saj na Hrvaškem v povprečju skoraj 40 % nastajajočih in novih podjetnikov meni, da vsaj 25 % njihovih kupcev živi zunaj države. Slovenija je na 12. mestu med 54 sodelujočimi državami.

Ocena podjetniškega okolja

Okvirni pogoji za podjetništvo so tisti dejavniki gospodarskega, kulturnega, družbenega, tržnega, institucionalnega ... okolja, ki vplivajo na to, do kolikšne mere je podjetniška aktivnost v določeni družbi (državi) produktivna in usmerjena v razvoj. »Pravila igre« v družbi (Baumol, 1990; 1993) usmerjajo podjetne posameznike v produktivno, imitativno, destruktivno ali špekulativno (*rent-seeking*) podjetništvo. Kot opozarja Sobel s sodelavci (2007), se bo več ustvarjalnih posameznikov vključevalo v produktivno podjetništvo v zasebnem sektorju v tistih državah, ki zagotavljajo spoštovanje lastninskih pravic, pošten in uravnotežen pravni sistem, dosledno izvajanje sklenjenih pogodb in učinkovito omejitev države, da bi preko davčnega sistema in regulative premeščala ustvarjeno vrednost. Nasprotno je v državah z nepopolnimi in neustreznimi institucijami verjetneje, da se bodo ustvarjalni posamezniki bolj angažirali v poskusih transferja vrednosti z vključevanjem v tako imenovano politično podjetništvo špekulativne in destruktivne narave. Okvirni pogoji za podjetništvo ali podjetniški okviri tako vplivajo ne samo na strani ponudbe podjetniškega talenta, ampak tudi na strani povpraševanja po njem, s tem pa seveda tudi na rezultate podjetniške aktivnosti. Konceptualna povezava med okvirnimi pogoji za podjetništvo, dinamiko podjetniške aktivnosti ter gospodarsko rastjo je prikazana na *sliki 46*.

Slika 46: Povezave med okvirnimi pogoji za podjetništvo, dinamiko podjetniške aktivnosti ter gospodarsko rastjo (Bosma et. al., 2012)



Temeljni pogoji za podjetništvo, ki jih prikazujemo tudi v podrobnem modelu GEM za proučevanje podjetništva v poglavju 1.4 *Raziskovanje podjetništva z globalnim podjetniškim monitorjem*, so:

1. razpoložljivost različnih finančnih virov za nova in rastoča podjetja,
- 2.a zasnovanost in vodenje vladne politike – podpora,
- 2.b zasnovanost in vodenje vladne politike – regulativa,
3. izvajanje vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva,
- 4.a razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo – v osnovni in srednji šoli,
- 4.b razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo – po srednji šoli,
5. obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso,
6. kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja,
- 7.a odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – dinamičnost,
- 7.b odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – odprtost, bremena,
8. dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij,
9. kulturne in družbene norme, ki podpirajo ali zavirajo podjetniško aktivnost.

Podatke o okvirnih pogojih za podjetništvo pridobivamo s standardiziranim vprašalnikom, ki je namenjen nacionalnim izvedencem v vsaki izmed sodelujočih držav GEM, kot je opisano v poglavju 1.4.3. *Podatkovne podlage za GEM*. V procesu pridobivanja mnenj izvedencev o posameznih okvirnih pogojih za podjetništvo smo oceno podjetniških okvirov dobili tako, da smo proučili, v kolikšni meri se izvedenci strinjajo z vsako izmed 88 trditev, ki opisujejo 12 zgoraj opisanih okvirnih pogojev za podjetništvo. Ocenjevali so na lestvici od 1 do 5, pri čemer ocena 1 pomeni, da je trditev po njihovem mnenju popolnoma napačna, ocena 5 pa, da je trditev popolnoma resnična.

Odgovori nacionalnih izvedencev iz vseh sodelujočih držav so bili harmonizirani, opravljena je bila analiza zanesljivosti ter nato z metodo glavnih komponent pridobljena večdimenzionalna mera – skupna povprečna ocena posameznega okvirnega pogoja za podjetništvo v posamezni državi. Skupna povprečna vrednost ocenjenih trditev znotraj vsakega posameznega okvira je za sodelujoče države gospodarstev inovacijskega tipa prikazana v *tabeli 17*.

S tem daje standardizirani vprašalnik možnosti za številne in obsežne mednarodne primerjave okolja, ki vpliva na nastanek in razvoj podjetništva v državah, vključenih v raziskavo GEM. Pri tem je treba upoštevati, da odgovori nacionalnih izvedencev med državami med seboj seveda niso neposredno primerljivi. Ker so lahko nacionalni izvedenci v različnih gospodarstvih tudi bolj ali manj naklonjeni podjetništvu oziroma ga različno podpirajo, je neposredna primerjava posameznega ocenjenega okvira *med državami* omejena, kljub temu pa rezultati analize anketiranja nacionalnih izvedencev prispevajo k razumevanju pogojev za podjetništvo, zlasti *znotraj posamezne države*, predvsem pa so dragoceni za nosilce ekonomske politike kot indikator stanja razvitosti okvirnih pogojev za podjetništvo.

Tabela 17: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v inovacijskih gospodarstvih GEM, 2011

Inovacijska gospodarstva	Finančni viri	Vladne politike – podpora	Vladne politike – regulativa	Vladni programi	Izobraževanje za podjetništvo – osnovna in srednja šola	Izobraževanje za podjetništvo – po srednji šoli
Avstralija	2,34	2,21	2,26	2,62	2,30	2,87
Češka	2,09	1,83	2,06	2,18	1,70	2,59
Finska	2,62	3,16	2,89	2,74	2,34	2,77
Francija	2,47	3,07	2,88	3,20	1,55	2,98
Grčija	1,88	1,88	1,83	1,96	1,94	2,64
Irska	2,41	2,70	2,64	3,18	1,95	2,87
Koreja	2,25	2,93	2,67	2,72	2,08	2,38
Nemčija	2,95	2,94	2,85	3,63	1,92	2,68
Nizozemska	2,88	2,46	2,60	3,10	2,88	3,21
Norveška	2,81	2,31	2,82	2,92	2,53	2,63
Portugalska	2,87	2,51	2,11	2,93	1,88	2,94
Singapur	3,02	3,49	4,03	3,45	2,48	3,18
Slovenija	2,38	2,36	2,05	2,67	1,80	2,64
Španija	2,06	2,06	2,21	2,72	1,56	2,34
Švedska	2,66	2,63	2,61	2,84	2,30	2,84
Švica	3,50	3,35	3,49	3,42	2,60	3,50
Tajvan	3,21	2,59	3,20	3,14	2,47	3,10
Velika Britanija	2,29	2,62	3,01	2,31	2,21	2,60
Združeni arab.emir.	3,10	3,34	3,20	3,14	2,60	3,30

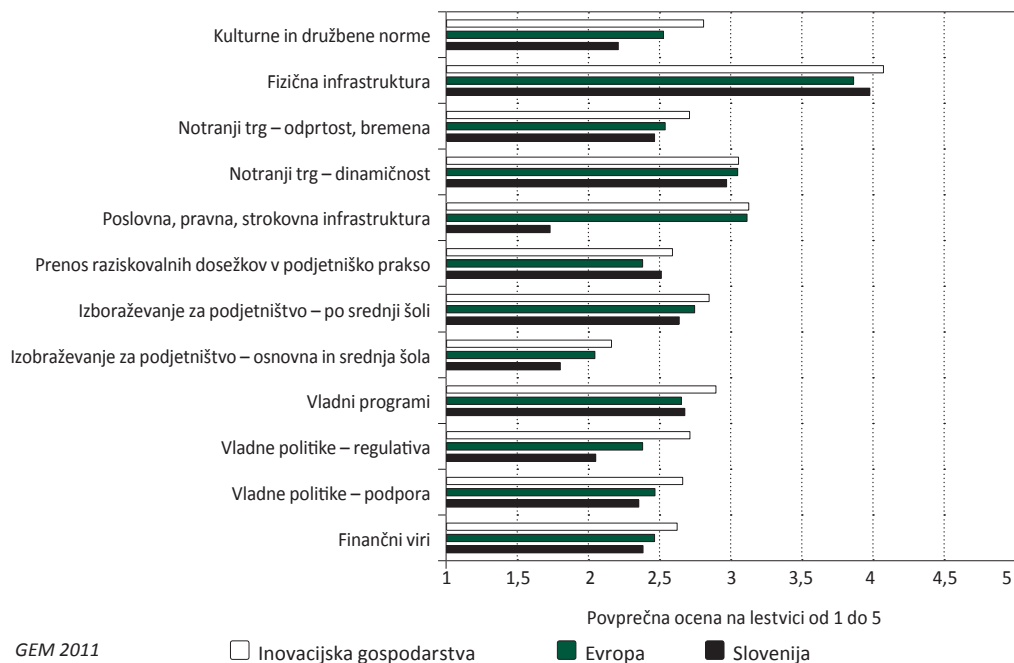
Tabela 17 – nadaljevanje: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v inovacijskih gospodarstvih GEM, 2011

Inovacijska gospodarstva	Prenos raziskovalnih dosežkov v podjetniško prakso	Poslovna, pravna, strokovna infrastruktura	Notranji trg – dinamičnost	Notranji trg – odprtost, bremena	Fizična infrastruktura	Kulturne in družbene norme
Avstralija	2,49	3,19	3,03	2,94	4,07	3,28
Češka	2,18	3,02	2,95	2,84	3,93	2,18
Finska	2,57	3,26	2,91	2,56	4,01	2,65
Francija	2,44	2,98	3,22	2,13	4,21	2,36
Grčija	2,13	2,86	3,12	2,18	3,46	2,44
Irska	2,83	3,28	3,06	2,91	3,51	3,21
Koreja	2,36	2,20	3,94	2,23	4,01	3,00
Nemčija	2,85	3,30	2,88	2,95	3,84	2,64
Nizozemska	2,85	3,57	2,59	3,28	4,56	3,00
Norveška	2,74	3,41	2,84	2,34	4,26	2,63
Portugalska	2,56	3,10	2,92	2,44	4,05	1,92
Singapur	2,90	3,23	2,83	3,13	4,70	3,21
Slovenija	2,51	2,94	2,97	2,46	3,98	2,21
Španija	2,13	2,58	2,69	2,16	3,46	2,21
Švedska	2,63	3,08	3,19	2,54	4,44	2,91
Švica	3,46	3,89	2,5	3,12	4,57	3,29
Tajvan	2,88	2,87	3,85	3,33	4,12	3,72
Velika Britanija	2,22	3,28	3,04	3,04	3,93	3,08
Združeni arab. emir.	2,56	3,45	3,60	2,85	4,14	3,41

Opravljen analiza statistično značilnih razlik med tremi skupinami držav (faktorska, učinkovitostna ter inovacijska gospodarstva) kaže (Bosma et al., 2012), da je razvitost gospodarstva ena izmed pomembnih determinant okvirnih pogojev za podjetništvo, saj se le pri štirih od dvanajstih okvirnih pogojev za podjetništvo dosežene povprečne ocene med seboj statistično značilno ne razlikujejo. V nadaljevanju zato prikazujemo razlike med Slovenijo ter državami z inovacijskim in učinkovitostnim tipom gospodarstva, na *sliki 47* pa povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo ter primerjalno povprečje za inovacijska gospodarstva ter evropske države GEM.

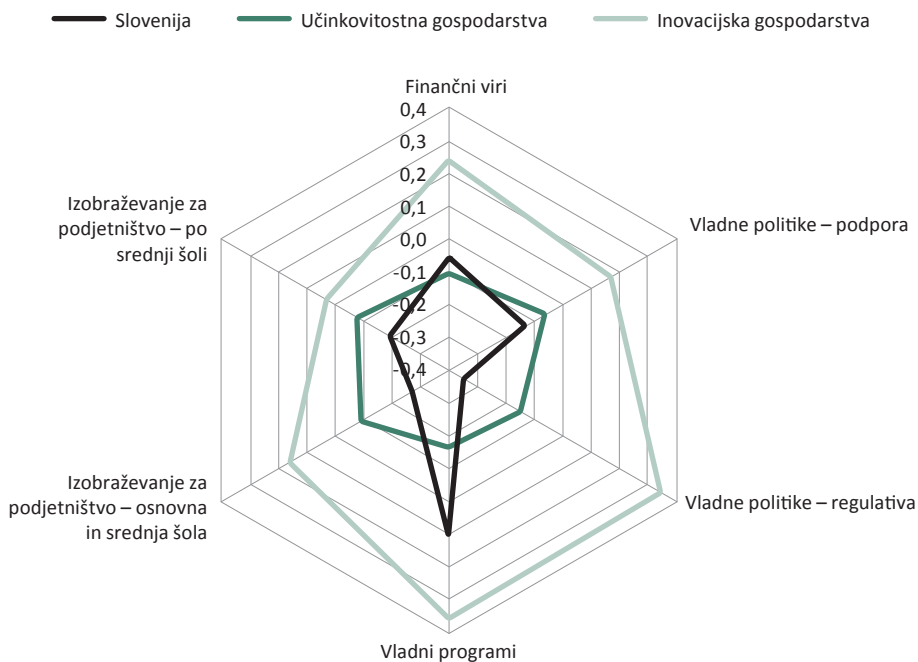
Pri primerjavi ocen v sodelujočih državah GEM lahko ugotovimo, da na splošno velja, da je zlasti podjetniško izobraževanje v osnovni in srednji šoli okvirni pogoj, pri katerem tako Slovenija kot tudi v povprečju inovacijska in evropska gospodarstva dosegajo najnižje ocene. Ta okvirni pogoj za podjetništvo v inovacijskih gospodarstvih dosega v povprečju oceno 2,16 (na lestvici od 1 do 5), v Sloveniji še manj kot 2 (1,80). Nižje ocene od Slovenije dosegajo še Španija, Francija in Češka. Področje izobraževanja in usposabljanje izvedenci v Sloveniji že vsa leta ocenjujejo zelo nizko. To velja predvsem za izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah, v katerih podjetniške vsebine v učnih programih še nimajo ustreznega poudarka. Na drugi strani je okvirni pogoj, ki opisuje dostop do fizične infrastrukture in je v večini razvitejših gospodarstev ocenjen zelo visoko – v povprečju je vrednost tega okvira v inovacijskih gospodarstvih 4,07, najnižji vrednosti pa beležita Španija in Grčija (obe 3,46). Dostop do fizične infrastrukture je tudi v Sloveniji ocenjen najvišje od vseh okvirnih pogojev, a kljub temu s povprečno oceno pod 4, in sicer s 3,98.

Slika 47: Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo – Slovenija, inovacijske ter evropske države GEM, 2011



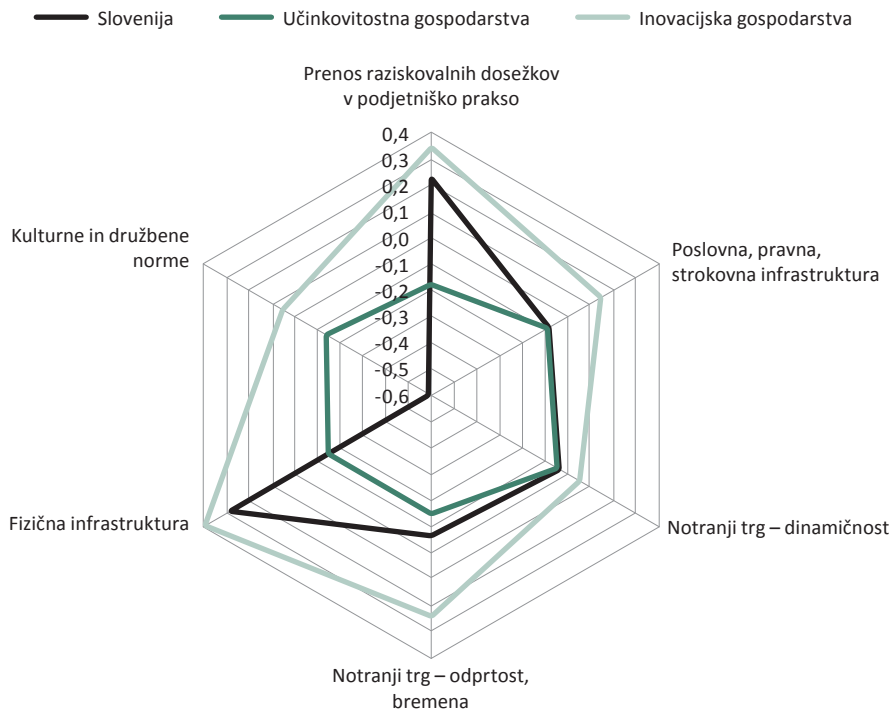
Na slikah 48a in 48b je razlika med Slovenijo ter povprečnimi ocenami inovacijskih ter učinkovitostnih gospodarstev GEM zelo nazorno vidna. Na obeh slikah so prikazane standardizirane vrednosti (standardizirana spremenljivka ima srednjo vrednost 0 in varianco 1) za Slovenijo ter na osnovi standardiziranih vrednosti prikazana povprečja za skupino učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstev.

Slika 48a: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna ter inovacijska gospodarstva, 2011



Za učinkovitostna in inovacijska gospodarstva je v povprečju mogoče ugotoviti dokaj enakomerno povprečno oceno okvirnih pogojev za podjetništvo, za Slovenijo pa lahko ugotovimo nižjo povprečno vrednost od povprečja skupine inovacijskih gospodarstev pri vseh šestih okvirnih pogojih, prikazanih na *sliki 48a*: vladne politike – podpora, vladne politike – regulativa (pri tem okviru je ocena nacionalnih izvedencev za Slovenijo še posebej nizka, nižja tudi od povprečne ocene v učinkovitostnih gospodarstvih), vladni programi, izobraževanje na do srednješolski stopnji ter izobraževanje po srednji šoli. Pravzaprav Slovenija, ki sicer glede na BDP na prebivalca sodi v skupino inovacijskih gospodarstev, presega povprečje skupine učinkovitostnih gospodarstev le pri dveh okvirnih pogojih za podjetništvo, in sicer pri razpoložljivosti različnih finančnih virov za nova in rastoča podjetja ter pri oceni vladnih programov. Kot je že bilo ugotovljeno, pa je pri vseh šestih okvirnih pogojih za podjetništvo povprečna ocena v Sloveniji nižja od povprečja skupine inovacijskih gospodarstev.

Slika 48b: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna ter inovacijska gospodarstva, 2011



Pri šestih okvirnih pogojih za podjetništvo, prikazanih na *sliki 48b*, lahko prav tako ugotovimo dokaj enakomerno povprečno oceno, in to tako v skupini inovacijskih kot tudi učinkovitostnih gospodarstev. Slovenija se pod povprečje skupine inovacijskih gospodarstev, a hkrati nad povprečje skupine učinkovitostnih gospodarstev uvršča pri treh: to velja za prenos raziskovalnih dosežkov v podjetniško prakso, odprtost na notranjem trgu in dostopnost do fizične infrastrukture. Glede dinamičnosti na notranjem trgu ter glede kakovosti in dostopnosti poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja, pa Slovenija dosega povprečni rezultat skupine učinkovitostnih gospodarstev.

Zelo nizko se Slovenija uvršča glede kulturnih in družbenih norm v družbi, ki vplivajo na podjetniško aktivnost. V skupini inovacijskih gospodarstev se Slovenija uvršča na predzadnje mesto skupaj s Španijo in Češko (vrednost 2,2 na lestvici od 1 do 5), ki je krepko nižja od povprečja inovacijskih (2,8) in učinkovitostnih gospodarstev (2,6). Kulturne in družbene norme so hkrati tudi dejavnik oziroma okvirni pogoj za podjetništvo, pri katerem lahko pričakujemo spremembe dolgoročno, saj so povezane tudi s tradicijo, navadami in prepričanji ljudi, ki se načeloma ne spreminjajo hitro.

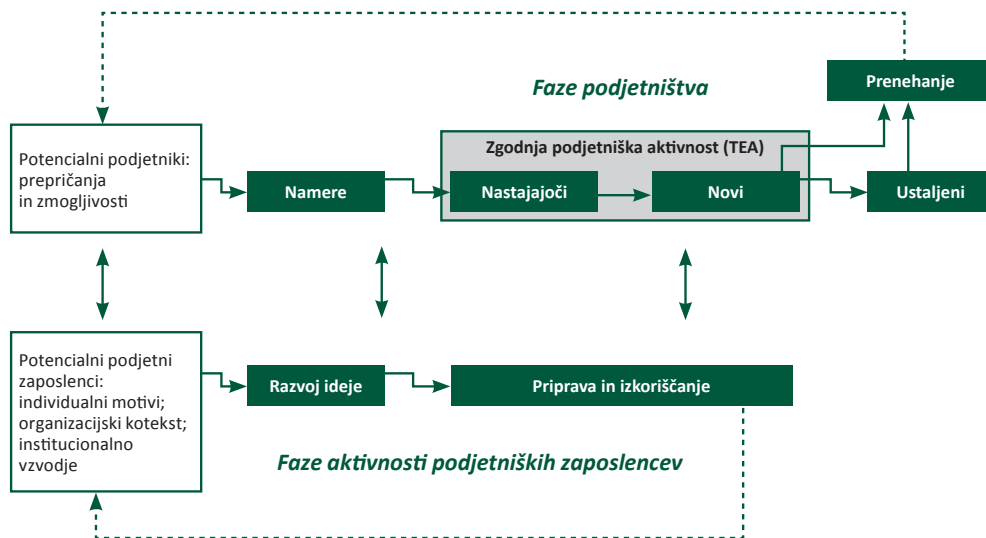
Podjetniška aktivnost zaposlenih

7.1 OPREDELITVE IN MODEL

Podjetništvo ni samo zaznava poslovne priložnosti, ustanovitev podjetja in njegovo poslovanje, ampak tudi nenehno prenavljanje obstoječega podjetja, iskanje novih priložnosti in njihovo izkoriščanje. Schumpetrova »kreativna destrukcija« se zato ne odvija samo na trgu, ko podjetniki ustvarjajo nova podjetja, nenehno se dogaja tudi v obstoječih podjetjih, v katerih ustvarjalni posamezniki razmišljajo o novih priložnostih in za svojega delodajalca razvijajo nove ali drugačne izdelke in storitve. Ob »neodvisnih podjetnikih« imamo tako tudi »podjetništvo v obstoječih podjetjih«, saj to, kar definira podjetništvo, ni organizacijska forma, v kateri se podjetništvo odvija, ampak dejavnost prepoznavanja poslovnih priložnosti in njihovo izkoriščanje. V anglosaški literaturi se je za notranjo podjetniško aktivnost izoblikovalo več pojmov, na primer *internal entrepreneurship*, *corporate entrepreneurship*, *intrapreneurship*, *corporate venturing*, *strategic renewal*, v slovenščini se največkrat uporabljata pojma *notranje podjetništvo* in *korporacijsko podjetništvo*, po vsebini pa sta mu zelo blizu tudi *prestrukturiranje podjetja* in *prenova podjetja*. Bosma in sodelavci (2012) razmišljajo, da se pojmi *korporacijsko podjetništvo*, *korporacijski podjemi* in *strateška prenova* nanašajo predvsem na raven podjetja ter na procese in strategije, s katerimi se spodbujajo iniciative in naporu zaposlenih, da bi inovirali in razvijali nove proizvode, da pa se *notranje podjetništvo* nanaša na proaktivne pobude zaposlenih. Ne glede na to, ali se s takšnim filigranskim cepljenjem definicij strinjamo, lahko sklenemo, da imamo v vsakem podjetju posameznike, ki so inovativni in podjetni, a tudi takšne, ki inovativnosti in podjetnosti ne izkazujejo. Ker se v naših raziskavah ukvarjamo predvsem s podjetnostjo in inovativnostjo posameznikov, se zato zastavlja vprašanje, kdo in kakšni so ti notranji podjetniki, ki razvijajo nove podjeme za svojega delodajalca, kar poskušamo pojasniti v tem poglavju.

Podjetniška aktivnost zaposlenih je v tem prispevku opredeljena kot aktivnost, pri kateri »zaposleni za svojega glavnega delodajalca razvijajo nove dejavnosti, kot so razvoj in uvedba novega izdelka oziroma storitve ali vzpostavitev nove poslovne enote, novega podjetja ali podružnice.« Takšna definicija zajema torej več kot zgolj ustanovitev novega podjetja, izključuje pa tiste aktivnosti zaposlenih, ki so usmerjene v optimiranje notranjih poslovnih procesov (Bosma et al., 2012).

Slika 49: Faze podjetniškega procesa notranjih podjetnikov



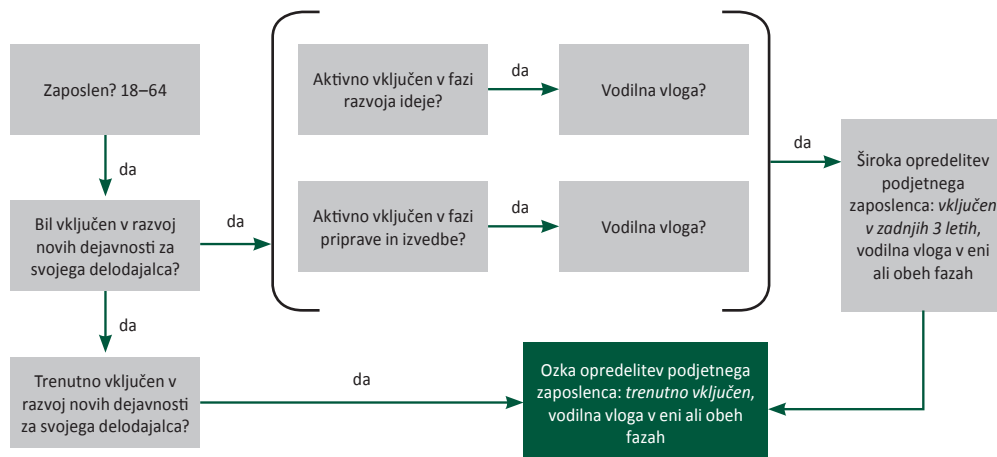
Kot je razvidno s *slike 49*, zajema podjetniška aktivnost zaposlenih – tako kot jo spremlja raziskava GEM – dve fazi:

- razvoj ideje za novo dejavnost, kamor spadajo aktivnosti, kot so aktivno iskanje informacij, viharjenje možganov (*brainstorming*), posredovanje podjetniške ideje managementu in podobno, ter
- planiranje in izvedba te nove dejavnosti, kamor spadajo aktivnosti, kot so promoviranje inovativne podjetniške ideje, priprava poslovnega načrta, trženje nove dejavnosti, iskanje finančnih virov, oblikovanje tima sodelavcev in podobno.

V kolikšni meri bo podjetnik (lastnik podjetja) svoje zaposlene spodbujal, da se bodo podjetno vedli, ali pa se bodo posamezniki samoiniciativno in proaktivno angažirali, je odvisno od njihovih individualnih motivov, organizacijskega konteksta in institucionalnega vzvodja, ki spodbuja ali podpira tovrstno ravnanje.

V naši raziskavi razprostranjenost podjetniške aktivnosti zaposlenih spremljamo glede na njeno široko ali ozko definiranje. Široka definicija zajame tiste, ki so bili aktivno vključeni v podjetniške aktivnosti in/ali so v tem imeli vodilno vlogo (bodisi v fazi razvoja ali fazi planiranja in izvedbe), *ozka definicija* pa tiste, ki to počno še sedaj (Bosma et al., 2012). Potek določanja podjetniške aktivnosti zaposlenih v GEM je prikazan na *sliki 50*.

Slika 50: Široka in ozka opredelitev podjetniške aktivnosti zaposlenih



Udeležbo zaposlenih v podjetniških aktivnostih ugotavljamo s pomočjo vprašalnika z naslednjimi vprašanji:

- Ali ste v zadnjih treh letih sodelovali pri razvoju novih aktivnosti za vašega glavnega delodajalca, kot je na primer razvoj ali lansiranje novih izdelkov ali storitev ali odpiranje nove poslovne enote, ustanove ali podružnice?
 - Ali trenutno sodelujete pri razvoju kakšne takšne nove aktivnosti?

Omenil/-a bom dve fazi, ki jih lahko določimo pri razvoju novih aktivnosti. Ali lahko poveste za vsako fazo, ali ste v njej v zadnjih treh letih kaj prispevali?

- Prvo fazo predstavlja razvoj idejne zasnove nove aktivnosti. To vključuje na primer aktivno zbiranje informacij, *brainstorming* o novih aktivnostih in posredovanje lastnih idej vodstvu podjetja. Ali ste v tej fazi v zadnjih treh letih aktivno sodelovali?
 - Mi lahko poveste, ali ste v tej fazi imeli vodilno vlogo ali ste samo sodelovali?
- Druga faza zajema priprave in implementacijo nove aktivnosti. Sem spada na primer promocija vaše ideje, priprava poslovnega načrta, trženje nove aktivnosti ali iskanje finančnih sredstev ter sestava ekipe delavcev. Ali ste v tej fazi v zadnjih treh letih aktivno sodelovali?
 - Mi lahko poveste, ali ste v tej fazi imeli vodilno vlogo ali ste samo sodelovali?

Druga vprašanja za spoznavanje podjetniške aktivnosti zaposlenih so se nanašala na velikost delodajalčevega podjetja, na to, ali dela zaposlenec v zasebnem podjetju ali kje drugje, kakšna so njihova pričakovanja glede rasti novega podjetja, ali delodajalec nudi podporo pri notranjem podjetništvu, nekatere demografske značilnosti notranjih podjetnikov. Nekatera izmed spoznanj iz tega proučevanja podajamo v nadaljevanju.

7.2 PODJETNIŠKA AKTIVNOST ZAPOSLENIH V SLOVENIJI IN SVETU

Podatke o podjetniški aktivnosti zaposlenih imamo za 52 držav. Iz *tabele 18* je razvidno, da je v povprečju zelo nizek odstotek prebivalstva vključen v podjetniško aktivnost (široka definicija) za svojega delodajalca, v vseh državah v povprečju (netehtano povprečje) 3,5 %. Precejšnja razlika pa je med tipi gospodarstev. V faktorskih gospodarstvih jih je le 0,4 %, v učinkovitostnih 2,3 %, v inovacijskih pa 5,8 %. Z razvojem gospodarstva se torej večja tudi delež prebivalstva, ki poslovne priložnosti išče in izkorišča znotraj podjetij, in to pomembno, saj je v inovacijskih gospodarstvih v notranje podjetništvo vključen desetkrat večji delež odrasle populacije kot v faktorskih gospodarstvih. Najvišji delež podjetniško aktivnih zaposlenih imata Švedska (16,2 %) in Danska (15,1 %), najmanj pa Bangladeš (0 %), Iran in Pakistan (0,2 %). Slovenija se s 5,1 % odraslega prebivalstva, ki je v zadnjih treh letih za svojega delodajalca izvajalo podjetniške aktivnosti, uvršča zelo visoko, in sicer na 11. mesto.

Tabela 18: Podjetniška aktivnost zaposlenih (EEA)

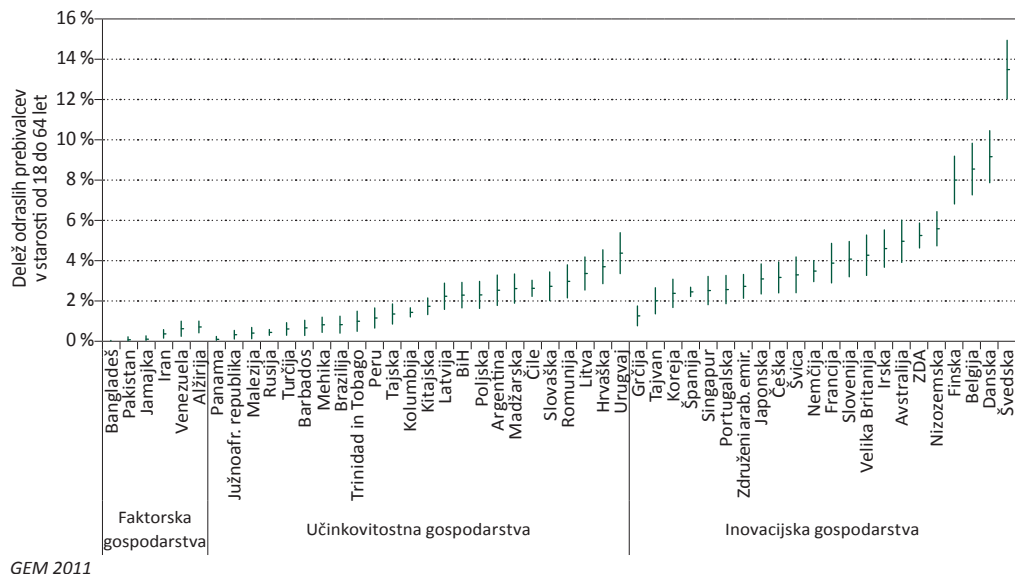
Država	Široka definicija: vključenost v podjetniško aktivnost zaposlenih v preteklih treh letih v % od:		Ozka definicija: vključenost v podjetniško aktivnost zaposlenih v času raziskave v % od:	
	odrasle populacije	zaposlenih	odrasle populacije	zaposlenih
Faktorska gospodarstva				
Alžirija	0,8	3,9	0,7	3,3
Bangladeš	0	0	0	0
Iran	0,4	2,4	0,4	2,4
Jamajka	0,2	0,7	0,1	0,5
Pakistan	0,2	1,1	0,1	0,4
Venezuela	0,6	2,3	0,6	2,3
<i>Netehtano povprečje</i>	0,4	1,7	0,3	1,5
Učinkovitostna gospodarstva				
Argentina	3,2	7,3	2,5	5,8
Barbados	0,7	1,5	0,7	1,4
BiH	3,1	9,8	2,3	7,2
Brazilijska	1,0	3,1	0,8	2,6
Čile	3,5	12,9	2,6	9,9
Kitajska	2,1	4,8	1,7	4,0
Kolumbija	1,7	4,9	1,5	4,3
Hrvaška	4,4	9,0	3,7	7,5
Madžarska	3,9	7,8	2,6	5,2
Latvija	3,0	5,0	2,2	3,6
Litva	4,9	8,1	3,4	5,6
Malezija	0,4	0,9	0,4	0,9
Mehika	0,9	2,3	0,8	2,0
Panama	0,2	0,3	0,1	0,2
Peru	1,4	7,3	1,2	6,1
Poljska	2,8	5,7	2,3	4,7
Romunija	3,9	7,6	3,0	5,8
Rusija	0,6	1,0	0,4	0,7
Slovaška	3,4	6,5	2,7	5,2

Država	Široka definicija: vključenost v podjetniško aktivnost zaposlenih v preteklih treh letih v % od:		Ozka definicija: vključenost v podjetniško aktivnost zaposlenih v času raziskave v % od:	
	odrasle populacije	zaposlenih	odrasle populacije	zaposlenih
Južnoafriška republika	0,4	2,0	0,3	1,6
Tajska	1,4	4,9	1,4	4,9
Trinidad in Tobago	1,2	2,6	1,0	2,3
Turčija	0,7	2,1	0,6	1,8
Urugvaj	5,2	9,8	4,4	8,3
<i>Netehtano povprečje</i>	2,3	5,3	1,8	4,2
Inovacijska gospodarstva				
Avstralija	6,2	9,0	5,0	7,3
Belgija	9,4	13,5	8,6	12,3
Češka	3,8	6,3	3,2	5,2
Danska	15,1	20,7	9,2	12,6
Finska	9,4	13,4	8,0	11,4
Francija	4,7	7,5	3,9	6,1
Nemčija	4,8	7,6	3,5	5,5
Grčija	1,6	4,9	1,3	3,8
Irska	5,9	10,4	4,6	8,1
Japonska	3,4	5,7	3,1	5,2
Koreja	2,6	6,7	2,4	6,1
Nizozemska	7,8	11,1	5,6	7,9
Portugalska	4,0	6,0	2,6	3,9
Singapur	3,3	6,2	2,6	4,8
Slovenija	5,1	9,3	4,1	7,4
Španija	2,7	6,1	2,5	5,5
Švedska	16,2	22,2	13,5	18,4
Švica	4,6	7,2	3,3	5,1
Tajvan	2,0	3,9	2,0	3,9
Združeni arabski emirati	3,6	4,9	2,7	3,7
Velika Britanija	5,3	8,1	4,3	6,6
ZDA	6,6	10,5	5,3	8,4
<i>netehtano povprečje</i>	5,8	9,1	4,6	7,2
<i>skupno netehtano povprečje</i>	3,5	6,5	2,8	5,2

Če pogledamo, koliko posameznikov je bilo v času izvajanja raziskave vključenih v podjetniške aktivnosti (ozka definicija), je seveda ta odstotek primerno manjši. Kot pri široki definiciji tudi tukaj opažamo, da z razvitostjo gospodarstev narašča vključenost zaposlenih v podjetniške aktivnosti: v faktorskih gospodarstvih je vključenega 0,3 % prebivalstva, v učinkovitostnih 1,8 %, v inovacijskih pa 4,6 %. Slovenija je s 4,1 % relativno visoko razvrščena, saj je prav tako na 11. mestu. Najvišje sta uvrščeni Švedska s 13,5 % in Danska z 9,2 %.

Nekoliko, a ne bistveno, se razmerja spremenijo, če podjetniško aktivnost spremljamo samo pri zaposlenih posameznikih. Tudi tukaj velja, da je tega več v bolj razvitih gospodarstvih, a se je razlika med faktorskimi in inovacijskimi gospodarstvi razpolovila in je le še petkratna, med učinkovitostnimi in inovacijskimi pa dvakratna. To je lepo razvidno s *slike 51*, na kateri so stopnje EEA prikazane po državah, grupiranih glede na njihovo stopnjo razvoja.

Slika 51: Podjetniška aktivnost zaposlenih (EEA)

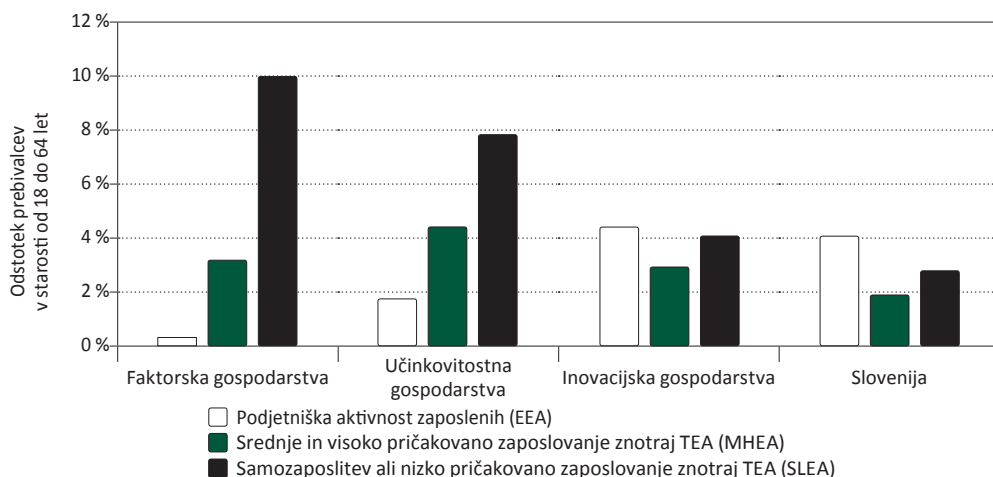


GEM 2011

V faktorskih gospodarstvih je delež podjetniške aktivnosti zaposlenih med prebivalstvom ekstremno nizek, medtem ko je zgodnja podjetniška aktivnost izrazito visoka. V učinkovitostnih gospodarstvih je ta razlika manjša, a je podjetniška aktivnost zaposlenih še vedno nekajkrat manjša kot zgodnja podjetniška aktivnost. V inovacijskih gospodarstvih je zgodnja notranjepodjetniška aktivnost zaposlenih (EEA) popolnoma primerljiva s podjetniško aktivnostjo prebivalstva (TEA), v nekaterih državah pa je EEA celo višja. Takšne države so Belgija, Danska in tudi Slovenija, kjer je leta 2011 zgodnjepodjetniška aktivnost prebivalstva (TEA) močno upadla.

Ne glede na te izjeme pa je možno skleniti, da je pojavnost notranje podjetniške aktivnosti obratna podjetniški aktivnosti zaposlenih. To je lepo razvidno s *slike 52*, s katere tudi izhaja, da ta obratnost velja pri vseh tipih gospodarstev predvsem za nizko ambiciozno podjetništvo (SLEA). Slovenija pri nobeni izmed kategorij ne dosega povprečja inovacijskih gospodarstev. Podatki so za EEA za leto 2011, medtem ko je MHEA in SLEA povprečje treh let (2009–2011).

Slika 52: Podjetniška aktivnost zaposlenih (EEA) v povprečju v posameznih tipih gospodarstva in v Sloveniji



GEM Slovenija 2011

Opomba: Podatki za EEA so za leto 2011, medtem ko sta MHEA in SLEA izračunana kot povprečje treh let (2009–2011).

Za podjetne zaposlene, ki so trenutno vpeti v podjetniško aktivnost, nas je zanimalo, v kako velikem podjetju so zaposleni. Pričakovali smo namreč, da notranjepodjetniška aktivnost ni enakomerno distribuirana po vseh velikostnih razredih podjetij. Iz *tabele 19* je razvidno, da se pojavlja v vseh tipih podjetij, najbolj prisotna pa je v podjetjih, ki zaposlujejo od 10 do 250 ljudi. Tako je tudi v Sloveniji, kjer je ta delež največji; kar polovica vse podjetniške aktivnosti zaposlenih je v malih in srednje velikih podjetjih. V inovacijskih gospodarstvih je ta delež 44 %, v učinkovitostnih pa 41 %. Notranjega podjetništva je v inovacijskih gospodarstvih precej tudi v velikih podjetjih z nad 250 zaposlenimi (34 %); v Sloveniji je ta delež 27 %.

Tabela 19: Vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost glede na velikost podjetja

Razporeditev podjetniške aktivnosti zaposlenih po velikostnih razredih podjetij (v %)				
Velikost podjetja	Učinkovitostna gospodarstva	Inovacijska gospodarstva	Vsa gospodarstva	Slovenija
< 10 zaposlenih	28	15	22	18
10–249 zaposlenih	41	44	43	50
> 250 zaposlenih	21	34	27	27
ni podatka	10	7	8	5

GEM Slovenija 2011

Žal nimamo podatkov iz preteklih let, da bi lahko primerjali, ali se je notranjepodjetniška aktivnost Slovenije sčasoma spreminjala in ali je kakorkoli povezana z gospodarsko krizo. Možno je namreč postaviti tezo, da v recesiji in gospodarski krizi, ko se poslovne priložnosti zmanjšajo in ko se večja nezaposlenost, posamezniki svojo podjetnost in ustvarjalnost sproščajo

v organizaciji, v kateri so zaposleni. V kriznih časih je namreč treba bolj intenzivno kot v časih konjunktуре iskati nove rešitve, proizvode in trge, da bi ob zmanjšanem povpraševanju na trgu podjetje lahko preživelo in se ohranilo. V Sloveniji takšni tezi pritrjuje dejstvo, da so leta 2011 ljudje bistveno manj zaznavali poslovne priložnosti in da je bilo pomembno manj tudi nastajajočih in novih podjetnikov. Predvidevamo lahko, da se v obdobjih, ko je okolje zelo negotovo, ljudje manj lotevajo tveganih aktivnosti, kar ustanovitev podjetja vselej tudi je.

7.3 NEKATERE ZNAČILNOSTI SLOVENSkih NOTRANJih PODJETNIKOV

Na podoben način kot pri podjetniški aktivnosti odraslega prebivalstva (nastajajoči, novi in ustaljeni podjetniki) nas je tudi pri podjetniški aktivnosti zaposlenih (EEA) zanimalo, ali lahko identificiramo katere skupne značilnosti. Demografsko gledano, je v inovacijskih gospodarstvih njihova temeljna značilnost, da jih je največ v starostni skupini med 35. in 44. letom, da imajo visoko izobrazbo in da so to dvakrat bolj pogosto moški.

Kakšna so njihova stališča o podjetništvu, smo ugotavljali s pomočjo uvodnih vprašanj v vprašalniku GEM:

- Ali osebno poznate koga, ki je v zadnjih dveh letih ustanovil podjetje?
- Ali se bodo v naslednjih šestih mesecih na območju, kjer živite, pojavile dobre priložnosti za nove posle?
- Ali imate za zagon novega posla ali ustanovitev podjetja potrebno znanje, veščine in izkušnje?
- Ali bi vas strah pred neuspehom odvrnil od tega, da bi začeli nov posel oziroma ustanovili podjetje?

Tabela 20: Zaznavanje in dojetanje podjetništva pri podjetnih zaposlenih, drugih zaposlenih in samozaposlenih podjetnikih

	Učinkovitostna gospodarstva			Inovacijska gospodarstva			Slovenija		
	%			%			%		
	podjetni zaposleni	drugi zaposleni	podjetniki	podjetni zaposleni	drugi zaposleni	podjetniki	podjetni zaposleni	drugi zaposleni	podjetniki
Poznavanje podjetnika	62	37	48	50	29	45	72	41	62
Zaznavanje poslovnih priložnosti	54	43	58	52	30	33	28	18	29
Znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo	80	50	74	66	40	79	72	54	90
Strah pred neuspehom	32	39	29	35	47	34	30	42	26

GEM Slovenija 2011

V tabeli 20 so za učinkovitostna in inovacijska gospodarstva ter za Slovenijo prikazani nekateri elementi, ki so pomembni za podjetniško udejstvovanje. Faktorska gospodarstva smo izključili, ker je v njih število podjetnih zaposlenecv za analizo prenizko. Rezultati kažejo, da imajo podjetni zaposleni višjo raven zaznavanja in dojemanja podjetništva in Slovenija v tem oziru ni izjema. Primerjava Slovenije s skupino držav, ki spadajo med inovacijska gospodarstva, pokaže, da v Sloveniji posamezniki v vseh kategorijah v višjem deležu kot drugod poznajo nekoga, ki je v zadnjih dveh letih ustanovil podjetje. Zaznavamo precejšnjo razliko med podjetnimi (72 %) in preostalimi zaposlenimi (41 %). Bolj izrazito kot drugod tudi predpostavljajo, da imajo potrebno znanje, veščine in izkušnje za podjetništvo. Še zlasti samozavestni so podjetniki, ki tako menijo v 90 % (v inovacijskih gospodarstvih 79 %). Takšna samozavest je seveda pozitivna, je pa lahko tudi nevarna, če postane ovira za nadaljnjo osebno rast in razvoj. Večjo prepričanost v lastne podjetniške sposobnosti izražajo v Sloveniji tudi zaposleni. Polovica podjetnih posameznikov v inovacijskih gospodarstvih je bilo mnenja, da se bodo v naslednjega pol leta pojavile uporabne poslovne priložnosti; v Sloveniji je bilo teh le za dobro četrtino. To je lahko odraz gospodarske krize, lahko pa tudi posledica nezainteresiranosti zaposlenih za iskanje priložnosti. Tudi notranje podjetništvo je namreč povezano s tveganji ne samo za delodajalca, ampak – kot kaže tabela 21 – tudi za zaposlene, ki se za svojega delodajalca lotevajo podjetniških aktivnosti.

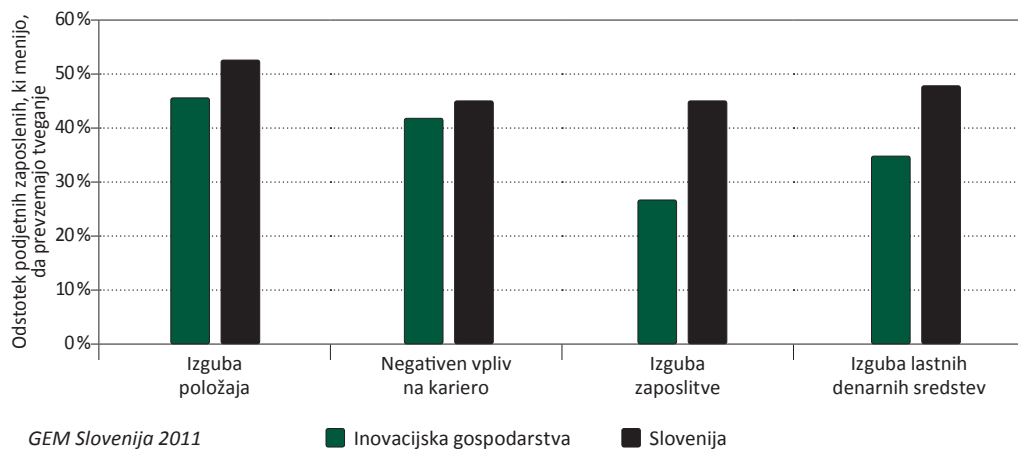
Tabela 21: Prezemanje tveganja pri podjetnih zaposlencih

	Učinkovitostna gospodarstva	Inovacijska gospodarstva	Vsa gospodarstva	Slovenija
Prezemanje tveganja pri vključevanju v podjetniško aktivnost zaposlenih (% DA)	50	32	42	54
Vrsta tveganja (% podjetnih zaposlenih, ki menijo, da prevzemajo tveganje pri vključevanju v podjetniško aktivnost zaposlenih)				
izguba položaja	36	46	40	53
negativen vpliv na kariero	44	42	43	45
izguba zaposlitve	36	27	33	45
izguba lastnih denarnih sredstev	46	35	42	48

GEM Slovenija 2011

V Sloveniji več kot polovica anketiranih zaposlenih, ki se znotraj podjetja ukvarjajo z novim podjetjem, meni, da s tem svojim delovanjem prevzemajo nase določeno tveganje. V inovacijskih gospodarstvih je takšnih tretjina. V tem oziru smo zelo blizu učinkovitostnim gospodarstvom, kar je tudi pričakovano, saj je Slovenija v precejšnjem delu svoje gospodarske strukture bliže tem kot inovacijskim. Zastarela industrijska struktura s togimi pravili organizacijskega reda se težko sooča z radoživostjo podjetniških pobud, med drugim tudi zato, ker ni kritične mase posameznikov, ki bi bili dojemljivi za spremembe. Zanimivo je videti, kakšne vrste tveganja sprejemajo nase podjetni zaposleni. Na sliki 53 smo primerjali Slovenijo s skupino inovacijskih gospodarstev.

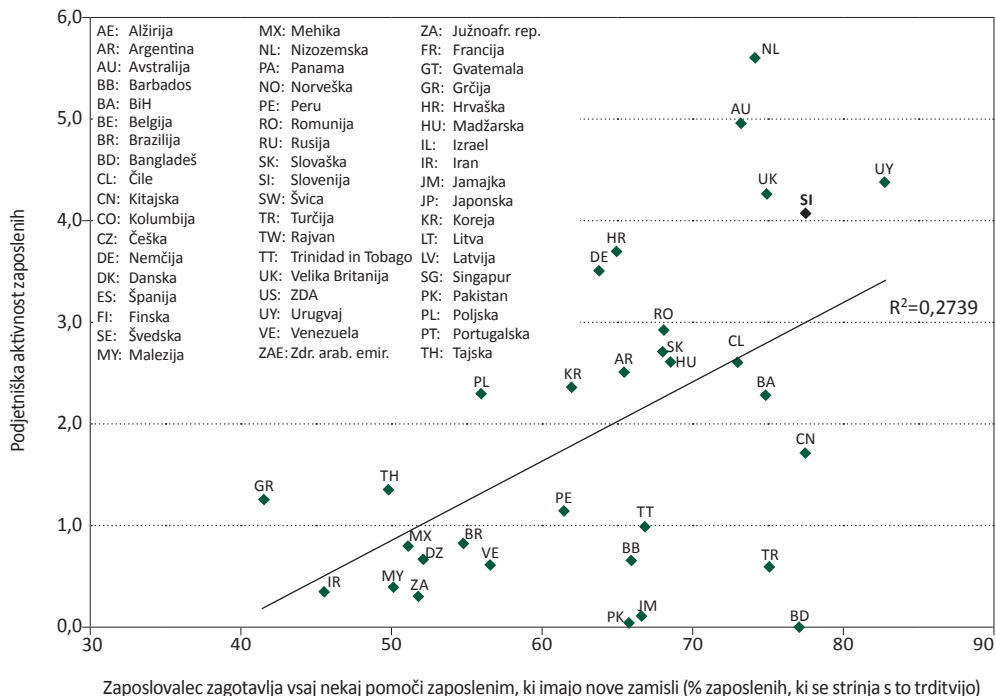
Slika 53: Tveganja podjetnih zaposlencev



V vseh štirih kategorijah tveganj, ki smo jih navedli, se Slovenija odreže slabše kot v povprečju skupina držav, ki spadajo v inovacijska gospodarstva. Od deleža notranjih podjetnikov, ki menijo, da s podjetniško aktivnostjo prevzemajo tveganje, jih v Sloveniji 53 % ocenjuje, da s tem tvegajo izgubo položaja, 45 % pa, da bi lahko to negativno vplivalo na njihovo kariero. Povprečje držav inovacijskega gospodarstva je 46 % oziroma 42 %. Večja razlika se pojavlja pri tveganju izgube zaposlitve, kjer je delež tistih, ki so menili, da bi s podjetniškimi aktivnostmi lahko izgubili zaposlitev, 27 %, v Sloveniji pa je bilo takšnih 45 %. Podatki o tveganjih v *tabeli 21* nam tudi povedo, da je kar nekaj posameznikov v notranjepodjetniške podjeme investiralo tudi svoj denar. Ob predpostavki, da gre izključno za investicijsko tveganje in ne tudi za penalizacijo neuspeha, sklepamo, da je v inovacijskih gospodarstvih okrog 10 %, v Sloveniji pa okrog 25 % vseh podjetnih zaposlenih menilo, da z vključevanjem v notranjepodjetniško aktivnost prevzemajo tveganje.

Zanimalo nas je tudi, v kolikšni meri delodajalec podpira zaposlene, če imajo ti zamisli za nove izdelke ali storitve, in ali je podpora delodajalca povezana s stopnjo podjetniške aktivnosti zaposlenih. *Slika 54* kaže, da takšna povezava obstaja in je pozitivna ($R^2 = 0,2739$).

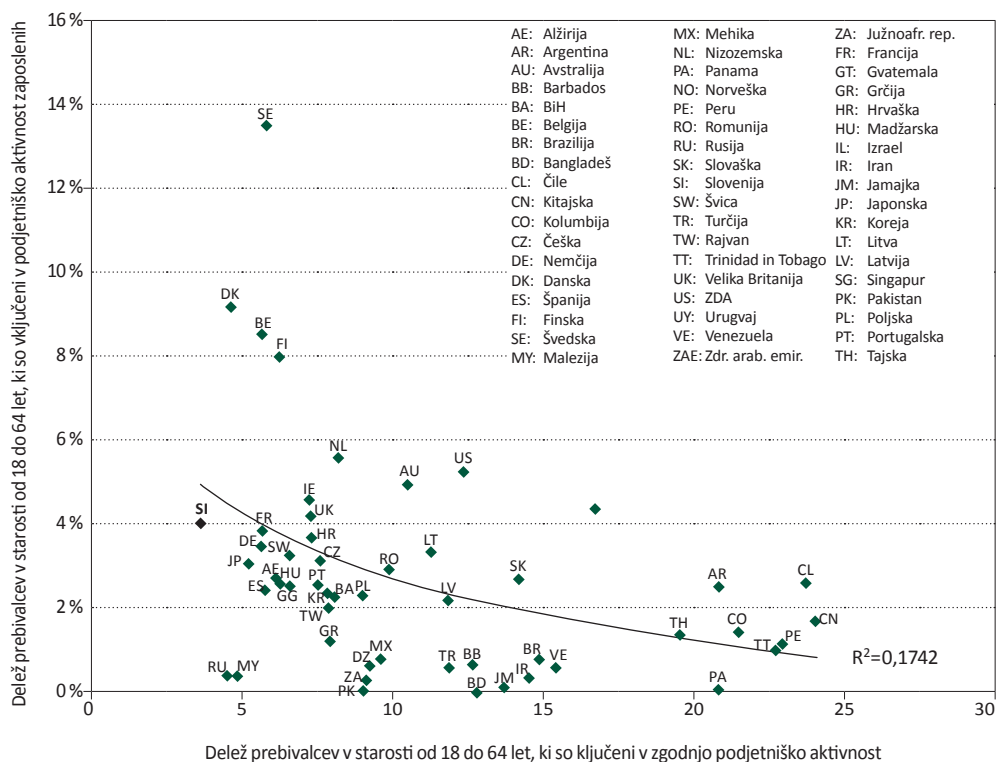
Slika 54: Podpora delodajalca in podjetniška aktivnost zaposlenih



GEM Slovenija 2011

Bosma in sodelavci (2012) ugotavljajo, da podjetništvo znotraj podjetij (EEA) do določene mere nadomešča neodvisno podjetniško aktivnost, ki se kaže z ustanavljanjem lastnega podjetja (TEA). Povezanost med njima prikazujemo na *sliki 55*.

Slika 55: Delež odraslih prebivalcev, vključenih v zgodnjo podjetniško aktivnost zase (TEA) in za delodajalca (EEA)



GEM 2011

Kot vemo, ima stopnja razvitosti nacionalnega gospodarstva močan vpliv na tip podjetništva, ki v njem prevladuje. V manj razvitih gospodarstvih je več podjetništva iz nujnosti, v bolj razvitih več podjetništva iz priložnosti. Vemo tudi, da visoka stopnja zaščite delovnega mesta in visoka stopnja socialne varnosti zaposlenih vpliva na to, da so oportunistni stroški odločitve za lastno podjetje višji in da se bo manj posameznikov podalo na podjetniško pot (Bosma in Levie, 2010; Rebernik et al., 2010). Zato je možno, da bodo raje, kot da se podajo na tvegano samostojno podjetniško pot, svojo podjetniško nagnjenost uresničevali prek notranjega podjetništva in s tem prispevali k večji stopnji EEA. Prav tako lahko tudi pričakujemo, da bo večja avtonomija pri delu v pozitivni povezavi s stopnjo podjetniške aktivnosti zaposlenih (Bosma et al., 2012). Kot navajajo isti avtorji, je tudi stališče »Ustanovitev lastnega podjetja je primerna izbira kariere«, ki ga ugotavljamo v raziskavi GEM za odraslo prebivalstvo, negativno korelirana s podjetniško aktivnostjo zaposlenih.

7.4 TIPOLOGIJA GOSPODARSTEV NA TEMELJU TREH PODJETNIŠKIH DIMENZIJ

Že v prvem poglavju smo omenili, da lahko glede na to, katera podjetniška dimenzija – MHEA, SLEA ali EEA – prevladuje, gospodarstva grupiramo v osem različnih tipov. Zgodnjo podjetniško aktivnost, MHEA, ugotavljamo na temelju deležev posameznikov, ki v naslednjih petih letih pričakujejo pet ali več novih zaposlitev, SLEA pa na temelju deležev posameznikov, ki v naslednjih petih letih pričakujejo manj kot pet novih zaposlitev. Oba sta izračunana kot povprečje treh let 2009–2011 in z njima izražamo stopnjo ambicioznosti nastajajočih in novih podjetnikov. S pomočjo EEA, ki se nanaša na leto 2011, pa izražamo raven podjetniške vključenosti zaposlenih. V tabeli 22 je prikazan poskus razvrstitve gospodarstev po omenjenih treh dimenzijah.

Tabela 22: Tipi gospodarstev na temelju treh dimenzij podjetniške aktivnosti

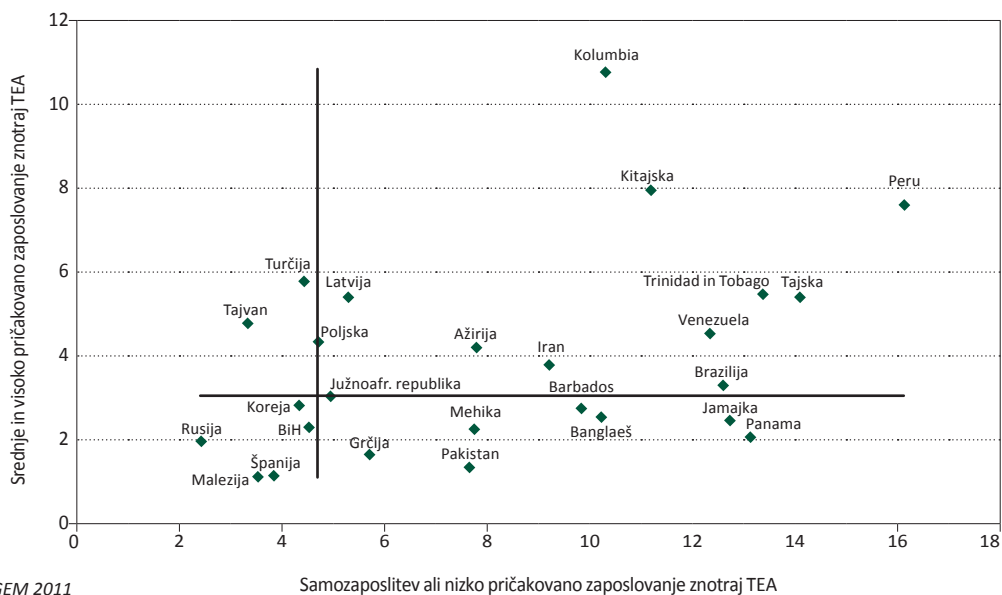
	SLEA: visok delež	SLEA: nizek delež
MHEA: visok delež EEA: visok delež	tip A Argentina, ^(c) Avstralija, ^(b) Čile, ^(c) Litva, ^(b) Nizozemska, ^(a) Slovaška, ^(c) Združene države Amerike, Urugvaj	tip B Češka, ^(a, b, c) Madžarska, ^(a, c) Irska, ^(a) Romunija, ^(c) Singapur, ^(a, c) Tajvan, ^(c) Združeni arabski emirati ^(c)
MHEA: visok delež EEA: nizek delež	tip C Alžirija, ^(a) Brazilija, ^(a) Kitajska, Iran, Latvija, ^(b, c) Peru, Poljska, ^(b) Južnoafriška republika, ^(b) Tajska, Trinidad in Tobago, Turčija, ^{(b)*} Venezuela ^(a)	tip D
MHEA: nizek delež EEA: visok delež	tip E	tip F Belgija, ^(b) Hrvaška, ^(a) Danska, Finska, ^(b) Francija, Nemčija, Japonska, ^(c) Portugalska, ^(a, b, c) Slovenija, Švedska, ^(b) Švica, ^(b, c) Velika Britanija ^(a, b)
MHEA: nizek delež EEA: nizek delež	tip G Bangladeš, ^(a) Barbados, ^(a) Grčija, Jamajka, Mehika, ^(a) Pakistan, Panama	tip H Bosna in Hercegovina, ^(a, b, c) Koreja, ^(a, b, c) Malezija, Rusija, Španija ^(c)

GEM 2011

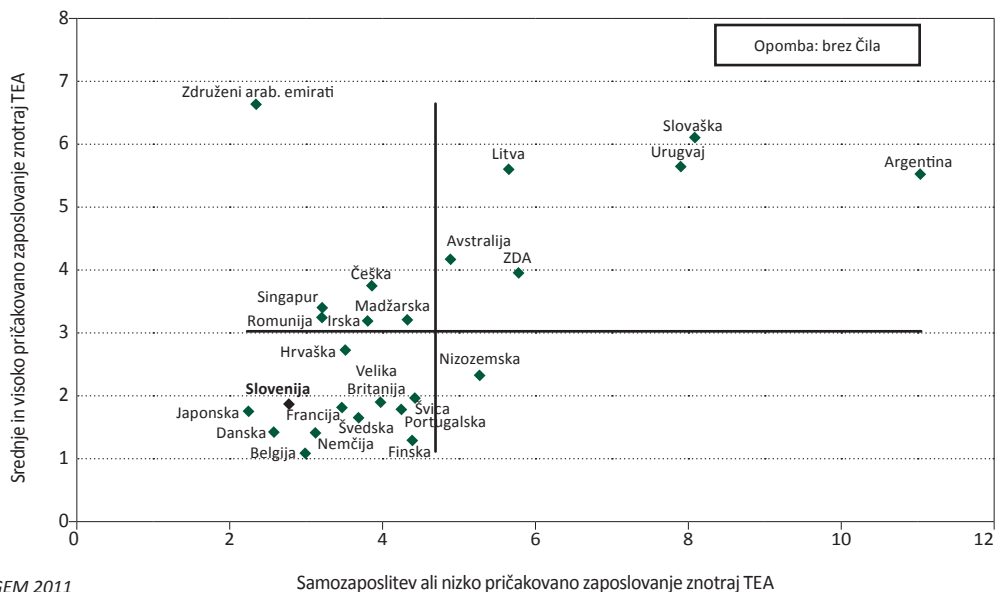
Opomba: ^(a) označuje mejne primere ambicioznega podjetništva, ^(b) mejne primere neambicioznega podjetništva, ^(c) pa mejne primere notranjega podjetništva.

V skupino držav z nizkim deležem smo razvrstili tiste, v katerih je delež določenega tipa podjetništva pod srednjo vrednostjo (mediano) deležev, kot države z visokim deležem pa tiste, v katerih je nad njo. MHEA je bila v razponu od 1,1 do 10,8 % s srednjo vrednostjo 3 %. Deleži SLEA so bili v razponu od 2,2 do 16,1 % s srednjo vrednostjo 4,7 %, EEA pa v razponu od skoraj ničle do 13,5 % s srednjo vrednostjo 2,5 %. Razvrstitev držav v posamezne tipe gospodarstev je prikazana na slikah 56 in 57. Slovenija se je po navedenih treh dimenzijah uvrstila v tip gospodarstva F.

Slika 56: Ambiciozni in neambiciozni podjetniki – razporeditev držav z nizkim deležem notranjih podjetnikov



Slika 57: Ambiciozni in neambiciozni podjetniki – razporeditev držav z visokim deležem notranjih podjetnikov



Države v skupini F, v katero se je uvrstilo 11 evropskih držav in Japonska, imajo ob visokem deležu notranjepodjetniške aktivnosti nizek delež tako samozaposlitvenega neambicioznega podjetništva kot tudi ambicioznega, ki izkazuje srednje in visoko pričakovano zaposlovanje. Kot navaja Bosma s sodelavci (2012), pa imajo te države še nekatere druge skupne značilnosti, ki jih zelo jasno razlikujejo od držav v preostalih tipih gospodarstev. Ob visokem povprečnem bruto domačem proizvodu najbolj izkazujejo sekularno-racionalne vrednote (kot približek za delovno avtonomijo), kar tudi prispeva k razumevanju njihove visoke stopnje notranjepodjetniškega delovanja zaposlovanja. Imajo tudi najvišjo stopnjo socialne varnosti, kar prav tako prispeva k razumevanju značilnosti njihovih podjetniških dimenzij, še zlasti nizke stopnje samostojnega podjetništva. Kadar imajo zaposleni visoko stopnjo varnosti kot zaposlenci, so oportunitetni stroški samostojne podjetniške poti višji in podjetniška aktivnost zunaj obstoječega podjetja je zanje manj vabljiva. Za te države sta značilna tudi relativno visok strah pred neuspehom, zaradi katerega se manj ljudi loteva podjetništva, ter nizka stopnja neformalnega investiranja v nove podjeme. Vendarle je kljub precejšnji ekonomski, institucionalni in kulturni podobnosti teh držav treba upoštevati, da obstaja tudi precej razlik, denimo v višini BDP ali nekaterih vrednotah.

Slovenski izvedenci v letu 2011

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja (marec–julij 2011)	Ustanova
mag. Drago Pišek	predsednik uprave	Poštna banka Slovenije d.d.
mag. Matjaž Gantar	predsednik upravnega odbora	KD Group d.d.
mag. Vojka Ravbar	članica uprave	SKB banka d.d.
mag. Nina Mazgan	manager	Meta Group d.o.o.
dr. Maks Tajnikar	redni profesor	Ekonomska fakulteta, UL
mag. Vladimir Bukvič	izvršni direktor	Cimos d.d.
mag. Rado Pezdir	višji predavatelj	Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije
dr. Tea Petrin	redna profesorica	Ekonomska fakulteta, UL
dr. Viljem Pšeničny	državni sekretar	Ministrstvo za gospodarstvo
mag. Maja Tomanič Vidovič	direktorica	Slovenski podjetniški sklad
Željko Radilovič	direktor	Preskok d.o.o.
Igor Plestenjak	direktor	Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije
dr. Mateja Drnovšek	izredna profesorica	Ekonomska fakulteta, UL
dr. Borut Likar	izredni profesor	Fakulteta za management Koper, UP
mag. Zlatko Erlih	direktor	Sun d.o.o
dr. Karin Širec	docentka	Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM
mag. Iztok Lesjak	direktor	Tehnološki park Ljubljana
mag. Janko Burgar	vodja sektorja	Ministrstvo za gospodarstvo
dr. Lidija Honzak	direktorica	Ljubljanski univerzitetni inkubator
dr. Neža Finžgar	direktorica	Envit, okoljske tehnologije in inženiring d.o.o.
mag. Tadej Krošlin	direktor razvoja	Gorenje Surovina d.o.o.
Viljenka Godina	direktorica	Ekonomski inštitut Maribor d.o.o.
mag. Aljoša Huber	projektni direktor	Svetloba d.o.o.
Matej Potokar	generalni direktor	Microsoft Slovenija d.o.o.

dr. Maja Bučar	izredna profesorica	Fakulteta za družbene vede, UL
mag. Samo Hribar Milič	generalni direktor	Gospodarska zbornica Slovenije
mag. Simon Ravnič	član uprave	Skupina Panvita d.d.
mag. Edita Granatir Lapuh	generalna direktorica	Direktorat za podjetništvo in konkurenčnost, MG
dr. Boštjan Antončič	redni profesor	Fakulteta za management Koper, UP; Ekonomsko fakulteta, UL
dr. Anton Habjanič	direktor	Tehnocenter UM d.o.o.
dr. Bojan Rosi	docent	Fakulteta za logistiko, UM
Irena Praček	direktorica	Javna agencija RS za energijo
dr. Andrej Fištravec	višji svetovalec	Zavod RS za šolstvo, Evropski strukturni skladi
dr. Metka Stare	znanstvena svetnica	Fakulteta za družbene vede, UL
Primož Kaučič	odgovorni urednik	revija Podjetnik
Tomaž Dimnik	direktor poslovanja	Moje delo, spletni marketing d.o.o.
dr. Alenka Žnidaršič Kranjc	predsednica uprave	Prva osebna zavarovalnica d.d.
Blaž Kos	direktor	Poslovni angeli Slovenije, Venturelab d.o.o.
Danila Žuraj	srednješolska profesorica v pokoju	Srednja ekonomska šola Maribor
dr. Jaka Vadnjal	izredni profesor	Gea College d.d.
dr. Damijan Mumel	redni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM

Raziskovalni timi in sponzorji GEM v letu 2011

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Alžirija	CREAD	Abedou Abderrahmane Bouyacoub Ahmed Kherbachi Hamid Cherrad Salah Eddine Setti Zakia	German Development Cooperation (Deutsche Gesellschaft fuer Internationale Zusammenarbeit, GIZ)	
Argentina	IAE - Business School	Silvia Torres Carbonell Aranzazu Echezarreta Juan Martin Rodriguez Hector Rocha	Banco Santander Rio Buenos Aires City Government	MORI Argentina
Avstralija	Queensland University of Technology	Per Davidsson Paul Steffens Michael Stuetzer	Municipality of Tuzla Government of Tuzla Canton Foundation of Tuzla Community	Q&A Market Research
Bangladeš	International Islamic University Chittagong	Mohammed Shamsul Karim Shamim Uddin Khan Abul Kalam Azad Abbas Ali Khan Sirajuddowla Shaheen Syed Md. Ather S.M. Shafiqul Islam A. J. M. Nuruddin Chowhdury ANM Meshquat Uddin M. Tahlil Azim Jerry Nicholson Md. Musharrof Hossain Md. Moazzam Husain Mark Hart	USAID (United States Agency International Development) Aston University	Org-Quest Research Limited
Barbados	The Cave Hill School of Business, The University of the West Indies	Marjorie Wharton Donley Carrington Jeannine Comma Paul Pounder	International Development Research Centre (IDRC)	Systems Consulting Ltd.
Belgija	Vlerick Leuven Gent Management School	Jan Lepoutre Mathias Cobben Jacob Vermeire	STOIO (Flemish Research Organisation for Entrepreneurship and International Entrepreneurship) EWI (Department of Economy, Science and Innovation)	Dedicated Research

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Bosna in Hercegovina	Center for Entrepreneurship Development Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	Bahrija Umihanić Rasim Tulumović Mirela Arifović Slađana Simić Aziz Šunje Slobodan Marković Zdenko Klepić Selma Poljić	Federal Ministry of Development, Entrepreneurship and Crafts Ministry of Development and Entrepreneurship of Tuzla Canton Municipality of Tuzla BIT center Tuzla Independent Development Bureau Modriča	IPSOS d.o.o. Sarajevo
Brazilija	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	Simara Maria de Souza Siveira Greco César Rissete Eduardo Camargo Righi Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia Duarte	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae Serviço Social da Indústria - SESI- Departamento Regional do Paraná	Bonilha Comunicaçãoe Marketing S/C Ltda. Bonilha Pesquisa
	Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas – FGV-EAESP	Gilberto Sarfati Joana Paula Machado Júlio César Felix Laura Pansarella Marcelo Aidar Mario Tamada Neto Rene Rodrigues Fernandes Romeu Herbert Friedlaender Jr. Tales Andreassi	Universidade Federal do Paraná - UFPR Instituto de Tecnologia do Paraná - Tecpar Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas – FGV-EAESP	
Čile	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Carlos Poblete Carlos Albornoz Gianni Romani	InnovaChile Corfo SOFOFA (Federation of Chilean Industry) Endeavor Chile	Opina S.A.
Češka	University of Economics, Prague	Martin Lukes Martina Jakl	Ministry of Industry and Trade	Factum Invenio
Danska	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Poul Rind Christensen Kim Klyver Ann H. Clarke Majbritt Rostgård Evald Kent Wickstrøm Jensen Jesper Pihl Kristin B. Munksgård Heidi R. Nielsen Mette S. Nielsen Pia S. Nielsen Mahdokht Sedaghat Mohammad Reza Zali Jonathan Levie Mick Hancock Shahamak Rezaie	Capacent Epinion	Catinet
Finska	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen Jarna Heinonen Tommi Pukkinen Pekka Stenholm	Ministry of Employment and the Economy Turku School of Economics	Taloustutkimus Oy
Francija	EMLYON Business School	Alain Fayolle Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Grčija	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Aggelos Tsakanikas Stelina Chatzichristou	National Bank of Greece	Datapower SA
Gvatemala	Universidad Francisco Marroquin	Hugo Maúl Jaime Diaz Irene Flores David Casasola Mónica de Zelaya Lisardo Bolaños	Universidad Francisco Marroquin	Khanti, S.A.
Hrvaška	J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Suncica Oberman Peterka Djula Borozan	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics CEPOR - SMEs and Entrepreneurship Policy Center, Zagreb	Puls d.o.o., Zagreb
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan Nezameddin Faghieh Ali .Akbar Moosavi-Movahedi Leyla Sarafraz Asadolah kordmaej Jahangir Yadollahi Farsi Mahmod Ahamadpour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Zali Mohammad Reza Sepehri Ali Rezaean	Iran's Ministry of Labour and Social Affairs, Iran's Labour and Social Security Institute (LSSI)	
Irska	Fitzsimons Consulting Dublin City University Business School	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman	Enterprise Ireland Forfas	IFF
Jamajka	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj Patrice Farquharson Mauvalyn Bowen Vanetta Skeete Reginald Nugent Horace Williams, D.B.A. Joan Lawla Orville Reid	IDRC (International Development Research Centre) University of Technology, Jamaica	KOCI Market Research and Data Mining Services
Japonska	Keio University	Takehiko Isoe	Venture Enterprise Center Ministry of Economy, Trade and Industry	Social Survey Research Information Co.,Ltd (SSRI)
Južnoafriška republika	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Jacqui Kew Miranda Simrie	Swiss South African Cooperation Initiative (SSACI) South African Breweries (SAB) Small Enterprise development Agency (SEDA)	Nielsen South Africa
Kitajska	Tsinghua University	Gao Jian Qin Lan Jiang Yanfu Cheng Yuan Li Xibao	School of Economics and Management, Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Kolumbija	Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad del Norte Universidad Icesi Universidad de los Andes	Fernando Pereira Fabian Osorio Alberto Arias Liyis Gómez Núñez Ph.D Piedad Martínez Carazo Ph.D César Figueroa Socarrás Rodrigo Varela Villegas Ph.D Luis Miguel Álvarez Vanegas Juan David Soler Libreros Raúl Fernando Quiroga Marín Rafael Augusto Vesga Fajardo Diana Carolina Vesga		Centro Nacional de Consultoría
Koreja	Gyeongnam National University of Science and Technology (GnTech)	Sung-sik Bahn Sanggu Seo Kyung-Mo Song Dong-hwan Cho Jong-hae Park Min-Seok Cha	Small and Medium Business Administration(SMBA) Kumwoo Industrial Machinery, Co. Hanaro Tech Co., Ltd. Korea Aerospace Industries, Ltd (KAI) Taewan Co., Ltd.	Hankook Research Co
Latvija	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Marija Krumina Vyacheslav Dombrovsky Anders Paalzow Alf Vanags	TeliaSonera AB	SKDS
Litva	International Business School at Vilnius University	Mindaugas Lauzikas Erika Vaiginiene Aiste Miliute Vikinta Rosinaite Skaiste Batuleviciute	International business school at Vilnius university Enterprise Lithuania Lithuanian Ministry of Economy	RAIT Ltd.
Madžarska	University of Pécs Faculty of Business and Economics	László Szerb József Ulbert Attila Varga Gábor Márkus Attila Petheő Dietrich Péter, Zoltán J. Ács Terjesen Sári Saul Estrin Ruta Aidis	OTKA Research Foundation Theme number K 81527 Regional Studies PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics Business Administration PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics Management and Business Administration PhD Programme of the Corvinus University of Budapest Start Tőkegarancia Zrt	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet
Malezija	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier Leilanie BT Mohd Nor Mohar Bin Yusof Dewi Amat Sapuan Noorseha Binti Ayob Mohd Hanif bin Mohd Helmi	Universiti Tun Abdul Razak	Rehanstat
Mehika	Tecnológico de Monterrey	Mario Adrián Flores Marcia Campos Elvira Naranjo Natzin López	Tecnológico de Monterrey Campus León Rectoría de Escuelas Nacionales de Posgrado EGADE Business School y EGAP	Alduncin y Asociados

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Nemčija	Leibniz Universität Hannover Institute for Employment Research (IAB) of the German Federal Employment Agency (BA)	Rolf Sternberg Udo Brixy Arne Vorderwülbecke	Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie, Leibniz Universität Hannover	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM), Bonn
Nigerija	TOMEB Foundation for Sustainability & Youth Development Business School Netherlands Nigeria	Rilwan Aderinto Tunde Popoola Luqman Olatokunbo Obileye Abubakar Sadiq Kasum Lere Baale	USAID (United States Agency International Development) TOMEB Foundation for Sustainability & Youth Development MarketSight Consultancy Limited Business School Netherlands Nigeria	MarketSight Consultancy Limited
Nizozemska	EIM Business & Policy Research	Jolanda Hessels Peter van der Zwan Sander Wenckers André van Stel Roy Thurik Philipp Koellinger Ingrid Verheul Niels Bosma	Ministry of Economic Affairs, Agriculture and Innovation	Stratus
Norveška	Bodø Graduate School of Business	Erlend Bulvåg Lars Kolvereid Bjørn Willy Åmo Eirik Pedersen	Innovation Norway Ministry of Industry and Trade Bodø Innovation Center Bodø Graduate School of Business	Polarfakta
Pakistan	Center for Entrepreneurial Development, IBA, Karachi	Sarfraz A. Mian Zafar A. Siddiqui M. Shahid Qureshi Shahid R. Mir Moeid Sultan	Institute of Business Administration (IBA), Karachi USAID (United States Agency for International Development)	Oasis International
Palestina	MAS Institute	Samir Abdullah Yousef Daoud Tareq Sadeq Alaa Tartir Muhanad Hamed Ibrahim Shikaki	International Development Research Centre- IDRC The Arab Fund for Economic & Social Development (AFESD)	The Palestine Central Bureau of Statistics (PCBS)
Panama	Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) Panama and City of Knowledge Foundation	Federico Fernández Dupouy Manuel Lorenzo Andrés León Manuel Arrocha	The Authority of the Micro, Small and Medium Enterprises IPSOS	IPSOS
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida Oswaldo Morales Keiko Nakamatsu	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship	Imasen
Poljska	University of Economics in Katowice	Przemysław Zbierowski Anna Tarnawa Paulina Zadura-Lichota Dorota Węćławska Mariusz Bratnicki Wojciech Dyduch Bartłomiej J. Gabryś Rafał Kozłowski Izabella Kozłowska Joanna Pach Iwona Karaś	Polish Agency for Enterprise Development University of Economics in Katowice	

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Portugalska	Sociedade Portuguesa e Inovação (SPI) ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)	Augusto Medina Luís Reto António Caetano Nelson Ramalho Douglas Thompson Rui Monteiro João Rodrigues Nuno Gonçalves Ana Ribeiro	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)	GfKMetris (Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, S.A.)
Romunija	Babeş-Bolyai University, Faculty of Economics and Business Administration	Tünde Petra Petru Annamária Benyovszki Ágnes Nagy István Pete Lehel Györfy Dumitru Mătiş Levente Szász Eugenia Mătiş	Babeş-Bolyai University of Cluj-Napoca OTP Bank Romania Asociația Pro Oeconomica	Metro Media Transilvania
Rusija	State University - Higher School of Economics Saint Petersburg University - Graduate School of Management	Alexander Chepurenko Olga Obratsova Tatiana Alimova Maria Gabelko Ekaterina Murzacheva Ekaterina Popovskaya Olga Verkhovskaya Maria Dorokhina Galina Shirokova	State University - Higher School of Economics Saint Petersburg University - Graduate School of Management	Levada-Center
Singapur	Nanyang Technological University	Ho Moon-Ho Ringo Olexander Chernyshenko Chan Kim Yin Alex Lin Rosa Kang LAI Yoke Yong Olwen Bedford Jonathan Phan	Nanyang Technological University NTU Ventures Pte Ltd	Joshua Research Consultants Pte Ltd
Slovaška	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova Zuzana Kovacicova Maria Bohdalova Marian Holienka Jan Rehak Jozef Komornik Peter Starchon	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management National Agency for Development of Small and Medium Enterprises Central European Foundation	Ipsos Tambor SR, spol. s r. o. www.ipsos.sk
Slovenija	University of Maribor, Faculty of Economics and Business	Miroslav Rebernik Polona Tominc Katja Crnogaj	Ministry of Economy Slovenian Research Agency Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij na EPF, UM	RM PLUS

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Španija	Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura Universidad Autónoma de Madrid Universidad Autónoma de Barcelona Universidad Miguel Hernández Instituto Vasco de Competitividad Orkestra Universidad de Murcia Confederación de Empresarios de Galicia Universidad de Cantabria Universidad de Navarra/ Servicio Navarro de Empleo Universidad de Zaragoza Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Madrid Emprende	Alicia Coduras Ricardo Hernández Juan Carlos Díaz Isidro de Pablo Yancy Vaillant José M ^a Gómez Iñaki Peña Antonio Aragón Araceli de Lucas F. Javier Martínez Martín Larraza Lucio Fuentelsaz Rosa M ^a Batista Iñaki Ortega	Fundación Xavier de Salas GEM España	Instituto Opinometre S.L.
Švedska	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm Per Thulin Kristina Nyström Carin Holmquist Ulrika Stuart Hamilton	Vinnova Confederation of Swedish Enterprise	DEMOSKOP
Švica	School of Business Administration, Fribourg University of Applied Sciences, Lugano ETH Zurich	Rico Baldegger Muriel Berger Andreas Brühlhart Sabine Frischknecht Pascal Wild Siegfried Alberton Andrea Huber Fredrik Hacklin Onur Saglam Pius Baschera	Commission for Technology and Innovation (KT/CTI) School of Business Administration, Fribourg	gfs, Bern
Tajska	Bangkok University (CEDI - Creative Entrepreneurship Development Institute)	Pichit Akrathit Koson Sapprasert Navaphol Viriyakunkit Vichate Tantiwanich Luckxawan Pimsawadi Veerapong Malai Yupana Wiwattanakantang Sarn Aksaranugraha	Bangkok University	TNS Research International Thailand
Tajvan	National Chengchi University China Youth Career Development Association Headquartere (CYCDA)	Chao-Tung Wen Chang-Yung Liu Su-Lee Tsai Yu-Ting Cheng Yi-Wen Chen Ru-Mei Hsieh Chung-Min Lo Shih-Feng Chou	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs	NCCU Survey Center
Trinidad in Tobago	Arthur Lok Jack Graduate School of Business, University of the West Indies	Miguel Carrillo Henry Bailey Abhijit Bhattacharya Marvin Pacheco	International Development Research Centre (IDRC)	Mary King and Associates Ltd.

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Turčija	Yeditepe University Small and Medium Development Organization (KOSGEB)	Esra Karadeniz	Yeditepe University Small and Medium Development Organization (KOSGEB)	Akademetre
Urugvaj	University of Montevideo	Leonardo Veiga Pablo Regent Fernando Borraz Alvaro Cristiani Cecilia Gomeza Santiago Ramos Lucila Arboleya	University of Montevideo Banco Santander Uruguay	Equipos Mori
Velika Britanija	Aston Business School	Mark Hart Jonathan Levie Michael Anyadike-Danes Yasser Ahmad Bhatti Aloña Martiarena Arrizabalaga Mohammed Karim Erkko Autio Liz Blackford Mohammed Shamsul Karim	Department for Business, Innovation and Skills PRIME (The Prince's Initiative for Mature Enterprise) Welsh Assembly Government Invest Northern Ireland Hunter Centre for Entrepreneurship, Strathclyde University Enterprise UK Birmingham City Council	IFF Research Ltd
Venezuela	Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA)	Nunzia Auletta Rebeca Vidal Aramís Rodríguez Edwin Ojeda		Datanalisis
Združeni arabski emirati	Institute for Social & Economic Research - Zayed University	Mouawiya Al Awad Constance Van Horne Victor Huang	Khalfa Fund for Enterprise Development - Abu Dhabi - UAE	
Združene države Amerike	Babson College	Donna Kelley Abdul Ali Candida Brush Marcia Cole Gang Hu Mehdi Majbouri Diana Hechavarria Moriah Meyskens Peter Fleming Monica Dean Thomas S. Lyons Joseph Onochie Albert Suhu Ivory Phinisee Edward Rogoff	Babson College Baruch College	OpinionSearch Inc.



Literatura

1. Arenius, P. in Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship, *Small Business Economics*, 24(3): 233-247.
2. Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive, *Journal of Political Economy*, 98(5): 893-921.
3. Baumol, W.J. (1993). *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*. Cambridge MA: The MIT Press.
4. Becker, G.S. (1964). *Human capital*. New York: Columbia University Press.
5. Blanchflower D. (2004). Self-Employment: More May Not Be Better, *Swedish Economic Policy Review*, 11(2): 15-74.
6. Bosma, N. in Levie, J. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Executive Report*, Babson College, London Business School, and GERA.
7. Bosma, N. in Schutjens, V. (2009). Mapping entrepreneurial activity and entrepreneurial attitudes in European regions, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 7(2): 191-213.
8. Bosma, N. in Schutjens, V. (2011). Understanding regional variations in entrepreneurial activity and entrepreneurial attitude in Europe, *The Annals of regional science*, 47(3): 711-742.
9. Bosma, N., Wennekers, S. in Amoros, J.E. (2012). *2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe*, Global Entrepreneurship Monitor 2011, London: GERA.
10. Duh, M. (2009). Distinctive Characteristic of Family Businesses and Supporting Infrastructure: Comparison of Slovenia with EU and other Countries. V: K. Širec, M. Rebernik (Ur.), *Dynamics of Slovenian Entrepreneurship, Slovenian Entrepreneurship Observatory 2008*, Maribor: Faculty of Economics and Business, UM.
11. Hart, D.M. (2003). Entrepreneurship Policy: What It Is and Where It Came From. V: D.M. Hart (Ur.), *The Emergence of Entrepreneurship Policy – Governance, Start-ups, and Growth in the U.S. Knowledge Economy*. Cambridge: Cambridge University Press.
12. Holcombe, R. (2003). The Origins of Entrepreneurial Opportunities, *Review of Austrian Economics*, 16(1): 25-43.

13. Kautonen, T., Down, S. in South, L. (2008). Enterprise support for older entrepreneurs: the case of PRIME in the UK, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 14(2): 85-101.
14. Kelley, D., Bosma, N. in Amoros, J.E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor, 2010 Global Report*, Babson College, Universidad del Desarrollo, London Business School, and GERA.
15. Klein, N. (2008): *Doktrina šoka: razmah uničevalnega kapitalizma*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
16. Koellinger, P., Minniti, M. in Schade, C. (2005). *I Think I Can, I Think I Can: Overconfidence and Entrepreneurial Behavior*, Discussion papers 501, Berlin: DIW, German Institute for Economic Research.
17. Lévesque, M. in Minniti, M. (2006). The Effect of Aging on Entrepreneurial Behavior, *Journal of Business Venturing*, 21(2): 177-194.
18. McMullen, J.S. in Shepherd, D.A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur, *Academy of Management Review*, 31(1): 132-152.
19. Morris, R. (2011). *2011 High-Impact Entrepreneurship Global Report*. Center for High-Impact at Endeavor. Dostopno na: [<http://www.gemconsortium.org/docs/download/295>].
20. Porter, M.J., Sachs, J. in McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. V: M.J. Porter, P.K. Sachs, J.W. Cornelius, J. Mc Arthur, K. Schwab (Ur.), *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, New York: Oxford University Press, 16-25.
21. Rebernik, M. in Bradač, B. (2011). From Making the State to Institutionalizing Entrepreneurship Policy in Slovenia. V: F. Welter, D. Smallbone (Ur.), *Handbook of Research on Entrepreneurship Policies in Central and Eastern Europe*, UK: Edward Elgar.
22. Rebernik, M., Tominc, P. in Crnogaj, K. (2011). *Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva: GEM Slovenija 2010*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM (Slovenski podjetniški observatorij).
23. Rebernik, M., Tominc, P. in Pušnik, K. (2009). *Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM, (Slovenski podjetniški observatorij).
24. Rebernik, M., Tominc, P. in Pušnik, K. (2010). *Slovensko podjetništvo v letu krize: GEM Slovenija 2009*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM, (Slovenski podjetniški observatorij).
25. 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.
26. Schumpeter, J.A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper.
27. Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship. The Individual-Opportunity Nexus*. Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
28. Sobel, R.S., Clark, J.R. in Dwight, R.L. (2007). Freedom, barriers to entry, entrepreneurship, and economic progress, *The Review of Austrian Economics*, 20(4): 221-236.
29. South, L. in Stobie, I. (2010). *Olderpreneurs outcomes revisited: A PRIME Report 2010*, London: The Prime Initiative.

30. Stam, E., Bosma, N., Van Witteloostuijn, A., De Jong, J., Gogaert, 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.
31. Stam, E., Hartlog, C., van Stel, A. in Thurik, R. (2009). *Ambitious entrepreneurship, high-growth firms and macroeconomic growth*, EIM Research Reports H200911, Zoetermeer: EIM.
32. Stam, E., Hartlog, C., van Stel, A. in Thurik, R. (2011). *Ambitious Entrepreneurship, High-Growth Firms, and Macroeconomic Growth*. V: M. Minniti (Ur.), *The Dynamics of Entrepreneurship; Evidence from the Global Entrepreneurship Monitor Data*, New York: Oxford University Press, 231-249.
33. Širec, K. in Rebernik, M. (2011). *Izobraževanje za podjetnost in podjetništvo*, *Pedagoška obzorja*, 26(4): 129-145.
34. Van Stel, A., Carree, M. in Thurik, R. (2004). *The Effect of entrepreneurship on National Economic Growth: an analysis using the GEM database*. Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy, Jena Germany: Max Planck Institute for Research into Economic Systems, Group Entrepreneurship, Growth and Public Policy.
35. Van Stel, A., Carree, M. in Thurik, R. (2005). *The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth*, Jena Research papers, Jena: Max Planck Institute for Research into Economic Systems.

Priloga 1: Ključne GEM mere

Mera	Opis
<i>Odnos do podjetništva in njegovo dojetje (Entrepreneurial Attitudes and Perceptions)</i>	
Zaznane priložnosti (Perceived opportunities)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katerokoli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki vidijo dobre priložnosti za ustanovitev podjetja na območju, kjer živijo.
Zaznane zmogljivosti (Perceived capabilities)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katerokoli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki verjamejo, da imajo potrebne veščine in znanje, da bi ustanovili podjetje.
Podjetniške namere (Entrepreneurial intention)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katerokoli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki so latentni podjetniki, saj nameravajo v roku treh let ustanoviti podjetje.
Stopnja strahu pred neuspehom (Fear of failure rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katerokoli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki navajajo, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja.
Podjetništvo kot zaželena podjetniška izbira (Entrepreneurship as desirable career choice)	Odstotek odrasle populacije 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 odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se strinjajo s trditvijo, da so v njihovi državi uspešni podjetniki spoštovani in ugledni.
Zanimanje medijev za podjetništva (Media attention for entrepreneurship)	Odstotek odrasle populacije 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.
Motivacijski indeks (Entrepreneurial motivation index)	Razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti.
<i>Podjetniška aktivnost (Entrepreneurial Activity)</i>	
Stopnja nastajajočega podjetništva (Nascent entrepreneurship rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno nastajajoči podjetniki, tj. so aktivno vpleteni 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 odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno lastniki/managerji novega podjetja, to pomeni, da so lastniki in vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodke več kot tri mesece, a manj kot 42 mesecev.

Mera	Opis
Zgodnja podjetniška aktivnost (Early-stage entrepreneurial activity - TEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali pa novi podjetniki (lastniki/managerji) novega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja ustaljenega podjetništva (Established business ownership rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno podjetniki staljenega podjetja; to pomeni, da so lastniki in vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodke več kot 42 mesecev.
Stopnja celotne podjetniške aktivnosti (Overall entrepreneurial activity rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi vključeni v zgodnje podjetniške aktivnosti ali pa so lastniki/managerji staljenega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja prenehanja poslovanja (Business discontinuation rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so v zadnjih 12 mesecih prenehali poslovati, ker so prodali, zaprli ali kako drugače prekinili s svojim lastniško-managerskim odnosom 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 niso imeli druge možnosti za delo.
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 to, da bi samo obdržali svoje sedanje prihodke.
Podjetniške aspiracije (Entrepreneurial Aspirations)	
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity - HEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali novi podjetniki (lastniki/managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj, <i>ter</i> pričakujejo, da bodo čez pet zaposlovali najmanj 20 ljudi.
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo: relativni delež (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki pričakujejo, da bodo čez pet let zaposlovali najmanj 20 ljudi.
Zgodnja podjetniška aktivnost, pričakovano samostojna ali z nizko rastjo zaposlovanja (Solo/Low job expectation early-stage entrepreneurial activity-SLEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali novi podjetniki (lastniki/managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj, <i>ter</i> pričakujejo, da bodo čez pet zaposlovali manj kot 5 ljudi. Na osnovi podatkov 2009–2011.
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano srednjo/visoko rastjo zaposlovanja (Medium/high job expectation early-stage entrepreneurial activity-MHEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali novi podjetniki (lastniki/managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj, <i>ter</i> pričakujejo, da bodo čez pet zaposlovali 5 ali več ljudi. Na osnovi podatkov 2009–2011.
Zgodnja podjetniška aktivnost, usmerjena k novim izdelkom in trgom: relativni delež (New product-market oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki navajajo, da je njihov izdelek ali storitev nov za vsaj nekaj kupcev in, da ni veliko podjetij, ki bi ponujala enak izdelek ali storitev. Na osnovi podatkov 2009–2011.

Mera	Opis
Zgodnja podjetniška aktivnost v tehnoloških sektorjih: relativni delež (Early-stage entrepreneurial activity in technology sectors: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki so aktivni v »visokotehnoloških« ali »srednjetehnoloških« sektorjih, kot jih klasificira OECD.
Mednarodno usmerjena zgodnja podjetniška aktivnost: relativni delež (International oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki navajajo, da je vsaj 25 % njihovih kupcev iz drugih držav. Na osnovi podatkov 2009–2011.
Podjetniška aktivnost zaposlenih (Entrepreneurial Employee Activity)	
Podjetniška aktivnost zaposlenih (Entrepreneurial Employee Activity-EEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno vključeni v razvoj nove podjetniške dejavnosti za svojega delodajalca in imajo pri tem udeležbo vodenje vlogo.
Podjetniška aktivnost zaposlenih v zasebnem sektorju (Private sector entrepreneurial employee activity-PEEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno vključeni v razvoj nove podjetniške dejavnosti za svojega delodajalca v zasebnem sektorju in imajo pri tem udeležbo vodenje vlogo. Zato PEEA predstavlja podskupino mere EEA.
Podpora delodajalca podjetniški aktivnosti zaposlenih (Employer's support for entrepreneurial employee activity)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki navaja, da njihov delodajalec zagotavlja zaposlenim vsaj nekaj podpore pri novih idejah.



Dr. Miroslav Rebernik je redni profesor za ekonomiko podjetja in za podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Bil je gostujoči profesor na Portland State University ter dobitnik Fulbrightove raziskovalne štipendije na Babson College. Sodeloval je na več kot 70 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 številne domače in mednarodne konference ter uredil njihove zbornike. Je vodja programskega odbora Mednarodne konference o podjetništvu in inoviranju PODIM (www.podim.org), predsednik sveta univerzitetnega inkubatorja Tovarna podjetij (www.tovarnapodjetij.org), predsednik strokovne komisije tekmovanja »Start:up Slovenija«, član ekspertne komisije Evropske komisije SME Policy Relevant Research ter do nedavnega član Upravnega odbora European Council for Small Business. Sodeluje v uredniških in recenzijskih odborih revij International Journal of Entrepreneurial Venturing, Economic Review: Journal of Economics and Business in Journal of Global Entrepreneurship Research. Je vodja raziskovalnega programa Podjetništvo za inovativno družbo in vodja raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor Slovenija ter Slovenski podjetniški observatorij.



Dr. Polona Tominc je redna profesorica za kvantitativne ekonomske analize na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru in prodekanja za izobraževalno področje. Predava predmete s področja statističnih metod ter metodološki del podjetniških teorij. Je članica Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij ter Inštituta za operacijske raziskave. Sodelovala je na več kot 30 tujih in domačih znanstvenih in strokovnih konferencah, je avtorica ali soavtorica poglavij v tujih in domačih monografijah ter znanstvenih in strokovnih člankov, objavljenih v uveljavljenih mednarodnih in domačih revijah. Aktivno sodeluje v mednarodni mreži za proučevanje ženskega podjetništva DIANA. Sodeluje v raziskovalnem programu Podjetništvo za inovativno družbo in je članica raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor Slovenija ter Slovenski podjetniški observatorij.



Katja Crnogaj, mag. je asistentka za podjetništvo in ekonomiko podjetja na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Kot raziskovalka Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij na tej fakulteti je sodelovala pri številnih domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je članica raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor Slovenija in Slovenski podjetniški observatorij ter aktivno sodeluje v Ciljnem raziskovalnem programu »Konkurenčnost Slovenije«. Svoje izobraževanje nadaljuje na doktorskem študiju ter se raziskovalno trenutno ukvarja z razumevanjem vplivnih dejavnikov podjetništva v povezavi z gospodarskim in družbenim napredkom, podjetniškimi merami in drugimi področji podjetništva in ekonomike podjetja.





Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



Miroslav Rebernik
Polona Tominc
Katja Crnogaj
Karin Širec
Barbara Bradač Hojnik

Nezaznane priložnosti

GEM Slovenija 2012



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



Miroslav Rebernik
Polona Tominc
Katja Crnogaj
Karin Širec
Barbara Bradač Hojnik

Nezaznane priložnosti

GEM Slovenija 2012

Naslov monografije: Nezaznane priložnosti: GEM Slovenija 2012

Avtorji: prof. dr. Miroslav Rebernik, prof. dr. Polona Tominc, dr. Katja Crnogaj,
prof. dr. Karin Širec, doc. dr. Barbara Bradač Hojnik

Vrsta: znanstvena monografija

Strokovna recenzenta: prof. dr. Slavica Singer, prof. dr. Aleš Vahčič

Lektorica: mag. Darja Gabrovšek Homšak

Izdala in založila: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta

Leto izida: 2013

Oblikovanje in tisk: Tiskarna Koštomaj, Elizabeta Koštomaj s.p.

Naklada: 200 izvodov

ISSN 1854-8040

ISBN 978-961-6802-20-8



CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Univerzitetna knjižnica Maribor

658(497.4)«2012»

NEZAZNANE priložnosti : GEM Slovenija 2012 /
Miroslav Rebernik ... [et al.]. - Maribor :
Ekonomsko-poslovna fakulteta, 2013. - (Slovenski
podjetniški observatorij, ISSN 1854-8040)

ISBN 978-961-6802-20-8

1. Rebernik, Miroslav
COBISS.SI-ID 73829121

Izšlo v knjižni zbirki »Slovenski podjetniški observatorij«.

Čeravno ta monografija temelji na podatkih, ki smo jih zbrali v okviru GEM-konzorcija, odgovornost za njihovo analizo in interpretacijo v celoti prevzemamo avtorji.

Whilst this work is based on data collected by the GEM consortium, responsibility for analysis and interpretation of those data is the sole responsibility of the authors.

© Copyright Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta,
Maribor, 2013

Kazalo

UVODNI POVZETEK	9
EXECUTIVE SUMMARY	21
1 UVOD	33
1.1 Pomen podjetništva in podjetniške dimenzije	33
1.2 Spodbujanje podjetništva v razvojno raznolikih državah	34
1.3 Raziskovanje podjetništva z GEM	37
2 GEM-OVA PREGLEDNICA ZNAČILNOSTI PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI	45
3 NAGNjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu	51
3.1 Opredelitev nagnjenosti odraslega prebivalstva k podjetništvu	51
3.2 Dojemanje priložnosti, sposobnost za podjetništvo ter strah pred neuspehom	55
3.3 Podjetniške namere	62
3.4 Dojemanje podjetništva kot poklicne izbire in družbeni status podjetnika	64
4 PODJETNIŠKA AKTIVNOST V LETU 2012	71
4.1 Faze podjetniške aktivnosti	71
4.2 Zgodnja podjetniška aktivnost	73
4.3 Ustaljeni podjetniki	79
4.4 Prenehanje poslovanja	83
4.5 Motivacija za podjetništvo	85
4.6 Podjetniška aktivnost zaposlenih v obstoječih podjetjih	91
5 DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA	95
5.1 Starost	95
5.2 Spol	98
5.3 Dohodek	102
5.4 Izobrazba	104
5.5 Nekatere demografske značilnosti notranjih podjetnikov	105

6	PODJETNIŠKE ASPIRACIJE IN KONKURENČNOST	109
6.1	Merjenje podjetniških aspiracij in navezava na konkurenčnost	109
6.2	Konkurenčnost in demografija	110
6.3	Konkurenčnost in usmerjenost v rast	112
6.4	Konkurenčnost in inovativnost	116
6.5	Konkurenčnost in internacionalizacija	119
7	MEDNARODNE MIGRACIJE IN PODJETNIŠTVO	123
7.1	Podjetniška aktivnost in motiviranost za podjetništvo	124
7.2	Značilnosti podjetništva priseljencev	126
8	PODJETNIŠKO OKOLJE	129
8.1	Podjetniško okolje in njegov pomen	129
8.2	Model/način ocenjevanja podjetniškega okolja	130
8.3	Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo	132
8.4	Vpogled v najvišje in najnižje ocenjene okvirne pogoje za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji	138
8.5	Prednosti in slabosti slovenskega podjetniškega okolja po mnenju izvedencev ter nujnost ukrepanja	142
	SLOVENSKI IZVEDENCI V LETU 2012	145
	LITERATURA	147
	PRILOGA 1: KLJUČNE MERE GEM	153
	PRILOGA 2: PODVOJENI VZORČNI OKVIR	157
	PRILOGA 3: RAZISKOVALNI TIMI IN SPONZORJI GEM V LETU 2012	159
	AVTORJI	171

Kazalo slik

Slika 1: Značilne skupine gospodarstev in ključna razvojna usmerjenost (Kelley idr. 2011).....	35
Slika 2: GEM-ov model proučevanja podjetništva	38
Slika 3: Elementi podjetniške zmogljivosti glede na razvitost držav (v odstotkih odraslega prebivalstva).....	56
Slika 4: Zaznavanje poslovnih priložnosti, vse države GEM	57
Slika 5: Zaznavanje poslovnih priložnosti, evropske države GEM	58
Slika 6: Zmogljivosti in znanje za ustanovitev podjetja, vse države GEM	59
Slika 7: Zmogljivosti in znanje za ustanovitev podjetja, evropske države GEM	60
Slika 8: Strah pred podjetniškim neuspehom.....	61
Slika 9: Strah pred podjetniškim neuspehom – primerjava Slovenije s povprečjem skupin držav ..	62
Slika 10: Podjetniške namere po tipih gospodarstva	63
Slika 11: Podjetniške namere po skupinah držav	64
Slika 12: Spoštovanje podjetniškega poklica in karierna izbira	65
Slika 13: Družbeni status podjetnika, vse države GEM	66
Slika 14: Družbeni status podjetnika, evropske države GEM	67
Slika 15: Faze in profil podjetništva	71
Slika 16: Delež odraslega prebivalstva v Sloveniji, vključenega v podjetništvo.....	72
Slika 17: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost, vse države GEM 2012	76
Slika 18: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi	77
Slika 19: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost po tipih gospodarstev – intervalne ocene	78
Slika 20: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v evropskih državah GEM	80
Slika 21: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v vseh državah GEM	81
Slika 22: Vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo v Sloveniji v letih od 2007 do 2012 ...	82
Slika 23: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom	83
Slika 24: Razvrstitev držav glede na opustitev poslovanja	84
Slika 25: Razlogi za prenehanje poslovanja	85
Slika 26: Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo	88
Slika 27: Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti.....	89
Slika 28: Opredelitev podjetniške aktivnosti zaposlenih.....	91
Slika 29: Pobudniki notranjepodjetniške aktivnosti	93

Slika 30: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost	96
Slika 31: Odstotek ustaljenih podjetnikov, ki so mlajši od 34 let	97
Slika 32: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami	99
Slika 33: Ustaljena podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami	100
Slika 34: Odnos do žensk v podjetništvu, evropske države GEM	102
Slika 35: Podjetniška aktivnost glede na dohodek	102
Slika 36: Dohodkovni razredi in podjetništvo	103
Slika 37: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo	104
Slika 38: Zgodnja podjetniška aktivnost in stopnja konkurenčnosti	110
Slika 39: Zgodnja podjetniška aktivnost, pričakovana rast števila zaposlenih po geografskih regijah	113
Slika 40: Pričakovano zaposlovanje zgodnjega podjetništva (več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih)	114
Slika 41: Podpora za rast podjetij, inovacijska gospodarstva	115
Slika 42: Zgodnja podjetniška aktivnost z novimi izdelki in uporabo novih tehnologij	116
Slika 43: Interes za inovacije z vidika podjetja in potrošnika, inovacijska gospodarstva	117
Slika 44: Zgodnja podjetniška aktivnost inovacijskih gospodarstev z mednarodno usmerjenostjo	119
Slika 45: Vrednosti indeksov TEA med pripadniki prve in druge generacije priseljencev ter nepriseljencev v posameznih skupinah gospodarstev ter v Sloveniji	124
Slika 46: Delež podjetnikov zaradi nujne potrebe med vsemi podjetniki v zgodnjih fazah podjetništva med priseljenci in nepriseljenci v posameznih skupinah gospodarstev ter v Sloveniji	125
Slika 47: Delež podjetnikov zaradi priložnosti med vsemi podjetniki v zgodnjih fazah podjetništva med priseljenci in nepriseljenci v posameznih skupinah gospodarstev ter v Sloveniji	126
Slika 48: Struktura vzorca po primarnem izvedenstvu	131
Slika 49: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna ter inovacijska gospodarstva	135
Slika 50: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva	136
Slika 51: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo – primerjava Slovenije s povprečjem skupin držav	137
Slika 52: Elementi vladnih politik v Sloveniji v primerjavi z državami GEM	139
Slika 53: Elementi fizične infrastrukture v Sloveniji v primerjavi z državami GEM	139
Slika 54: Prednosti in slabosti okolja za nastanek in razvoj podjetništva po mnenju izvedencev in njihova priporočila	143

Kazalo tabel

Tabela 1: Države GEM leta 2012 po tipih gospodarstev.....	35
Tabela 2: Pomembnost različnih vrst pogojev za ekonomski razvoj (Bosma in Levie 2010)	37
Tabela 3: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2012.....	41
Tabela 4: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav, GEM 2012.....	41
Tabela 5: GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2012.....	46
Tabela 6: Elementi podjetniške zmogljivosti (v odstotkih odraslega prebivalstva), GEM 2012	52
Tabela 7: Elementi podjetniške zmogljivosti po skupinah držav (v odstotkih odraslega prebivalstva), GEM 2012.....	54
Tabela 8: Dojemanje podjetništva v Sloveniji 2006–2012, GEM Slovenija	65
Tabela 9: Vključenost prebivalstva v podjetništvo, GEM 2012	73
Tabela 10: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom, GEM Slovenija 2012	82
Tabela 11: Podjetništvo zaradi priložnosti ter podjetništvo zaradi nuje, GEM 2012.....	86
Tabela 12: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti in priložnosti, GEM Slovenija 2012.....	87
Tabela 13: Podjetniška aktivnost zaposlenih v letih 2011 in 2012, GEM Slovenija 2012.....	92
Tabela 14: Vključenost podjetnih zaposlenih v posamezne faze razvoja notranjepodjetniških aktivnosti v zadnjih treh letih (kot % zaposlenih), GEM Slovenija 2012	93
Tabela 15: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2012	96
Tabela 16: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2012	97
Tabela 17: Odstotek podjetnic med vsemi podjetniki v letih 2011 in 2012, GEM Slovenija 2012....	98
Tabela 18: Vključenost in vodilna vloga pri notranjepodjetniških aktivnostih po starostnih skupinah, GEM Slovenija 2012	106
Tabela 19: Izobrazbena struktura podjetnih zaposlenih, vključenih v notranjepodjetniške aktivnosti, GEM Slovenija 2012	106
Tabela 20: Konkurenčnost in spol – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012	110
Tabela 21: Konkurenčnost in spol – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012.....	111
Tabela 22: Konkurenčnost in starost – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012	111
Tabela 23: Konkurenčnost in starost – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012.....	111

Tabela 24: Konkurenčnost in izobrazba – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012	112
Tabela 25: Konkurenčnost in izobrazba – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012	112
Tabela 26: Konkurenčnost in motivacija – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012	112
Tabela 27: Konkurenčnost in rast števila zaposlenih – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012	114
Tabela 28: Konkurenčnost in rast števila zaposlenih – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012	115
Tabela 29: Konkurenčnost in inovativnost – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012	118
Tabela 30: Konkurenčnost in inovativnost – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012	118
Tabela 31: Konkurenčnost in internacionalizacija – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012	120
Tabela 32: Nekateri značilnosti podjetij in podjetnikov, ki so pripadniki prve ali druge generacije priseljencev ter nepriseljencev po skupinah gospodarstev, GEM 2012.....	127
Tabela 33: GEM-ovi okvirni pogoji za podjetništvo, GEM NES 2012.....	130
Tabela 34: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo glede na stopnjo razvitosti, GEM NES 2012	132
Tabela 35: Najvišje ocenjeni okvirni pogoji za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji, GEM NES Slovenija 2012.....	140
Tabela 36: Najnižje ocenjeni okvirni pogoji za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji, GEM NES Slovenija 2012.....	141
Tabela A1: Statistična značilnost razlik za izbrane kazalnike podjetniške aktivnosti za prebivalstvo, dostopno preko fiksnih in preko mobilnih telefonskih priključkov, Slovenija 2012	158
Tabela A2: Struktura anketiranih v slučajnem vzorcu za Slovenijo za leto 2012 po starosti in spolu v obeh skupinah anketiranih	158



Uvodni povzetek

Podjetništvo ima pomembno družbeno in ekonomsko funkcijo. Uresničevati se začne z odločitvijo posameznika, da bo podjetniško aktiven, na kar vplivajo številni osebni in družbeni dejavniki. Podjetniki ne samo, da prevzemajo tveganja, ustvarjajo tudi nove kombinacije proizvodnih tvorcev in revitalizirajo ekonomsko aktivnost. Njihovo delovanje je močno odvisno od institucionalnega konteksta in stopnje razvoja posameznega gospodarstva, v veliki meri pa tudi od okolja, v katerem ti posamezniki delujejo, saj lahko ovira ali spodbuja njihovo naklonjenost in sposobnost za uresničevanje podjetniških pobud. Na nekatere dejavnike, ki vplivajo na podjetniško aktivnost, posameznik lahko vpliva, na številne pa ne. Ljudje pa ne izkazujejo podjetništva samo z ustanavljanjem novih podjetij, podjetni so tudi zaposleni posamezniki, ki svojo podjetnost uresničujejo v podjetju, v katerem so zaposleni, če sta za takšno delovanje ustvarjena potrebna organizacijska kultura in primerno vodenje. Zato pravo vprašanje ni, ali zaposlitev ali podjetniška kariera, ampak kdaj je posameznikov podjetniški potencial bolje izkoriščen: ko se angažira kot samostojni podjetnik ali ko svoje kreativne sposobnosti produktivno izrablja kot zaposleni v podjetju, ki je v lasti in upravljanju nekoga drugega.

Globalni podjetniški monitor (GEM), ki raziskuje podjetništvo že vse od leta 1998, je bil ustvarjen prav zato, da bi usklajeno raziskovali podjetništvo, še zlasti zato, ker se njegov pomen in vpliv spreminjata glede na razvojno stopnjo gospodarstva in družbe. Različne razvojne stopnje družb pa nosijo s seboj različne zahteve tako glede najučinkovitejšega načina gospodarjenja kot tudi glede najracionalnejše odločitve posameznika o vstopanju v podjetniško kariero. Zato tudi ni možno podati enotnega napotka, kako v teh državah spodbujati podjetništvo. Tako na strani ponudbe podjetniškega talenta kot na strani povpraševanja po njem je treba upoštevati konkretne razmere v državi, ki pa so lahko močno različne. Temu se mora prilagajati tudi ekonomska politika, da bi lahko čim učinkoviteje podpirala razvoj podjetništva, z njim pa tudi ekonomski in družbeni razvoj. Seveda sta tudi v slabo razvitih gospodarstvih pomembna večanje učinkovitosti in vzpostavljanje primernih podjetniških pogojev za podjetništvo, vendar tovrstni ukrepi ne morejo dati potrebnih učinkov in prispevati k razvoju, če niso prej zagotovljeni temeljni pogoji za poslovanje.

Raziskovalni konzorcij GEM je leta 2012 narasel že na 69 sodelujočih držav, v vseh letih skupaj pa je število sodelujočih držav doseglo številko 99. Podatkovna podlaga raziskave GEM se oblikuje letno, sestavljata pa jo dva temelja vira primarnih podatkov: anketiranje odraslih prebivalcev ter intervjuvanje in anketiranje nacionalnih izvedencev. Reprezentativni slučajni vzorci približno 2.000 anketiranih odraslih ljudi v posamezni državi so bili v večini držav pridobljeni v času od aprila do junija 2012. V Sloveniji je od konca maja do začetka junija 2012 v anketni raziskavi sodelovalo skupaj 2.010 odraslih ljudi v starosti od 18 do 64 let. Skupaj je bilo tako anketiranih 186.143

odraslih posameznikov, države, ki so bile zajete, pa predstavljajo 74 % svetovne populacije in 87 % svetovnega BDP. Anketiranje odraslega prebivalstva vsako leto dopolnjuje tudi anketiranje nacionalnih izvedencev oziroma osebni intervjuji z njimi. To so skrbno izbrani posamezniki iz različnih družbenih sfer, ki imajo znanje in izkušnje na področjih, pomembnih za razumevanje podjetniške kompleksnosti in pogojev za njegovo uveljavljanje. Ta dva ključna podatkovna vira nam pomagata bolje razumeti številne plati podjetništva, kot so količina podjetniške aktivnosti, lastnosti podjetniško aktivnih ljudi in njihovih demografskih značilnosti, motiviranost, raznolikost ustvarjenih podjetij, aspiracije po rasti, pa tudi vplivne elemente družbenega okolja ter kulturnih in družbenih norm v družbi, ki lahko podpirajo ali zavirajo podjetniške procese.

NAGNjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu

Posameznikova nagnjenost k podjetništvu vključuje razpoznavanje poslovnih priložnosti, podjetniške kompetence, strah pred neuspehom in odločenost, da bo ustanovil podjetje. Elementi podjetniške zmogljivosti se z razvojno stopnjo podjetništva spreminjajo. Medtem ko v učinkovitostnih gospodarstvih več kot 60 % posameznikov, ki še niso podjetniki, zaznava poslovne priložnosti, pa je v inovacijskih gospodarstvih takšnih samo nekaj nad 30 %. V skupini inovacijskih gospodarstev so percepcije dobrih poslovnih priložnosti v skromnem obsegu zlasti v državah, ki jih je svetovna gospodarska kriza močno prizadela, v Grčiji (13 %), Španiji (14 %) in na Portugalskem (16 %); v tej skupini je tudi Slovaška z 18 % in Slovenija z 20 %. Nizka stopnja zaznavanja podjetniških priložnosti v Sloveniji je nizka tudi primerjalno s celotnim inovacijskim gospodarstvom (30,9 %), z vsemi evropskimi državami in tudi s skupino držav v jugovzhodni Evropi. V svetovnem merilu se po tem elementu Slovenija uvršča na 60. mesto. Na drugem koncu lestvice sta med evropskimi državami najvišje Švedska, ki je na 8. mestu s 66 %, in Norveška, ki je na 13. mestu in kjer 64 % prebivalcev meni, da se bodo v naslednjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti.

Na podjetniško vedenje vpliva in je zanj pomembno tudi posameznikovo zaupanje v lastno znanje, veščine in sposobnosti za podjetniško aktivnost. V faktorskih gospodarstvih je v to, da imajo potrebno znanje in kompetence za podjetniško pot, prepričanih in povprečju več kot 70 % odraslih prebivalcev in v učinkovitostnih polovica, v inovacijskih gospodarstvih pa je takšnih v povprečju nekaj manj kot 40 %. Slovenija se v tem pogledu v vseh letih, kar sodelujemo v GEM, uvršča relativno visoko. Več kot polovica odraslega prebivalstva (51 %) meni, da ima znanje, izkušnje in sposobnosti za opravljanje podjetniškega poklica, kar uvršča Slovenijo na 30. mesto na lestvici 67 držav, med evropskimi državami pa na tretje mesto, za Makedonijo (s 55 %) in Poljsko (s 54 %). Med vsemi sodelujočimi državami je ta delež najnižji v Rusiji (24 %) in na Japonskem (9 %). Kljub tako visoko izraženemu prepričanju odraslega prebivalstva, da so se sposobni podati na podjetniško pot, pa podjetniške namere in tudi dejanska stopnja podjetništva v Sloveniji ostajajo nizke.

Začenjanje podjetniške poti lahko prepreči tudi strah pred neuspehom, ki ga je več v bolj razvitih gospodarstvih, verjetno zato, ker je tip podjetniške aktivnosti v visokorazvitih gospodarstvih lahko precej zahtevnejši in terja več znanja in veščin kot enostavnejše podjetniške aktivnosti, ki jih je najti več v državah faktorskega in učinkovitostnega gospodarstva. Upoštevati pa je treba tudi, da določeni kulturni vzorci, ki veljajo v številnih državah, tudi v Sloveniji, stigmatizirajo vsak neuspeh, tudi podjetniškega. V Sloveniji strahu pred neuspehom sicer ni veliko, saj je samo dobra četrtina (27 %) prebivalstva mnenja, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od podjetniške poti. V svetovnem merilu to Slovenijo uvršča na 14. mesto, med evropskimi pa na prvo. Žal se to ne izteče tudi v uspešno rojevanje novih podjetij, saj tako podjetniške namere kot

tudi dejanska stopnja podjetništva v Sloveniji ostajajo nizke. Del razlogov za ta razkorak je lahko tudi v napačnem razumevanju zahtevnosti podjetniškega poklica, torej zmotnem prepričanju, da je imeti svoje lastno podjetje pravzaprav preprosto.

Na posameznikovo odločitev za podjetništvo vpliva splet dejavnikov na ravni posameznika, podjetja in podjetniškega okolja, kulturne in družbene norme imajo pri tem pomemben vpliv. Povezanost med družbenim okoljem in podjetniško nagnjenostjo v GEM proučujemo tako, da med delovno aktivnim prebivalstvom ugotavljamo delež tistih, ki menijo, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira, delež tistih, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani, ter delež tistih, ki menijo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjetjih. Čeravno je pri vseh treh indikatorjih opaziti zmanjšanje v primerjavi s povprečjem preteklih let, pa je to, kar bode v oči, stalen in velik razkorak med tem, da ljudje spoštujejo podjetniški poklic (75 %), in tem, da menijo, da je podjetništvo dobra poklicna izbira (55 %). Podoben razkorak zasledimo v celotni Evropski uniji, kjer približno polovica respondentov meni, da je podjetništvo dobra poklicna izbira, čeprav jih dve tretjini med njimi pripisuje podjetniški aktivnosti visok status. Sicer pa delež posameznikov, ki podjetništvo razumejo kot dobro poklicno izbiro, upada s stopnjo razvitosti. V faktorskih gospodarstvih je v to prepričanih v povprečju 76 % odraslih prebivalcev, v učinkovitostnih 70 %, v inovacijskih pa le 55 %. V slednjih je razkorak med spoštovanjem podjetnikov in mnenjem, da je biti podjetnik dobra poklicna izbira, tudi največji. Status podjetnika v družbi so na temelju petih komponent ocenjevali tudi nacionalni izvedenci, ki so na lestvici od 1 do 5 to področje ocenili s povprečno oceno 2,99, kar pa Slovenijo še vedno uvršča na rep lestvice vseh sodelujočih držav. Družbeni status podjetnika je najbolje ocenjen v Izraelu in ZDA, slabe ocene pa imajo, podobno kot leta 2011, Iran, Madžarska in Hrvaška.

PODJETNIŠKA AKTIVNOST V LETU 2012

Podjetniški proces se začne s potencialnimi podjetniki, ki menijo, da imajo potrebne podjetniške sposobnosti, ki vidijo poslovne priložnosti in jih tudi želijo realizirati. Naslednjo fazo predstavljajo *nastajajoči podjetniki* – to so posamezniki, ki so bodisi začeli nekatere aktivnosti, da bi ustanovili podjetje, ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece. Tiste, ki imajo aktivno podjetje in plače izplačujejo že dlje kot tri mesece, imenujemo *novi podjetniki*. Skupaj z nastajajočimi podjetniki tvorijo *indeks zgodnje podjetniške aktivnosti* TEA, ki kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom starosti, ki se vključuje v podjetništvo. Kaže torej obseg zgodnjih faz podjetniškega procesa in je še zlasti občutljiv za dejavnike okolja, ki posameznike bodisi spodbujajo bodisi odvrčajo od podjetništva. Posameznike, ki imajo podjetje že dlje kot tri leta in pol, imenujemo *ustaljeni podjetniki*. Leta 2012 je v Sloveniji slabih 15 % odraslih prebivalcev menilo, da se bodo v prihodnjih treh letih začeli ukvarjati s podjetništvom. Ta delež je visok, če ga primerjamo z deležem prebivalcev, ki so leta 2012 dejansko kaj storili za začetek svoje podjetniške poti in realizacijo svojega podjetja – takšnih je bilo v povprečju manj kot 3 % (2,95 %). Skupaj s posamezniki, katerih podjetje je staro od 3 do 42 mesecev (2,53 %), so upoštevani v deležu zgodnjega podjetništva (indeks TEA).

Največ zgodnje podjetniške aktivnosti je bilo leta 2012 v afriških državah Zambija (41,5 %), Gana (36,5 %) in Uganda (35,8 %), najmanj pa v Rusiji (4,34 %), Italiji (4,32 %) in na Japonskem (3,99 %). Med evropskimi državami sta se najvišje zavihteli Estonija s 14,3 % (23. mesto) in Latvija s 13,4 % (24. mesto). Slovenija je v svetovnem merilu na 59. mestu, v evropskem pa na 23. Po treh letih upadanja se je tako zgodnja podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva v Sloveniji lani vendarle povečala, in sicer na obetavnih 5,42 %. Vendar je pot do optimizma še dolga, saj indeks TEA

zajema tudi posameznike, ki so šele na začetku procesa nastajanja podjetja. Številnim med njimi podjetniške zamisli ne uspe pripeljati tudi do zagona podjetja ali pa novo podjetje usahne že na začetku. V kolikšni meri bo to veljalo tudi za podjetniške pobude in ustanovitve iz leta 2012, je odvisno tudi od tega, ali bo država zagotovila stabilnejše davčne, finančne in pravne okvire poslovanja, pa tudi primerno odgovorno ravnanje politike.

Večina držav v Evropi, ki so leta 2012 sodelovale v raziskavi GEM, se uvršča v skupino inovacijskih držav, v katerih je stopnja podjetniške aktivnosti v povprečju nižja kot v skupini učinkovitostnih ali faktorskih držav, kar je odraz možnosti, ki jih imajo posamezniki, ko si prizadevajo zagotoviti eksistenco zase in družino. V razvitih inovacijskih gospodarstvih ima posameznik več možnosti ne samo za zaposlitev, ampak tudi za sproščanje svoje ustvarjalnosti in podjetnosti na delovnem mestu. To je možno sklepati po podjetniški aktivnosti zaposlenih, ki za svojega delodajalca razvijajo nove proizvode in podjeme, česar je v inovacijskih gospodarstvih bistveno več.

PRENEHANJE POSLOVANJA

Podjetniški proces zajema tudi prenehanje poslovanja, ki je poleg rojevanja podjetij in njihovega aktivnega delovanja indikator dinamičnosti podjetniškega procesa. Primerjava deleža prebivalstva, ki je v preteklem letu opustilo podjetje, s celotno podjetniško aktivnostjo v določenem letu, nam da *opustitveni indeks*, ki je najvišji v Malaviju (64,54 %), Palestini (62,59 %), Angoli (52,17 %) in Alžiriji (57,9 %), najnižji pa na Tajskem (6,06 %), Barbadosu (9,89 %), na Nizozemskem (11,26 %) ter v Veliki Britaniji (11,27 %). Med evropskimi državami sta najvišje uvrščeni Bosna in Hercegovina (52,53 %) ter Hrvaška (37,45 %), med državami EU pa Italija (31,8 %).

V Sloveniji se je s podjetništvom prenehalo ukvarjati v povprečju 1,4 % odraslega prebivalstva, kar predstavlja 14,4 % celotne podjetniške aktivnosti in je primerljivo z letom poprej (17,4 %). Temeljni razlog, zaradi katerega so v Sloveniji posamezniki leta 2012 opustili svoje podjetje, je bil finančne narave, saj je bilo takšnih primerov 21 %, kar je bistveno manj kot leto poprej (43 %) in povsem primerljivo z letom 2010 (21 %). Ker podjetje ni bilo dobičkonosno, ga je v Sloveniji opustilo 11 % posameznikov – bistveno manj kot v povprečju v drugih primerjanih skupinah (v EU v povprečju kar 30 %). Struktura razlogov za prenehanje poslovanja je v Sloveniji po nekaterih značilnostih drugačna od povprečja primerjanih skupin držav. V vseh primerjanih skupinah držav je bil ključni razlog za opustitev poslovanja nedobičkonosnost podjetja, v Sloveniji pa so na prvem mestu finančni razlogi. Še po enem razlogu Slovenija močno izstopa: kar 11 % jih je opustilo poslovanje zaradi upokojitve (leta 2011 18 %). Tako v inovacijskih gospodarstvih kot v povprečju v državah EU je opustitev poslovanja zaradi upokojitve v povprečju manj (7 %).

MOTIVI ZA PODJETNIŠTVO

Nekateri se vključujejo v podjetništvo zaradi nujnosti, drugi zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti. V Sloveniji se zelo majhen delež prebivalstva odloča za podjetništvo zaradi nuje. Leta 2012 je bil indeks TEA za te samo 0,40 %, leto poprej povsem primerljivih 0,44 %. Kar pa se tiče podjetništva zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti, lahko motive razvrstimo v tri glavne skupine: da bi bili pri svojem delu neodvisni, da bi ohranili raven svojih dohodkov ali da bi raven svojih dohodkov povečali. Izkaže se, da je bilo v Sloveniji leta 2012 podjetništva, ki ga je spodbudila želja po večji neodvisnosti in povečanju dohodka, v povprečju 65,68 %. To uvršča Slovenijo v zgornjo tretjino proučevanih držav, kjer na najvišjih mestih najdemo Norveško in Nizozemsko z 72,31 % oziroma 71,93 % podjetništva iz priložnosti zaradi želje po večji neodvisnosti in povečanju

dohodka. Na drugi strani lestvice je z najvišjim deležem podjetništva iz nujnosti ter podjetništva zaradi ohranjanja ravni dohodka pri podjetništvu iz priložnosti Bosna in Hercegovina, kjer je takih skoraj 80 % podjetnikov (79,48 %). Med državami EU ponovno izstopa Italija, kjer je podjetništva iz nujnosti ter podjetništva zaradi ohranjanja ravni dohodka pri podjetništvu iz priložnosti kar 74,55 % celotne zgodnje podjetniške aktivnosti.

V Sloveniji so bili leta 2012 torej prevladujoči motivi večja neodvisnost in osebna svoboda pri delu ter povečanje ravni dohodka – podobno kot tudi v preteklih dveh letih. Podjetništvo, ki je nastalo zaradi izkoriščanja obetavnih poslovnih priložnosti, se po svojih značilnostih razlikuje od podjetništva ljudi, ki so bili potisnjeni na podjetniško pot, ker niso imeli boljše možnosti za pridobitev dohodka in za preživetje. Zato je razumevanje motivacijske strukture podjetništva pomembno: pričakujemo lahko na primer različne aspiracije po rasti ter zaposlovanju in širjenju poslovanja, pa tudi različne demografske ter izobrazbene značilnosti posameznikov v obeh skupinah podjetnikov. Politika pospeševanja podjetništva bi morala to razumeti in upoštevati.

NOTRANJEPODJETNIŠKA AKTIVNOST

Ob nastajanju novih podjetij je za doseganje konkurenčnosti in inovativnosti podjetij in z njo konkurenčnosti posamezne države pomembna tudi notranjepodjetniška aktivnost zaposlenih, ki jo GEM definira kot aktivnost, pri kateri »zaposleni za svojega glavnega delodajalca razvijajo nove dejavnosti, kot so razvoj in uvedba novega izdelka oziroma storitve ali vzpostavitev nove poslovne enote, novega podjetja ali podružnice.« Analiza podatkov GEM 2012 je pokazala, da je notranjepodjetniška aktivnost zaposlenih relativno visoka v primerjavi s klasično podjetniško aktivnostjo v Sloveniji. Tako je bilo v zadnjih treh letih aktivno vključenih in imelo vodilno vlogo v vsaj eni fazi razvoja in uvajanja novih dejavnosti 10,5 % zaposlenih, trenutno pa takšne vloge prevzema 8,7 % zaposlenih. Podjetni zaposleni v okviru notranjepodjetniških aktivnosti prevzemajo različne vloge in niso nujno tudi iniciatorji idej. Teh je bilo med podjetnimi zaposlenimi le 28 %, medtem ko je bilo 33 % iniciativ rezultat kombinacije predlogov delodajalca, podjetnih zaposlenih in sodelavcev, kar kaže na visoko stopnjo sodelovanja in vključevanja različnih udeležencev v procesu podajanja predlogov za izboljšave in spremembe. Delodajalci so bili iniciatorji v 29 %, drugi sodelavci pa le v 10 % podanih iniciativ. Največ zaposlenih je vključenih in prevzema vodilne vloge pri notranjepodjetniških aktivnostih v starostni skupini med 35. in 44. letom (33 %), sledi pa jim starostna skupina med 45. in 54. letom (27 %). V notranjepodjetniške aktivnosti so v več kot polovici primerov vključeni posamezniki, ki imajo univerzitetno izobrazbo. Pomembneje se v podjetniške dejavnosti vključujejo zaposleni, ki imajo končano najmanj srednješolsko izobrazbo, nižje izobraženi zaposleni pa v tovrstne dejavnosti praktično niso vključeni.

DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA

Tako kot ustvarjalnost lahko tudi podjetniško aktivnost in ustanavljanje podjetij zaznamo v vseh starostnih skupinah. V preteklih letih je bila v Sloveniji v povprečju najvišja stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti med prebivalstvom v starostni skupini od 25 do 34 let. Leta 2011 jih je bilo v tej starostni skupini 31 %, leto poprej pa celo 39 %. Leta 2012 je bila za spoznanje bolj zastopana starostna skupina od 35 do 44 let, v kateri je bil delež podjetnikov 32 %. Ti dve skupini skupaj predstavljata največji delež vseh nastajajočih in novih podjetnikov v vseh državah, ki sodelujejo pri raziskavi GEM. Mlajša struktura podjetnikov prevladuje predvsem v državah zunaj Evropske unije. V teh državah je polovica nastajajočih in novih podjetnikov mlajša od 34 let, izstopa pa Kitajska, kjer je delež zgodnjih podjetnikov, mlajših od 34 let, kar 57 %. Relativna mladost podjetniške

populacije je sicer povezana tudi s tem, da je v teh državah v primerjavi z Evropo prebivalstvo mlajše, a vseeno nakazuje, da se bo dolgoročno podjetniška aktivnost v teh državah uveljavljala, in če bodo države vodile še ustrezno podjetniško politiko, bodo tudi vse bolj mednarodno konkurenčne in tekmovalne. Starajoče se prebivalstvo v Evropi obenem z relativno majhnim zanimanjem za podjetniško kariero zato tako v Sloveniji kot v Evropski uniji terja resne premisleke o industrijski in podjetniški politiki ter mehanizmi za spodbujanje podjetnosti in podjetništva.

Tudi med ustaljenimi podjetniki je najbolj zastopana starostna skupina med 35. in 54. letom. Pri tem izstopa Slovenija z 68 % deležem, ki opozarja na to, da se bodo slej ko prej morali oblikovati primerni mehanizmi za prenos tako lastništva kot tudi managementa. Tudi dejstvo, da imamo v Sloveniji 40 % podjetnikov v starostni skupini od 45 do 54 let in 20 % v starostni skupini od 55 do 64 let, govori v prid tezi, da je na tem področju potrebna ustrezna politika. Ne samo zato, ker bodo v prihodnjih letih podjetja starajočih se podjetnikov brez ustreznega pomlajevanja vse manj učinkovita in prodorna, ampak morda še bolj pomembno zato, ker so starejši, prekaljeni podjetniki izjemno dragocen vir izkušenj, znanja in mrežnega povezovanja.

Leto 2012 se je za žensko podjetništvo v Sloveniji pokazalo kot izrazito neugodno. Medtem ko sta med odraslim prebivalstvom v Evropi po deležu odraslih žensk, ki se vključujejo v zgodnje podjetništvo, na prvih mestih Estonija z 9,7 % in Latvija z 8,18 %, se Slovenija z 2,6 % uvršča na zadnje mesto v Evropi, v svetovnem merilu pa tudi sramotno nizko, šele na 63. mesto. Največ zgodnje podjetniške aktivnosti med ženskami je bilo sicer v Zambiji (40 %), Gani (38 %) in Nigeriji (35,6 %), najmanj pa v Koreji (2,3 %), na Japonskem (2,1 %) in v Pakistanu (1,2 %). Slovenija je za spoznanje manj neprijeten vtis v letu 2012 pustila pri ustaljenih podjetnicah, to je tistih, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol, pri čemer se je naša država uvrstila na 51. mesto (2,9 %). Indeks podjetniške aktivnosti žensk v okviru ustaljenih podjetij je sicer najvišji v Gani (35,8 %) in na Tajskem (29,5 %), najnižji pa v Palestini (0,7 %) in Egiptu (0,6 %). Med evropskimi državami je na prvem mestu Švica (7,1 %), ki je hkrati na 13. mestu med 67 sodelujočimi državami, za njo pa je Grčija (6,8 %). Zadnja med evropskimi državami je bila lani Italija (1,6 %), ki je na 61. mestu na lestvici.

Že v prejšnjih letih smo ugotavljali, da so mnoge spremenljivke, ki so se pokazale kot pomembne pri odločanju za podjetniško kariero, za ženske manj ugodne kot za moške. Manj žensk kot moških verjame, da imajo znanje, veščine in izkušnje za podjetništvo. Manj jih meni, da se bodo v naslednjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti, ženske se tudi bolj bojijo neuspeha kot moški in poznajo manj ljudi, ki so v zadnjih dveh letih ustanovili podjetje. To seveda pomeni, da bo treba za povečanje prisotnosti žensk v podjetništvu sprejemati učinkovitejše ukrepe, ki bodo posegali globlje od kratkoročnih in enkratnih akcij ali pozivov.

Zanimivo pa je, da je po siceršnjem odnosu do žensk v podjetništvu Slovenija v evropskem in tudi v svetovnem merilu vselej visoko uvrščena. To področje so po petih komponentah ocenjevali nacionalni izvedenci in ga na lestvici od 1 do 5 ocenili s povprečno oceno 3,62, s katero zaseda Slovenija 12. mesto med vsemi državami GEM in 8. mesto v evropskem merilu ter se s tem postavlja ob bok Danski in Estoniji. To pomeni, da imajo formalno in pravno ženske v Sloveniji enakovredno izhodišče za podjetništvo kot moški. Zlasti v nekaterih manj razvitih državah njihovi izvedenci splošni odnos družbe do ženskega podjetništva ocenjujejo precej slabše, med evropskimi državami pa je na repu lestvice mogoče najti Madžarsko, Hrvaško, Italijo ter Bosno in Hercegovino, medtem ko so skandinavske države tudi leta 2012 na tem področju zasedale najvišja mesta.

Največji delež nastajajočih in novih podjetnikov prispeva odraslo prebivalstvo, ki se uvršča v zgornji dohodkovni razred, prav tako tudi ustaljenih podjetnikov. Iz tega dohodkovnega razreda je bilo leta 2012 podjetniško aktivnih dobrih 6 % odraslega prebivalstva (2,51 % zgodnjih in 3,95 % ustaljenih podjetnikov); v srednjem dohodkovnem razredu so bili podjetniško aktivni dobri 4 %

prebivalstva, v spodnjem dohodkovnem razredu pa nekaj manj kot 3 %. Za takšno vključevanje prebivalstva v podjetništvo je več razlogov, začenši z izobrazbo, ki je v gornjem dohodkovnem razredu v povprečju višja, nanjo pa so vezana tudi določena znanja in izkušnje, ki so za podjetniško kariero v inovacijskem gospodarstvu, kamor se uvršča Slovenija, primernejša. Večji je tudi spekter poslovnih priložnosti, ki je na razpolago, brez prevelikega tveganja pa lahko tudi predpostavimo, da so v tem dohodkovnem razredu ovire finančne narave manjše.

Izobrazba, tako neformalna kot formalna, je za podjetništvo izjemnega pomena, saj povečuje zalogo informacij in veščin posameznika, ki so pomembne za zaznavanje in izrabo poslovne priložnosti. Obenem je izobrazbena struktura podjetnikov eden izmed pomembnih dejavnikov, ki vplivajo na kakovost podjetništva in njegovo zmožnost za rast in razvoj. Prav zato so nekateri podatki o izobrazbi podjetnikov za leto 2012 zaskrbljujoči, saj ugotavljamo, da je med nastajajočimi podjetniki upadel delež tistih z visokošolsko izobrazbo s 44,3 % leta 2011 na 39,2 %. Med novimi podjetniki je bil upad še večji – z 52,1 % na 44,9 %. Medtem ko se pri nastajajočih podjetnikih ta upad do določene mere vsaj delno kompenzira s povečanim deležem podjetnikov z višješolsko strokovno izobrazbo (s 5,2-odstotnega deleža na 13,1-odstotni delež), pa je pri novih podjetjih tukaj še večji upad, in sicer s 23,5 % na 10,7 %. Upad deleža podjetnikov z visokošolsko izobrazbo smo zabeležili tudi pri ustaljenih podjetnikih, kjer se je delež v primerjavi z letom 2011 zmanjšal s 37 % na 29,2 %.

Zmanjševanje števila podjetnikov z visokošolsko izobrazbo je resno opozorilo, da je bilo premalo narejeno za to, da bi se visoko izobraženi posamezniki odločali za podjetniško kariero, čemur pritrdjujejo tudi rezultati analize Evropske komisije, ki kažejo, da več kot polovica evropskih študentov na visokošolski ravni nima dostopa do podjetniškega izobraževanja. Podjetniško izobraževanje pa prispeva k razvoju znanj in spretnosti, s pomočjo katerih bodo študentje razvili tehnično-poslovne veščine za uspešno podjetniško kariero. Pri tem še zdaleč ni nujno, da mora podjetniško izobraževanje voditi v ustanovitev lastnega podjetja, saj gre tudi za pridobitev številnih veščin in lastnosti, ki so lahko uporabne in potrebne tudi v drugih vrstah poklicnega udejstvovanja – od zaznavanja priložnosti, povezovanja in sodelovanja do zdrave ambicioznosti in zavedanja samoodgovornosti. Če posamezniki med šolanjem ne pridobijo zavedanja o tem, da je treba biti podjeten oziroma da je podjetniška kariera dobra izbira, bo vključevanje v podjetništvo seveda manjše.

Boljšo izobrazbeno strukturo imamo pri notranjih podjetnikih, za katere je na splošno značilno, da so visoko izobraženi in imajo v povprečju univerzitetno ali višjo izobrazbo, velikokrat kot kombinacijo različnih usmeritev, ki med seboj povezujejo različna znanja, od tehničnih do poslovnih. V Sloveniji je največ zaposlenih vključenih in prevzema vodilne vloge pri notranjepodjetniških aktivnostih v starostni skupini med 35. in 44. letom, sledi jim starostna skupina med 45. in 54. letom. Najmanj vključenih v notranjepodjetniške aktivnosti je med najmlajšimi zaposlenimi v starostni skupini med 18. in 24. letom (le 2 %), kar je glede na starosti primerne manjše delovne izkušnje in strokovno znanje tudi razumljivo. V notranjepodjetniške aktivnosti je bilo v zadnjih treh letih vključenih in je imelo vodilno vlogo 64 % moških in 36 % žensk, v času raziskave pa 60 % moških in 40 % žensk.

PODJETNIŠKE ASPIRACIJE IN KONKURENČNOST

Aspiracijske ravni podjetnikov glede razvoja njihovih podjetij so zelo različne. V raziskavi GEM jih merimo s predvideno rastjo števila zaposlenih, inovativnostjo njihovih izdelkov ali storitev ter z internacionalizacijo poslovanja. Podjetniki lahko s svojimi proizvodi in/ali storitvami konkurirajo

na bolj ali manj konkurenčnih trgih. Podatki GEM za leto 2012 kažejo, da slovenski nastajajoči in novi podjetniki vstopajo na oba tipa trgov: 59 % jih vstopa na trge z omejeno konkurenčnostjo in 41 % na trge z visoko stopnjo konkurenčnosti. Med nastajajočimi in novimi podjetniki predstavniki najmlajše skupine (od 18 do 34 let) v največji meri iščejo priložnosti na novih, nižnih trgih. Nasprotno pa v skupini ustaljenih podjetnikov vse starostne skupine v večji meri konkurirajo na trgih z veliko konkurenco. Med nastajajočimi in novimi podjetniki više izobraženi posamezniki v večji meri (66 %) načrtujejo svoje poslovanje na bolj konkurenčnih trgih. Ustaljeni podjetniki so ne glede na izobrazbeno raven intenzivneje prisotni na trgih z veliko konkurenco (okrog 60 %). Med nastajajočimi in novimi podjetniki, ki se podajajo na podjetniško pot zaradi zaznane podjetniške priložnosti, jih 60 % načrtuje poslovanje na tržiščih z malo oziroma nič konkurenco. Takšen rezultat potrjuje dejstvo, da podjetniki iz nuje poslujejo na manj konkurenčnih trgih, s proizvodi in/ali storitvami, ki za potencialne kupce niso novost.

Analiza povezav med stopnjo konkurenčnosti in aspiracijami po rasti števila zaposlenih kaže, da namerava večina ambicioznih zgodnjih podjetnikov svoje ambicije uresničevati z večanjem tržnih deležev na novih, nižnih trgih. Tako lahko sklepamo, da večina ambicioznih zgodnjih podjetnikov verjame, da za realizacijo njihovih pričakovanj po rasti obstaja dovolj neizkoriščenih trgov oziroma jih je moč ustvariti. Ugotovili smo, da je inoviranje proizvodov in/ali storitev na strani zgodnjih podjetnikov običajnejše na trgih z malo ali nič konkurenco. Zaskrbljujoč je podatek o majhnem deležu tistih zgodnjih in ustaljenih podjetnikov, ki uporabljajo nove tehnologije (npr. tehnologije, ki so na voljo od preteklega leta). Teh je med nastajajočimi in novimi podjetniki le 6 %, med ustaljenimi pa le še 4 %. Vzorec njihovega konkuriranja je podoben (71 % v primerjavi s 60 % jih konkurira na trgih z malo ali nič konkurenco). Analiza konkurenčnosti in mednarodne usmerjenosti zgodnjih podjetnikov tudi kaže, da kar 32 % slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov načrtuje močno usmerjenost na mednarodne trge (več kot 25 % kupcev v tujini). Intenzivneje mednarodno usmerjena podjetja načrtujejo poslovanje na manj konkurenčnih – nižnih trgih (72 %), medtem ko dobri dve petini šibko mednarodno usmerjenih podjetij namerava poslovati na trgih z veliko obstoječo konkurenco (43 %) – predvidevamo, da s posnemanjem strategij obstoječih konkurentov.

MEDNARODNE MIGRACIJE IN PODJETNIŠTVO

Raziskave kažejo, da so podjetniki, ki so priseljenci ali njihovi potomci, lahko pomemben vir gospodarske rasti in konkurenčnosti gospodarstva tako v državi, v katero so se priselili, kot v državi, iz katere izhajajo.

Zato jih je leta 2012 raziskava GEM vključila kot posebno temo, analiza pa je zajemala predvsem učinke podjetniške aktivnosti priseljencev v državah, v katerih podjetniško delujejo, zlasti rast, inovativnost in mednarodno usmerjenost njihovih podjetij. Zaradi nizkega števila vključenih posameznikov in zato, ker gre zgolj za enoletne podatke, je treba rezultate jemati zadržkom, ugotavljamo pa, da se stopnje podjetniške aktivnosti tako prve kot druge generacije priseljencev v treh skupinah držav razlikujejo podobno, kot to velja za zgodnjo podjetniško aktivnost v celoti, kar kaže na to, da imajo dejavniki okolja, kot so ekonomski, institucionalni ter kulturno-družbeni, ki so značilni za posamezno fazo gospodarske razvitosti, podoben vpliv na podjetniško aktivnost priseljencev in nepriseljencev.

V inovacijskih in faktorskih gospodarstvih so pripadniki prve generacije priseljencev v povprečju bolj podjetniško aktivni kot pripadniki druge generacije ter nepriseljenci. V učinkovitostnih gospodarstvih se kaže nasproten vzorec: v povprečju so najbolj podjetniško aktivni neprise-

ljenci, pripadniki prve generacije priseljencev pa najmanj. Po teh značilnostih je Slovenija bolj podobna učinkovitostnim gospodarstvom kot inovacijskim, kamor spada glede na stopnjo BDP na prebivalca. Pripadniki prve generacije priseljencev so v povprečju najmanj podjetniško aktivni (3,34 %), pripadniki druge generacije priseljencev ter nepriseljenci pa kažejo večjo podjetniško aktivnost (5,78 % in 5,55 %).

Med podjetniki, ki so pripadniki prve ali druge generacije priseljencev, jih je v povprečju petina začela s podjetništvom zato, ker so na tak način ustvarili vir dohodka za preživetje zase ali za svojo družino. Med podjetniki nepriseljenci je v povprečju v Sloveniji takih le dobrih 5 %. Toda pri analizi agregiranih podatkov po skupinah držav glede na stopnjo gospodarske aktivnosti takšna razporeditev ne velja. Povprečne stopnje podjetniške aktivnosti zaradi nuje med podjetniki priseljenci in podjetniki nepriseljenci so v vseh treh skupinah gospodarstev zelo podobne, v učinkovitostnih gospodarstvih pa je podjetništvo zaradi nuje med nepriseljenci celo nekoliko pogostejše kot med podjetniki priseljenci. Rezultati tudi kažejo, da so podjemi priseljencev v inovacijskih gospodarstvih bolj usmerjeni v rast števila delovnih mest in tudi na mednarodno tržišče, kot to velja za podjetniško aktivnost nepriseljencev. V ukrepih ekonomske politike v državi, v kateri se priseljenci vključujejo v podjetniško aktivnost, bi bilo zato te možnosti zaposlovanja in globalizacije poslovanja treba spodbujati. V državah, iz katerih izvirajo, pa je ukrepe ekonomske politike smiselno graditi na utrjevanju povezav s tistimi podjetniško aktivnimi ljudmi, ki so se odselili v druge dele sveta.

PODJETNIŠKO OKOLJE

Podjetništvo je tesno vpeto v konkretno družbeno okolje, ki se razlikuje med državami in celo med posameznimi regijami. Raziskovalna metodologija GEM se podobno kot nekatere druge raziskave pri ocenjevanju podjetniškega okolja opira na mnenja strokovnjakov, da bi ocenili specifične pogoje določenega nacionalnega gospodarstva. Pri tem se osredotočamo zgolj na temeljne pogoje, ki imajo pomemben vpliv na podjetniški sektor, in na ta način pridobimo ustrezen vpogled v okvirne pogoje, v katerih podjetniki začenjajo in razvijajo svojo aktivnost.

Analiza izvedeniških odgovorov je pokazala, da so izvedenci v faktorskih gospodarstvih največkrat najbolje ocenili predvsem dinamičnost na notranjem trgu ter dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij, ki je hkrati tudi največkrat najbolje ocenjen okvirni pogoj za podjetništvo v učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstvih. Izvedenci v faktorskih gospodarstvih so najpogosteje najslabše ocenili okvirni pogoj, ki se nanaša na razširjenost in kakovost izobraževanja ter usposabljanja za podjetništvo v osnovni in srednji šoli, ter okvirni pogoj, ki se nanaša na obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso. Podjetniško izobraževanje na osnovni ravni je še vedno največkrat najslabše ocenjen okvirni pogoj tudi v učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstvih, čeprav številne raziskave opozarjajo, da je naklonjenost izobraževalnega sistema podjetniškemu izobraževanju osnova, s pomočjo katere se oblikujejo ključni elementi za podjetništvo, kar je podlaga ekonomske rasti in razvoja. To potrjujejo tudi povprečne ocene omenjenega okvirnega pogoja, ki so ga izvedenci v faktorskih gospodarstvih ocenili v povprečju z oceno 1,91 (na lestvici od 1 do 5), v učinkovitostnih gospodarstvih z oceno 2,05 in v inovacijskih z oceno 2,14.

Dostop do fizične infrastrukture tudi v Sloveniji v povprečju dosega najvišjo oceno (3,83). Najslabše je bil v Sloveniji v povprečju ocenjen okvirni pogoj, ki se nanaša na zasnovanost in vodenje vladne politike – regulative za nova in rastoča podjetja (2,09), kar lahko nedvomno pripišemo tudi domačim političnim in gospodarskim razmeram v letu 2012. V splošnem so

leta 2012 slovenski izvedenci podjetniško okolje v Sloveniji ocenili zelo kritično. Kar 7 okvirnih pogojev za podjetništvo od 12 je bilo ocenjenih slabše kot leto poprej. Kot stimulatивna za podjetništvo (ocena nad 3) so v letu 2012 izvedenci ocenili zgolj dva okvirna podjetniška pogoja: dostop do fizične infrastrukture in hitrost sprememb na notranjem trgu. Relativno dobro so ocenjeni kakovost in dostopnost poslovne in strokovne infrastrukture, razširjenost in kakovost izobraževanja za podjetništvo po srednji šoli ter izvajanje vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva. Na lestvici okvirnih podjetniških pogojev z najnižjimi povprečnimi ocenami pa so zasnovanost in vodenje vladne politike (regulativa), razširjenost in kakovost izobraževanja za podjetništvo v osnovni in srednji šoli, kulturne in družbene norme, zasnovanost in vodenje vladne politike (podpora), razpoložljivost finančnih virov za nova in rastoča podjetja, obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso ter odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu.

Številne najnižje ocenjene trditve o poslovnem okolju v Sloveniji leta 2012 po večini niso novost, saj so se nekatere pogosto pojavljale že v preteklih letih. Slovenija je po kakovosti večine okvirnih pogojev za podjetništvo še vedno oddaljena od skupine inovacijskih gospodarstev, kamor se prištevamo. Slovensko podjetniško okolje namreč generalno še vedno beleži podpovprečne rezultate. Potencial za večjo podporo podjetništvu ter s tem pogoje za gospodarsko rast in družbeni napredek je šele treba ustvariti, tega pa ni mogoče narediti brez resnih intervencij na področjih, ki primerjalno z drugimi najrazvitejšimi državami najbolj pešajo.

Večina nacionalnih izvedencev, ki so leta 2012 sodelovali v raziskavi, poglobitno slabost za razvoj podjetništva v Sloveniji pripisuje kulturnim in družbenim normam (54,80 %). Izvedenci pretežno poudarjajo slabšalni odnos javnosti do podjetništva, netolerantnost do nadpovprečnih in uspešnih. Kot dominantni vrednoti v družbi, ki zavirata podjetniško aktivnost, omenjajo predvsem zavist in nevoščljivost. Po mnenju nacionalnih izvedencev širša družba v Sloveniji še vedno ne razume podjetniške aktivnosti in njene vloge pri razvoju in napredku ter jo pogosto podcenjuje. Na drugi strani pa nacionalni izvedenci pogosto kot slabost v okviru kulturnih in družbenih norm izpostavljajo strah in nepripravljenost posameznikov za prevzemanje tveganja, strah pred neuspehom, ki v slovenski družbi ni sprejemljiv, ter vse pogostejša koruptivna nagnjenja v poslovanju. Na drugem mestu se je leta 2012 kot zaviralni dejavnik za razvoj podjetništva v Sloveniji pojavil dostop do finančnih sredstev za zagon ter rast podjetja (35,50 %), pri čemer nekateri izvedenci ocenjujejo, da je sistem financiranja podjetniških aktivnosti v Sloveniji še vedno premalo razvit, kritični pa so predvsem do nepovratnih sredstev ter kreditne politike bank. Glede poslovne in strokovne infrastrukture izvedenci kot slabost največkrat izpostavljajo (32,50 %) birokratske ovire ter dolge administrativne postopke. K temu lahko priključimo tudi zmožljivosti za podjetništvo (29 %), ki so po mnenju izvedencev prav tako pogosto razlog za zaviranje razvoja podjetništva v Sloveniji. Druge slabosti se v manjši meri nanašajo tudi na vladne politike, soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom, izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu ter druge dejavnike.

Poglobitno prednost, ki najbolj pospešuje podjetniško aktivnost v Sloveniji, izvedenci v okviru poslovne in strokovne infrastrukture pripisujejo predvsem (50 %) preprostim postopkom ustanovitve podjetja ter aktivnostim inkubatorjev in tehnoloških parkov. Izvedenci menijo, da med kulturnimi in družbenimi normami (40 %) podjetništvo v Sloveniji najbolj spodbujajo primeri podjetniških uspehov. Poudarjajo tudi tržne niše in poslovne priložnosti na enotnem trgu, geografsko lego Slovenije ter veliko željo posameznikov po neodvisnosti in novih izzivih. Izvedenci hkrati menijo, da trenutna ekonomska klima (26,7 %) na podjetniško aktivnost lahko deluje stimulatивno, saj kriza in negotova gospodarska situacija pogosto pospešujeta podjetniško obnašanje posameznikov. Prednost okolja izvedenci vidijo prav tako v kakovostnem izobraževalnem sistemu

(26,7 %) in finančni podpori (23,3 %), pri čemer izpostavljajo jamstva Slovenskega podjetniškega sklada, poslovne angele in druge podporne sheme na ravni države. V Sloveniji je ugodna tudi sestava delovne sile (20 %), za katero sta po mnenju izvedencev značilni delavnost in zavzetost, ter trenutna visoka stopnja brezposelnosti, ki posameznike sili v podjetništvo. Druge prednosti se v nekoliko manjši meri nanašajo še na nekatere druge okvirne pogoje.

Priporočila za pospeševanje podjetniške aktivnosti v Sloveniji, ki so jih podali izvedenci, se v največji meri nanašajo na spodbujanje inovativnosti ter podjetniško izobraževanje in usposabljanje na vseh ravneh formalnega izobraževanja ter tudi po njem (43,8 %). Temu sledijo priporočila, ki se nanašajo na vladne politike (37,5 %); med temi so najpogosteje poudarjene davčne olajšave, oblikovanje dolgoročne in jasne politike za spodbujanje podjetništva ter tudi potreba po zmanjšanju javne porabe. Med izvedenci prevladuje mnenje, da bi bilo v Sloveniji treba izboljšati predvsem dostop do ugodnih virov financiranja (28,1 %) ter odpraviti administrativne omejitve in okrepiti svetovalne mreže za podjetnike, kar se nanaša na poslovno in strokovno infrastrukturo (28,1 %). Kar nekaj priporočil je bilo podanih tudi na področju kulturnih in družbenih norm (25 %), pri čemer bi bilo za pospeševanje podjetništva po mnenju izvedencev nujno bolj ozaveščati mlade in širšo javnost o pomenu podjetništva. Izvedenci priporočajo tudi več medijske podpore in promocije inovacij ter podjetništva, favoriziranje uspešnih podjetniških zgodb, nagrajevanje in dodeljevanje priznanj uspešnim podjetnikom ter s tem postopno spreminjanje vrednot in kulture v smeri stimulatивnejšega podjetniškega okolja.



Executive Summary

Entrepreneurship has an important social and economic function. It is initiated by the decision of an individual to become entrepreneurially active, which is, in turn, affected by a number of personal and socio-economic factors. Entrepreneurs not only take risks, but also create new combinations of production factors and revitalize economic activity. On the one hand, their activities are highly dependent on the institutional framework and the level of economic development of an individual country. On the other hand, entrepreneurs depend on the environment in which they function since this environment can either hinder or stimulate their attitudes towards and the ability to pursue entrepreneurial initiatives. Although individuals can influence some of the factors that have an impact on entrepreneurial activity, there are also many others which are beyond their control. Individuals do not exhibit entrepreneurial activity only by establishing new companies – they can also exhibit their entrepreneurial activity within the existing companies provided that the organisation culture and adequate management of a business enable such behaviour. For that reason, the real question is not whether it is better to seek employment within existing companies or have an independent entrepreneurial career but rather how one's entrepreneurial potential will be best exploited: being self-employed or when one productively exploits his/her creative abilities by working as an employee.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) has been researching entrepreneurship since 1998 and its aim is to provide a consistent framework for the research of entrepreneurship, particularly because the role and the significance of entrepreneurship vary depending on the level of economic and social development. Different levels of socio-economic development of countries mean different requirements as regards the most efficient ways of management as well as the most rational decisions of an individual to enter entrepreneurship. For that reason, it is impossible to give a unified advice about how to encourage entrepreneurship in all countries. That is, when assessing the availability of and the demand for entrepreneurial potential, specific socio-economic conditions of individual countries, which vary substantially across different countries, have to be taken into consideration. Economic policy measures should be thus adapted to best support the development of entrepreneurship and, consequently, economic and social development. Of course, the increase of efficiency and the creation of relevant entrepreneurial conditions are important even in the less developed economies; however, such measures cannot provide adequate results and cannot contribute to economic growth if fundamental entrepreneurial framework conditions are not in place.

In 2012, GEM research consortium grew to 69 participating countries whereas the overall number of the countries that have participated in the research over the years has risen to as many as 99.

GEM database is formed on an annual basis and includes two main sources of primary data: the survey of the adult population and the questionnaire interviews of national experts. The representative random samples of approximately 2,000 adults surveyed in each participating country were obtained between April and June 2012. In Slovenia, the total number of 2,100 adults aged 18-64 took part in the survey between the end of May and the beginning of June 2012. Globally, the overall number of the surveyed adult individuals was 186,143, and the countries involved in the research present 74% of the world population and 87% of the world GDP. The annual survey of the adult population is supplemented by the questionnaires completed by national experts or personal interviews with national experts, i.e. carefully chosen individuals from different social spheres who possess the knowledge and the experience in the fields relevant for the understanding of the complexity of entrepreneurship and the conditions for its establishment. These two key sources of data help us better understand various aspects of entrepreneurship, such as the level of entrepreneurial activity, personal and demographic characteristics of entrepreneurially active individuals, motivation, different types of new ventures, growth aspirations as well as the influential features of socio-economic environment as well as cultural and social norms that either support or hinder entrepreneurial processes in a society.

ENTREPRENEURIAL ATTITUDES OF ADULT POPULATION

An individual's attitude towards entrepreneurship includes his/her perception of business opportunities, entrepreneurial capacities, fear of failure and intentions to start a new business. The elements of entrepreneurial capacity change with different levels of entrepreneurship. While in efficiency-driven economies, more than 60% of non-entrepreneurially active individuals perceive business opportunities, only 30% of such individuals in innovation-driven economies perceive them. In the group of innovation-driven economies, the perceptions of good business opportunities are particularly low in the countries that have been badly impacted by the global economic crisis, i.e. in Greece (13%), Spain (14%) and in Portugal (16%); this group of countries also includes Slovakia and Slovenia with 18% and 20% respectively. The low level of perceived entrepreneurial opportunities in Slovenia is also low in comparison to the entire group of innovation-driven economies (30.9%), to all other participating European countries as well as to the group of South-Eastern European countries. Globally, Slovenia ranks 60th regarding this variable. On the other end of this scale, Sweden ranks 8th with 66% and Norway ranks 13th with 64% of adult population believing that good opportunities for starting a business will have developed in the next six months.

Entrepreneurial behaviour is also affected by and is important for the individual's trust in his/her knowledge, skills and abilities for entrepreneurial activity. On average, more than 70% of adult population in factor-driven economies believe that they have the required knowledge and skills to start a new business whereas in efficiency-driven economies one half of adult population share this opinion and slightly less than 40% of adult population in innovation-driven economies claim so. Since the beginning of its participation in GEM research, Slovenia has always ranked relatively high concerning this criterion. More than half of adult population in Slovenia (51%) believe that they have the knowledge, experience and skills for an entrepreneurial career, which ranks Slovenia 30th among the 67 participating countries and 3rd among the European countries following Macedonia (55%) and Poland (54%). Russia and Japan are ranked the lowest among all participating countries with 24% and 9% respectively. However, despite the fact that a very high proportion of adult population in Slovenia believe that they are capable of pursuing an entrepreneurial career, entrepreneurial intentions and the actual rate of entrepreneurship in Slovenia remain low.

Fear of failure, which is more common in more developed economies, often prevents individuals from starting a new business. This is probably the result of the fact that the types of entrepreneurial activities in highly developed countries are more demanding and require more knowledge than simple entrepreneurial activities which are prevalent in factor- and efficiency-driven economies. It also has to be taken into account that certain cultural values common to a number of countries (including Slovenia) stigmatize all failure, not just entrepreneurial one. Fear of failure is not very common in Slovenia as only a good quarter (27%) of adult population believe that it would prevent them from starting a business, which ranks Slovenia 14th on a global scale and 1st in Europe. Unfortunately, this does not result in a successful formation of new firms because both entrepreneurial intentions and the actual level of entrepreneurship in Slovenia remain low. Some of the reasons for this discrepancy lie in the misunderstanding about the difficulty of entrepreneurial profession, i.e. in the misconception that having one's own business is something simple. The individual's decision for entrepreneurship is influenced by a mixture of individual factors (personal characteristics and skills) and contextual factors (i.e. entrepreneur's environment) with culture and social norms playing an important role.

GEM studies the relationship between the socio-economic environment and the attitudes towards entrepreneurship by establishing the proportion of working age population who believe that entrepreneurship is a desirable career choice, the proportion of adult population who agree with the statement that successful entrepreneurs are awarded high status in a society and the proportion of adult population who claim that there is a good media attention for entrepreneurship (i.e. that they will often see stories in the public media about successful new businesses). Although all three measures exhibit a decrease in comparison to the average scores in previous years, the most striking feature regarding the entrepreneurial attitudes is a permanent and wide gap between people's respect for entrepreneurship as a profession (75%) and their belief that entrepreneurship is a good career choice (55%). There is a similar gap across the entire European Union, where approximately one half of respondents agree that entrepreneurship is a good career choice despite the fact that two-thirds of them attribute high status to entrepreneurial activity. The percentage of individuals who believe that entrepreneurship is a good career choice actually decreases with the increasing level of economic development. The average of 76% of adult population in factor-driven economies and 70% in efficiency-driven economies agree with this claim and in the innovation-driven ones only 55% percent of adult population claim so. The latter group of countries also exhibits the highest gap between the respect for entrepreneurs and the belief that being an entrepreneur is a good career choice. Based on the five items in the questionnaire concerning the status of entrepreneurs in a society, Slovenian national experts gave in 2012 this variable an average score of 2.99 (on a 1 to 5 scale), which ranks Slovenia at the lower end among all participating countries. Social status of entrepreneurs received the highest scores in Israel and the USA whereas Iran, Hungary and Croatia received low scores (similar to 2011).

ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN 2012

Entrepreneurial process begins with potential entrepreneurs who believe that they have adequate entrepreneurial skills, who perceive business opportunities and who wish to exploit these opportunities. The next stage is represented by *nascent entrepreneurs*, i.e. individuals who are actively involved in setting up a business or who already own a business but whose business has not paid any wages or salaries for more than three months. The individuals that are owners/managers of an active business are called *new entrepreneurs*. These two types of entrepreneurs combined make the Total Entrepreneurial Activity (TEA) Index, which shows the percentage of population

aged 18-64 involved in entrepreneurship. It thus shows the scope of early stage entrepreneurial activity and is particularly sensitive to socio-economic factors, which either promote or hinder entrepreneurship. The individuals who own and manage an established business that has been in operation for more than 42 months are *established business owners*.

In 2012, a bit less than 15% of adult population in Slovenia expected to start a new business in the next three years. This percentage is rather high if compared to the percentage of adult population that actually began to pursue their entrepreneurial careers and began to implement their start-up businesses. The percentage of such individuals was a bit less than 3% (2.95%) and together with individuals whose businesses have paid wages between 3 and 42 months (2.53%) they account for the early-stage entrepreneurial activity (TEA Index).

The highest TEA rates in 2012 were in African countries Zambia (41.5%), Ghana (36.5%) and Uganda (35.8%), while in Russia (4.34%), Italy (4.32%) and in Japan (3.99%) these rates were the lowest. The European countries Estonia (14.3%) and Latvia (13.4%) were ranked the highest on a global scale (23rd and 24th place respectively). Among all GEM countries, Slovenia ranked 59th while among the European countries it ranked 23rd. After the decreasing trend in three preceding years, the early-stage entrepreneurial activity in Slovenia in 2012 rose to a promising 5.42%. However, it is still too early to feel optimistic as the TEA Index includes also those individuals whose entrepreneurial activity is still in the pre-start-up phase. Many of these individuals will not be able to launch their companies or their nascent businesses will discontinue already in their initial stages. The degree to which this will apply to entrepreneurial initiatives and establishments from 2012 also depends on whether the government will ensure more stable taxation, financial and legal frameworks for business operations as well as on adequate and responsible government policies.

The majority of European countries that participated in GEM 2012 research are classified into the group of innovation-driven economies in which the level of entrepreneurial activity is, on average, lower than in the groups of efficiency- and factor-driven economies. This fact reflects the options which individuals have for earning a living for themselves and their families. In developed innovation-driven economies individuals have not only more job opportunities but also more opportunities to realize their creativity and enact their entrepreneurial ambitions as employees. This is evident from the intrapreneurship activity where employee entrepreneurs develop new products and start-ups for their employers, which is far more frequent in innovation-driven economies.

BUSINESS DISCONTINUANCE

Entrepreneurial process also includes business discontinuance, which is together with the birth of new firms and their active operations the indicator of entrepreneurial dynamics. The ratio between the percentage of adult population who discontinued their business operations in a previous year and total entrepreneurial activity in a given year is called *Business Discontinuance Index*. In 2012, this index was the highest in Malawi (64.54%), Palestine (62.59%), Angola (52.17%) and Algeria (57.9%), and the lowest in Thailand (6.06%), Barbados (9.89%), the Netherlands (11.26%) and in the United Kingdom (11.27%). Among the European countries, Bosnia and Herzegovina (52.53%) and Croatia (37.45%) were ranked the highest while Italy (31.8%) was the highest ranking EU country.

In Slovenia, the average of 1.4% of adult population discontinued their businesses in 2012, which represents 14.4% of total entrepreneurial activity and is comparable with the year before

(17.4%). The main reason (21%) why individuals discontinued their businesses was financial one (i.e. problems getting finance). However, this is substantially less than in 2011 (43%) and totally comparable with the year 2010 (21%). Lack of profitability was the reason why 11% of individuals discontinued their businesses, which is considerably less than the average of other comparable groups (the EU average was 30%). The structure of reasons for business discontinuance in Slovenia is rather different from the average on comparable groups of countries. In all of these comparable groups, the key reason for business discontinuance was unprofitability of the businesses whereas in Slovenia the main reasons were the problems of obtaining finance. Slovenia also stands out as respects another reason, i.e. as many as 11% of individuals discontinued their operations because of retirement (2011 - 18%). Both in innovation-driven economies and as regards the EU average, business discontinuance due to retirement was much lower (7%).

ENTREPRENEURSHIP MOTIVES

Some individuals become engaged in entrepreneurial activity out of necessity while others enter entrepreneurship to exploit a business opportunity. In Slovenia, only a small proportion of adult population became entrepreneurially active out of necessity. In 2012, necessity TEA rate was only 0.40%, which is fully comparable with 0.44% in 2011. As regards the motives for opportunity-based entrepreneurial activity, they can be grouped into three main categories: independence in one's work, maintaining one's income or improving one's income. The results of our study show that in Slovenia the average rate of the opportunity-motivated entrepreneurial activity in 2012 was 65.68%. This ranks Slovenia into the highest third of the surveyed countries with Norway (72.31%) and the Netherlands (71.93%) at the top of the improvement-driven opportunity motivated entrepreneurship. On the other hand, Bosnia and Herzegovina ranks highest as regards necessity-driven entrepreneurship and opportunity-motivated entrepreneurship in terms of maintaining income levels with almost 80% of such entrepreneurs (79.48%). In the group of the EU countries, Italy stands out with as much as 74.55% of the total early-stage entrepreneurial activity being either necessity-driven or opportunity-motivated (maintenance of income levels).

Similar to previous two years, the prevailing motives for entrepreneurship in Slovenia in 2012 were thus greater personal independence in one's work and the improvement of one's income. The entrepreneurship of those individuals whose intention is to exploit a business opportunity is different from the entrepreneurship of individuals who are pushed into starting a business because they have no better sources of income and means of making a living. For that reason, it is important to understand the motivation behind entrepreneurial activity as we may expect different growth aspirations and expansions of businesses as well as different demographic characteristics and educational profiles of individuals in both groups of entrepreneurs. Entrepreneurship policy should not only understand these facts but also take them into account.

ENTREPRENEURIAL EMPLOYEE ACTIVITY

Alongside the establishment of new businesses, entrepreneurial employee activity is an important factor of business competitiveness and innovativeness and, consequently, of the competitiveness of individual countries. GEM defines this type of entrepreneurial activity as the activity in which *»employees develop new activities for their main employer, such as developing or launching new goods or services, or setting up a new business unit, a new establishment or subsidiary«*. The analysis of GEM 2012 data has shown that entrepreneurial employee activity in Slovenia is

rather high in comparison to traditional entrepreneurial activity. In the past three years, 10.5% of employees were actively involved in and had a leading role in at least one of the phases of development and/or preparation and implementation of new activities; in 2012, such roles were taken on by 8.7% of the employees.

Entrepreneurial employees assume various roles within these activities; however, they are not necessarily the ones who develop new ideas. Only 28% of these employees actually came up with new ideas while 33% of all initiatives were the result of a combination of suggestions by employers, entrepreneurially active employees and other co-workers, which points to a high degree of cooperation and involvement of various participants in the process of submitting suggestions for improvements and changes. The employers were the initiators of new ideas in 29% of all cases and other co-workers contributed 10% of such initiatives. The highest prevalence rate of entrepreneurial employees that assumed leading roles was in the 35–44 age group (33%), followed by the 45–54 age group (27%). Individuals with university degrees were involved in more than half of all cases of entrepreneurial employee activity. The employees with at least secondary education had an important role in entrepreneurial activities whereas less educated employees were practically not involved in them.

DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF SLOVENIAN ENTREPRENEURSHIP

Like creativity, entrepreneurial activity and the establishment of new businesses are present in all adult-population age groups. In the past few years, the early-stage entrepreneurial activity rate in Slovenia has been the highest in the 25–34 age group. In 2011, this rate was 31% and one year earlier even 39%. In 2012, the 35–44 age group was the strongest with 32% of adult population being involved in the early-stage entrepreneurial activity. In general, these two age groups combined present the highest proportion of nascent and new entrepreneurs in all GEM countries. The percentage of younger entrepreneurs prevails mainly in the countries outside the EU. In these countries, a half of all nascent and new entrepreneurs are younger than 34 years old. China stands out in this respect with as many as 57% of early-stage entrepreneurs being younger than 34. The relative young age of this entrepreneurially active population is the reflection of the fact that in these countries the percentage of young population is in general higher than in Europe. However, it nevertheless indicates that entrepreneurial activities will, in the long term, become stronger in these countries. Furthermore, if these countries decide to have adequate entrepreneurship policies, they will become globally more competitive economies. The ageing population in Europe and the relatively low interest in entrepreneurial career both in Slovenia and in the European Union require serious deliberations over the economic and entrepreneurship policies as well as over the mechanisms for the improvement of entrepreneurial aspirations and entrepreneurship.

Overall, the highest prevalence rate of established business owners is in the 35–54 year age group. Slovenia stands out in this respect with 68%, which points to the fact that sooner or later the appropriate mechanisms for the transfer of ownership and management will have to be developed. The need for an adequate policy in this field is also supported by the fact that in Slovenia 40% of entrepreneurs belong to the 45–54 year age group and 20% belong to the 55–64 year age group. Furthermore, these policies are necessary because the businesses of the increasingly older entrepreneurs will in the coming years become less and less competitive and progressive without the appropriate involvement of younger individuals and because the older, well-versed entrepreneurs are an extremely valuable source of experience, knowledge and networking.

In 2012, the state of female entrepreneurship in Slovenia was exceptionally poor. While the percentage of adult female population (ages 18-64) participating in early-stage entrepreneurial activity in European countries was the highest in Estonia (9.7%) and Latvia (8.18%), Slovenia ranked last in Europe with 2.6% and globally it took the embarrassingly low 63rd place. The highest rates of female early-stage entrepreneurial activity were in Zambia (40%), Ghana (38%) and Nigeria (35.6%) while South Korea (2.3%), Japan (2.1%) and Pakistan (1.2%) had the lowest rates. Globally, Slovenia ranked somewhat better in the category of female established business owners (2.9% – 51st place). Female established business ownership rate was the highest in Ghana (35.8%) and in Thailand (29.5%) and the lowest in Palestine (0.7%) and in Egypt (0.6%). In Europe, Switzerland ranked first with 7.1%, followed by Greece with 6.8%. Switzerland also ranked 13th among the 67 participating countries while Italy was the lowest ranking European country in the 61st place.

As it has been established in the previous years, a number of factors that play a significant role in deciding whether or not to become entrepreneurially engaged are less favourable for women than for men. Fewer women than men believe that they have skills, knowledge and experience needed for entrepreneurship. Also, fewer women than men believe that good business opportunities will have developed in the next six months; women are also more afraid of failure than men and know less people who have started a business in the last two years. Consequently, these results mean that effective measures to increase the proportion of women in entrepreneurship have to be adopted. These measures should have more far reaching effects than those of short-term and individual actions and appeals.

It is interesting that the general attitude of public towards female entrepreneurship in Slovenia is good, which ranks Slovenia high among the European countries as well as globally. Based on its five components, this dimension was rated on a five-point scale by Slovenian national experts with an average rating of 3.62, which ranks Slovenia 12th among all GEM countries and 8th among the European countries alongside Denmark and Estonia. This indicates that in Slovenia, formally and legally, women and men have equal starting base to engage in entrepreneurship, but not so in practice. In a number of less developed countries, national experts rated social attitude towards female entrepreneurship as much less favourable. As regards the European countries, Hungary, Croatia, Italy and Bosnia and Herzegovina have the lowest ratings whereas Scandinavian countries again ranked highest in 2012.

The highest proportion of nascent and new entrepreneurs as well as established business owners comes from the high household income group. In 2012, a bit more than 6% of adult population in this income group were entrepreneurially active (2.51% of early-stage entrepreneurs and 3.95% of established business owners); in the middle household income group, a good 4% of adult population were entrepreneurially active whereas in the low household income group the proportion of such individuals was slightly less than 3%. There are a number of reasons for such involvement of adult population in entrepreneurship, starting with education (which is on average higher in the high household income group) and the related adequate knowledge and experience for an entrepreneurial career in innovation-driven economies, including Slovenia. In addition, there is a wider spectrum of business opportunities and it is also safe to assume that individuals from the high-income group have fewer financial obstacles.

Both formal and informal education are crucial for entrepreneurship as they increase one's scope of information and one's skills needed to perceive and exploit a business opportunity. At the same time, the educational structure of entrepreneurs is one of the important factors that have an impact on the quality of entrepreneurship and its growth and development. That is why the data about the education of employees for 2012 is worrying as the proportion of nascent entre-

preneurs with university education dropped from 44.3% in 2011 to 39.2% while this decrease was even bigger in the group of new entrepreneurs – from 52.1% to 44.9%. However, the decrease in the education level of nascent entrepreneurs was to some extent compensated by the increased percentage of these entrepreneurs with post-secondary vocational education (from 5.2% to 13.1%). On the other hand, the education level of new business owners even further lowered due to the drop in the percentage of these entrepreneurs with post-secondary vocational education (from 23.5% to 10.7%). There was also a decrease in the proportion of established business owners with higher education as it fell from 37% in 2011 to 29.2% in 2012.

The decrease in the number of entrepreneurs with university education presents a serious warning that too little was done to pull highly-educated individuals into entrepreneurship. This is supported by the results of the analysis carried out by the European Commission, which shows that more than half of university-level European students do not have access to entrepreneurial education. Entrepreneurship education is important because it fosters the acquisition of knowledge and skills that will enable the students to develop technical and business skills for a successful entrepreneurial career. Of course, this does not mean that entrepreneurship education must necessarily lead towards the creation of new firms. It does however lead to the development of a number of skills and personal characteristics that can prove useful in other types of professional activities (e.g. the perception of opportunities, networking and cooperation, healthy ambitiousness and the awareness of personal responsibility). If individuals do not raise their awareness during their education about the importance of being entrepreneurial or to recognise that that entrepreneurship is a good career choice, there will consequently be fewer entries into entrepreneurship.

In general, entrepreneurial employees have better levels of education. Typically, these individuals are highly educated and have, on average, either a university or higher professional degrees, frequently as a combination of various study fields which comprise different technical and economic knowledge. In Slovenia, the highest prevalence rate of employees involved in or having a leading role in entrepreneurial employee activities in 2012 was in the 35-44 age group. The youngest employees, i.e. those in the 18-24 age group, were the least involved (only 2%), which is understandable because of their limited work experience and professional knowledge. In the past three years, 64% of male and 36% of female employees have been either involved or have had leading roles in entrepreneurship within organisations; in the time of this research, the proportion of male/female involvement was 60% to 40% respectively.

ENTREPRENEURIAL ASPIRATIONS AND COMPETITIVENESS

The aspiration levels of entrepreneurs regarding the development of their companies are quite different. GEM measures them with the growth expectations, the innovation of their products or services and the internationalization of their business activities. The entrepreneurs may compete with their products and/or services in the markets with different degrees of existing competition. GEM data for 2012 show that Slovenian nascent and new entrepreneurs enter both types of markets: 59% of them enter the markets with weak competition while 41% enter the markets with a high degree of competition. Young adult nascent and new entrepreneurs (18-34 years old) mostly seek their opportunities in new, niche markets. On the other hand, the established business owners across all age groups tend to compete more in the markets with a high degree of competition. As regards the group of nascent and new entrepreneurs, those with higher education mostly plan their business activities in more competitive markets (66%). Regardless of their level of education, the established business owners are predominantly present in the

markets with a high degree of competition (approximately 60%). Among the early-stage entrepreneurs who engage in entrepreneurial activity due to the perceived entrepreneurial opportunity, 60 % plan their business activities in the markets where competition is weak or non-existent. This is consistent with the fact that necessity-driven entrepreneurs conduct their business in less competitive markets and with products and/or services that do not present a novelty for potential customers.

The analysis of the relationship between the level of competitiveness and growth aspirations shows that the majority of ambitious early-stage entrepreneurs intend to achieve their ambitions by increasing the market shares in new – niche markets. It can thus be concluded that the majority of ambitious entrepreneurs believe that there are enough unexploited markets or that the markets can be developed for the materialization of their growth aspirations. It has been established that product and/or service innovations by early-stage entrepreneurs are more common in the markets with weak or non-existent competition. The results concerning the proportion of those early-stage entrepreneurs and established business owners who utilise new technologies (e.g. the technologies not available a year ago) are quite worrying. That is, only 6% of early-stage entrepreneurs and merely 4% of established business owners use such technologies. The pattern of their competitiveness is also similar (71% and 60% respectively compete in the markets with limited or non-existent competition). The analysis of the competitiveness and international orientation of early-stage entrepreneurs shows that as many as 32% of Slovenian nascent and new entrepreneurs plan strong international orientation (more than 25% of customers coming from other countries). The businesses with strong international orientation plan their business activities in less competitive – niche markets (72%) while a bit more than two fifths of businesses with weak international orientation intends to do business in the markets with considerable competition (43%) – it is expected that they will do so by copying the existing competitors.

INTERNATIONAL MIGRATIONS AND ENTREPRENEURSHIP

The research shows that migrant entrepreneurs and their descendants can provide a significant contribution to the economic growth and economic competitiveness in both their host and home countries. That is why the 2012 GEM included migrant entrepreneurs as a special research topic and the analysis specifically focused on the impact of migrants' entrepreneurial activity on the economies in which they operate from the aspect of growth-, innovation- and internationalization-orientation of their start-ups and businesses. However, a small sample size and the existing one year's data only have to be taken into consideration when analysing the results. It can nevertheless be established that the levels of entrepreneurial activity of both first and second-generation migrants in all three groups of countries exhibit similar differences as is the case with the overall entrepreneurial activity. This clearly shows that economic, institutional and socio-cultural factors typical for individual stages of economic development influence migrant and non-migrant entrepreneurial activity in a similar way.

In innovation- and factor-driven economies, first-generation migrants are on average more entrepreneurially active than second-generation migrants and non-migrants. In efficiency-driven economies, the situation is reverse, i.e. non-migrants on average exhibit the highest rate of entrepreneurial activity while the first-generation migrants are the least entrepreneurially active. Based on these facts, Slovenia is closer to efficiency-driven economies rather than innovation-driven ones as regards migrant entrepreneurial activity although it is grouped among the innovation-driven economies on the basis of its level of GDP per capita. First-generation migrants are

on average the least entrepreneurially active (3.34%) whereas second-generation migrants and non-migrants exhibit a higher level of entrepreneurial activity (5.78 % and 5.55% respectively).

On average, one fifth of first-generation or second-generation migrant entrepreneurs and only a good 5% of non-migrant entrepreneurs in Slovenia have become entrepreneurially active out of necessity (i.e. to make a living for themselves or their families). However, the analysis of aggregate results per groups of countries in terms of their economic development shows a different distribution. The average levels of necessity entrepreneurship among migrant and non-migrant entrepreneurs are quite similar in all three groups of economies although in the efficiency-driven economies the necessity entrepreneurship is actually somewhat more frequent among non-migrant entrepreneurs than among migrant entrepreneurs. The results also show that start-ups of migrants in innovation-driven economies are more focused on growth and on international markets than is the case of non-migrant entrepreneurial activity. The economic policy measures in the economies in which migrants are entrepreneurially active (i.e. the receiving economies) should therefore support these employment options and globalization of such business operations. Also, it would be advisable that the economic policy measures in the economies of origin aim to strengthen connections with those entrepreneurially active individuals who have emigrated to other parts of the world.

ENTREPRENEURIAL ENVIRONMENT

Entrepreneurship is strongly embedded in an actual socio-economic environment, which differs not only between individual countries but also between individual geographic regions. Similar to other initiatives assessing entrepreneurial environment, GEM research methodology relies on expert opinions regarding the specific conditions of a particular national economy by focusing primarily on fundamental conditions which have a significant impact on the entrepreneurial sector. In this way the insight into the framework conditions in which entrepreneurs start and expand their businesses is gained.

The analysis of national experts' opinions shows that in factor-driven economies *Internal Market Dynamics* and the *Physical Infrastructure* were the most highly scored entrepreneurial framework conditions in 2012. The latter was also the highest ranking entrepreneurial framework condition in efficiency- and innovation-driven economies. Entrepreneurial framework conditions *Primary and Secondary Entrepreneurship Education* (i.e. its availability and quality) and *Research and Development Transfer* (i.e. existence and effectiveness of different transfer mechanisms) were given the lowest average scores in factor-driven economies. *Primary and Secondary Entrepreneurship Education* remained the worst scored framework condition in efficiency- and innovation-driven economies as well, despite a lot of research which points out that educational system that fosters entrepreneurship education forms the key foundations for entrepreneurship and, consequently, economic growth and development. This is further confirmed by the average scores of this framework condition, i.e. 1.91 in factor-driven economies, 2.05 in efficiency-driven economies and 2.14 in innovation-driven economies (on a 5-point scale).

In Slovenia, *Physical Infrastructure* received the highest average ranking (3.83) while *Government Policy Regulation* framework condition was scored the worst (2.09), which is undoubtedly the consequence of Slovenian political and economic situation in 2012. Overall, Slovenian national experts were very critical towards business environment in Slovenia. As many as 7 entrepreneurial framework conditions out of 12 were ranked lower than the year before. Slovenian national experts rated only two entrepreneurial framework conditions positively (an average

score above 3), i.e. *Physical Infrastructure and Entry Regulations-Market Dynamics*. *Commercial and Legal Infrastructure*, *Post-School Entrepreneurship Education* and *Government Entrepreneurship Programs* were rated as relatively positive. The lowest average scores were provided for the following entrepreneurial framework conditions: *Government Policy/Regulation*, *Primary and Secondary Entrepreneurship Education*, *Cultural and Social Norms*, *Government Policy-General Policy*, *Entrepreneurial Finance* (i.e. the availability of financial resources for new and expanding businesses), *Research and Development Transfer* (i.e. the existence and effectiveness of different R&D transfer mechanisms) and *Entry Regulations* (i.e. *Internal Market Openness* and *Internal Market Dynamics*).

Numerous negative responses regarding Slovenian business environment in 2012 are in general not surprising since they have been frequently expressed in the past. Although Slovenia belongs to the group of innovation-driven economies, the scores of the majority of framework conditions are far from the averages in this group. That is, Slovenian entrepreneurial environment still receives below-average overall ratings. The potential for a stronger support for entrepreneurship and, consequently, for the conditions for economic growth and social development is yet to be created. However, this cannot be done without major interventions in those areas that most lag behind in comparison to other most developed countries.

The majority of national experts who participated in 2012 research saw cultural and social norms as the main drawback for the development of entrepreneurship in Slovenia (54.80%). The experts mainly emphasised negative national attitudes towards entrepreneurship and the intolerance towards outstanding and successful individuals. Envy and resentment were seen as the two predominant social norms which hinder entrepreneurial activity. According to Slovenian national experts, Slovenian society as such still does not comprehend entrepreneurial activity and its role in the development and economic progress; in fact, it often underestimates it. On the other hand, Slovenian national experts often quote fear of risks and unwillingness to take risks, fear of failure (failure is deemed unacceptable in Slovenian society) and the increase of corrupt behaviour in business as the main weaknesses of Slovenian cultural and social norms.

The second highest ranking constraining factor for the development of entrepreneurship in Slovenia in 2012 was the access to financial resources for new and expanding businesses (35.50%). Here, some experts regarded the system of entrepreneurial financing in Slovenia as still underdeveloped and they were particularly critical towards government grants and bank credit policy. As regards commercial and legal infrastructure national experts saw bureaucratic barriers and burdensome administrative procedures as its main drawbacks (32.50%). The lack of entrepreneurial capabilities was seen as another frequent reason that hinders the development of entrepreneurship in Slovenia (29%). Other less important factors unfavourable for entrepreneurship included various aspects of government policies, co-dependence of political, institutional and social frameworks, education and training for entrepreneurship, internal market openness and competitiveness and other.

The main aspects of *Commercial and Legal Infrastructure* framework condition fostering entrepreneurial activities in Slovenia were, according to national experts, the ease of starting a business and the activities within business incubators and technology parks (50%). Regarding *Cultural and Social Norms*, the experts were of the opinion that the cases of entrepreneurial success were the most encouraging for entrepreneurship (40%). They also pointed out market niches and business opportunities in the EU Single Market, the geographic position of Slovenia and a strong desire of individuals for independence and new challenges. At the same time, the experts believed that the current economic situation is favourable for entrepreneurship as crisis and uncertain economic situation tend to stimulate entrepreneurial behaviour (26.7%). The main

advantages for entrepreneurship within Slovenian socio-economic context are the quality of the education system (26.7%) and financial support (23.3%). Here, the experts mainly emphasized bank loan guarantees by the Slovene Enterprise Fund, business angels and other support schemes at national level. Slovenia also has a favourable workforce structure (20%), which is characterized by diligent and enthusiastic workers and the current high unemployment rate which pushes individuals into entrepreneurship. Some other advantages related to a number of other framework conditions were less stated frequently.

National experts' recommendations for the increase of entrepreneurial activity in Slovenia mainly refer to the enhancement of innovativeness and entrepreneurial education and training within and after all levels of formal education (43.8%). This is followed by the recommendations concerning government policy (37.5%) mainly in terms of tax relief, the formation of a clearly defined and long-term government policy to promote entrepreneurship as well as the need for public expenditure reduction. The majority of experts believe that Slovenia should ease the access to favourable sources of finance (28.1%), eliminate administrative barriers and strengthen the consulting networks for entrepreneurs, all of which falls within the scope of commercial and legal infrastructure (28.1%). A number of recommendations were also put forward concerning cultural and social norms (25%), i.e. national experts stated that more should be done to raise awareness among young generation and general public about the importance of entrepreneurship if entrepreneurial activities are to be promoted. The experts also recommended more media attention for and promotion of innovations and entrepreneurship, giving preference to successful entrepreneurial stories, rewarding and awarding successful entrepreneurs, which would result in a gradual change in values and culture in terms of a more stimulating entrepreneurial environment.

1 Uvod

1.1 POMEN PODJETNIŠTVA IN PODJETNIŠKE DIMENZIJE

Vloga podjetništva v družbi in razumevanje, da njegova razvitost odločilno vpliva na konkurenčnost gospodarstva ter na njegovo ekonomsko rast in družbeni razvoj, danes nista več sporna. Podjetniki ne samo, da prevzemajo tveganja, ustvarjajo tudi nove kombinacije proizvodnih tvorcev in revitalizirajo ekonomsko aktivnost, njihovo delovanje pa je močno odvisno od institucionalnega konteksta in stopnje razvoja posameznega gospodarstva. Crnogajeva (2012) navaja, da kažejo številne študije na pozitivne izide podjetniške aktivnosti, kot so na primer nova delovna mesta (Birch 1987; Fritsch in Mueller 2004; van Stel in Storey 2004), zmanjševanje brezposelnosti (Evans in Leighton 1990) in povečevanje ekonomskega razvoja in rasti regije (Carree, van Stel, Thurik in Wennekers 2002; van Stel, Carree in Thurik 2005).

Podjetništvo in inovativnost sta osrednja dejavnika konkurenčnosti posameznega gospodarstva, uresničujemo pa ju lahko tako, da se čim več ustvarjalnih posameznikov vključuje v podjetniške aktivnosti in ustanavlja podjetja, hkrati pa se čim več obstoječih podjetij odloča za kakovostno rast in razvoj. Podjetniški cilji in politike se med državami zelo razlikujejo (OECD 2008), zato je treba predvsem na nacionalni ravni dobro razumeti podjetniški proces in dejavnike, ki vplivajo nanj – v pozitivni in negativni smeri. Tega seveda ni mogoče spoznati ločeno in neodvisno od vseh drugih držav, ampak je treba nacionalne značilnosti primerjati v mednarodnem in globalnem okolju. Šele takrat lahko razumemo, kakšne so potrebne aktivnosti za večji obseg in za bolj kakovostno podjetništvo.

Podjetništvo je večplastno in ni odvisno le od posameznikov, temveč v veliki meri tudi od okolja, v katerem ti posamezniki delujejo, saj lahko ovira ali spodbuja njihovo naklonjenost in sposobnost za uresničevanje podjetniških pobud. Odločitev za podjetništvo zato nekateri (npr. Eisenhauser 1995; Douglas in Shepherd 1999; Wennekers idr. 2002) razumejo tudi kot poklicno izbiro (ang. *occupational* ali *career choice*). Posameznik se bo odločil za zaposlitev ali samostojno podjetniško pot na osnovi tehtanja svojih oportunitetnih stroškov, torej potem ko bo presodil, kaj pridobi in izgubi ob izbiri ene ali druge možnosti. Kakšne bodo te koristi in žrtvovanja, pa je odvisno od številnih dejavnikov. Na nekatere med njimi lahko posameznik vpliva, na številne pa ne.

V vsakem primeru vključuje podjetništvo podjetnega posameznika, ki se zna in se je pripravljen podati na podjetniško pot, obstoj pridobitnih poslovnih priložnosti in možnost pridobitve potrebnih virov za uresničitev podjetniške zamisli. Seveda so podjetni tudi zaposleni posamezniki

in ti lahko svojo podjetnost uresničujejo v podjetju, če sta za takšno delovanje ustvarjena potrebna organizacijska kultura in primerno vodenje. Zato pravo vprašanje ni, ali zaposlitev ali podjetniška kariera, ampak kdaj je posameznikov podjetniški potencial bolje izkoriščen: ko se angažira kot samostojni podjetnik ali ko svoje kreativne sposobnosti produktivno izrablja kot zaposleni v podjetju, ki je v lasti in upravljanju nekoga drugega. Kot smo navajali v lanski raziskavi GEM (Rebernik idr. 2012), je v zadnjem času vse več raziskav, ki presegajo običajno definiranje podjetništva kot poklica in upoštevajo, da je podjetniška aktivnost znotraj obstoječih podjetij (notranje ali korporacijsko podjetništvo) prav tako del podjetniške aktivnosti družbe. Še zlasti, ker se nakazuje, da različne razvojne ravni posameznih gospodarstev ter razlike v nacionalnih kulturah in institucionalnih okvirih vplivajo na razporejanje podjetniških potencialov in podjetniške ustvarjalnosti med neodvisno (ambiciozno in neambiciozno) podjetništvo in podjetniško aktivnost zaposlencev (Bosma idr. 2012).

Čeravno je dinamično, inovativno podjetništvo, ki ustvarja nova delovna mesta, izjemnega pomena za razvoj družbe, ima pomembno vlogo v ustvarjanju družbenega bogastva, še zlasti v manj razvitih državah, tudi samozaposlitveno preživetveno podjetništvo. To pride do izraza še zlasti tam, kjer primanjkuje delovnih mest, ki bi lahko absorbirala delovno sposobno prebivalstvo. Zato se njegova pomembnost izkazuje tudi v kriznih časih in v okoljih, v katerih je bilo izgubljenih veliko delovnih mest, seveda pod pogojem, da potencialni podjetniki poznajo takšno možnost in da so sposobni zaznati poslovno priložnost ter jo tudi izkoristiti. Realno je pričakovati, da bo podjetništvo iz nujnosti vselej prisotno, dolgoročni interes države in njenih podpornih mehanizmov pa mora biti predvsem zagotavljanje potrebnega okvira vsem tistim posameznikom, ki kažejo potencial za ustvarjanje inovativnega in v rast usmerjenega podjetja. Inovativno, v razvoj in rast usmerjeno podjetništvo praviloma vodijo drugačni podjetniki, kot so preživetveni (praviloma so to izobraženi in strokovno usposobljeni posamezniki); teh podjetnikov ne motivira več preživetje, ampak izkoriščanje obetavnih poslovnih priložnosti. Načini, kako takšne posameznike navdušiti za podjetništvo, so seveda bistveno drugačni kot pri drugih tipih podjetništva. Zato tudi vladni ukrepi ne morejo biti za vse države enaki, ampak morajo biti prilagojeni posamezni razvojni stopnji nacionalnega gospodarstva.

Podjetništvo ima pomembno družbeno in ekonomsko funkcijo. Uresničevati se začne z odločitvijo posameznika, da bo podjetniško aktiven, na kar vplivajo številni osebni in družbeni dejavniki. Dojemanje podjetništva in odnos do njega sta pomembna, ker odražata splošno razpoloženje prebivalstva do podjetnikov in podjetništva. V družbah, v katerih je podjetništvo nezaželeno, morda celo nemoralno, se bo zanj odločilo manj posameznikov kot v družbah, v katerih je to cenjena in spoštovana dejavnost. A ne samo to, vse aktivnosti podjetnikov niso družbeno koristne. V odvisnosti od »pravil igre«, ki veljajo v določeni družbi, se bodo podjetni posamezniki usmerjali v različne dejavnosti, saj poleg produktivnega, v razvoj usmerjenega podjetništva obstaja tudi špekulativno in destruktivno podjetništvo (Baumol 1990, 1993), ki sledi zgolj lastnemu sebičnemu interesu brez kakršnega koli oziranja na soljudi, naravo ali družbeni razvoj ter v svojih ekstremih deluje tudi izrazito uničevalno, kot poudarja Klein (2007).

1.2 SPODBUJANJE PODJETNIŠTVA V RAZVOJNO RAZNOLIKIH DRŽAVAH

Ne glede na razvitost države je podjetništvo vselej pomembno, kar upošteva tudi raziskovalni program GEM, ki je bil ustvarjen prav iz zaznane potrebe po bolj usklajenem spoznavanju podjetništva, katerega pomen in vpliv se spreminjata glede na razvojno stopnjo gospodarstva in družbe. V našem raziskovanju uporabljamo Porterjevo (Porter idr. 2002) tipologijo, ki glede na doseženo razvojno stopnjo razvršča svetovna gospodarstva v »faktorska« (ang. *factor-driven*), »učinkovi-

tostna« (ang. *efficiency-driven*) in »inovacijska« (ang. *innovation-driven*). Slovenija se po doseženi stopnji razvitosti, merjeni z bruto domačim proizvodom na prebivalca, uvršča med inovacijska gospodarstva. Razvrstitev držav, ki so sodelovale v GEM leta 2012, je prikazana v *tabeli 1*.

Tabela 1: Države GEM leta 2012 po tipih gospodarstev

Faktorska gospodarstva	Alžirija, Angola, Bocvana, Egipt, Etiopija, Gana, Iran, Malavi, Nigerija, Pakistan, Palestina, Uganda, Zambija
Učinkovitostna gospodarstva	Argentina, Barbados, Bosna in Hercegovina, Brazilija, Čile, Ekvador, Estonija, Hrvaška, Južnoafriška republika, Kitajska, Kolumbija, Kostarika, Latvija, Litva, Madžarska, Makedonija, Malezija, Mehika, Namibija, Panama, Peru, Poljska, Romunija, Rusija, Salvador, Tajska, Trinidad in Tobago, Tunizija, Turčija, Urugvaj
Inovacijska gospodarstva	Avstrija, Belgija, Danska, Finska, Francija, Grčija, Irska, Italija, Izrael, Japonska, Koreja, Nemčija, Nizozemska, Norveška, Portugalska, Singapur, Slovaška, Slovenija, Španija, Švedska, Švica, Tajvan, Velika Britanija, ZDA

Vidimo (*tabela 1*), da so v svetovno raziskavo GEM zajete države na zelo različnih stopnjah razvitosti. Različne razvojne stopnje družb pa nosijo s seboj različne zahteve tako glede najučinkovitejšega načina gospodarjenja kot tudi glede najracionalnejše odločitve posameznika o vstopanju v podjetniško kariero. Zato tudi ni možno podati enotnega napotka, kako v teh državah spodbujati podjetništvo. Tako na strani ponudbe podjetniškega talenta kot na strani povpraševanja po njem je treba upoštevati konkretne razmere v državi, ki pa so lahko močno različne. Temu se mora prilagajati tudi ekonomska politika, da bi lahko čim učinkoviteje podpirala razvoj podjetništva, z njim pa tudi ekonomski in družbeni razvoj. Na *sliki 1* prikazujemo temeljne tipe gospodarstev, njihove značilnosti in temeljno usmerjenost ekonomske politike.

Slika 1: Značilne skupine gospodarstev in ključna razvojna usmerjenost (Kelley idr. 2011)



V nadaljevanju prikazujemo obravnavane tri tipe gospodarstev, kot smo jih navedli v monografijah GEM za leti 2010 in 2011 (Rebernik idr. 2011, 2012). Zapisali smo, da je na nizki stopnji gospodarskega razvoja rast pogojena zlasti z imobilizacijo osnovnih proizvodnih dejavnikov: zemlje,

primarnih dobrin in nekvalificirane delovne sile. Vloga države je predvsem v tem, da zagotavlja politično in makroekonomsko stabilnost, hkrati pa še dovolj svobodno tržišče, ki zagotavlja in dopušča učinkovito alokacijo proizvodnih dejavnikov prek domačih podjetij in tudi s privabljanjem tujih vlaganj. Glavni podjetniški izziv v teh državah je pridobitev osnovnih proizvodnih dejavnikov – zemlje, dela in kapitala – in njihovo usklajeno delovanje. Podjetja proizvajajo dobrine oziroma relativno enostavne izdelke, ki temeljijo na ustaljeni tehnologiji, ta pa je bila vpeljana v bolj razvitih državah. Tehnologijo takšna država na nizki stopnji razvoja asimilira z uvozom, tujimi neposrednimi investicijami in posnemanjem. Na tej stopnji razvoja si podjetja konkurirajo predvsem s ceno ter pogosto nimajo neposrednega pristopa do potrošnikov. Gospodarstvo z opisanimi dejavniki gospodarske rasti uvrščamo v skupino gospodarstev, v katerih je gospodarska rast pogojena s temeljnimi proizvodnimi dejavniki; imenovali smo jih **faktorska gospodarstva**. Ta gospodarstva so izredno občutljiva za svetovne gospodarske cikle, cene dobrin in trende cen ter za menjalne tečaje. Velik delež podjetništva v teh državah je samozaposlitvenega tipa zaradi nujnosti, posamezniki pa svojo podjetniško aktivnost izvajajo v dejavnostih, ki ne zahtevajo veliko kapitala in tehnologije. Najizrazitejši primeri držav s tem tipom gospodarstva, ki so sodelovale v raziskavi leta 2012, so Malavi, Etiopija in Uganda.

S prehodom gospodarstva iz skupine z nizkim dohodkom v skupino s srednje visokim dohodkom postane glavni dejavnik gospodarske rasti investiranje. Tuje neposredne investicije, skupna vlaganja in zunanje izvajanje dejavnosti (ang. *outsourcing*) so načini vključevanja nacionalne ekonomije v mednarodne proizvodne procese, kar omogoča tudi tehnološke izboljšave, dotok tujega kapitala in tehnologij, kar skupaj spodbuja gospodarsko rast. Glavni podjetniški izzivi v teh državah so vezani na ustvarjanje mednarodnih povezav gospodarskega sistema z zadostnimi privabljenimi tujimi neposrednimi investicijami. V tej fazi gospodarskega razvoja je vloga države velika zlasti pri izboljšanju fizične infrastrukture in na področju regulative, katere namen bi moral biti zagotavljanje integracije z globalnim tržiščem. V tej fazi je učinkovitost pri proizvodnji standardnih izdelkov in storitev glavni vir gospodarske rasti in globalne konkurenčnosti gospodarstva. Proizvodi in storitve so bolj sofisticirani, tehnologija in dizajn pa v glavnem prihajata iz tujine. Poleg tega, da tehnologija prihaja v državo iz tujine, pa s tujimi neposrednimi investicijami in posnemanjem narodno gospodarstvo razvije tudi potencial, da jo izboljša. Gospodarstvo z opisanimi dejavniki gospodarske rasti uvrščamo v skupino **učinkovitostnih gospodarstev**. Takšno gospodarstvo je občutljivo za finančne krize in nagla nihanja povpraševanja v posameznih sektorjih. Naraščati začne število malih podjetij, ki so postopoma sposobna tudi zaposlovati in rasti, podjetništvo zaradi nujnosti pa začne upadati. Vse države, ki so nastale na območju nekdanje Jugoslavije, razen Slovenije, ki se uvršča med inovacijska gospodarstva, se uvrščajo v ta tip gospodarstva.

S prehodom s srednje visokega dohodka na visok dohodek preide večina gospodarstev tudi z uvoza tehnologije na gospodarstvo, ki generira nove tehnologije in ki je v nekaterih sektorjih visoko inovativno. Mednarodna konkurenčnost gospodarstva je pomembno povezana z visoko stopnjo družbenega znanja, ki temelji na znanosti ter zmožnosti hitrega prehoda na nove tehnologije. Glavni podjetniški izzivi so vezani na zmožnost doseganja visokih stopenj inovativnosti in komercializacije novih tehnologij. Prehod na takšno inovacijsko podprto gospodarsko rast oziroma gospodarstvo, ki ga imenujemo **inovacijsko gospodarstvo**, je povezan s pomembno vlogo države pri spodbujanju visoke stopnje inovativnosti, s spodbujanjem javnih in zasebnih investicij v znanost in razvoj, z visoko izobrazbo, razvojem trga kapitala in ustvarjanjem regulativnega sistema, ki podpira nastanek visoko tehnoloških podjetij. Podjetja hkrati veliko vlagajo v razvoj in nadgradnjo znanja in kompetenc svojih zaposlenih.

Preprost opomnik za najverjetnejše ključne prioritete v posamezni razvojni fazi za te tipe gospodarstev je prikazan v *tabeli 2* (Bosma in Levie 2010). Medtem ko je v razvitih, inovacijskih gospodarstvih ključni poudarek na zagotavljanju podjetniških razmer, v katerih se spodbujajo inovativnost, podjetnost in podjetniške aspiracije, pa je ključni poudarek v faktorskih gospodarstvih najprej zagotoviti temeljne pogoje, kot so temeljno izobraževanje, delovanje zdravstvenega sistema, vzpostavitev delujočih institucij in podobno.

Tabela 2: Pomembnost različnih vrst pogojev za ekonomski razvoj (Bosma in Levie 2010)

	Ustvarjanje temeljnih pogojev	Večanje učinkovitosti	Zagotavljanje podjetniških pogojev
Faktorska gospodarstva	ključni poudarek	razvijati	začeti omogočati
Učinkovitostna gospodarstva	vzdrževati	ključni poudarek	razvijati
Inovacijska gospodarstva	vzdrževati	vzdrževati	ključni poudarek

Seveda sta tudi v slabo razvitih gospodarstvih pomembna večanje učinkovitosti in vzpostavljanje primernih podjetniških pogojev, vendar tovrstni ukrepi ne morejo dati potrebnih učinkov in prispevati k razvoju, če niso prej zagotovljeni temeljni pogoji za poslovanje. To morajo upoštevati tudi oblikovalci ekonomske politike, da svoje ukrepe, ki jih seveda lahko spodbudijo dobri zgledi iz najrazvitejših okolij, prilagodijo lokalnemu oziroma nacionalnemu kontekstu. Le tako se je možno nadejati največjega razvojnega izplena z viri, ki se investirajo v spodbujanje podjetništva.

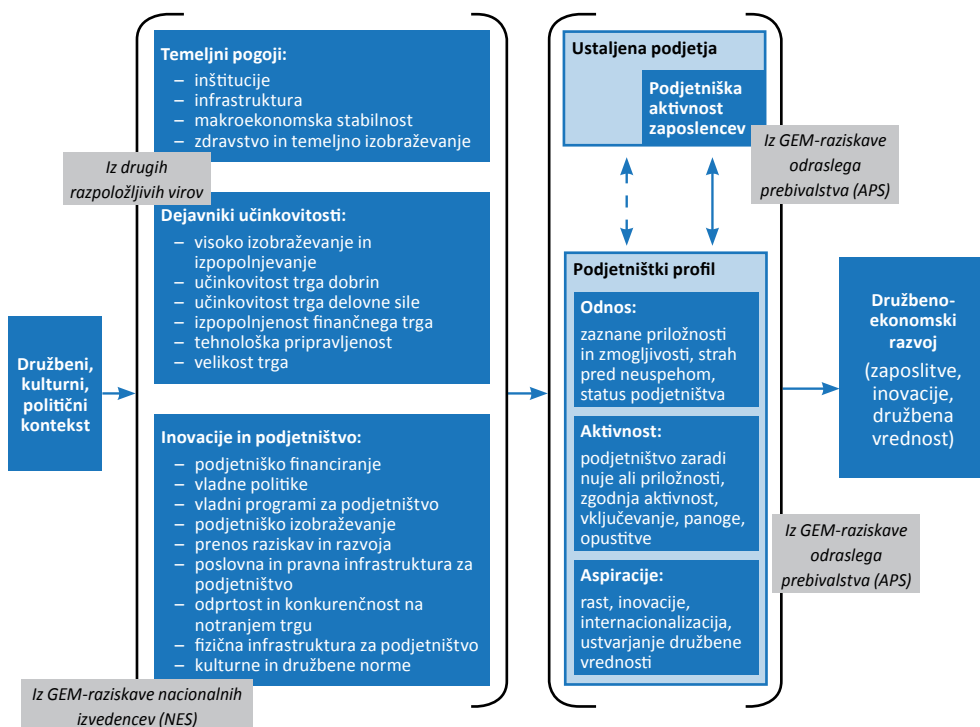
1.3 RAZISKOVANJE PODJETNIŠTVA Z GEM

1.3.1 Raziskovalni model GEM

Da bi lahko raziskovali vzajemno vez med podjetništvom in gospodarsko rastjo, je Globalni podjetniški monitor leta 1997 začel razvijati konceptualni model, ki vzpostavlja ključne elemente za proučevanje teh povezav. Eno izmed njegovih izhodišč je, da specifične okoliščine za izvajanje podjetniške aktivnosti v posamezni državi pomembno vplivajo na odnos prebivalstva do podjetništva ter na dejavnost in aspiracije podjetnikov in obratno – tudi obstoječa raven ekonomskega razvoja vpliva na podjetništvo in podjetniške okoliščine. V ekonomskem sistemu delujeta dva temeljna mehanizma rasti. Prvi temeljni vir so glavna ustaljena podjetja, ki igrajo odločilno vlogo zlasti v mednarodni menjavi. Če so splošni nacionalni pogoji za poslovanje urejeni in naravnani h konkurenčnosti, podjetja pa dobro vodena, so lahko mednarodno uspešna, spodbujajo notranje podjetništvo in zmorejo inovirati svojo ponudbo, ustanavljati nove obrate in podjetja ter tudi pripomorejo k rasti mikro, malih in srednje velikih podjetij. Podjetništvo torej ni omejeno samo na vzpostavljanje novih podjetij in rojevanje podjetij. Podjetniška aktivnost se odvija tudi znotraj ustaljenih podjetij, v katerih zaposleni ustvarjalni posamezniki iščejo in ustvarjajo nove poslovne priložnosti, a ne zato, da bi ustanovili svoje lastno podjetje, ampak da bi te priložnosti razvijali za svojega delodajalca in jih izkoriščali v obstoječem podjetju oziroma kot nov podjem. Drugi temeljni vir ekonomske rasti

je podjetniški proces, v katerem se rojevajo nova podjetja. Na odvijanje podjetniškega procesa bistveno vplivajo podjetniške priložnosti ter zmogljivost ljudi, da se lotevajo novih podjetij, kar vse vpliva na podjetniško vrenje v gospodarstvu, kjer se rojevajo novi podjetji in podjetja. Z rastjo in novimi ustanovitvami (notranje podjetništvo, *spin-off*) ustvarjajo ta podjetja nova delovna mesta, ustanavljanje novih podjetij pa vnaša v gospodarstvo tudi potrebno dinamičnost in konkurenčnost. Na odločitev, ali bodo potencialni podjetniki ustanovili podjetje ali ne, pa vplivajo še drugi dejavniki, ki odločajo o sposobnosti posamezne države, da bi se tisti, ki imajo za to veščine in motivacijo, odločali za izkoriščanje poslovnih priložnosti in ustanavljali podjetja. Proces sta komplementarna, razmerja med podjetništvom in ekonomsko rastjo pa zelo kompleksna.

Slika 2: GEM-ov model proučevanja podjetništva



Na sliki 2 je prikazan konceptualni model GEM, ki upošteva, da so za uspešno podjetništvo, ki prispeva k nacionalni ekonomski rasti, pomembni nekateri temeljni pogoji. Mednje spadajo predvsem urejene inštitucije, primerna infrastruktura, makroekonomska stabilnost, urejeno zdravstvo in primerno temeljno izobraževanje. Gre torej za temeljne pogoje, ki so jih razvite države že zdavnaj uredile, v manj razvitih državah pa so lahko ena glavnih ovir za razvoj podjetništva. Šele takrat, ko so vzpostavljeni temeljni pogoji, je možno uveljavljati dejavnike, ki prispevajo k večji učinkovitosti gospodarstva. Programi pospeševanja podjetništva ali prenos raziskav in razvoja najverjetneje ne bodo imeli pravega učinka, če je delovna sila neizobražena ali če ni na voljo temeljne infrastrukture, kot so ceste, telekomunikacije ali pravni okvir. Če zanemarimo

vzpostavitev temeljnih podjetniških pogojev, tudi investiranje v inovacijske in podjetniške podporne okvire ne bo dalo učinka. V razvitejših okoljih se je treba posvetiti dejavnikom, kot so visoko izobraževanje in izpopolnjevanje ter učinkovito delovanje trga delovne sile, saj brez njih ni mogoče vzpostavljati učinkovite izrabe človekovih zmogljivosti niti motivirati ljudi za pridobivanje ustrezne izobrazbe in znanja. Učinkovitost trga dobrin in izpopolnjeno delovanje finančnega trga pripomoreta k nemotenemu razvoju podjetij in uveljavljanju tehnološkega napredka. Z internacionalizacijo poslovanja in večjimi mednarodnimi trgi pa je mogoče začeti izkoriščati tudi učinke ekonomije obsega in uveljavljanja primerjalnih (komparativnih) prednosti.

Ne glede na razvojno stopnjo nacionalnega gospodarstva so inovacije in podjetništvo vselej pomembni, a pravi učinek – tako ekonomski kot razvojni – dosežejo šele, ko imajo gospodarstva urejene prej navedene temeljne in učinkovitostne dejavnike. Potrebni postanejo vladni programi ter urejena poslovna in pravna infrastruktura za podjetništvo. Ker nadaljnji razvoj v inovacijskih gospodarstvih temelji na znanju, inovacijah in podjetnosti, je treba uveljaviti čim enostavnejše postopke za ustanavljanje podjetij ter zagotoviti ustrezno podjetniško izobraževanje. Novi izdelki ne nastajajo več samo v razvojnih oddelkih velikih podjetij, ampak tudi na univerzah in v raziskovalnih inštitutih. Poskrbeti je treba za učinkovit prenos rezultatov raziskav in razvoja v podjetniško prakso, tako glede ustrezne regulative kot tudi uveljavitve primernega podjetniškega ekosistema, vključno z učinkovitim podjetniškim financiranjem, ki bo omogočal, da se čim več idej in novosti pretopi v neposredno podjetniško prakso.

Ključne dejavnike podjetniškega procesa smo v GEM strnili okrog treh področij: odnosa do podjetništva, vključevanja v podjetniške aktivnosti in podjetniških aspiracij. Zanje so bile razvite tudi ustrezne mere, s pomočjo katerih jih lahko spremljamo. Ker so tako viri podatkov kot tudi rezultati primerno harmonizirani, jih lahko tudi primerjamo med posameznimi državami; in ker je večina teh podatkov longitudinalne narave, lahko delno spremljamo tudi njihovo dinamiko. Oglejmo si ta tri področja nekoliko bolj podrobno.

Odnos do podjetništva kaže splošno naklonjenost populacije do podjetniške kariere. Če je podjetništvo v družbi zaželeno, če posameznik pozna veliko drugih podjetnikov ali verjame, da so uspešni med njimi spoštovani in ugledni, bo verjetnost, da se bo sam podal na podjetniško pot, večja kot v nasprotnem primeru. Tudi razpoznavanje podjetniških priložnosti bo delovalo pozitivno v smeri večjega podjetništva. Posamezniki, ki verjamejo, da imajo potrebne veščine in znanje, da bi ustanovili podjetje, bodo bolj verjetno ustanavljali podjetja kot tisti, ki menijo, da teh veščin nimajo. Kjer je strah pred prevzemanjem tveganja velik ali kjer družba stigmatizira napake, se bodo ljudje težje odločali za podjetništvo in bodo svojo kariero iskali v manj tveganem okolju zaposlitve v obstoječih podjetjih. Nacionalni odnos do podjetništva je prav tako pomembna »infrastrukturna podlaga« za ustvarjanje splošne kulturne podpore, pomoči, podpornih mrež, zagotavljanja finančnih virov in drugih elementov za delujoče podjetnike in tudi za tiste, ki o podjetniški kariери šele razmišljajo.

Vključevanje v podjetniške aktivnosti se kaže na več načinov. V prvi vrsti gre za število ljudi, ki ustanavljajo podjetja tako v absolutnem smislu kot tudi, relativno gledano, v primerjavi z drugimi ekonomskimi aktivnostmi, recimo zapiranjem podjetij. Identificiramo lahko različne vrste podjetniških aktivnosti glede na panogo, velikost ustanoviteljskega tima, demografijo podjetij in podjetnikov (spol, starost, izobrazba ipd.), ali gre za samostojna podjetja ali za podjetniške aktivnosti v obstoječem podjetju. Posamezniki se podjetništva lotevajo zaradi različnih motivov, ki so odvisni tudi od ekonomske razvitosti države. V manj razvitih okoljih s faktorskim tipom gospodarstva izrazito prevladujejo podjetniki zaradi nujnosti, v inovacijskih gospodarstvih pa je v povprečju več takšnih, ki so postali podjetniki zato, ker so zaznali obetavno podjetniško priložnost. Toda podjetniška aktivnost je vselej proces, zato proučujemo nastajajoče, nove in

ustaljene podjetnike, spremljamo pa tudi opuščanje podjetij in zapiranje podjetij. Vse to se lahko kaže kot samostojna aktivnost podjetnikov ali kot notranje podjetništvo.

Podjetniške aspiracije kažejo kakovost podjetniške aktivnosti, torej nagnjenost podjetnikov k rasti podjetja, večanju števila zaposlenih, internacionalizaciji poslovanja in podobno. Podjetniki se namreč razlikujejo glede na svoje aspiracije, da bi uvajali nove izdelke, konkurirali na mednarodnih trgih ali financirali rast z zunanjimi viri. Če so vse te aspiracije realizirane, lahko (celo bolj kot zgolj število podjetnikov) odločilno vplivajo na gospodarsko rast.

Podrobna razlaga ključnih mer, s katerimi proučujemo dejavnike na navedenih treh področjih, je dodana na koncu te monografije kot *Priloga 1*.

1.3.2 Podatkovne podlage za GEM

V okviru raziskave GEM sodelujoči raziskovalni timi uporabljajo uveljavljeno metodologijo zbiranja podatkov, ki zagotavlja zanesljive in smiselne raznovrstne analize tako znotraj posameznih gospodarstev kot tudi med njimi. Metodologijo raziskave in proces harmoniziranja podatkov so podrobno opisali Reynolds in sodelavci (2005).

Od leta 1997, v katero segajo zametki načrtovanja raziskave GEM, ter leta 1999, ko je bila izvedena prva raziskava, v kateri je sodelovalo 10 držav, je raziskovalni konzorcij GEM leta 2012 narasel na 69 sodelujočih držav (v analizah v nadaljevanju te monografije, ki temeljijo na anketiranju odraslega prebivalstva, je vključenih 67 držav, ki so pripravile ustrezne podatkovne podlage do konca decembra 2012¹), v vseh letih skupaj pa je število sodelujočih držav doseglo številko 99.

Podatkovna podlaga raziskave GEM se oblikuje letno, sestavljata pa jo dva temeljna vira primarnih podatkov: anketiranje odraslih prebivalcev ter intervjuvanje in anketiranje nacionalnih izvedencev.

Anketiranje odraslega prebivalstva. Reprezentativni slučajni vzorci približno 2.000 anketiranih odraslih ljudi v posamezni državi so bili v večini držav pridobljeni v času od aprila do junija 2012. V Sloveniji je od konca maja do začetka junija 2012 v anketni raziskavi sodelovalo skupaj 2.010 odraslih ljudi v starosti od 18 do 64 let.

Anketiranje odraslega prebivalstva v vsaki državi poteka s pomočjo standardiziranih vprašalnikov, ki so bili razviti v okviru konzorcija GEM, anketiranje pa opravi neodvisna raziskovalna agencija. Za Slovenijo je anketiranje izvedlo podjetje RM plus iz Maribora, ki izvaja računalniško podprte telefonske ankete (CATI). Za vsako sodelujočo državo je nato pripravljen harmoniziran vzorec individualnih podatkov države, ki je podatkovna osnova za vse dodatne obdelave raziskovalnega tima te države. Hkrati vse sodelujoče države GEM razpolagajo z bazo podatkov, v kateri so zbrani osnovni statistični parametri, ki se nanašajo na vse sodelujoče države.

Značilnosti vzorca v Sloveniji so prikazane v *tabeli 3*. Struktura vzorca je usklajena s strukturo statistične množice glede na regionalnost, spol in starost ljudi ter glede na značilnost območja (urbano ali ruralno okolje). Da bi bila stopnja zanesljivosti pri primerljivosti statističnih parametrov za posamezne države visoka, so vzorci vseh držav uteženi na osnovi standardizirane ocene strukture prebivalstva po starosti in spolu; to vsako leto za vse države zagotavlja US Census International Population Data Base. Leta 2012 je bil v Sloveniji prvič uporabljen način kombiniranega anketiranja s pomočjo fiksnih in mobilnih telefonskih števil, ki zagotavlja lažjo vključenost zlasti mlajših ljudi v anketiranje ter večjo reprezentativnost naključnega vzorca (manjšo velikost uteži).

¹ Podatkovne baze Jamajke in Indije ne zajemamo v analizah odraslega prebivalstva, sta pa vključeni v analize podatkovne baze nacionalnih izvedencev.

Tabela 3: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2012

	Neuteženi vzorec	Uteženi vzorec
Skupaj	2010	2010
Moški	948	1034
Ženske	1062	976
Število nastajajočih podjetij	54	59
Število novih podjetij	48	51
Motivacija – priložnost	90	98
Motivacija – nujnost	8	8
Število ustaljenih podjetij	115	116
Poslovni angeli	46	51

V vseh sodelujočih državah je bilo skupaj anketiranih 186.143 ljudi, kar predstavlja široko podatkovno osnovo za proučevanje zlasti zgodnjega podjetništva in njegovih značilnosti ter medsebojnih povezav vplivnih dejavnikov. V državah, v katerih opravljajo tudi regionalno primerjalno analizo, ki zahteva neproporcionalno stratificirano vzorčenje in s tem zadostno število anketiranih oseb v posameznih regijah, je anketiranih oseb bistveno več (Španija, Brazilija). Število anketiranih oseb v vsaki izmed sodelujočih držav je prikazano v tabeli 4.

Tabela 4: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav, GEM 2012

Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav		Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav	
Alžirija	4984	Finska	2038
Angola	2489	Francija	3210
Argentina	1713	Gana	2213
Avstrija	4548	Grčija	2000
Barbados	2044	Hrvaška	2000
Belgija	1546	Iran	3178
Bosna in Hercegovina	2001	Irska	2000
Bocvana	2003	Italija	2000
Brazilija	10.000	Izrael	2005
Čile	1952	Japonska	2010
Danska	2217	Južnoafriška republika	2655
Egipt	2501	Kitajska	3684
Ekvador	2003	Kolumbija	6471
Estonija	1721	Koreja	2000
Etiopija	3003	Kostarika	2041

Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav		Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav	
Latvija	2000	Rusija	3541
Litva	2003	Salvador	1905
Madžarska	2000	Singapur	2001
Makedonija	2003	Slovaška	2000
Malavi	1847	Slovenija	2010
Malezija	2006	Španija	21.900
Mehika	2516	Švedska	1740
Namibija	1959	Švica	1587
Nemčija	4297	Tajska	3000
Nigerija	2651	Tajvan	2009
Nizozemska	2887	Trinidad in Tobago	1802
Norveška	1999	Tunizija	2000
Pakistan	2000	Turčija	2401
Palestina	2000	Uganda	2343
Panama	1998	Urugvaj	1627
Peru	2071	Velika Britanija	1676
Poljska	2003	Zambija	2155
Portugalska	2001	ZDA	4265
Romunija	1710		

Anketni vprašalnik je strukturiran tako, da vsebuje temeljna vprašanja za identificiranje obsega podjetniške aktivnosti v državi ter dodatna vprašanja za posameznike, ki jih lahko na osnovi njihovih odgovorov uvrstimo med podjetniško aktivne, namen česar je natančnejša ugotovitev značilnosti zgodnje podjetniške aktivnosti v državi. Z dodatnimi vprašanji ugotavljamo tudi široko paleto različnih vplivnih dejavnikov, ki vplivajo na podjetniško aktivnost, odnos anketiranih do podjetništva, odnos do novosti in inovativnosti, zmogljivosti za podjetništvo itd. V vprašalnik je vsako leto vključena vsaj ena dodatna tema raziskav, na primer podjetniško izobraževanje, socialno podjetništvo, v letu 2012 pa so bile to mednarodne migracije in njihov vpliv na podjetniško aktivnost.

Nacionalni izvedenci. Anketiranje odraslega prebivalstva (ang. *Adult Population Survey – APS*) v raziskavi GEM vsako leto dopolnjuje tudi anketiranje nacionalnih izvedencev – ekspertov oziroma osebni intervjuji z njimi (ang. *National Expert Survey – NES*). Nacionalni izvedenci so skrbno izbrani posamezniki iz gospodarstva, politike, državne uprave in akademske sfere, vsi pa imajo znanje in izkušnje na različnih področjih, ki so združena v devet okvirnih pogojev za podjetništvo. To so: 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.

S pomočjo obsežnega standardiziranega anketnega vprašalnika (leta 2012 je skupaj obsegal 120 trditev) smo tako pridobili vpogled v slovensko podjetniško okolje. Izvedenci so podali tudi svoje lastne poglede na, po njihovem mnenju, temeljne slabosti, ki zavirajo razvoj podjetništva

v Sloveniji, temeljne prednosti, ki jih ima Slovenija in bi jih lahko izkoristili za pospeševanje podjetništva, ter priporočila, kaj bi bilo treba udejanjiti za izboljšanje podjetniškega okolja, da bi se čim več ljudi začelo ukvarjati s podjetništvom zaradi priložnosti. Izvedenci v sklopu raziskave NES ocenijo hkrati še nekatere druge teme, kot so: priložnosti in zmogljivosti za ustanovitev podjetij, družbeni status podjetnika, zaščita intelektualne lastnine, možnosti za žensko podjetništvo, podpora za rast podjetij ter interes za inovacije, čemur se v zadnjih letih pridružujejo tudi različne aktualne podjetniške teme. Leta 2012 smo tako vprašalnik NES razširili še s sklopi, ki se nanašajo na mednarodne migracije in podjetništvo, poslovno sodelovanje ter podjetništvo med mladimi.

Leta 2012 je v raziskavi NES tako kot leto poprej sodelovalo 36 izvedencev iz Slovenije. Upoštevani so bili pravilno izpolnjeni vprašalniki in tisti, v katerih je bilo podanih vsaj 75 % vseh odgovorov. Dobljene odgovore smo kodirali in jih posredovali koordinacijskemu timu GEM, ki je pripravil skupno datoteko za vseh 69 držav GEM. Tako je v vseh državah udeleženkah leta 2012 skupaj sodelovalo kar 2.782 izvedencev. Vzorec izvedencev za Slovenijo je utežen glede na devet osnovnih okvirnih pogojev za podjetništvo, tip izvedenca (strokovnjak ali podjetnik/manager), spol, sektor gospodarstva (javni ali zasebni) in geografsko porazdelitev. Anketiranje izvedencev je tako kot v drugih državah GEM potekalo od aprila do julija 2012.

Sekundarni viri – mednarodne standardizirane baze podatkov. Standardizirane mednarodne baze podatkov, iz katerih v okviru raziskave GEM črpamo primerljive podatke, so baze Svetovne banke in Mednarodnega denarnega sklada, baze Združenih narodov, Eurostat in podobno. Te podatkovne baze služijo zlasti za analiziranje povezanosti ravni in značilnosti podjetniške aktivnosti države z makroekonomskimi značilnostmi in pogoji gospodarjenja.

1.3.3 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) in tudi na slovenski strani (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 letošnjega leta so podatkovne baze za pretekla leta urejene tako, da ponujajo možnosti primerjav posameznih indikatorjev med državami (glej <http://www.gemconsortium.org/Data>), kar je še posebej priročno za nekatere hitre preglede stanja podjetništva.

Natančno razlago celotne metodologije GEM lahko zainteresirani bralec najde v: Bosma, N., Wennekers, S., Amoros, J. (2012): *2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe*. GERA, London 2012.

2 GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji

Podjetniški proces je kompleksen pojav, na katerega vpliva veliko dejavnikov ter okoliščin: od nagnjenosti podjetništvu v družbi do nagnjenosti posameznika k podjetništvu, od demografskih značilnosti narodnega gospodarstva do razvitosti gospodarskega sistema in vrsta drugih.

Večplastnosti podjetništva tako ni mogoče enostavno opisati. To dejstvo odraža GEM-ova preglednica podjetniške aktivnosti (*tabela 5*). V njej zbirno prikazujemo različne vidike podjetniške aktivnosti v Sloveniji leta 2012 primerjalno z letom poprej ter tam, kjer so na voljo rezultati analize globalnega tima, tudi rang Slovenije v primerjavi s 67 preostalimi sodelujočimi državami. Pri tem prikazujemo posamezne opredeljene dejavnike ločeno za različne skupine prebivalstva. Primerjamo zlasti nastajajoče, nove in ustaljene podjetnike ter nepodjetnike, in sicer:

- količino podjetniške aktivnosti – delež odraslega prebivalstva, ki je vključen v različne faze podjetništva,
- lastnosti podjetniško aktivnih ljudi in njihovo strukturo glede na starost, spol, izobrazbo in dohodek gospodinjstva,
- motivacijske značilnosti – zakaj se ljudje odločajo za podjetniško aktivnost,
- značilnosti podjetij z vidika novosti njihovega izdelka ali storitve za potencialne kupce, z vidika uporabe inovativnih tehnologij ter obsega konkurence na tržišču – te značilnosti posredno kažejo na objektivne možnosti podjetja oziroma podjetja za rast in širjenje v prihodnjih letih,
- aspiracije po rasti podjetnikovih podjetij in podjetij, kar podjetniki izražajo z oceno pričakovane povečevanja števila novih delovnih mest ter z oceno internacionalizacije poslovanja.

Poleg tega za posamezne kategorije podjetniško aktivnega prebivalstva in posebej za tiste, ki ne sodijo med podjetnike, ter tudi skupaj za delovno aktivno prebivalstvo prikazujemo nekatere elemente družbenega okolja ter kulturnih in družbenih norm v družbi, ki lahko podpirajo ali zavirajo podjetniške procese v družbi. Ti elementi so:

- stopnja ocenjenega egalitarizma v družbenem okolju,
- različni vidiki, ki odražajo odnos do podjetniške aktivnosti ter podjetniško aktivnih oseb v družbi,
- podjetniška zmogljivost glede na ocenjeno stopnjo znanja, izkušenj in sposobnosti ljudi za podjetništvo ter glede na strah pred morebitnim neuspehom.

V okviru raziskave GEM skušamo zgodnjo podjetniško aktivnost kljub vsemu opisati tudi z enostavnim kazalnikom. To vlogo je prevzel indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA (ang. *total early-stage entrepreneurial activity*). Indeks kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se vključuje v podjetništvo. Zajema torej posameznike, ki so začeli izvajati nekatere aktivnosti, da bi ustanovili podjetja, ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece – to so nastajajoči podjetniki –, ter posameznike – nove podjetnike, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece, vendar manj kot tri leta in pol. Ustaljeni podjetniki so v raziskavi opredeljeni kot tisti, ki imajo podjetje in ga pomagajo tudi voditi, plače pa izplačujejo dlje kot 42 mesecev (ti v indeks TEA niso vključeni). Indeks TEA omogoča hitre primerjave o obsegu zgodnje podjetniške aktivnosti med državami, ne pa tudi kvalitativnih dimenzij te aktivnosti. Indeks TEA tako predstavlja enostavno mero podjetniške aktivnosti, ki omogoča široko primerjavo za vsa proučevana gospodarstva, zavedati pa se moramo omejitev njegovega vsebinskega pomena.

Opisane komponente podjetništva, ki so navedene v tabeli 5, in še vrsto drugih natančneje obravnavamo v posameznih poglavjih te monografije.

Tabela 5: GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2012

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča in nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2011	rang	2012	rang	2011	rang	2012	rang	2011	rang	2012	rang	2011	rang	2012	rang
vklučenost v podjetništvo (% populacije)	1,91	54/54	2,95	59/67	1,75	49/54	2,53	55/67	3,65	54/54	5,42	59/67	4,78	40/54	5,79	42/67
spol (% populacije):																
moški	2,6		1,38		2,0		3,8		4,57	54/54	8,09	53/67	6,52	38/54	8,54	37/67
ženske	1,2		0,44		1,5		1,2		2,68	53/54	2,59	63/67	2,94	35/54	2,87	51/67
spol (% podjetnikov):																
moški	68,9		77,2		59,3		76,7		64,3		76,8		70,1		75,9	
ženske	31,1		22,8		40,7		23,3		35,7		23,2		29,9		24,1	
starost (% populacije):																
– od 18 do 24 let	2,7		2,8		1,2		1,6		3,90	46/54	4,49	60/67	0,33	44/54	0,81	44/67
– od 25 do 34 let	2,5		5,4		2,5		2,3		5,07	50/54	7,64	50/67	3,15	38/54	2,56	52/67
– od 35 do 44 let	2,7		3,8		1,9		4,4		4,57	54/54	7,92	64/67	6,58	34/54	7,45	42/67
– od 45 do 54 let	0,8		1,7		1,6		2,1		2,48	54/54	3,77	59/67	7,78	36/54	10,01	33/67
– od 55 do 64 let	1,1		0,9		1,9		1,8		2,27	54/54	2,68	44/67	3,69	47/54	5,82	48/67
starost (% podjetnikov):																
– od 18 do 24 let	17,8		12,1		8,5		8,1		13,33	27/54	10,36	52/67	0,87	43/54	1,75	47/67
– od 25 do 34 let	29,7		40,5		32,4		20,0		30,98	27/54	31,39	44/67	14,68	31/54	9,83	60/67
– od 35 do 44 let	31,1		28,3		24,0		38,7		27,69	21/54	32,33	7/67	31,74	17/54	28,52	39/67
– od 45 do 54 let	9,9		13,0		21,5		18,9		15,47	40/54	15,91	39/67	37,12	8/54	39,55	6/67
– od 55 do 64 let	11,5		6,1		13,6		14,3		12,53	10/54	10,01	20/67	15,59	37/54	20,35	26/67
izobrazba (% podjetnikov):																
– dokončana osn. šola ali manj	2,5		0,0		0,0		0,0		1,3		0,0		0,9		2,5	
– dokončana poklicna šola	5,6		4,6		7,8		11,3		5,7		7,7		15,7		11,2	
– srednješolska izobrazba	42,5		43,1		16,5		33,1		30,4		37,8		33,2		31,1	
– višješolska strok. izobrazba	5,2		13,1		23,5		10,7		15,8		12,1		13,2		26,0	
– visokoš. ali univ. izobr. ali več	44,3		39,2		52,1		44,9		46,8		42,4		37,0		29,2	
izobrazba (% populacije):																
– manj kot srednješolska									1,11	53/54	2,32	63/67	4,77	25/55	5,47	33/67
– srednješolska									2,84	53/54	4,75	58/67	4,02	36/55	4,29	48/67
– več kot srednješolska									5,90	50/54	6,77	53/67	6,13	31/55	7,78	26/67
dohodkovni razredi (% populacije):																
– spodnja tretjina	2,0		2,4		1,1		1,8		1,02	45/54	1,80	61/67	0,67	40/54	1,18	48/67
– srednja tretjina	1,9		3,1		0,5		2,2		0,94	53/54	2,28	62/67	1,06	50/54	2,07	49/67
– zgornja tretjina	2,5		3,3		2,3		3,0		2,68	53/54	2,51	64/67	2,86	42/54	3,59	48/67

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča in nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2011	rang	2012	rang	2011	rang	2012	rang	2011	rang	2012	rang	2011	rang	2012	rang
dohodkovni razredi (% podjetnikov):																
– spodnja tretjina	24,2		27,6		14,2		26,3		19,4		27,5		12,7		16,8	
– srednja tretjina	25,9		39,1		10,8		35,3		18,6		36,4		21,0		30,6	
– zgornja tretjina	49,9		33,3		75,0		38,4		62,0		36,2		66,2		52,7	
motivacija (% populacije):																
– nujnost	0,16		0,26		0,30		0,01		0,44	54/54	0,40	67/67	0,90		1,39	
– priložnost	1,61		2,60		1,34		2,34		2,96	51/54	4,88	48/67	3,60		4,23	
motivacija (% podjetnikov):																
– v celoti priložnost	53,8		67,5		60,1		67,7		56,2		68,3		65,6		61,8	
– deloma priložnost	30,8		20,6		17,1		22,7		24,7		21,8		10,4		11,5	
– nujnost	7,7		8,8		17,1		5,5		12,3		7,4		18,8		24,0	
– ne more opredeliti	7,7		3,1		5,7		4,1		6,8		2,5		5,2		2,7	
izkoriščanje poslovne priložnosti zaradi (% podjetnikov, katerih motivacija je v celoti priložnost):																
– neodvisnosti in osebne svobode pri delu	61,2		49,7		48,7		58,5		49,64	16/54	53,95	13/67	74,7		61,9	
– povečanja dohodka	28,2		43,8		35,7		30,6		37,96	34/54	37,37	43/67	18,2		23,0	
– ohranitve ravni dohodka	10,6		3,0		11,6		10,9		9,72	24/54	6,83	44/67	3,1		12,4	
– drugega	0,0		3,5		4,1		0,0		2,68	25/54	1,84	32/67	4,0		2,6	

	Nastajajoča in nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2011	rang	2012	rang	2011	rang	2012	rang
inovacijska naravnost (% podjetnikov):								
– novost izdelkov – izdelek je nov za vse kupce	9,98	38/54	15,45	32/67	5,90	37/54	9,73	31/67
– konkurenca – ni konkurenčnih podjetij	7,67	30/54	12,48	17/67	4,06	36/54	6,04	25/67
– tehnologija – uporaba tehnologij, ki so na voljo manj kot eno leto	6,48	36/54	6,05	54/67	0,00	47–54	4,52	26/67
nagnjenost k rasti (% podjetnikov):								
– zaposlovanje – porast za najmanj 10 delovnih mest in hkrati za najmanj 50 % v petih letih	22,55	17/54	19,21	25/67	2,43	39/54	7,36	15/67
– izvoz – več kot 50 % strank živi zunaj države	0,50	39/54	1,22	21/67	0,63	16/54	0,78	13/67

	Nastajajoči podjetniki		Novi podjetniki		Ustaljeni podjetniki		% prebivalstva v starosti od 18 do 64 let				Nepodjetniki	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	rang	2012	rang	2011	2012
razpoznavanje poslovnih priložnosti	44,6	50,0	39,1	40,1	19,9	22,0	18,37	47/54	19,62	58/67	17,3	17,80
podjetniška zmogljivost – dojevanje kulturne podpore:												
– egalitarizem	78,6	76,6	78,7	80,3	76,2	80,4	82,72	5/54	82,92	4/54	83,2	83,3
– poklicna izbira	49,0	37,0	52,6	45,2	45,8	45,2	53,71	37/54	52,73	46/54	54,3	54,7
– spoštovanje podjetniškega poklica	61,8	67,1	65,0	73,3	58,9	48,8	69,73	23/54	71,08	35/54	70,6	72,6
– odnos medijev	49,7	54,7	52,6	51,2	47,0	39,0	45,10	39/54	51,08	40/54	44,8	51,7
podjetniška zmogljivost – samozaupanje:												
– znanje in veščine	95,2		96,9		90,0		50,79	20/54	51,32	30/67	46,9	46,5
– strah pred neuspehom	17,7		17,1		20,4		39,30	27/54	41,50	23/67	41,1	43,7



Polona TOMINC
Miroslav REBERNIK

**Connections of entrepreneurial capacity and openness
towards innovations with the individual's decision
to become an entrepreneur: a case from Slovenia =
Povezanost med podjetniško zmogljivostjo in odprtostjo
za inoviranje ter posameznikovo odločitvijo,
da postane podjetnik: primer Slovenije**

Society and economy, 2010, let. 32, št. 2, str. 297–313

Avtorja v prispevku proučujeta spremenljivke, ki bi lahko bile značilno povezane z odločitvijo posameznika, da postane podjetnik. Namen prispevka je ugotoviti obstoj značilnih povezav med posameznikovo odločitvijo, da postane podjetnik, in različnimi vidiki podjetniških sposobnosti posameznika kot tudi njegove inovacijske zmogljivosti, za katero sta avtorja v prispevku uporabila nadomestno mero posameznikove odprtosti do inovacij. Podjetniško zmogljivost proučujeta s pomočjo štirih postavk: sposobnostjo zaznave dobrih poslovnih priložnosti, oceno podjetniškega znanja, spretnosti in izkušenj, potrebnih za začetek novega posla, oceno podjetniške mreže ter ravno izogibanja negotovosti, ki posamezniku preprečujejo ustanovitev novega podjetja. Odprtost za inovacije avtorja proučujeta s pomočjo treh postavk: pripravljenostjo posameznika za nakup novih proizvodov in/ali storitev, njegovo pripravljenostjo, da preizkusi nove proizvode in/ali storitve, ki vključujejo nove tehnologije, in s pomočjo njegovega prepričanja, da bodo novi proizvodi in/ali storitve izboljšali življenje ljudi.





Viri podatkov in metodologija. Raziskava je bila izvedena na podatkovni zbirki Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Leta 2007 je v slovenski raziskavi sodelovalo 3.020 anketirancev v starosti od 18 do 64 let. Avtorja sta uporabila faktorsko analizo in binarni logistično-regresijski model, v katerem sta preverila povezave med spremenljivkami, ki sta jih definirala s pomočjo faktorske analize – te spremenljivke so podjetniško zavedanje in nenaklonjenost do tveganja, sprejemanje novosti in prepričanja v koristi novosti – in verjetnostjo, da je oseba zgodnje podjetniško aktivna. Čeprav z uporabljenimi metodologijami ni mogoče določiti vzročnih učinkov, avtorja interpretirata moč povezav med podjetniško zmogljivostjo in odprtostjo do inoviranja posameznika.

Spoznanja. Pomemben rezultat raziskave je, da zaupanje v prednosti novosti ni pomembno povezano s posameznikovo odločitvijo, da postane podjetnik. Rezultati kažejo, da je odprtost za inovacije pomembnejša kot prepričanje, da bo inovativni proizvod in/ali storitev (ki ga proizvajajo drugi) izboljšal posameznikovo življenje. Seveda se ti rezultati ne nanašajo na pričakovanja glede koristi proizvodov in/ali storitev, ki jih bo proizvajal sam zgodnji podjetnik. Posameznikova odločitev, da postane podjetnik, je značilno povezana s podjetniškim zavedanjem, nenaklonjenostjo do tveganja in pripravljenostjo, da preizkusi nove proizvode in/ali storitve. Povezava je pozitivna v primeru podjetniškega zavedanja in v primeru pripravljenosti, da preizkusi nove proizvode in/ali storitve:

- tisti, ki izražajo podjetniško zavedanje, so skoraj 2,4-krat verjetneje zgodnje podjetniško aktivni v primerjavi s tistimi, ki ga ne izražajo;
- tisti, ki izražajo pripravljenost preizkusiti nove proizvode in/ali storitve, so skoraj 1,3-krat verjetneje zgodnje podjetniško aktivni v primerjavi s tistimi, ki je ne izražajo;
- tisti, ki izražajo strah pred tveganjem, so skoraj 0,4-krat manj verjetno zgodnje podjetniško aktivni v primerjavi s tistimi, ki ga ne izražajo.

Rezultati raziskave so zlasti v delu, ki se nanaša na podjetniške zmogljivosti, primerljivi z empiričnimi spoznanji drugih avtorjev. Inovacijske zmogljivosti, ki jo avtorja v raziskavi proučujeta s pomočjo posameznikove odprtosti za inoviranje, do sedaj v literaturi ne najdemo obravnavane na takšen način. Kljub temu tako podjetniških zmogljivosti kot posameznikove odprtosti za inoviranje ne moremo zlahka spremeniti v ukrepe ekonomske politike. Avtorja zato poudarjata, da nekateri dokazi v literaturi celo kažejo, da lahko podobni ukrepi politike pri osebnih zaznavah in presojah v različnih kulturnih in družbenih okoljih dajo zelo različne rezultate.

3 Nagnjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu

3.1 OPREDELITEV NAGNJENOSTI ODRASLEGA PREBIVALSTVA K PODJETNIŠTVU

Ena ključnih funkcij podjetnika je, da v okolju najde (ali ustvari) poslovno priložnost, jo primerno artikulira in zbere potrebne vire za to, da bi jo lahko uresničil. Čeprav imajo številni posamezniki ustvarjalne zamisli in je idej vselej na pretek, pa zgolj ideja ni dovolj. Da bi se preoblikovala v poslovni podjem, iz katerega se bo lahko kasneje razvilo uspešno delujoče podjetje, mora biti izpolnjenih več pogojev tako pri podjetniku kot v podjetniškem okolju. Posameznikova nagnjenost k podjetništvu vključuje razpoznavanje poslovnih priložnosti, podjetniške kompetence, strah pred neuspehom in odločenost, da bo ustanovil podjetje. V okviru raziskave GEM jo za posamezno nacionalno gospodarstvo merimo z različnimi deleži:

- z deležem delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da se bodo v okolju, v katerem živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti;
- z deležem delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetniški poklic;
- z deležem ljudi med tistimi, ki menijo, da se bodo v okolju, v katerem živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti, a bi jih strah pred neuspehom odvrnil od tega, da bi ustanovili svoje podjetje, ter
- z deležem ljudi med tistimi, ki niso vključeni v podjetniško aktivnost, a nameravajo v prihodnjih treh letih začeti ustanovljati lastni podjem oziroma lastno podjetje.

Na nagnjenost k podjetništvu poleg posameznikovih značilnosti pomembno vplivajo tudi zunanji vplivi. Odločitev za podjetništvo je osebna odločitev in se oblikuje tudi na osnovi institucionalne ureditve in podjetniške klime v družbi. Kulturne in družbene norme v okolju lahko odločitev posameznika za podjetniško pot spodbujajo ali pa ga pri njenem uresničevanju zavirajo. Gre za splošno stališče družbe do podjetništva kot poklicne izbire, kakšen status imajo podjetniki v družbi in ali se ta status zrcali tudi v pozitivnih odzivih medijev. Zato proučujemo tudi:

- delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira oziroma karierna pot;
- delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani;

- delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjetjih.

V tabeli 6 so prikazani elementi podjetniške nagnjenosti navedeni za vse države, ki so leta 2012 sodelovale v raziskavi GEM. Da bi dobili res smiseln vpogled v podjetniške namere, je bilo vprašanje o podjetniških namerah postavljeno samo posameznikom, ki še niso podjetniki, po strahu o neuspehu pa smo povprašali samo tiste, ki so zaznali poslovne priložnosti.

Tabela 6: Elementi podjetniške zmogljivosti (v odstotkih odraslega prebivalstva), GEM 2012

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Podjetniška spodobnost	Strah pred neuspehom*	Podjetniške namere**	Kariera***	Spoštovanje***	Mediji***
Faktorska gospodarstva							
Alžirija	46	54	35	21	79	81	47
Angola	66	72	38	70			
Bocvana	67	71	25	72	76	73	79
Egipt	54	59	33	42	83	87	64
Etiopija	65	69	33	24	76	92	73
Gana	79	86	18	60	84	91	82
Iran	39	54	41	23	60	73	61
Malavi	74	85	12	70			
Nigerija	82	88	21	44	82	76	78
Pakistan	46	49	31	25	66	68	51
Palestina	46	59	40	36	85	80	71
Uganda	81	88	15	79			
Zambija	78	84	17	55	67	79	72
Učinkovitostna gospodarstva							
Argentina	50	63	27	29	74	67	63
Barbados	47	70	17	23			
Bosna in Hercegovina	20	49	27	22	81	72	39
Brazilija	52	54	31	36	89	86	86
Čile	65	60	28	43	70	68	66
Ekvador	59	72	33	51	88	84	79
Estonija	45	43	34	16	55	63	41
Hrvaška	17	44	36	19	64	42	40
Južnoafriška republika	35	40	31	12	74	74	73
Kitajska	32	38	36	20	72	76	80
Kolumbija	72	57	32	57	89	75	69

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Podjetniška sposobnost	Strah pred neuspehom *	Podjetniške namere **	Kariera ***	Splošno spoštovanje ***	Mediji ***
Kostarika	47	63	35	33	72	72	79
Latvija	33	44	37	22	60	53	53
Litva	30	40	36	18	63	53	37
Madžarska	11	40	34	13	41	74	29
Makedonija	31	55	39	28	70	67	64
Malezija	36	31	36	13	46	51	62
Mehika	45	62	26	18	56	54	38
Namibija	75	74	35	45	73	76	82
Panama	38	43	17	12			
Peru	57	65	30	45	77	73	76
Poljska	20	54	43	22	68	57	56
Romunija	37	38	41	27	71	74	55
Rusija	20	24	47	2	60	63	45
Salvador	43	59	42	40	73	72	62
Tajska	45	46	50	19	76	79	84
Trinidad in Tobago	59	76	17	37	78	76	64
Tunizija	33	62	15	22	88	94	48
Turčija	40	49	30	15	67	76	57
Urugvaj	51	58	27	20	61	59	51
Inovacijska gospodarstva							
Avstrija	49	50	36	9	46	76	
Belgija	33	37	41	9	62	57	54
Danska	44	31	39	7			
Finska	55	34	37	8	45	83	68
Francija	38	36	43	17	65	77	41
Grčija	13	50	61	10	64	68	33
Irska	26	45	35	5	45	81	61
Italija	20	30	58	11	67	70	51
Izrael	31	29	47	13	59	72	47
Japonska	6	9	53	2	30	55	53
Koreja	13	27	43	13	59	70	68
Nemčija	36	37	42	6	49	76	49
Nizozemska	34	42	30	9	79	65	58
Norveška	64	34	39	5	50	80	59
Portugalska	16	47	42	14			

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Podjetniška sposobnost	Strah pred neuspehom*	Podjetniške namere**	Kariera***	Spoštovanje***	Mediji***
Singapur	23	27	42	16	50	63	77
Slovaška	18	50	38	12	50	74	59
Slovenija	20	51	27	13	53	71	51
Španija	14	50	42	11	64	64	47
Švedska	66	37	33	11			
Švica	36	37	32	7	44	63	57
Tajvan	39	26	38	25	70	63	83
Velika Britanija	33	47	36	10	50	77	47
ZDA	43	56	32	13			

* Delež med tistimi, ki zaznavajo poslovne priložnosti.

** Delež med nepodjetniki.

*** Pri zadnjih treh spremenljivkah je bilo anketiranje neobvezno po državah.

Da bi bolje videli umestitev Slovenije, smo v *tabeli 7* prikazali povprečne vrednosti elementov podjetniške zmogljivosti po izbranih skupinah držav.

Tabela 7: Elementi podjetniške zmogljivosti po skupinah držav (v odstotkih odraslega prebivalstva), GEM 2012

	Slovenija	Države GEM	Evropske države	Inovacijska gospodarstva	JV Evropa**	Evropska unija***	Evropske države zunaj EU****
Poznavanje podjetnika	40,08	38,37	32,62	30,92	31,4	33,01	31,4
Poslovne priložnosti	19,62	42,36	31,7	32,07	21,02	31,45	32,51
Sposobnost za podjetništvo	51,32	50,89	42,28	38,35	47,71	42,42	41,85
Strah pred neuspehom	41,5	37,7	44,9	44,49	49,23	46,67	39,34
Podjetniške namere	14,68	27,01	15,23	12,67	21,63	14,84	16,46
Egalitarizem*	82,92	64,37	67,36	64,71	73,83	65,35	72,22
Kariera*	52,73	65,8	58,99	55,16	64,04	57,77	62,3
Spoštovanje*	71,08	71,3	68,33	70,27	65,6	69,14	66,14
Mediji*	51,08	60,04	50,24	56,08	46,02	49,67	51,71

* Ta del anketiranja je izvedlo skupaj 58 držav GEM.

** Vključene so države: Poljska, Madžarska, Romunija, Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Makedonija, Grčija in Slovenija.

*** Vključenih je 22 držav EU.

**** Bosna in Hercegovina, Hrvaška, Makedonija, Norveška, Romunija, Rusija, Švica in Turčija.

V nadaljevanju tega poglavja bomo posamezne komponente podjetniške zmogljivosti podrobneje razložili ter prikazali, kako so jih leta 2012 dojemali odrasli prebivalci Slovenije in kako prebivalci v drugih sodelujočih državah.

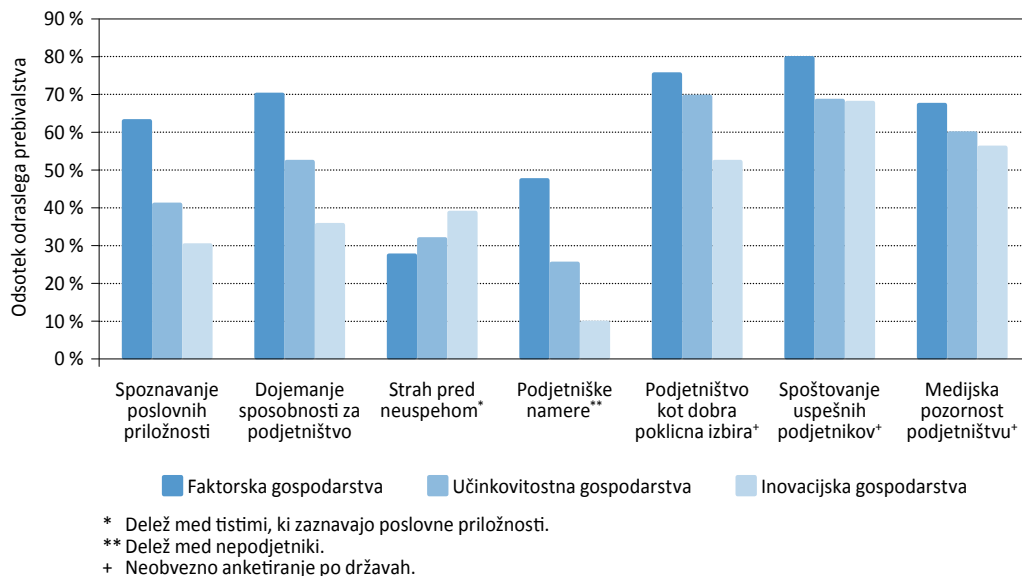
3.2 DOJEMANJE PRILOŽNOSTI, SPOSOBNOST ZA PODJETNIŠTVO TER STRAH PRED NEUSPEHOM

Posamezniki vstopajo v podjetništvo na temelju zaznanih priložnosti, zaupanja v lastne veščine, znanja in izkušenj pa tudi razumevanja, da je strah pred neuspehom povezan s premagovanjem negotovosti, ki je sestavni del podjetništva (Eckhardt in Shane 2003; Shane in Venkataraman 2000). Že pred časom je Kirzner (1973, 1985) poudaril, da je poslovna priložnost posledica različnega dostopa do obstoječih informacij, podjetnika pa prikazal kot budnega iskalca priložnosti in podjetništvo kot nenehno budnost oziroma pozornost, usmerjeno na dobičkonosne priložnosti.

Priložnosti so vselej raznolike in imajo pogosto zelo specifične značilnosti, ki vplivajo na skoraj vse vidike podjetniškega procesa (Crnogaj 2012). Nekatere so lahko tako kompleksne, da bo le zelo omejeno število posameznikov sposobno oblikovati domneve o njihovem morebitnem obstoju (Zuckerer idr. 2002, v: Eckhardt in Shane 2010, 50), druge spet takšne, da jih bo hotelo izkoristiti mnogo posameznikov. Značilnosti priložnosti tudi vplivajo na organizacijo procesov in posledično tudi na njihovo ekonomsko vrednost (prav tam, 51). S tega vidika je razumevanje podjetniških priložnosti, njihove vloge v podjetniškem procesu in njihove vrednosti zelo pomembno, saj omogoča razumevanje, da so za odkritje poslovnih priložnosti potrebne specifične informacije ter da je tip podjetniške aktivnosti odvisen od tipa posameznikov, ki se ukvarjajo z njimi. Ker je velik del podjetniškega procesa močno odvisen od dejavnikov, ki jih posamezni podjetniki ne morejo nadzirati (Eckhardt in Shane 2003), ni lahko najti neposredne soodvisnosti med priložnostjo in poslovnim uspehom. Različne so tudi povezave med zaznavanjem podjetniške priložnosti in začetkom podjetniške aktivnosti. Ljudje se za podjetniško pot lahko odločijo takrat, ko naletijo na obetavno poslovno priložnost (McMullen in Shepherd 2006), pri drugih pa lahko najprej dozori odločitev o vključitvi v podjetništvo, temu pa sledi sistematično in intenzivno iskanje poslovne ideje in poslovne priložnosti (Kelley idr. 2011). Nekateri avtorji, na primer Holcombe (2003), vidijo ravno v podjetniški aktivnosti pomemben vir dobrih poslovnih priložnosti in s tem proces podjetništva razumejo kot najpogostejši vir, iz katerega se rodijo nove priložnosti.

Subjektivni dejavniki dojetja podjetništva, prepričanje o potrebnem znanju za podjetništvo ter strah pred neuspehom se zato med posameznimi državami kot tudi med skupinami držav precej razlikujejo. Kot poročajo Xavier in sodelavci (2013), v latinskoameriških in karibskih državah ter v Podsaharski Afriki več kot tri tretjine prebivalstva meni, da je podjetništvo dobra poklicna izbira, a kljub temu manj ljudi meni, da imajo v njihovi družbi podjetniki visok status. To bi lahko pomenilo, da je podjetništvo predvsem nuja in ne toliko stvar osebne izbire, kar je v teh državah, ki se v veliki meri uvrščajo v učinkovitostna gospodarstva, pogosto tudi edina možnost za preživetje. Industrija je slabo razvita in delovnih mest za zaposlovanje ni na voljo. V Podsaharski Afriki pa več kot 80 % prebivalstva meni, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani.

Slika 3: Elementi podjetniške zmogljivosti glede na razvitost držav (v odstotkih odraslega prebivalstva)



GEM 2012

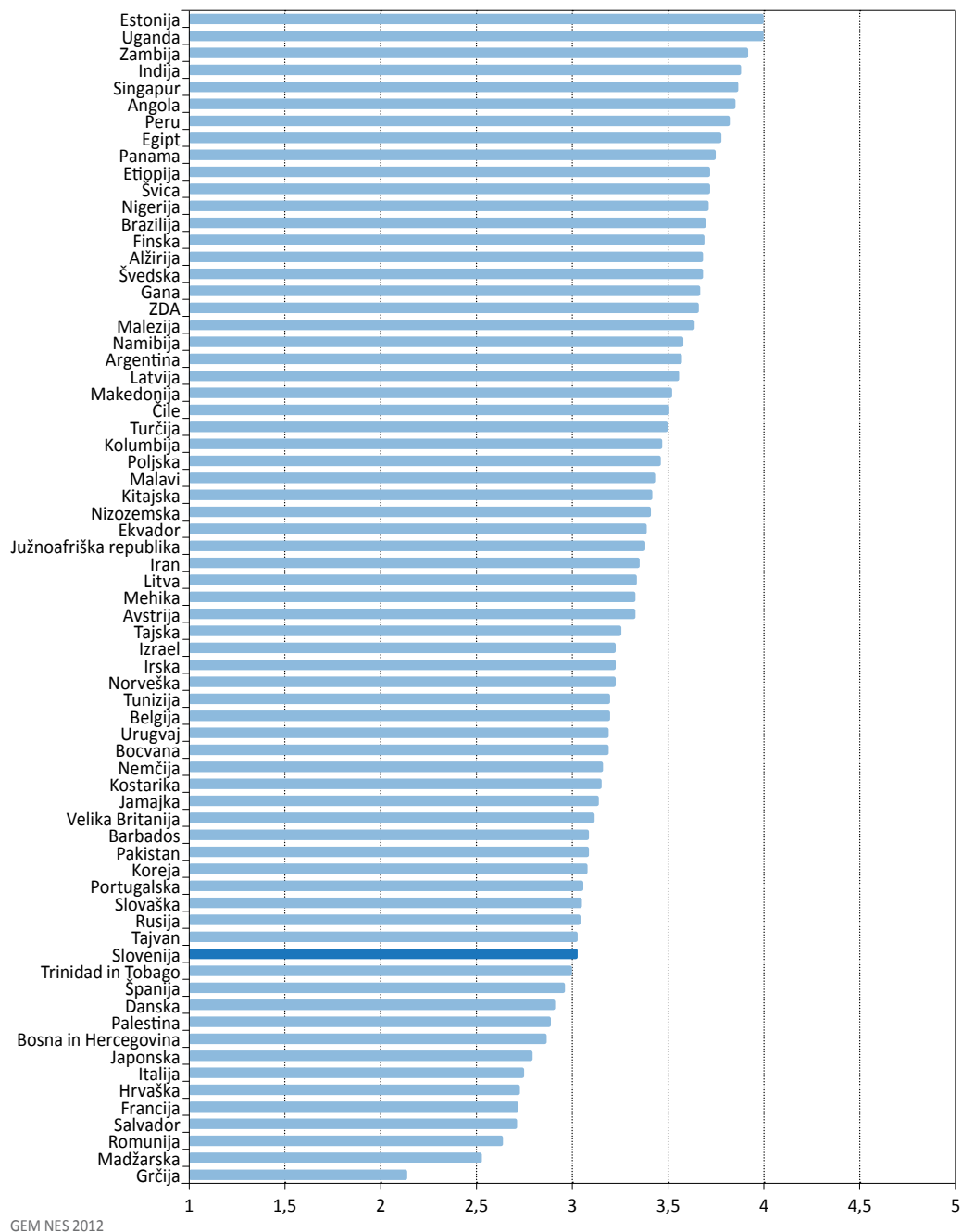
Na *sliki 3* vidimo, da se s stopnjo razvoja spreminjajo vsi elementi podjetniške zmogljivosti. Medtem ko v učinkovitostnih gospodarstvih več kot 60 % posameznikov, ki še niso podjetniki, zaznava poslovne priložnosti, pa je v inovacijskih gospodarstvih takšnih samo nekaj nad 30 %. V povprečju upada tudi samozaupanje v lastno znanje, sposobnosti in izkušnje za podjetništvo. V faktorskih gospodarstvih je v to, da imajo potrebno znanje in kompetence za podjetniško pot, prepričanih v povprečju več kot 70 % odraslih prebivalcev in v učinkovitostnih polovica, v inovacijskih gospodarstvih pa je takšnih v povprečju nekaj manj kot 40 %. Ravno zaupanje v lastne sposobnosti in znanje pa je ena najpomembnejših komponent za vstop v podjetništvo (Koellinger idr. 2005). Pri tem je treba razumeti, da imajo ljudje v teh skupinah držav pri opredeljevanju lastnih sposobnosti za podjetništvo v mislih različne podjetniške aktivnosti, ki so različno kompleksne, terjajo različne sposobnosti in so posledično tudi različno razvojno naravnane. Faktorska gospodarstva imajo zelo velik delež podjetništva zaradi nujnosti, kar prav tako vpliva na razumevanje lastnih sposobnosti za podjetništvo in potem v nadaljevanju tudi na dojemanje razpoložljivosti priložnosti v neposrednem okolju potencialnega podjetnika.

V skupini inovacijskih gospodarstev so percepcije dobrih poslovnih priložnosti v skromnem obsegu zlasti v državah, ki jih je svetovna gospodarska kriza močno prizadela, v Grčiji (13 %), Španiji (14 %) in na Portugalskem (16 %); v tej skupini je tudi Slovaška z 18 % in Slovenija z 20 %. Nizka stopnja zaznavanja podjetniških priložnosti v Sloveniji je nizka tudi primerjalno s celotnim inovacijskim gospodarstvom (30,9 %), z vsemi evropskimi državami in tudi s skupino držav v jugovzhodni Evropi. V svetovnem merilu se po tem elementu Slovenija uvršča na 60. mesto. Na drugem koncu lestvice sta med evropskimi državami najvišje Švedska, ki je na 8. mestu s 66 %, in Norveška, ki je na 13. mestu in kjer 64 % prebivalcev meni, da se bodo v naslednjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti.

O zaznavanju poslovnih priložnosti smo povprašali tudi izbrano skupino 36 nacionalnih izvedencev, ki so na temelju petih komponent na lestvici od 1 do 5 ocenjevali razpoložljivost dobrih poslovnih

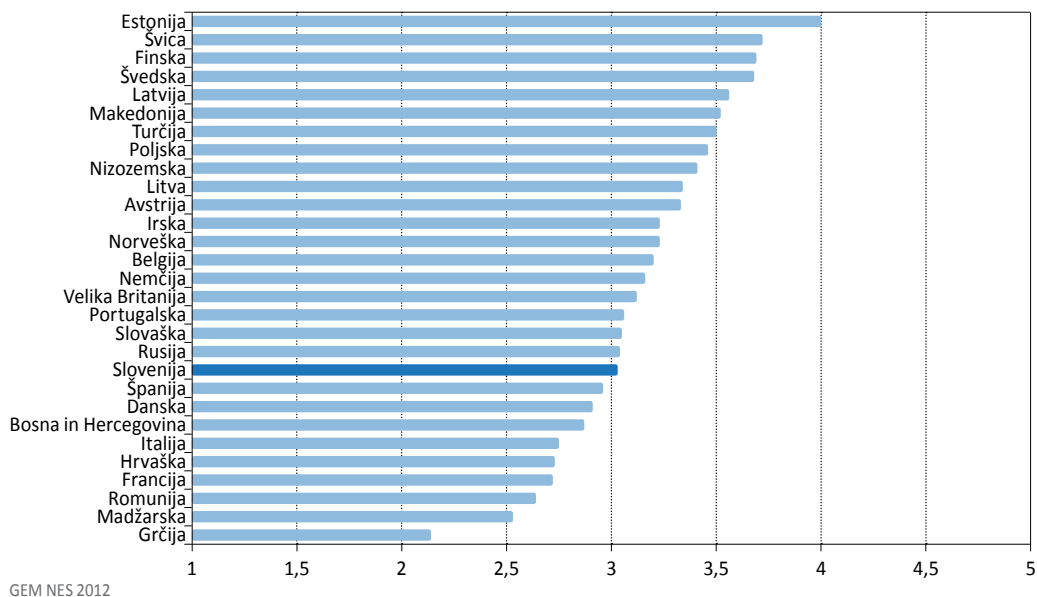
priložnosti v poslovnem okolju pa tudi sposobnost zaznavanja poslovnih priložnosti ljudi. To področje v Sloveniji so slovenski izvedenci ocenili s povprečno oceno 3,03, kar je nekoliko slabše kot v letih 2011 (3,29) in 2010 (3,26). Slovenija je tako zdrsnila za nekaj mest navzdol po lestvici med vsemi sodelujočimi državami v raziskavi GEM (slika 4) in se v evropskem prostoru postavila ob bok Slovaški in Rusiji.

Slika 4: Zaznavanje poslovnih priložnosti, vse države GEM



Bistveno boljše povprečne ocene nacionalnih izvedencev so v primerjavi z letom 2011 zabeležili v Iranu, Litvi, Mehiki pa tudi Španiji. Največji padec ocen v primerjavi z letom 2011 beležijo v Franciji, ki se skupaj z Romunijo, Madžarsko in Grčijo uvršča na rep lestvice vseh sodelujočih držav. Med evropskimi državami se Slovenija po oceni nacionalnih izvedencev o zaznavanju poslovnih priložnosti tako uvršča na 20. mesto med 29 državami (slika 5).

Slika 5: Zaznavanje poslovnih priložnosti, evropske države GEM

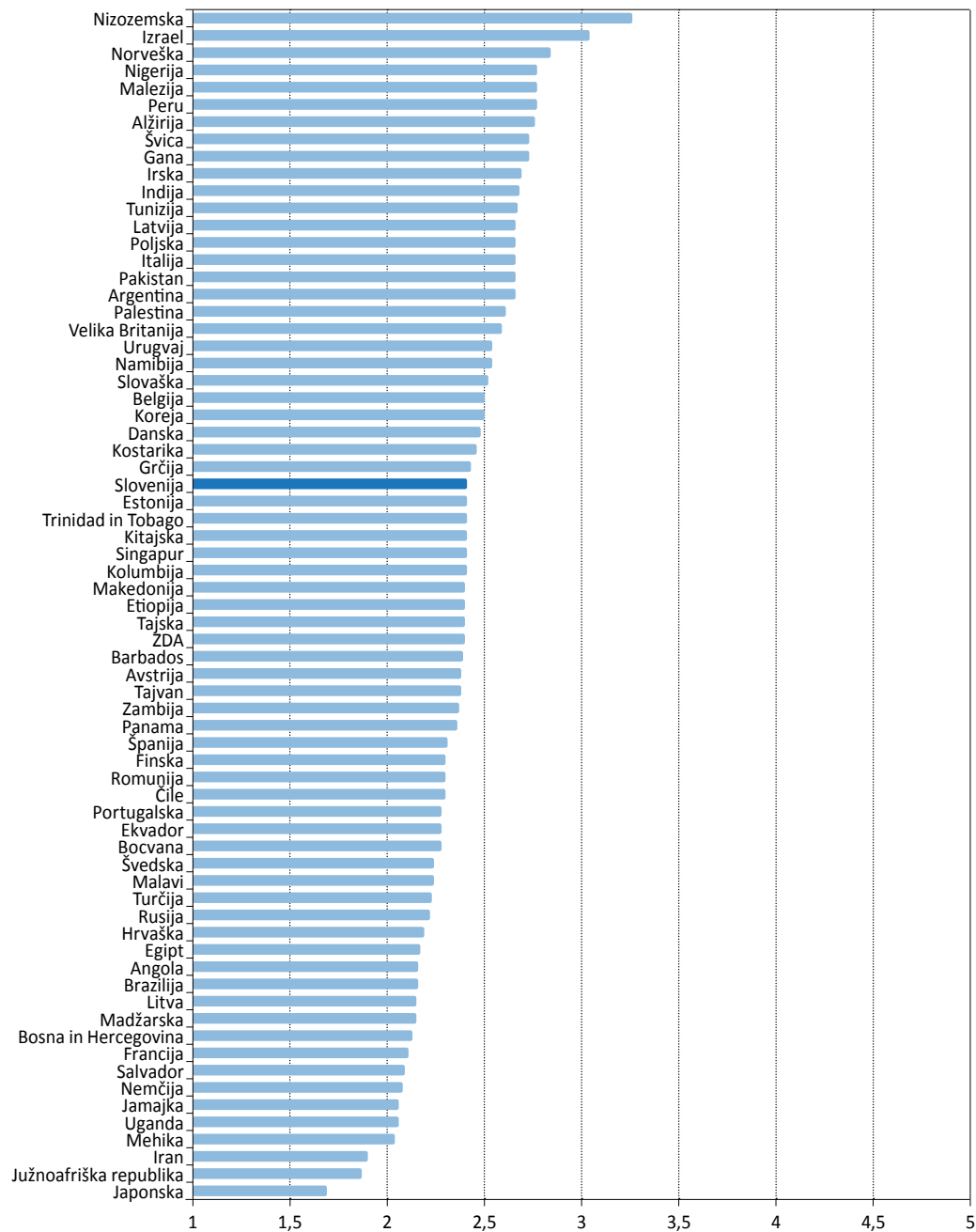


Na podjetniško vedenje vpliva in je zanj pomembno tudi posameznikovo zaupanje v lastno znanje, veščine in sposobnosti za podjetniško aktivnost, ne pa samo razpoznavanje poslovnih priložnosti. Harper (1998, v: Arenius in Minniti 2005, 235) zagotavlja, da notranje mesto obvladovanja povečuje povezavo med podjetniško budnostjo in samoučinkovitostjo ter vodi k ustanavljanju več novih podjetij. Notranje mesto obvladovanja, kot ga je izvirno definiral Rotter (1954) in je bilo tudi predmet številnih podjetniških raziskav, poudarja vpliv lastnih dejanj na okolje, nadzor končnih izidov in večjo aktivnost pri delovanju. Zato velja, da posamezniki z izraženim notranjim mestom obvladovanja verjamejo, da lahko vplivajo na svoje okolje in ga nadzirajo ter zato pogosteje kot posamezniki z zunanjim mestom obvladovanja izrabljajo podjetniške priložnosti (Shane 2003, 108). To potrjujejo tudi empirične raziskave, v katerih je bilo ugotovljeno, da imajo podjetniki več notranje kontrole kot druge skupine ljudi (npr. Shapero 1975; Caird 1991, v: Shane 2003), ter potrjena pozitivna povezava med notranjim obvladanjem in podjetniškim uspehom (Mueller in Thomas 2001). Zaupanje v lastne podjetniške sposobnosti v raziskavi ugotavljamo z deležem delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetniški poklic.

Slovenija se tem pogledu v vseh letih, kar sodelujemo v GEM, uvršča relativno visoko. Več kot polovica odraslega prebivalstva (51 %) meni, da ima znanje, izkušnje in sposobnosti za opravljanje podjetniškega poklica, kar uvršča Slovenijo na 30. mesto na lestvici 67 držav, med evropskimi državami pa na tretje mesto, za Makedonijo (s 55 %) in Poljsko (s 54 %). Med vsemi sodelujočimi

državami je ta delež najnižji v Rusiji (24 %) in na Japonskem (9 %). Kljub tako visoko izraženemu prepričanju odraslega prebivalstva, da so se sposobni podati na podjetniško pot, pa podjetniške namere in tudi dejanska stopnja podjetništva v Sloveniji ostajajo nizke.

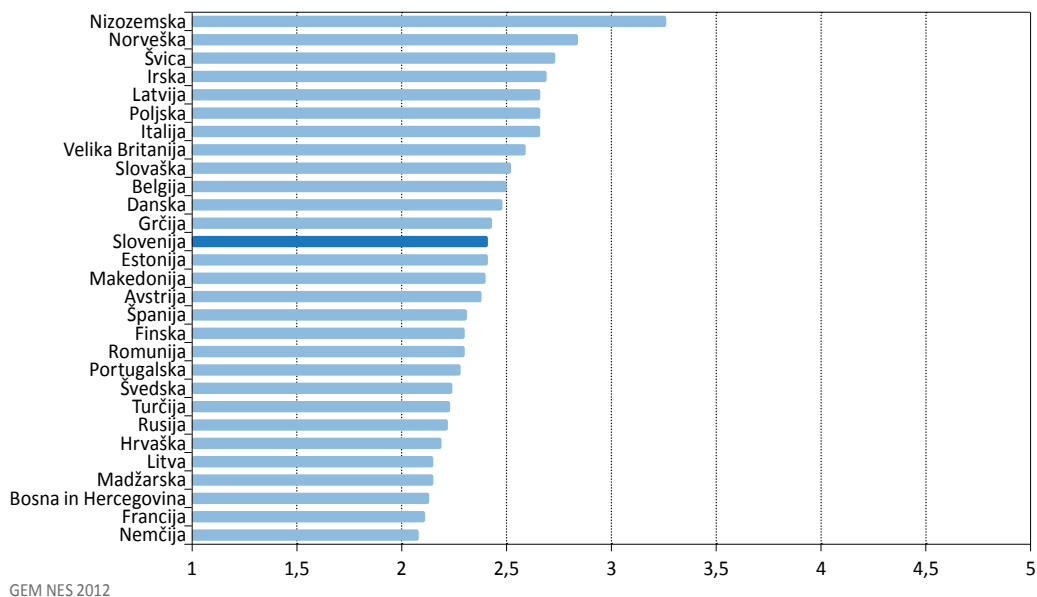
Slika 6: Zmožljivosti in znanje za ustanovitev podjetja, vse države GEM



GEM NES 2012

Podjetniške veščine in sposobnosti ljudi so ocenjevali tudi nacionalni izvedenci. V Sloveniji so jih na osnovi petih komponent ponovno ocenili relativno nizko, s povprečno oceno 2,41 (na lestvici od 1 do 5), kar je še nekoliko nižje kot leta 2011, ko je povprečna ocena znašala 2,44, in leta 2010, ko je bila 2,55. Kljub temu takšna ocena Slovenijo še vedno uvršča precej visoko, v zgornjo polovico na lestvici vseh sodelujočih držav (*slika 6*) ter na 13. mesto v evropskem merilu (*slika 7*), med Grčijo in Estonijo, medtem ko Francija in Nemčija, zanimivo, zasedata zadnji mesti med evropskimi državami.

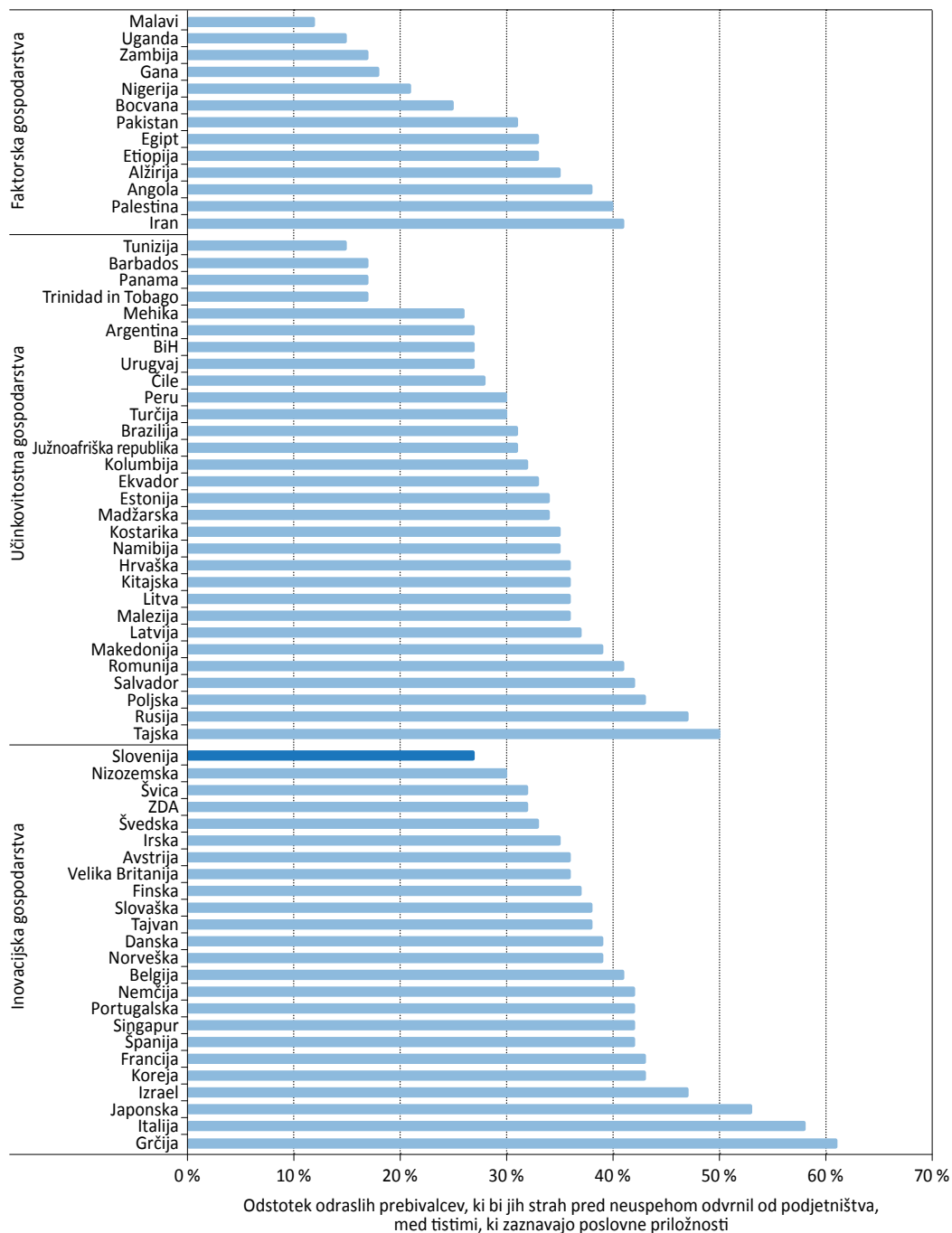
Slika 7: Zmožljivosti in znanje za ustanovitev podjetja, evropske države GEM



GEM NES 2012

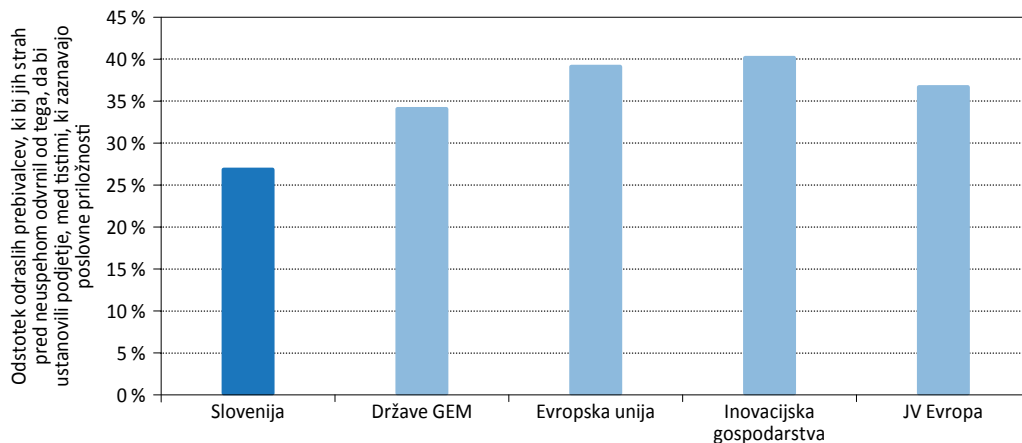
Začenenje podjetniške poti lahko prepreči tudi strah pred neuspehom. Raziskave kažejo, da so podjetniki praviloma zelo strpni do tveganja in ugotavljajo pozitivno korelacijo med pripravljenostjo za sprejemanje tveganja in odločitvijo za podjetništvo (npr. Cramer idr. 2002; Caliendo idr. 2009, 2010) ter da so podjetniki oziroma managerji bolj naklonjeni tveganju kot drugi ljudje, ki so na primer redno zaposleni (Steward in Roth 2001; Hartlog idr. 2002). Če ima strah pred neuspehom oziroma prevzemanje tveganja pomembno vlogo v zgodnji podjetniški aktivnosti, pa podjetniški obstoj ali uspeh ni nujno tudi vselej pogojen z visokim tveganjem (Chell idr. 1991; Caliendo idr. 2010, v: Caliendo in Kritikos 2011). Zato tudi merimo delež ljudi, ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od tega, da ustanovijo svoje podjetje, med vsemi delovno aktivnimi prebivalci, ki menijo, da se bodo v okolju, v katerem živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti. Kot je prikazano na *sliki 8*, je strahu pred neuspehom več v bolj razvitih gospodarstvih, verjetno zato, ker je tip podjetniške aktivnosti v visokorazvitih gospodarstvih lahko precej zahtevnejši in terja več znanja in veščin kot enostavnejše podjetniške aktivnosti, ki jih je najti več v državah factorskega in učinkovitostnega gospodarstva. Upoštevati pa je treba tudi, da določeni kulturni vzorci, ki veljajo v številnih državah, tudi v Sloveniji, stigmatizirajo vsak neuspeh, tudi podjetniškega.

Slika 8: Strah pred podjetniškim neuspehom



V Sloveniji strahu pred neuspehom sicer ni veliko, saj je samo dobra četrtina (27 %) prebivalstva mnenja, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od podjetniške poti. V svetovnem merilu to Slovenijo uvršča na 14. mesto, med evropskimi pa na prvo. Na *sliki 9* je to prikazano zelo nazorno.

Slika 9: Strah pred podjetniškim neuspehom – primerjava Slovenije s povprečjem skupin držav



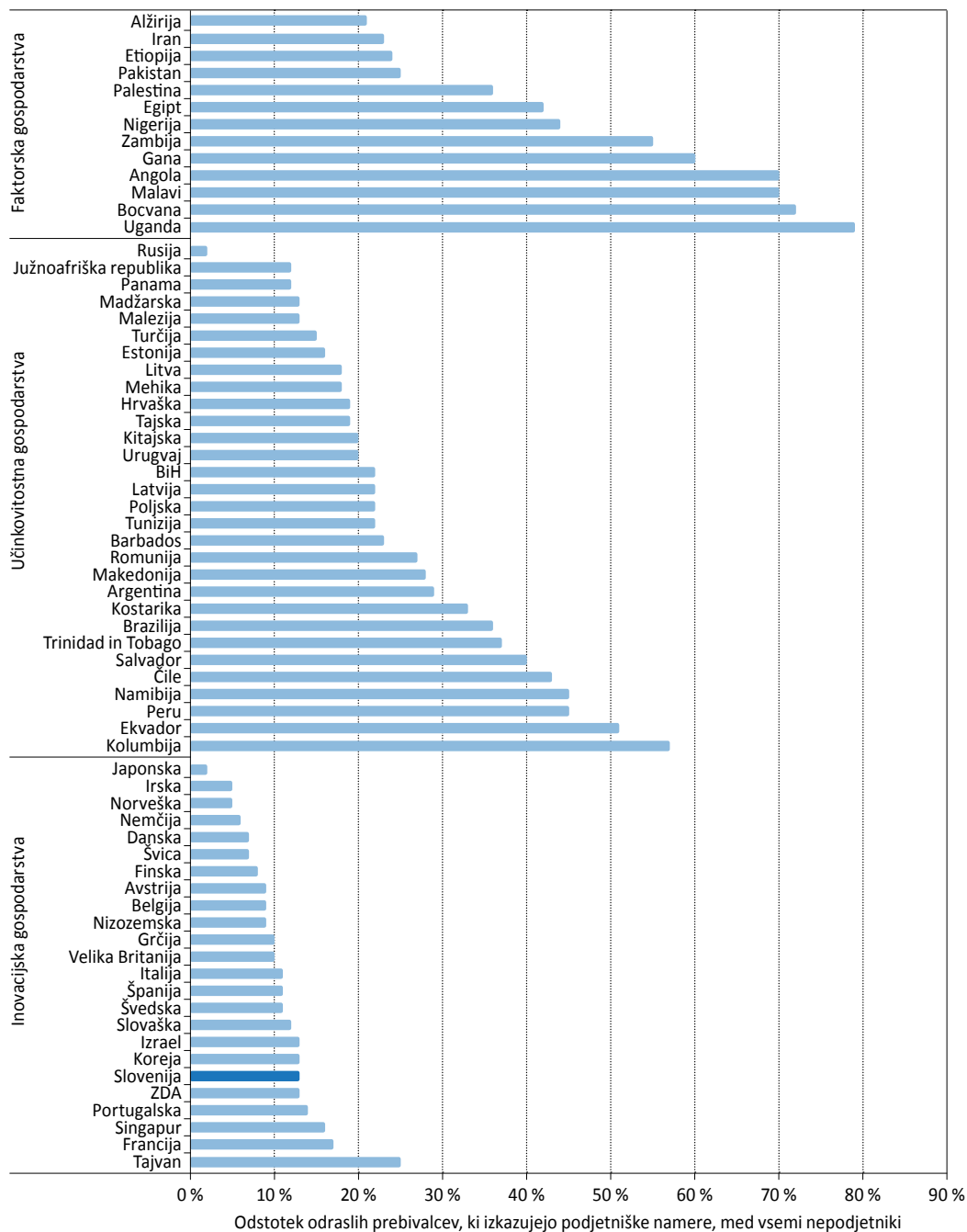
GEM Slovenija 2012

Žal nimamo raziskav, v katerih bi bilo podrobneje analizirano, na čem temelji prepričanost v lastne podjetniške sposobnosti, ki se potem ne izteče tudi v uspešno rojevanje novih podjetij, saj tako podjetniške namere kot tudi dejanska stopnja podjetništva v Sloveniji ostajajo nizke. Del razlogov za ta razkorak je lahko v napačnem razumevanju zahtevnosti podjetniškega poklica, torej zmotno prepričanje, da je imeti svoje lastno podjetje pravzaprav preprosto. Ko postavimo vprašanje, ali torej nameravajo v naslednjega pol leta podjetje res ustanoviti, je pritrtilnih odgovorov bistveno manj. Ne glede na to je treba to potencialno samozavest oceniti kot pozitivno, saj ti posamezniki s tem, ko se izrekajo za sposobne za podjetniško kariero, dajejo zasnovo, da bodo morda v prihodnosti to tudi res naredili.

3.3 PODJETNIŠKE NAMERE

Kljub nadpovprečni stopnji zaupanja v podjetniške sposobnosti beleži Slovenija nizek odstotek odraslih prebivalcev, ki izkazujejo podjetniške namere; te v okviru GEM opredeljujemo zelo široko. Zanima nas, ali tisti anketirani, ki še niso vključeni v podjetniško aktivnost, nameravajo ustanoviti novo podjetje oziroma začeti nov podjem v prihodnjih treh letih. Kazalnik podjetniških namer je torej delež delovno aktivnih ljudi v državi, ki niso vključeni v podjetniško aktivnost, a hkrati ocenjujejo, da bodo v prihodnjih treh letih začeli neko obliko podjetniške aktivnosti. Kot vidimo na *sliki 10*, so povprečne podjetniške namere v inovacijskem gospodarstvu precej nižje kot v preostalih dveh tipih gospodarstva. Razlogov za to je več: razpoložljiva delovna mesta, raven družbenega varstva (socialno in zdravstveno zavarovanje), oportunitetni stroški izbire podjetniške kariere, tip podjetniških aktivnosti ipd.

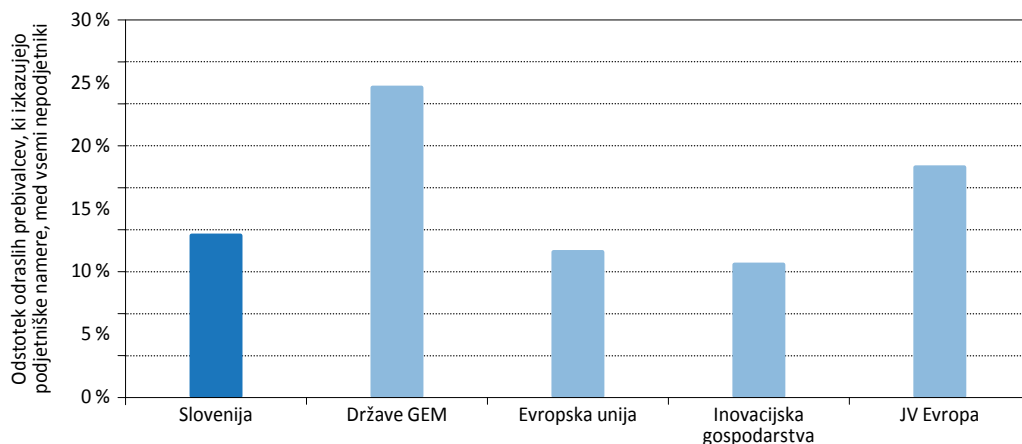
Slika 10: Podjetniške namere po tipih gospodarstva



GEM Slovenija 2012

Slovenija se med 67 državami GEM uvršča na 48. mesto, med državami Evropske unije, med katerimi so Romunija (27 %), Poljska (22 %) in Latvija (22 %) na vrhu lestvice, pa na 10. mesto.

Slika 11: Podjetniške namere po skupinah držav



GEM Slovenija 2012

Primerjava med različnimi skupinami držav pokaže, da imajo tudi prebivalci drugih držav Evropske unije v povprečju nizke podjetniške namere. Te so poleg številnih dejavnikov, ki so zunaj moči vplivanja posameznikov, povezane med drugim tudi s tem, ali posamezniki dojemajo podjetniško kariero kot dobro možnost za poklicno udejstvovanje in polno življenje.

3.4 DOJEMANJE PODJETNIŠTVA KOT POKLICNE IZBIRE IN DRUŽBENI STATUS PODJETNIKA

Na posameznikovo odločitev za podjetništvo vpliva splet dejavnikov na ravni posameznika, podjetja in podjetniškega okolja. Ker podjetniško aktivnost določajo posameznikove individualne značilnosti, po katerih se podjetniki razlikujejo od drugih posameznikov v družbi, na individualni ravni proučujemo vedenje posameznikov, ki za podjetniško aktivnost zahteva individualni pozitiven odnos do podjetništva in določene podjetniške značilnosti ter večšine. Podjetniška aktivnost v obstoječih organizacijah (notranje podjetništvo, podjetniška aktivnost zaposlenih) ni odvisna samo od teh individualnih dejavnikov, pač pa tudi od organizacijskega okolja in notranjepodjetniških dejavnikov, ki bodisi zavirajo bodisi spodbujajo notranje podjetništvo. Na odločitev za podjetništvo pomembno vplivajo tudi institucije in njihovo delovanje ter kultura in družbene vrednote, ki so bodisi naklonjene podjetniškemu delovanju ali pa temu nasprotujejo. Vedno gre torej za preplet individualnih in družbenih dejavnikov ter naključnih vplivov (Bosma in Schutjens 2009, 2011).

Kot ugotavlja Bosma s sodelavci (2012), imajo kulturne in družbene norme pomemben vpliv na to, ali se bo posameznik začel ukvarjati s podjetništvom. Zato je v nekaterih državah tudi spodbujanje podjetniškega zavedanja in pozitivnega odnosa do podjetništva visoko na seznamu prioritet. Zdi se, da je to dojela tudi Evropska komisija, ki je pred nedavnim pripravila Akcijski načrt za podjetništvo 2020 s povsem primernim podnaslovom *Oživitev podjetniškega duha v Evropi* (EK 2012) in jasnim sporočilom, da je treba urediti podjetniško okolje tako, da bo podjetništvo privlačno za čim več ljudi iz vseh skupin prebivalstva (mladi, visokoizobraženi, ženske, starejši).

Povezanost med družbenim okoljem in podjetniško nagnjenostjo v GEM proučujemo tako, da med delovno aktivnim prebivalstvom ugotavljamo:

- delež tistih, ki menijo, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira oziroma karierna pot,

- delež tistih, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani, ter
- delež tistih, ki menijo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjemih.

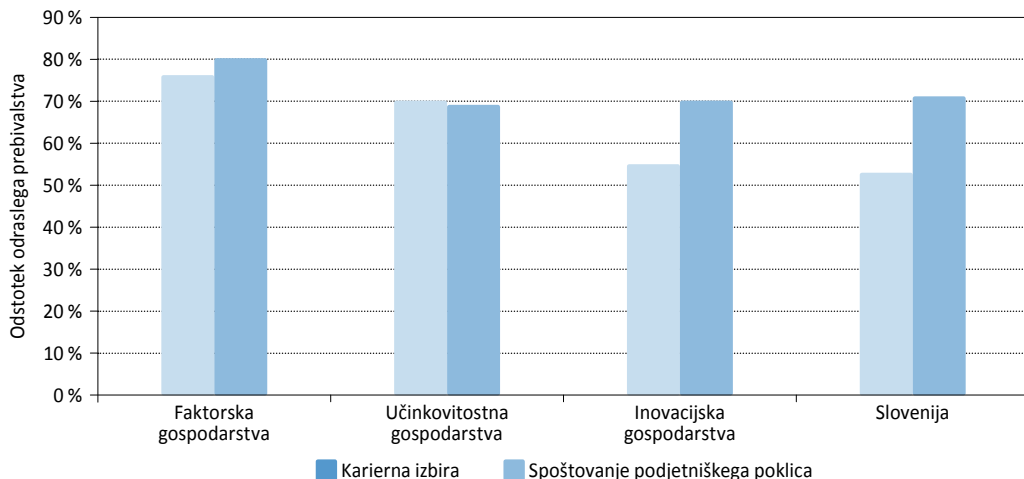
Pregled teh indikatorjev, ki merijo družbeno mnenje o podjetništvu, je podrobneje podan v *tabeli 5* v 2. poglavju, v *tabeli 8* pa prikazujemo pregled za Slovenijo za zadnjih sedem let.

Tabela 8: Dojemanje podjetništva v Sloveniji 2006–2012, GEM Slovenija

Leto	Odstotek prebivalstva v starosti od 18 do 64 let						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Podjetniška zmogljivost – dojemanje kulturne podpore:							
– karierna izbira	56,68	57,73	57,60	55,6	53,18	53,71	52,73
– spoštovanje podjetniškega poklica	76,19	75,96	77,80	77,6	73,70	69,73	71,08
– odnos medijev	57,93	68,18	60,10	57,2	56,17	45,10	51,08

Čeravno je pri vseh treh indikatorjih opaziti zmanjšanje v primerjavi s povprečjem preteklih let, pa je to, kar bode v oči, stalen in velik razkorak med tem, da ljudje spoštujejo podjetniški poklic (75 %), in njihovim mnenjem, da je podjetništvo dobra poklicna izbira (55 %). Podoben razkorak zasledimo v celotni Evropski uniji, kjer približno polovica respondentov meni, da je podjetništvo dobra poklicna izbira, čeprav jih dve tretjini med njimi pripisuje podjetniški aktivnosti visok status. Sicer pa delež posameznikov, ki podjetništvo razumejo kot dobro poklicno izbiro, upada s stopnjo razvitosti. V faktorskih gospodarstvih je v to prepričanih v povprečju 76 % odraslih prebivalcev, v učinkovitostnih 70 %, v inovacijskih pa le 55 %. V slednjih je razkorak med spoštovanjem podjetnikov in mnenjem, da je biti podjetnik dobra poklicna izbira, največji (70 proti 55), kar je prikazano na *sliki 12*.

Slika 12: Spoštovanje podjetniškega poklica in karierna izbira

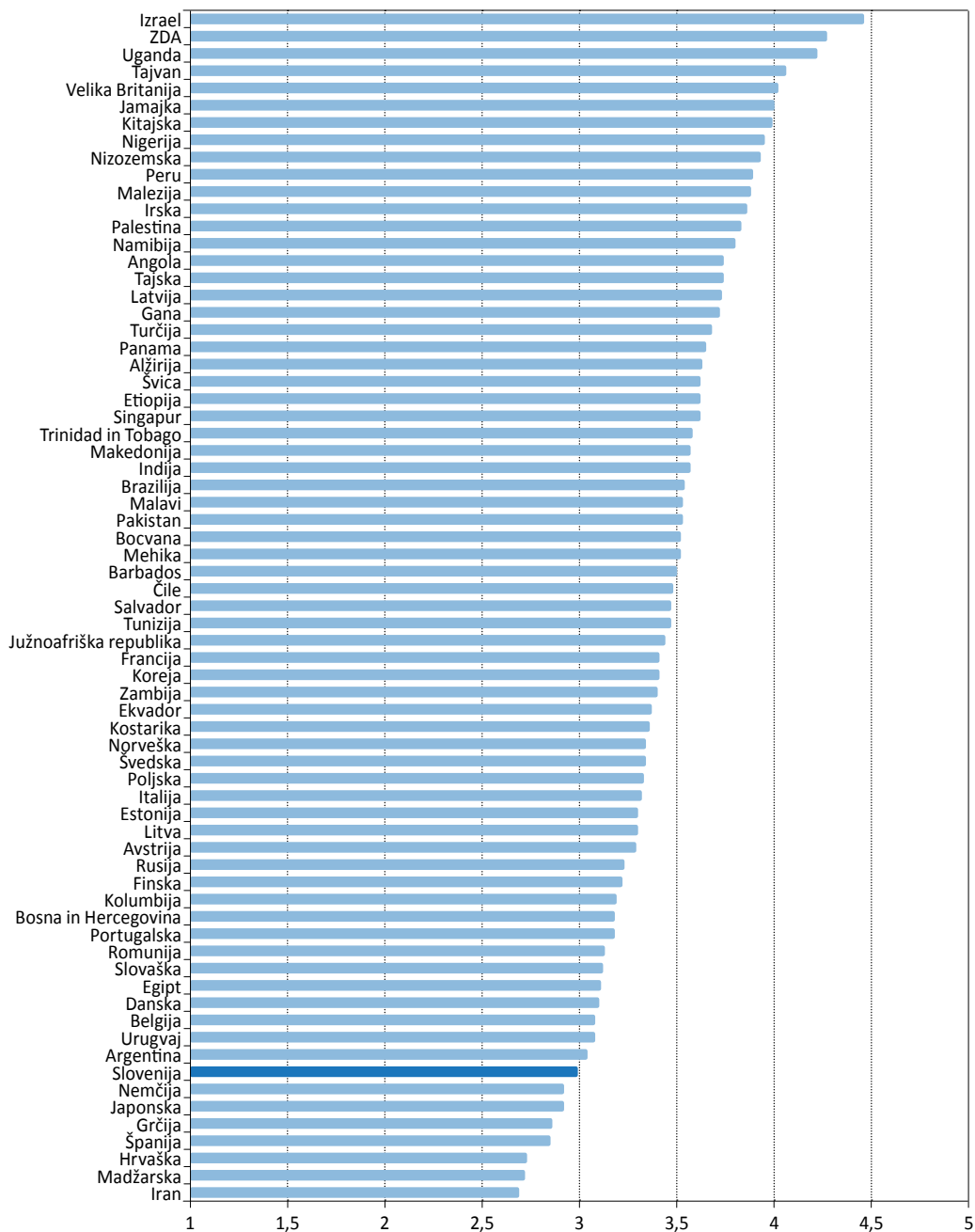


GEM Slovenija 2012

Status podjetnika v družbi so na temelju petih komponent ocenjevali tudi nacionalni izvedenci. Na lestvici od 1 do 5 so izvedenci v Sloveniji to področje ocenili s povprečno oceno 2,99, kar

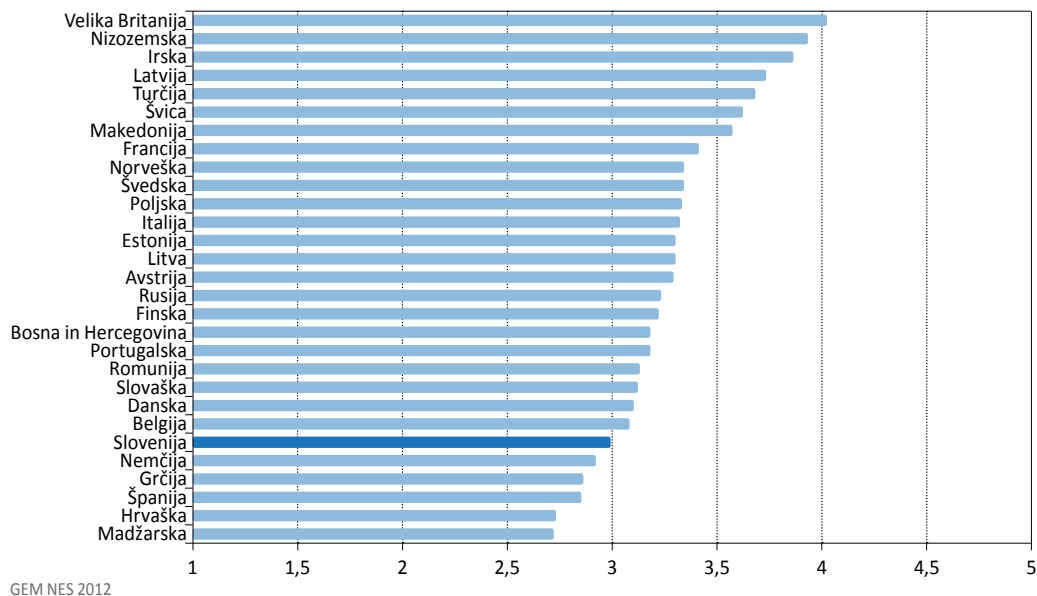
je nekoliko več, kot so bile ocene leta 2011 in leta 2010 (2,85 leta 2011 in 2,76 leta 2010), kar pa Slovenijo še vedno uvršča na rep lestvice vseh sodelujočih držav (slika 13). Družbeni status podjetnika je najbolje ocenjen v Izraelu in ZDA, slabe ocene pa imajo, podobno kot leta 2011, Iran, Madžarska in tudi Hrvaška, katere ocena je na tem področju v zadnjem letu precej padla.

Slika 13: Družbeni status podjetnika, vse države GEM



Za Slovenijo se v evropskem merilu po oceni družbenega statusa podjetnika uvrščajo zgolj Nemčija, Grčija, Španija, Hrvaška in Madžarska (slika 14).

Slika 14: Družbeni status podjetnika, evropske države GEM



Tako kot leta 2011, vendar v drugačnem vrstnem redu, zasedajo prva tri mesta med evropskimi državami Velika Britanija, Nizozemska in Irska. Med balkanskimi državami velja izpostaviti Makedonijo, ki je visoko na lestvici, ter Bosno in Hercegovino, kjer je po oceni nacionalnih izvedencev status podjetnika v družbi prav tako višji, kot to velja za Slovenijo.



Polona TOMINC
Miroslav REBERNIK

Growth aspirations and cultural support for entrepreneurship: a comparison of post-socialist countries = Aspiracije po rasti in kulturna podpora podjetništvu: primerjava v posocialističnih državah

Small Business Economics, 2007, let. 28, št. 2/3, str. 239–255

V prispevku so obravnavane aspiracije po rasti zgodnjih podjetnikov v Sloveniji, na Madžarskem in na Hrvaškem. Te države so bile za analizo izbrane zaradi geografske bližine in skupne zgodovine, zaradi katere bi lahko bile primerljive po proučevanih dejavnikih. Raziskava je pokazala, da so si na prvi pogled zelo podobne po nekaterih socialnih, ekonomskih in zgodovinskih značilnostih, da pa se po drugi strani pomembno razlikujejo po aspiracijah po rasti zgodnjih podjetnikov. Na podlagi obstoječe literature sta avtorja predpostavila raziskovalne hipoteze, po katerih naj bi bile aspiracije po rasti podjetja med drugim tudi posledica zaznavanja poslovnih priložnosti, kulturne





podpore in lastne učinkovitosti. Temeljno raziskovalno vprašanje se tako glasi: »Ali so značilno drugačne aspiracije po rasti slovenskih zgodnjih podjetnikov povezane tudi z značilno različnim (i) prepoznavanjem poslovnih priložnosti, (ii) kulturno podporo za podjetniško motivacijo in (iii) samozavestjo glede spretnosti, znanja in izkušenj, ki so potrebni za podjetništvo. Predlagane raziskovalne hipoteze so: (H1) zaznava dobrih poslovnih priložnosti odraslih v Sloveniji se bistveno razlikujejo od tistih na Hrvaškem in na Madžarskem, (H2) kulturna podpora podjetniški motivaciji odraslih v Sloveniji se bistveno razlikuje od tiste na Hrvaškem in na Madžarskem, (H3) samozavest glede spretnosti, znanja in izkušenj, ki so potrebni za podjetništvo odraslih v Sloveniji, se bistveno razlikuje od tiste na Hrvaškem in na Madžarskem.

Viri podatkov in metodologija. Glavna podatkovna osnova prispevka so podatki iz zbirke Global Entrepreneurship Monitor (GEM) za leta 2002, 2003 in 2004. Prečiščen vzorec je sestavljalo 190 zgodnje podjetniško aktivnih podjetnikov iz Slovenije, 158 iz Hrvaške in 255 z Madžarske. Aspiracije po rasti zgodnjih podjetnikov avtorja ocenjujeta s pomočjo pričakovanega povečanja števila novih delovnih mest. Potencial za rast njihovih podjetij sta ocenjevala z mnenjem zgodnjih podjetnikov o tem, ali bodo s svojimi proizvodi in/ali storitvami ustvarjali nove trge, se s svojimi proizvodi in/ali storitvami širili na nove trge in glede na starost uporabljenih tehnologij v proizvodnem procesu. Kulturno podporo za podjetniško motivacijo sta avtorja merila z odgovori na štiri zastavljena vprašanja: (1) Ali večina ljudi v vaši državi meni, da bi morali imeti vsi ljudje podoben življenjski standard? (2) Ali večina ljudi v vaši državi meni, da je ustanovitev novega podjetja zaželena izbira kariere? (3) Ali so v vaši državi podjetniki spoštovani in imajo visok družbeni status? (4) Ali lahko v vaši državi v javnih medijih pogosto zasledite zgodbe o uspešnih podjetnikih? Samozavest glede spretnosti, znanja in izkušenj, potrebnih za podjetništvo, sta avtorja merila s pomočjo vprašanja: Ali imate znanje, spretnosti in izkušnje, potrebne za zagon novega podjetja? Za testiranje razlik med zgodnjimi podjetniki v treh opazovanih državah sta avtorja uporabila test hi-kvadrat.

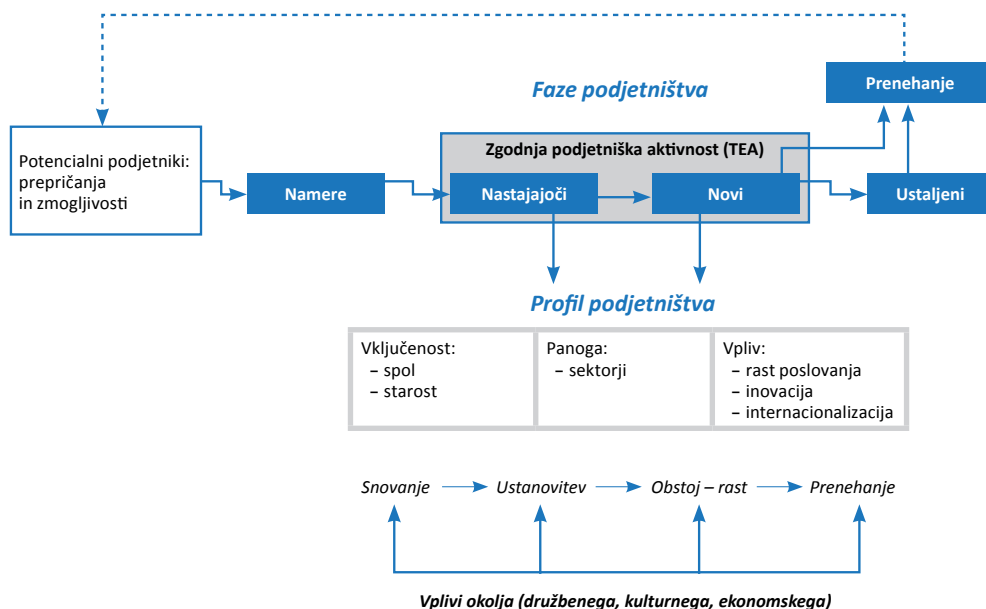
Spoznanja. Aspiracije po rasti slovenskih zgodnjih podjetnikov so značilno višje od aspiracij po rasti madžarskih in hrvaških zgodnjih podjetnikov. Rezultati kažejo, da je vzrok za višjo raven aspiracij po rasti moč najti v višji stopnji čuječnosti za izrabo neizkoriščenih poslovnih priložnosti med slovenskimi zgodnjimi podjetniki. Tudi raven kulturne podpore je tista, ki prispeva k višji stopnji aspiracij po rasti zgodnjih podjetnikov v Sloveniji. Dejavnik samozavesti glede spretnosti, znanja in izkušenj, ki so potrebni za podjetništvo, ne izkazuje bistvenega vpliva na aspiracije po rasti slovenskih podjetnikov. Avtorja tudi ugotavljata, da ima Slovenija kljub relativno visokim aspiracijam po rasti nizko raven zgodnje podjetniške aktivnosti.

4 Podjetniška aktivnost v letu 2012

4.1 FAZE PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI

V okviru raziskave GEM proučujemo podjetništvo kot proces, obsegajoč vrsto podjetniških faz, vse od identificiranja podjetniških namer, zagona podjetja, vodenja novega podjetja ter kasneje ustaljenega podjetja, pa vse do prenehanja poslovanja. Na *sliki 15* je ponazorjen potek podjetniškega procesa in z njim sestav indeksa TEA. V gospodarskem okolju seveda ni mogoče trditi, da posamezna faza zagotovo vodi k naslednji, zato tudi puščice na *sliki 15*, ki ponazarja faze podjetniškega procesa, niso ravne črte.

Slika 15: Faze in profil podjetništva

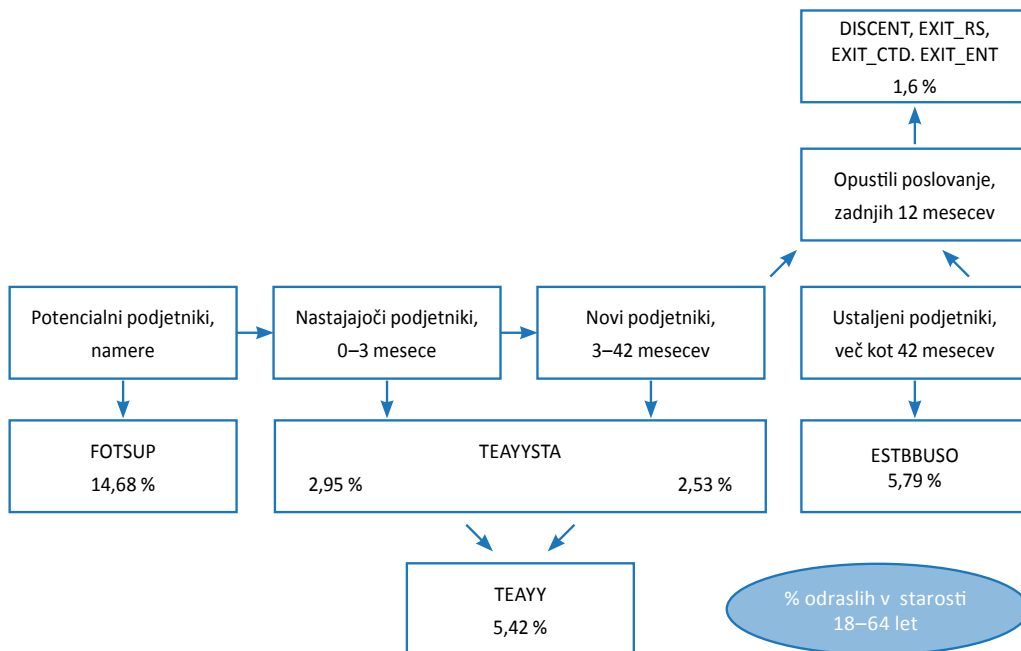


Razumevanje podjetniške aktivnosti kot procesa, ki poteka v več fazah, nam omogoča analizo stanja podjetništva na različnih stopnjah. Proces se začne z identificiranjem potencialnih podjetnikov, torej tistih, ki menijo, da imajo potrebne podjetniške sposobnosti, ki vidijo poslovne priložnosti, želeč jih realizirati, in ki se zavedajo podjetniškega tveganja, vendar jih strah pred neuspehom ne bi odvrnil od podjetništva. Na odločitve posameznika vpliva tudi družba s svojim odnosom do podjetništva – kulturne in družbene norme, ki vplivajo na to, kako je obravnavano podjetništvo v družbi, kakšen družbeni status imajo podjetniki, odražajo pa se tudi v odnosu medijev do podjetništva.

Naslednjo fazo predstavljajo *nastajajoči podjetniki* – to so posamezniki, ki so bodisi začeli nekatere aktivnosti, da bi ustanovili podjetje, ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece. Ti posamezniki so na začetku podjetniške poti. Seveda pa vsi nastajajoči podjetniki ne napredujejo do naslednje faze – veliko nastajajočih podjetij se ne realizira v dejanski podjetniški aktivnosti. *Novi podjetniki* so tisti, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece, vendar manj kot tri leta in pol. Nastajajoči in novi podjetniki skupaj tvorijo *indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA* (ang. *total early-stage entrepreneurial activity*). Indeks TEA kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom starosti, ki se vključuje v podjetništvo. Kaže torej obseg zgodnjih faz podjetniškega procesa in je še zlasti občutljiv za dejavnike okolja, ki posameznike bodisi spodbujajo bodisi odvrtačo od podjetništva.

Med prebivalstvom so tudi posamezniki, ki imajo podjetje že dlje kot tri leta in pol. Te imenujemo *ustaljeni podjetniki*. Za vse tri skupine podjetnikov delamo podrobnejše analize njihovih značilnosti, in to s pomočjo številnih spremenljivk. Nekatere značilne spremenljivke, ki se nanašajo na vključenost posameznikov v posamezne faze podjetniškega procesa (DISCENT, EXIT_RS, EXIT_CTD, EXIT_ENT, TEAYYSTA, ESTBBUSO), so za lažje razumevanje predstavljene na *sliki 16*.

Slika 16: Delež odraslega prebivalstva v Sloveniji, vključenega v podjetništvo



Kot je razvidno s *slike 16*, je leta 2012 v Sloveniji slabih 15 % odraslih prebivalcev menilo, da se bodo v prihodnjih treh letih začeli ukvarjati s podjetništvom. Ta delež je visok, če ga primerjamo z deležem prebivalcev, ki so leta 2012 dejansko kaj storili za začetek svoje podjetniške poti in realizacijo svojega podjema – takšnih je bilo v povprečju manj kot 3 % (2,95 %). Skupaj s posamezniki, katerih podjetje je staro od 3 do 42 mesecev (2,53 %), so upoštevani v deležu zgodnjega podjetništva (indeks TEA) v Sloveniji, ki znaša 5,42 %.

4.2 ZGODNJA PODJETNIŠKA AKTIVNOST

Kot rečeno, je osnovna mera zgodnje podjetniške aktivnosti indeks TEA. Z njim merimo delež prebivalcev v starosti od 18 do 64 let, ki sodijo bodisi med nastajajoče bodisi med nove podjetnike. Indeks TEA je seveda premalo, da bi z njim izrazili vso kompleksnost podjetniškega dogajanja, je pa zelo dober pokazatelj rojevanja novih podjetij in prenavljanja gospodarske strukture. V GEM kot osnovo za opredelitev, kdaj je podjetje »rojeno«, jemljemo izplačilo plače ali drugih prejemkov, kar se je pokazalo kot najprimernejši način za mednarodno primerjavo. Posameznike, ki aktivno delujejo, da bi ustanovili podjetje, ki bo njihovo ali solastniško, a še niso izplačevali plač in drugih prejemkov več kot tri mesece, imenujemo *nastajajoči podjetniki*. Za tiste, ki imajo delujoče podjetje od tri mesece do treh let in pol, običajno uporabljamo izraz *novi podjetniki*. Zakaj ravno tri leta in pol, je podrobno pojasnil Reynolds s sodelavci (2005), gre pa za teoretične in praktične razloge, ki izhajajo iz narave raziskovalne procedure GEM.

V okviru GEM merimo tudi delež ustaljenih podjetnikov med prebivalstvom ter delež odraslega prebivalstva, ki je v preteklem letu opustil podjetniško aktivnost. V *tabeli 9* je prikazan odstotek odraslih v vseh sodelujočih državah, ki so vključeni v vse opisane kategorije podjetniške aktivnosti, in še delež podjetnikov, ki se v zgodnje podjetniške faze vključujejo zaradi nujnosti ter zaradi izboljšanja svojega položaja.

Tabela 9: Vključenost prebivalstva v podjetništvo, GEM 2012

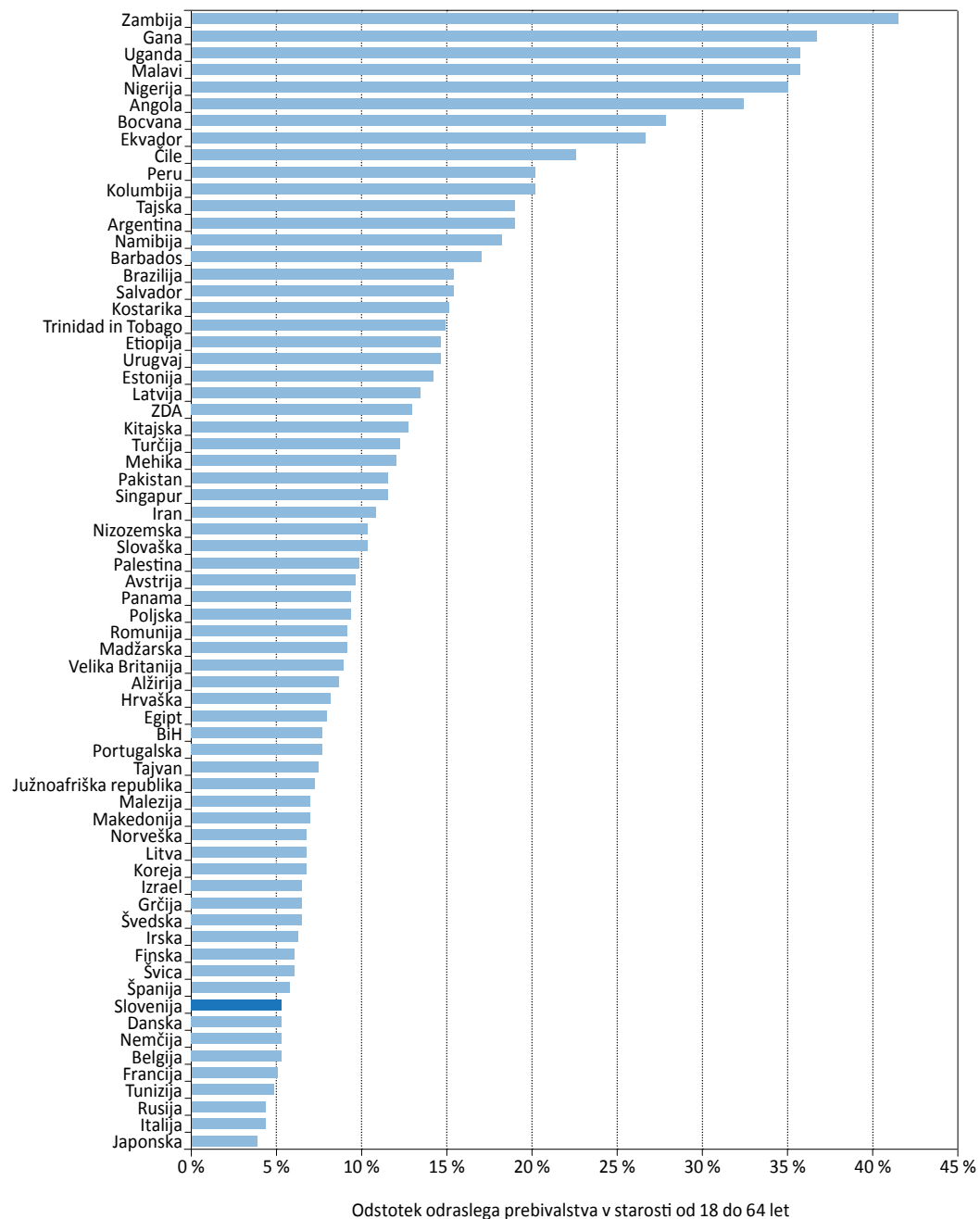
Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje posla	Delež podjetnikov iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Delež podjetništva zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti
Faktorska gospodarstva							
Alžirija	1,62	7,25	8,75	3,32	6,93	29,96	47,42
Angola	14,89	18,88	32,39	9,06	25,86	23,75	38,26
Bocvana	17,04	12,24	27,66	6,33	16,26	33,41	47,97
Egipt	3,10	4,87	7,82	4,15	5,28	33,58	22,90
Etiopija	5,70	9,25	14,73	10,20	3,40	20,35	69,22
Gana	15,42	22,78	36,52	37,74	16,24	27,56	50,97
Iran	4,47	6,48	10,79	9,53	5,05	41,96	36,20
Malavi	18,45	20,39	35,56	10,80	28,91	41,92	42,87

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje posla	Delež podjetnikov iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Delež podjetništva zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti
Nigerija	21,77	14,19	35,04	15,67	8,31	34,54	53,22
Pakistan	8,29	3,42	11,57	3,78	2,53	52,95	23,56
Palestina	6,22	3,81	9,84	2,98	7,73	41,91	26,58
Uganda	9,58	27,56	35,76	31,25	25,92	46,00	42,11
Zambija	27,50	14,57	41,46	3,84	20,23	32,00	46,24
netehtano povprečje	11,85	12,75	23,68	11,43	13,28	35,38	42,12
Učinkovitostna gospodarstva							
Argentina	11,79	7,30	18,88	9,63	4,92	34,54	46,61
Barbados	9,98	7,23	17,12	12,23	2,87	12,42	62,68
Bosna in Hercegovina	4,51	3,35	7,78	6,00	7,19	58,33	20,14
Brazilijska	4,48	11,30	15,44	15,19	4,51	30,13	58,83
Čile	14,68	8,43	22,58	7,77	4,97	17,40	68,87
Ekvador	16,72	11,68	26,61	18,92	7,59	35,83	30,21
Estonija	9,46	5,09	14,26	7,24	3,96	18,22	49,10
Hrvaška	6,38	1,89	8,27	3,06	4,24	34,23	35,68
Južnoafriška republika	4,30	3,08	7,32	2,32	5,03	31,67	39,74
Kitajska	5,45	7,43	12,83	12,45	3,73	36,88	39,37
Kolumbija	13,58	6,86	20,11	6,72	6,74	12,42	47,83
Kostarika	10,00	5,34	15,04	3,33	3,49	20,20	47,88
Latvija	8,71	4,82	13,39	7,93	3,39	25,26	46,02
Litva	3,15	3,64	6,69	8,24	2,20	24,63	51,49
Madžarska	5,83	3,59	9,22	8,10	3,77	31,13	35,27
Makedonija	3,73	3,25	6,97	6,73	3,86	51,95	28,73
Malezija	2,79	4,20	6,99	6,96	1,62	13,32	60,70
Mehika	7,94	4,28	12,11	4,67	4,31	13,44	51,82
Namibija	11,30	7,00	18,15	3,17	11,59	37,25	36,79
Panama	7,21	2,69	9,46	1,86	1,82	19,49	56,76
Peru	14,67	6,22	20,21	5,10	6,75	23,42	53,13
Poljska	4,83	4,55	9,36	5,81	3,89	40,71	30,13
Romunija	5,51	3,83	9,22	3,91	3,81	24,19	37,70
Rusija	2,65	1,80	4,34	2,05	1,00	36,40	31,40
Salvador	7,69	7,79	15,26	9,39	7,83	35,24	39,22
Tajska	8,74	11,32	18,94	29,69	2,78	16,69	67,40

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustajeni podjetniki	Prenehanje posla	Delež podjetnikov iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Delež podjetništva zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti
Trinidad in Tobago	8,76	6,52	14,96	7,19	4,50	15,09	59,88
Tunizija	2,38	2,48	4,78	4,37	3,98	35,47	42,29
Turčija	7,25	5,36	12,22	8,68	5,24	30,88	54,57
Urugvaj	10,18	4,71	14,63	4,97	4,99	18,38	39,85
netehtano povprečje	7,82	5,57	13,11	7,79	4,55	27,84	45,67
Inovacijska gospodarstva							
Avstrija	6,58	3,42	9,58	7,61	3,56	10,81	38,20
Belgija	3,32	1,95	5,20	5,12	2,39	17,91	61,56
Danska	3,07	2,36	5,36	3,45	1,34	8,24	70,65
Finska	3,45	2,68	5,98	8,04	1,99	17,10	59,88
Francija	3,74	1,54	5,17	3,23	1,96	18,14	58,94
Grčija	3,82	2,84	6,51	12,27	4,43	29,94	32,11
Irska	3,91	2,28	6,15	8,32	1,74	28,14	40,52
Italija	2,47	1,92	4,32	3,32	2,43	15,74	22,30
Izrael	3,50	3,03	6,53	3,78	4,04	19,17	46,13
Japonska	2,26	1,72	3,99	6,11	1,12	20,72	66,41
Koreja	2,56	4,08	6,64	9,57	3,17	34,89	46,17
Nemčija	3,51	2,15	5,34	4,95	1,91	21,68	50,74
Nizozemska	4,08	6,26	10,31	9,49	2,17	8,44	66,35
Norveška	3,70	3,15	6,75	5,75	1,45	7,41	69,63
Portugalska	4,26	3,63	7,67	6,23	2,98	17,86	53,08
Singapur	7,60	4,18	11,56	3,10	3,88	14,77	54,45
Slovaška	6,65	3,91	10,22	6,38	4,69	35,57	42,88
Slovenija	2,95	2,53	5,42	5,79	1,62	7,36	64,02
Španija	3,35	2,45	5,70	8,74	2,11	25,59	32,51
Švedska	4,59	1,85	6,44	5,25	1,86	6,84	48,59
Švica	2,90	3,03	5,93	8,44	2,02	18,08	57,46
Tajvan	3,33	4,21	7,54	10,38	5,67	17,93	42,60
Velika Britanija	5,30	3,74	8,98	6,16	1,69	18,30	42,61
ZDA	8,86	4,08	12,84	8,56	4,49	21,35	59,45
netehtano povprečje	4,16	3,04	7,09	6,67	2,70	18,42	51,13

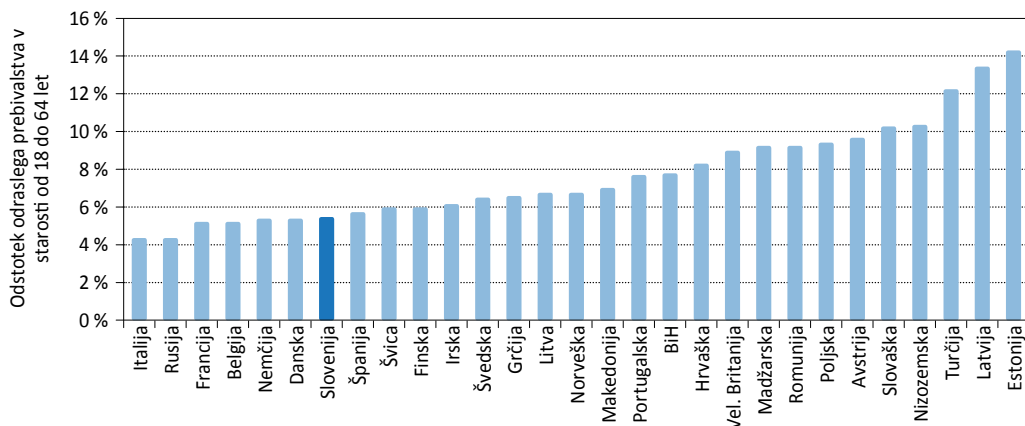
Pogoji za poslovanje, narava poslovne priložnosti, potrebni politični ukrepi in druge značilnosti se razlikujejo med drugim tudi zaradi razvojne stopnje posameznih gospodarstev. Zato smo v tabeli 9 mere podjetniške aktivnosti prikazali po državah, ki so razvrščene v tri skupine glede na stopnjo gospodarske razvitosti: faktorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva.

Slika 17: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost, vse države GEM 2012



Največ zgodnje podjetniške aktivnosti med skupaj 67 zajetimi državami je bilo leta 2012 v afriških državah Zambija (41,5 %), Gana (36,5 %) in Uganda (35,8 %). Najmanj zgodnje podjetniške aktivnosti je bilo v Rusiji (4,34 %), Italiji (4,32 %) in na Japonskem (3,99 %). Med evropskimi državami sta se najvišje zavihteli Estonija s 14,3 % (23. mesto) in Latvija s 13,4 % (24. mesto). Slovenija je v svetovnem merilu na 59. mestu, v evropskem pa na 23. Na *sliki 17* je prikazana lestvica držav glede na velikost indeksa TEA, kjer je ta razvrstitev lepo vidna, na *sliki 18* pa še razvrstitev v okviru evropskih držav.

Slika 18: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi



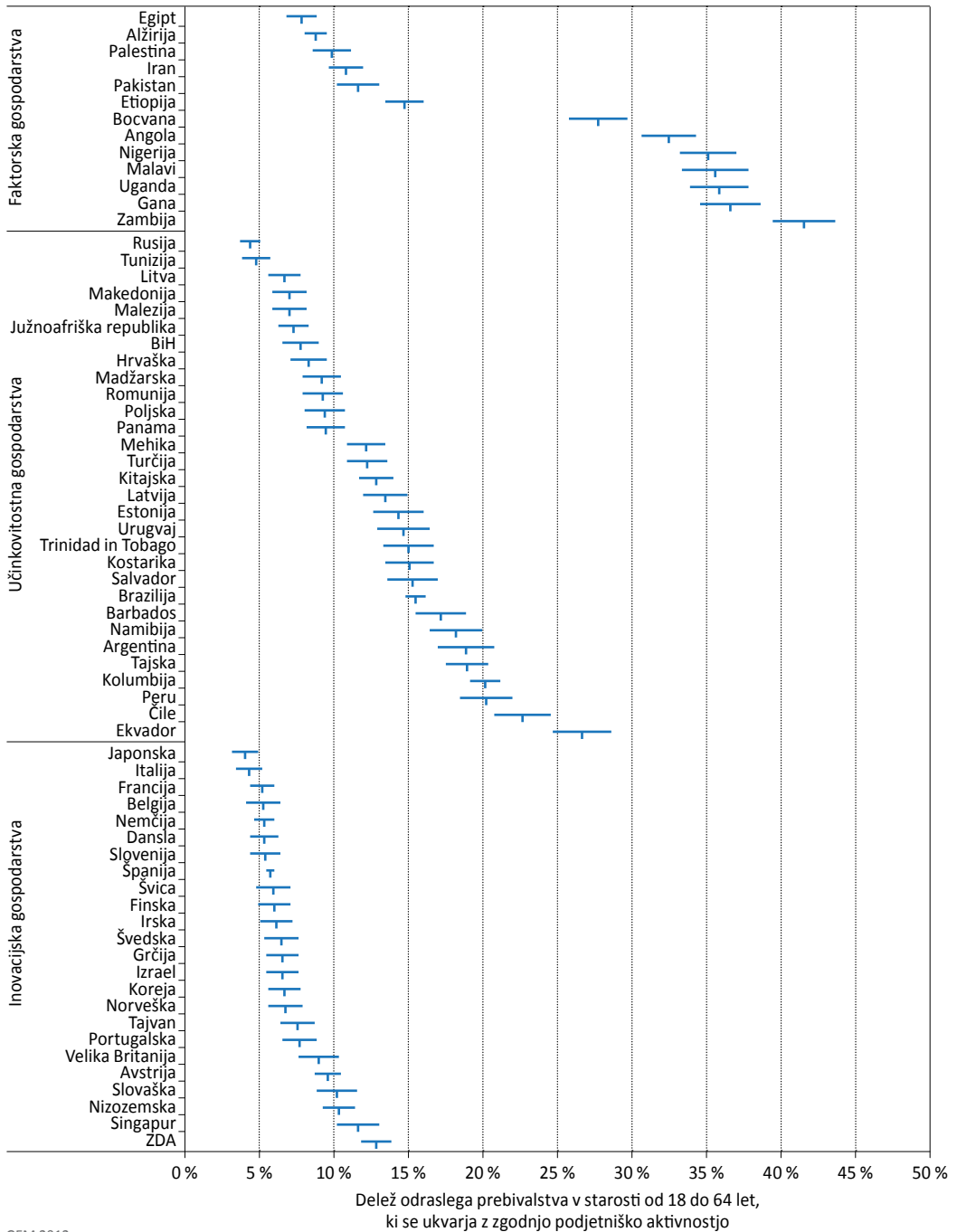
GEM Slovenija 2012

Zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji je glede na leto 2011, ko je indeks TEA znašal 3,65 %, narasla. Po treh letih upadanja se je tako zgodnja podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva v Sloveniji lani vendarle povečala, in sicer na obetavnih 5,42 %.² Vendar je pot do optimizma še dolga, saj indeks TEA, s katerim v svetu merimo zgodnjo podjetniško aktivnost odraslega prebivalstva, zajema tudi posameznike, ki so šele na začetku procesa nastajanja podjetja. Številnim med njimi svoje podjetniške zamisli ne uspe pripeljati tudi do zagona podjetja ali pa novo podjetje usahne že na začetku. V kolikšni meri bo to veljalo tudi za podjetniške pobude in ustanovitve iz leta 2012, je veliko odvisno od tega, ali bo država zagotovila stabilnejše davčne, finančne in pravne okvire poslovanja, pa tudi primerno odgovorno ravnanje politike. Razmerje med nastajajočimi in novimi podjetniki (imenovali smo ga indeks preživetja) je bilo v preteklih analiziranih letih najvišje leta 2009, ko smo na vsakega novega podjetnika v povprečju našli 15 nastajajočih. V letih 2010 in 2011 je bilo razmerje nižje (1,09 leta 2010 in 0,90 leta 2011), leta 2012 pa je znašalo v Sloveniji 1,17. V svetu je ta stopnja najvišja na Hrvaškem, kjer lahko za vsakega novega podjetnika naštejemo kar 34 nastajajočih podjetij.

Pri razmisleku o razlogih za porast zgodnje podjetniške aktivnosti dopuščamo možnost, da je podobno kot leta 2011 na Slovaškem (Pilkova idr. 2012) porast zgodnje podjetniške aktivnosti mogoče deloma pripisati tudi »navidezному podjetništvu«, ko delodajalci silijo zaposlene v spremembo njihovega statusa s samozaposlitvijo (samostojno podjetništvo). Namen take samozaposlitve je zmanjševati za delodajalca dražje pogodbeno delo in s tem stroške pri izplačevanju plač redno zaposlenim.

² Razlika med obema letoma je tudi statistično značilna, $p > 0,01$. Rezultat lahko deloma pripišemo tudi izpopolnjenemu načinu anketiranja, ki je opisan v *Prilogi 2*.

Slika 19: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost po tipih gospodarstev – intervalne ocene



GEM 2012

V okviru evropskih držav GEM se za Slovenijo uvrščajo Danska, Nemčija, Belgija, Francija, Rusija in Italija, tik pred Slovenijo pa so Španija, Švica, Finska, Irska in Švedska. Med 29 evropskimi državami je bilo leta 2012 največ zgodnje podjetniške aktivnosti v Estoniji – dobrih 14 %, Latviji, Turčiji, na Nizozemskem in na Slovaškem, kar je razvidno tudi s *slike 18*. Res pa je, da so razlike v veliki meri statistično neznačilne – upoštevajoč intervalne ocene statističnih parametrov na *sliki 19*, lahko vidimo, da se večina evropskih držav inovacijskega tipa gospodarstva med seboj po povprečni vrednosti indeksa TEA statistično značilno ne razlikuje.

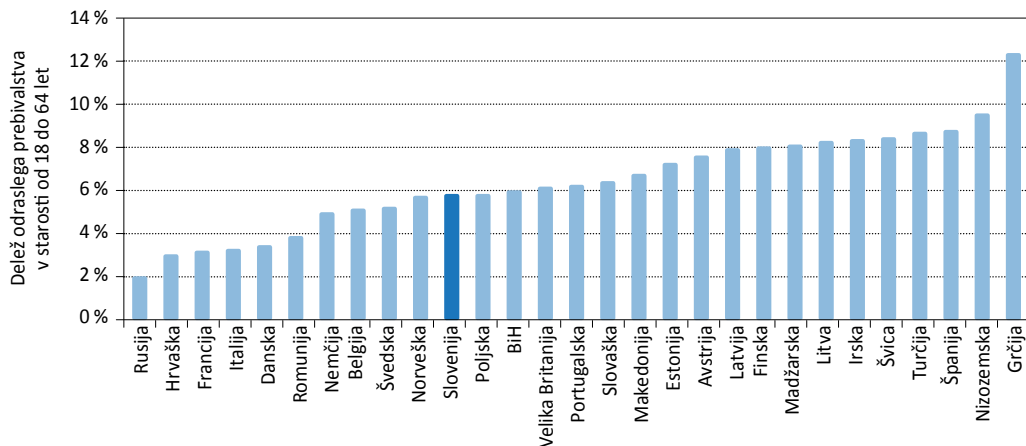
Večina držav v Evropi, ki so leta 2012 sodelovale v raziskavi GEM, se uvršča v skupino inovacijskih držav, v katerih je stopnja podjetniške aktivnosti v povprečju nižja kot v skupini učinkovitostnih ali faktorskih držav, kar je prav tako vidno na *sliki 19*. Nižja podjetniška aktivnost v inovacijskih državah še zdaleč ne pomeni, da so ljudje manj podjetni in ustvarjalni, ampak je odraz možnosti, ki jih imajo posamezniki, ko si prizadevajo zagotoviti eksistenco zase in družino. V razvitih inovacijskih gospodarstvih ima posameznik več možnosti ne samo za zaposlitev, ampak tudi za sproščanje svoje ustvarjalnosti in podjetnosti na delovnem mestu. To je možno sklepati po podjetniških aktivnosti zaposlenih, ki za svojega delodajalca razvijajo nove proizvode in podjeme, česar je v inovacijskih gospodarstvih bistveno več. O tem podrobneje razpravljamo na koncu tega poglavja. Velike razlike v podjetniški aktivnosti med gospodarstvi na različnih stopnjah razvitosti pa so opazne tudi glede motivacije za podjetništvo, o čemer govorimo v nadaljevanju.

V okviru raziskave GEM se opisani vzorec povezave med obsegom zgodnje podjetniške aktivnosti ter razvitosti gospodarstva identificira in analizira že vrsto let, natančnejši opis te medsebojne povezave pa je opisan v poročilu raziskave GEM za leto 2007 (Bosma idr. 2008). V gospodarstvih, v katerih je bruto domači proizvod na prebivalca nizek, je za podjetniško aktivnost v povprečju značilen velik delež podjetništva preživetvenega tipa (podjetništvo iz nujnosti), z naraščanjem stopnje gospodarskega razvoja pa narašča tudi delež stabilnih ustaljenih podjetij, ki ljudem zagotavljajo stabilno zaposlitev; za samo podjetniško aktivnost je značilen visok delež podjetništva, ki izkorišča zaznane poslovne priložnosti. Raziskave so pokazale, da lahko tudi v skupini inovacijskih gospodarstev zaznamo porast podjetniške aktivnosti ob naraščanju bruto domačega proizvoda na prebivalca, le da gre v tem primeru za bistveno kakovostnejši tip podjetništva, ki se je sposobno razvijati in konkurirati v mednarodnem okolju. Ta porast pa ni vselej zelo izrazit, kot poroča Bosma s sodelavci (2012). Kakovost zgodnje podjetniške aktivnosti se kaže tudi v zmožnosti podjetij za rast in ustvarjanje novih delovnih mest; o usmerjenosti zgodnje podjetniške aktivnosti v rast pišemo v poglavju o konkurenčnosti in podjetniških aspiracijah po rasti.

4.3 USTALJENI PODJETNIKI

Analiza ustaljenega podjetništva v narodnem gospodarstvu kaže na nekatere vidike trajnosti podjetništva v ekonomiji. Posameznike, ki so lastniki in managerji podjetij že več kot tri leta in pol, imenujemo v raziskavi GEM ustaljeni podjetniki (ang. *established entrepreneurs*). Leta 2012 jih je bilo med odraslim prebivalstvom v Sloveniji v povprečju 5,79 %, kar našo državo uvršča v spodnjo polovico lestvice evropskih držav, kar je razvidno s *slike 20*. Podobno kot pri indeksu TEA pa bi lahko ugotovili, da razlike v večji skupini držav niso statistično značilne – stopnja ustaljenega podjetništva v Sloveniji ter v evropskih državah, kot so Norveška, Švedska, Belgija, Poljska ali Velika Britanija, ne izkazuje značilnih razlik. V evropskem merilu je sicer najvišja stopnja ustaljenega podjetništva v Grčiji (12,27 %) in na Nizozemskem (9,49 %), najnižja pa v Rusiji (2,05 %) in na Hrvaškem (3,06 %).

Slika 20: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v evropskih državah GEM



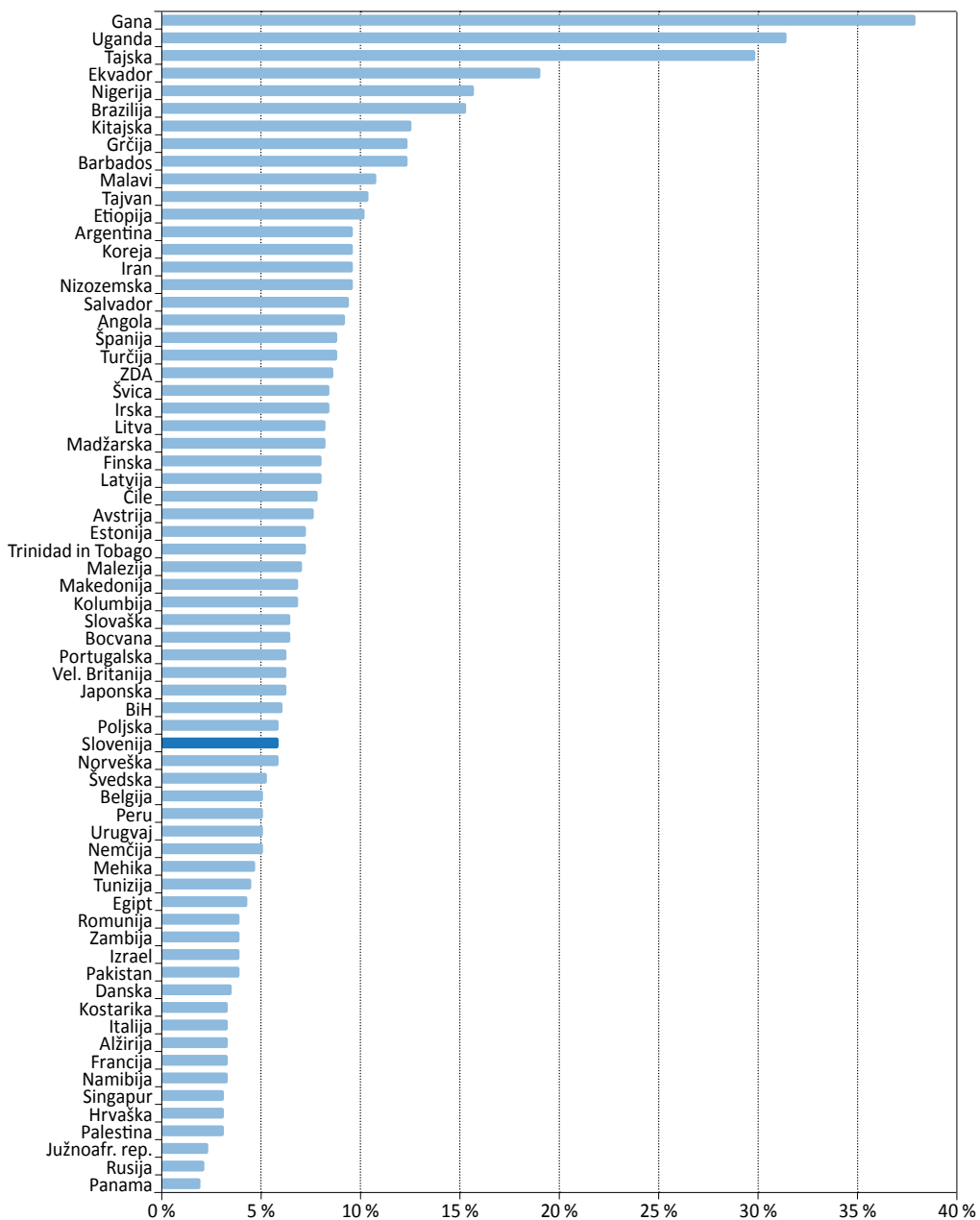
GEM Slovenija 2012

Analiza povezanosti med stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti in stopnjo ustaljenega podjetništva kaže, da je v državah z učinkovitostnim tipom gospodarstva in zlasti v državah s faktorjskim tipom gospodarstva stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti pogosto višja od stopnje ustaljenega podjetništva. V državah z inovacijskim tipom gospodarstva je pogosto mogoče opaziti obratno povezanost. K temu bi lahko prispevala vsaj dva bistvena razloga. Poleg že prej omenjenega večjega obsega zaposlitvenih alternativ se manj ljudi odloča za samostojno podjetniško pot, kar vpliva na nižje stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti, po drugi strani pa lahko pričakujemo, da so v razvitih podjetniških ekosistemih podjetja tudi obstojnejša, in to zaradi urejenih pogojev za poslovanje, dostopa do financiranja, razpoložljivega kakovostnega človeškega kapitala ipd.

V svetovnem merilu je najvišja stopnja ustaljenega podjetništva v Gani (37,74 %) in Ugandi (31,25 %), najnižja pa v Panami (1,86 %). Lestvico vseh sodelujočih držav GEM prikazujemo na *sliki 21*.

Večletno sodelovanje v raziskavi GEM nam omogoča tudi vpogled v časovno vrsto oziroma v analizo dinamike obravnavanih stopenj podjetniške aktivnosti, kar prikazujemo na *sliki 22*. Kot vidimo, se novi in ustaljeni podjetniki gibljejo s podobno dinamiko, medtem ko smo pri nastajajočih podjetnikih med letoma 2008 in 2012 zaznavali upadanje.

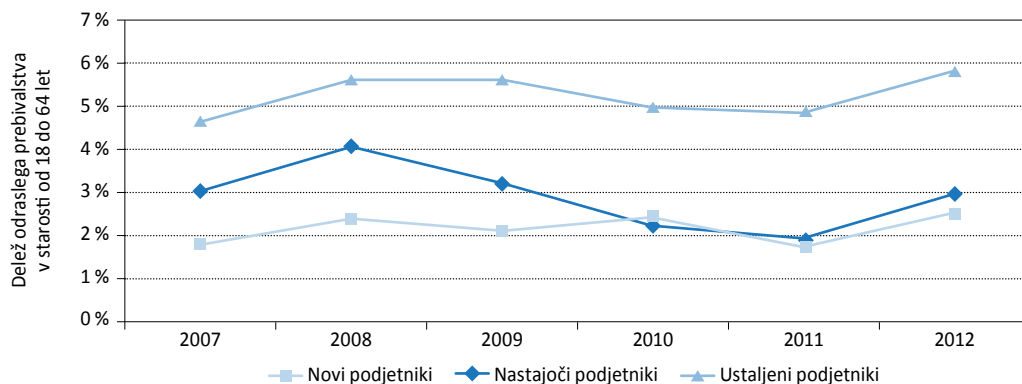
Slika 21: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v vseh državah GEM



Delež odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let

GEM Slovenija 2012

Slika 22: Vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo v Sloveniji v letih od 2007 do 2012



GEM Slovenija 2012

V nadaljevanju prikazujemo primerjavo Slovenije s povprečjem različnih skupin držav – s *tabelo 10* in s *sliko 23*. Žal pa lahko enako kot leta 2011 ugotovimo, da je v Sloveniji v podjetništvo vključen manjši delež prebivalstva kot v povprečju v kateri koli drugi skupini držav, ne glede na to, katero kategorijo podjetniške aktivnosti vzamemo za primerjavo.

Tabela 10: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom, GEM Slovenija 2012

Delež odraslega prebivalstva	Slovenija	Države GEM	Evropske države	Inovacijska gospodarstva	JV Evropa**	Evropska unija***	Evropske države zunaj EU****
nastajajoči podjetniki	2,95	7,29	4,61	4,16	4,69	4,66	4,45
novi podjetniki	2,53	6,06	3,2	3,04	3,23	3,23	3,12
celotna zgodnja podjetniška aktivnost	5,42	13	7,68	7,09	7,84	7,75	7,47
ustaljeni podjetniki	5,79	8,1	6,42	6,67	6,46	6,62	5,82
prenehanje poslovanja	1,62	5,57	2,93	2,69	4,1	2,72	3,57

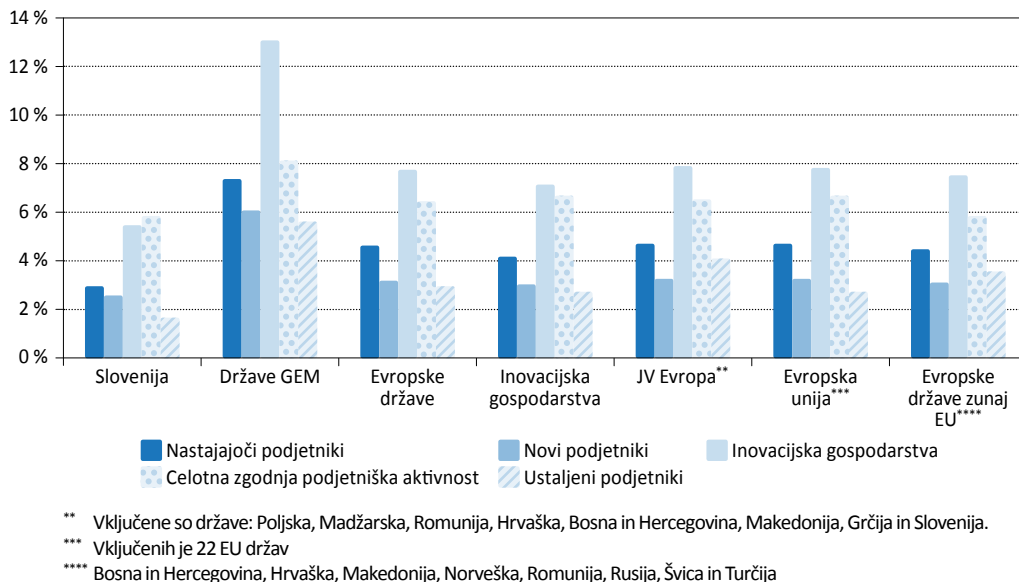
** Vključene so države: Poljska, Madžarska, Romunija, Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Makedonija, Grčija in Slovenija.

*** Vključenih je 22 držav EU.

**** Bosna in Hercegovina, Hrvaška, Makedonija, Norveška, Romunija, Rusija, Švica in Turčija.

V Evropi, kjer večina držav GEM spada med inovacijska gospodarstva, nekaj pa tudi med učinkovitostna, je celotna podjetniška aktivnost nižja (7,68 %) kot v povprečju v vseh sodelujočih državah GEM (13 %). V državah EU je v zgodnja podjetniška aktivnost vključenih 7,75 % odraslih prebivalcev, v sodelujočih državah JV Evrope 7,84 %. V Sloveniji je ta delež precej nižji, čeprav je leta 2012 v primerjavi z letom 2011 narasel. Podobno nižje stopnje kot v povprečju v drugih primerjanih skupinah najdemo v Sloveniji tudi glede ustaljenega podjetništva, prav tako pa tudi glede prenehanja poslovanja.

Slika 23: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom



GEM 2012

4.4 PRENEHANJE POSLOVANJA

Podjetniški proces poleg rojevanja podjetij in njihovega aktivnega delovanja zajema tudi prenehanje poslovanja. Zato v GEM analiziramo tudi posameznike, ki so prenehali poslovati v preteklih 12 mesecih. Skupaj z indeksom TEA je ta mera pomemben indikator dinamičnosti podjetniškega procesa. Stopnja opustitve poslovanja z naraščanjem stopnje razvitosti gospodarstva v povprečju upada. V faktorskih gospodarstvih je stopnja prenehanja poslovanja v povprečju višja kot v učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstvih.

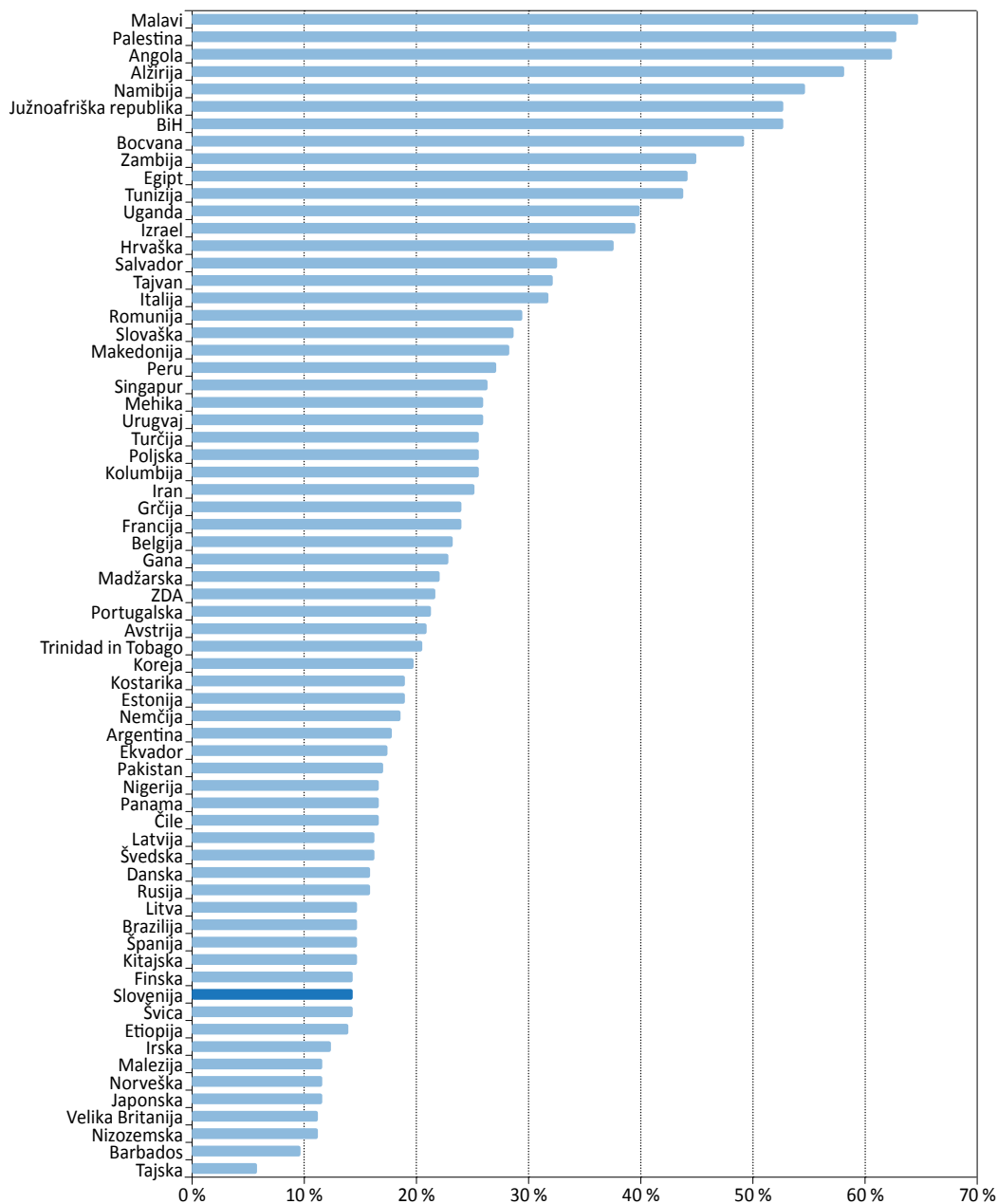
Za jasnejšo sliko, kako dinamičen je ta pojav, primerjamo delež prebivalstva, ki je v preteklem letu opustilo podjetje, s celotno podjetniško aktivnostjo v določenem letu, kar smo poimenovali *opustitveni indeks*; prikazan je na *sliki 24*. Najvišji opustitveni indeks je v Malaviju (64,54 %), Palestini (62,59 %), Angoli (52,17 %) in Alžiriji (57,9 %), najnižji pa na Tajskem (6,06 %), Barbadosu (9,89 %), na Nizozemskem (11,26 %) ter v Veliki Britaniji (11,27 %). Na lestvici sta med evropskimi državami najvišje uvrščeni Bosna in Hercegovina (52,53 %) ter Hrvaška (37,45 %), med državami EU pa je najvišji opustitveni indeks v Italiji (31,8 %), ki – kot je že bilo povedano – izkazuje tudi najnižjo stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti v Evropi.

V Sloveniji se je s podjetništvom prenehalo ukvarjati v povprečju 1,4 % odraslega prebivalstva, kar predstavlja 14,4 % celotne podjetniške aktivnosti, kar je primerljivo z letom poprej (17,4 %).

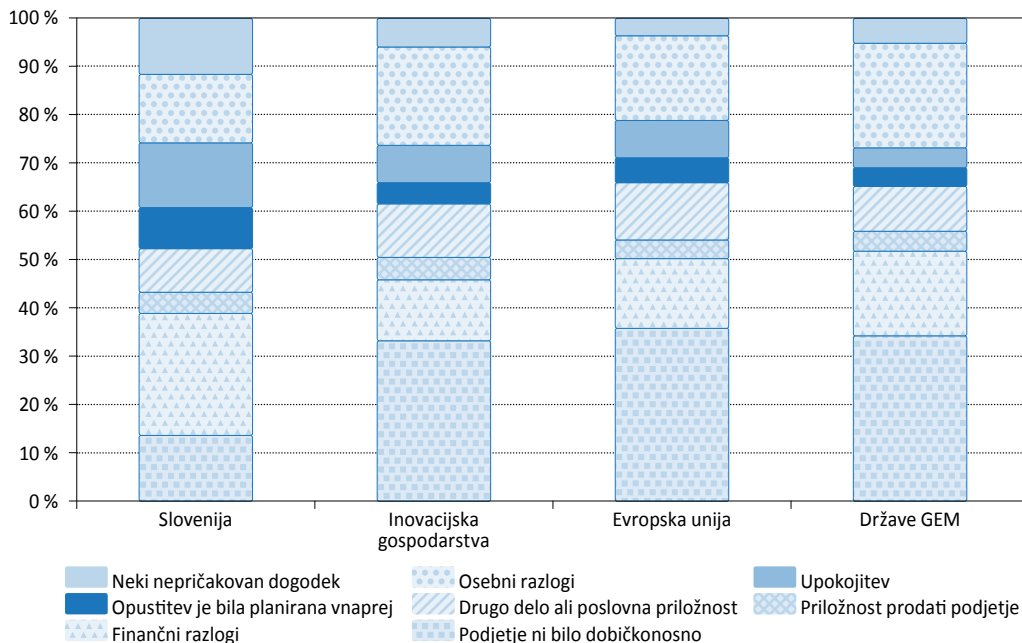
Obstaja seveda vrsta razlogov, zaradi katerih posamezniki prenehajo poslovati: v povprečju je v vseh skupinah gospodarstev največ razlogov povezanih z ne dovolj visoko dobičkonosnostjo ter finančnimi razlogi. Kot je prikazano na *sliki 25*, je bil v Sloveniji temeljni razlog, zaradi katerega so posamezniki leta 2012 opustili svoje podjetje, finančne narave, saj je bilo takšnih primerov 21 %, kar je bistveno manj kot leto poprej (kar 43 %) in povsem primerljivo z letom 2010 (21 %). Ker podjetje ni bilo dobičkonosno, ga je v Sloveniji opustilo 11 % posameznikov, kar je bistveno manj kot v povprečju v drugih primerjanih skupinah – v EU v povprečju kar 30 %. V inovacijskih

gospodarstvih in tudi v državah EU je v povprečju 10 % posameznikov opustilo podjetje zato, ker se jim je ponudila druga poslovna priložnost ali drugo, obetavnejše delo, kar je nekoliko več kot v povprečju v vseh državah GEM (7,80 %), v Sloveniji pa je takih 8 % posameznikov. Naslednji najpogostejši razlog predstavljajo v inovacijskih gospodarstvih in v EU drugi osebni razlogi, saj je bilo takšnih opustitev v povprečju kar 18 % v inovacijskih gospodarstvih ter 15 % v državah EU, v Sloveniji pa je ta delež nekoliko manjši in znaša 12 %.

Slika 24: Razvrstitev držav glede na opustitev poslovanja



Slika 25: Razlogi za prenehanje poslovanja



GEM Slovenija 2012

Na *sliki 25* je vidno, da je struktura razlogov za prenehanje poslovanja v Sloveniji po nekaterih značilnostih drugačna od povprečja primerjanih skupin držav. V nobeni drugi skupini držav finančni razlogi niso na prvem mestu. V vseh primerjanih skupinah držav je bil ključni razlog za opustitev poslovanja nedobičkonosnost podjetja. Še po enem razlogu Slovenija močno izstopa: kar 11 % jih je opustilo zaposlovanje zaradi upokojitve (leta 2011 18 %). Tako v inovacijskih gospodarstvih kot v povprečju v državah EU je opustitev poslovanja zaradi upokojitve v povprečju manj (7 %).

Kljub prenehanju poslovanja so posamezniki s podjetniškimi izkušnjami lahko pomemben vir morebitne ponovne podjetniške aktivnosti. Raziskave kažejo, da so posamezniki, ki ponovno začnejo svojo podjetniško pot, v povprečju uspešnejši od novih, manj izkušenih podjetnikov (Hessels idr. 2011).

4.5 MOTIVACIJA ZA PODJETNIŠTVO

V okviru raziskave GEM ugotavljamo, da imajo ljudje različne razloge za to, da se vključijo v podjetništvo. Ločimo dva osnovna tipa motivacije za podjetništvo. Nekateri so v podjetništvo prisiljeni, ker jim samostojna podjetniška dejavnost edina omogoča preživetje, saj jih v to silijo različni razlogi, na primer vplivi okolja, nezaposlenost, odsotnost primernih podjetij, v katerih bi bilo možno najti zaposlitev, itd. – govorimo o *podjetništvu zaradi nujnosti*, ki ga je v povprečju največ v revnejših državah, zato imajo te države tudi zelo visoko stopnjo vključevanja odraslega prebivalstva v podjetništvo. Drugi se lotijo podjetništva, ker želijo izkoristiti poslovno priložnost, ki je po njihovi presoji obetavna, in njihova svobodna izbira je, da se odločijo za samostojno podjetniško pot – govorimo o *podjetništvu zaradi priložnosti*. Motive ljudi, ki se vključujejo v podjetništvo, ker želijo izkoristiti obetavno poslovno priložnost, lahko razvrstimo v tri glavne skupine: da bi bili pri svojem delu neodvisni, da bi ohranili raven svojih dohodkov ali da bi raven svojih dohodkov povečali.

Tabela 11: Podjetništvo zaradi priložnosti ter podjetništvo zaradi nuje, GEM 2012

Država	TEA – priložnost	TEA – nujnost	Država	TEA – priložnost	TEA – nujnost
Alžirija	5,51	2,62	Malavi	20,65	14,9
Angola	23,89	7,69	Malezija	6,06	0,93
Argentina	12,36	6,52	Mehika	10,32	1,63
Avstrija	7,8	1,04	Namibija	11,04	6,76
Barbados	14,86	2,13	Nemčija	4,1	1,16
Belgija	3,98	0,93	Nigerija	22,82	12,1
Bosna in Hercegovina	3,1	4,54	Nizozemska	8,64	0,87
Bocvana	17,68	9,24	Norveška	6	0,5
Brazilija	10,71	4,65	Pakistan	5,24	6,13
Čile	18,56	3,93	Palestina	5,72	4,13
Danska	4,84	0,44	Panama	7,52	1,84
Egipt	3,11	2,63	Peru	15,14	4,73
Ekvador	16,97	9,54	Poljska	4,98	3,81
Estonija	11,32	2,6	Portugalska	5,62	1,37
Etiopija	11,7	3	Romunija	6,94	2,23
Finska	4,43	1,02	Rusija	2,7	1,58
Francija	4,17	0,94	Salvador	9,53	5,38
Gana	25,95	10,07	Singapur	9,65	1,71
Grčija	4,56	1,95	Slovaška	6,49	3,63
Hrvaška	5,36	2,83	Slovenija	4,88	0,4
Iran	6,24	4,53	Španija	4,12	1,46
Irska	4,37	1,73	Švedska	5,54	0,44
Italija	3,1	0,68	Švica	4,42	1,07
Izrael	4,48	1,25	Tajska	15,54	3,16
Japonska	2,97	0,83	Tajvan	6,19	1,35
Južnoafriška republika	4,9	2,32	Trinidad in Tobago	12,42	2,26
Kitajska	7,96	4,73	Tunizija	2,86	1,7
Kolumbija	17,54	2,5	Turčija	8,17	3,77
Koreja	4,27	2,32	Uganda	18,9	16,45
Kostarika	11,81	3,04	Urugvaj	11,7	2,69
Latvija	9,67	3,38	Velika Britanija	7,14	1,64
Litva	4,84	1,65	Zambija	28,19	13,27
Madžarska	6,1	2,87	ZDA	9,68	2,74
Makedonija	3,26	3,62			

V tabeli 11 prikazujemo indeks zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti (TEA – priložnost), ki označuje delež ljudi, starih od 18 do 64 let, ki se v podjetniško aktivnost vključujejo zato, ker želijo izkoristiti obetavno poslovno priložnost. Prikazujemo tudi indeks zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi nujnosti, ki označuje delež ljudi, starih od 18 do 64 let, ki se v podjetniško

aktivnost vključujejo zato, ker nimajo drugih, boljših možnosti za delo ter potrebujejo vir dohodka za preživetje (TEA – nujnost).

Kot je razvidno iz *tabele 11*, imajo številne zelo revne države visok delež posameznikov, ki se ukvarjajo s podjetniško aktivnostjo zaradi nujnosti, saj ljudje potrebujejo vir dohodka za preživetje – to je razvidno tudi iz predzadnjega stolpca v *tabeli 9*. Tovrstna podjetniška dejavnost je drugačna kot tista, ki je nastala zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti. Čeravno je prispevek podjetniške aktivnosti iz nuje k ekonomski rasti gospodarstva skromen, pa nova in rastoča podjetja prispevajo h konkurenčnosti ponudbe, vnašajo konkurenčni pritisk, zapolnjujejo vrzeli na trgu, pomlajujejo panoge, predvsem pa zagotavljajo ustrezno zaposlenost delovno aktivnega prebivalstva.

V Sloveniji se zelo majhen delež posameznikov odloča za podjetništvo zaradi nuje. Leta 2012 je bil ta delež enak 0,40 %, leto poprej povsem primerljivih 0,44 %. Tako večina posameznikov meni, da se podajajo v podjetništvo zato, ker želijo izkoristiti zaznano obetavno poslovno priložnost – podjetništvo iz nuje predstavlja le 7,63 % celotne zgodnje podjetniške aktivnosti. V Sloveniji je tako v vseh letih, odkar jo spremljamo z globalnim podjetniškim monitorjem, prevladovalo podjetništvo, v katero so vstopili posamezniki, ki so si želeli izboljšati svoj položaj, podjetniki, ki so morali v podjetništvo vstopiti zaradi nujnosti, pa so bili v manjšini. Slovenija se glede podjetništva zaradi nuje uvršča na zadnje mesto med vsemi proučevanimi državami GEM. Pri razvrstitvi držav glede na podjetništvo iz priložnosti bomo Slovenijo na lestvici evropskih držav GEM in v skupini inovacijskih gospodarstev ter držav EU in držav JV Evrope našli v srednji tretjini držav. V strukturi podjetništva je bil v inovacijskih gospodarstvih leta 2012 nižji delež podjetništva iz nuje le še na Švedskem (6,84 %), pod eno desetino pa je bil ta delež še na Nizozemskem, Norveškem in na Danskem. Na drugi strani so države z inovacijskim tipom gospodarstva, ki jih je gospodarska kriza najbolj prizadela, delež podjetništva iz nuje pa je zelo visok: Grčija (29,9 %), Irska (28,1 %), Španija (25,6 %). Najvišji delež beležimo na Slovaškem (35,6 %), kjer je tudi stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti med najvišjimi v Evropi (indeks TEA znaša 10,22 %).

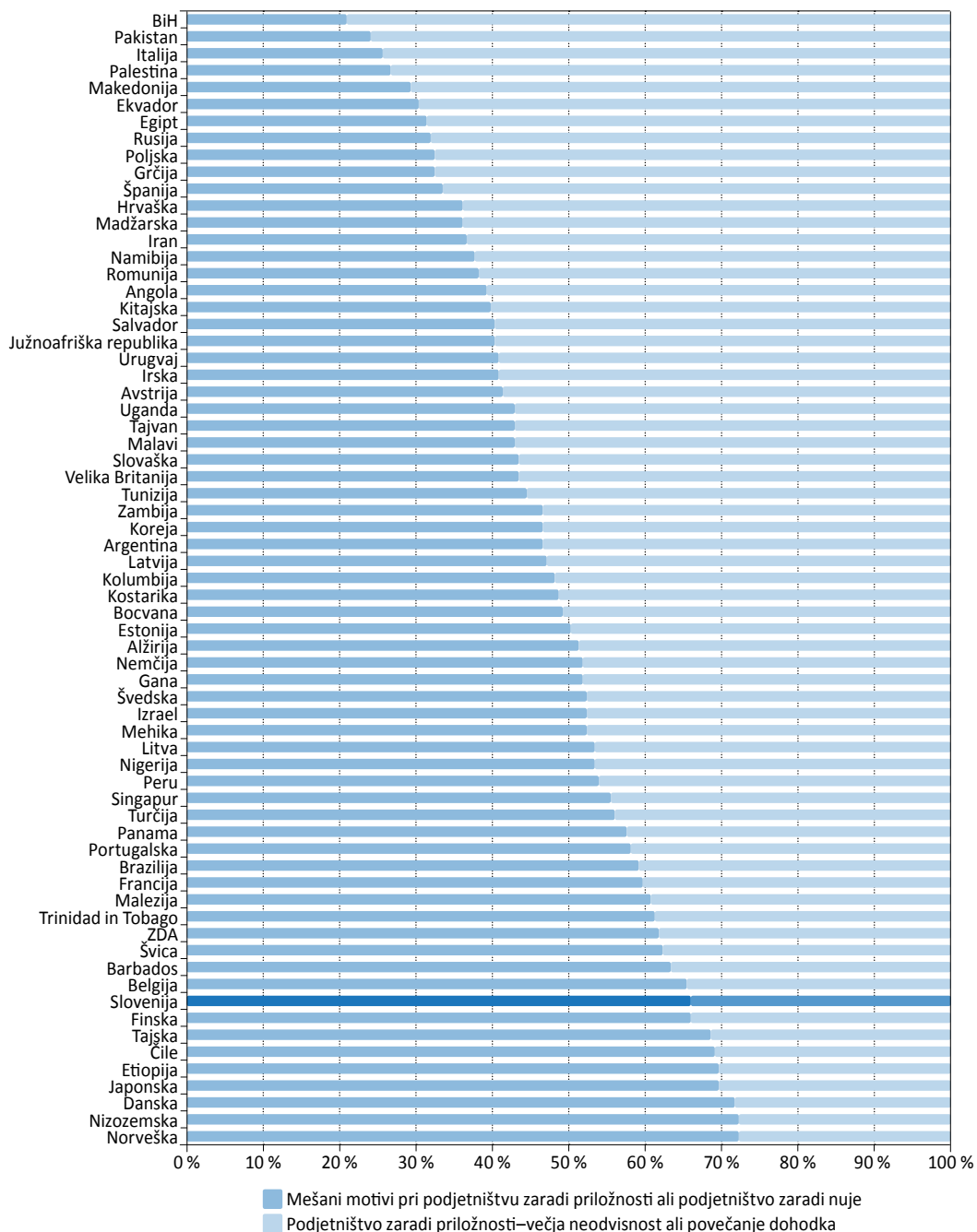
V obeh skupinah osnovnih dveh podjetniških motivov so na najvišjih mestih države, pri katerih je zgodnje podjetniške aktivnosti veliko, na najnižjih pa seveda tiste, v katerih se zelo majhen delež odraslega prebivalstva odloča za podjetništvo, kar je razvidno iz *tabele 12*. Tako vidimo, da je v Zambiji delež podjetništva zaradi nujnosti kar 13,27 %, v Rusiji pa je v tej skupini identificiranih le 1,58 % odraslih posameznikov. Podobno je delež podjetništva zaradi priložnosti v Zambiji kar 28,19 %, v Rusiji pa ponovno najmanj med vsemi državami GEM, in sicer 2,70 %.

Tabela 12: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti in priložnosti, GEM Slovenija 2012

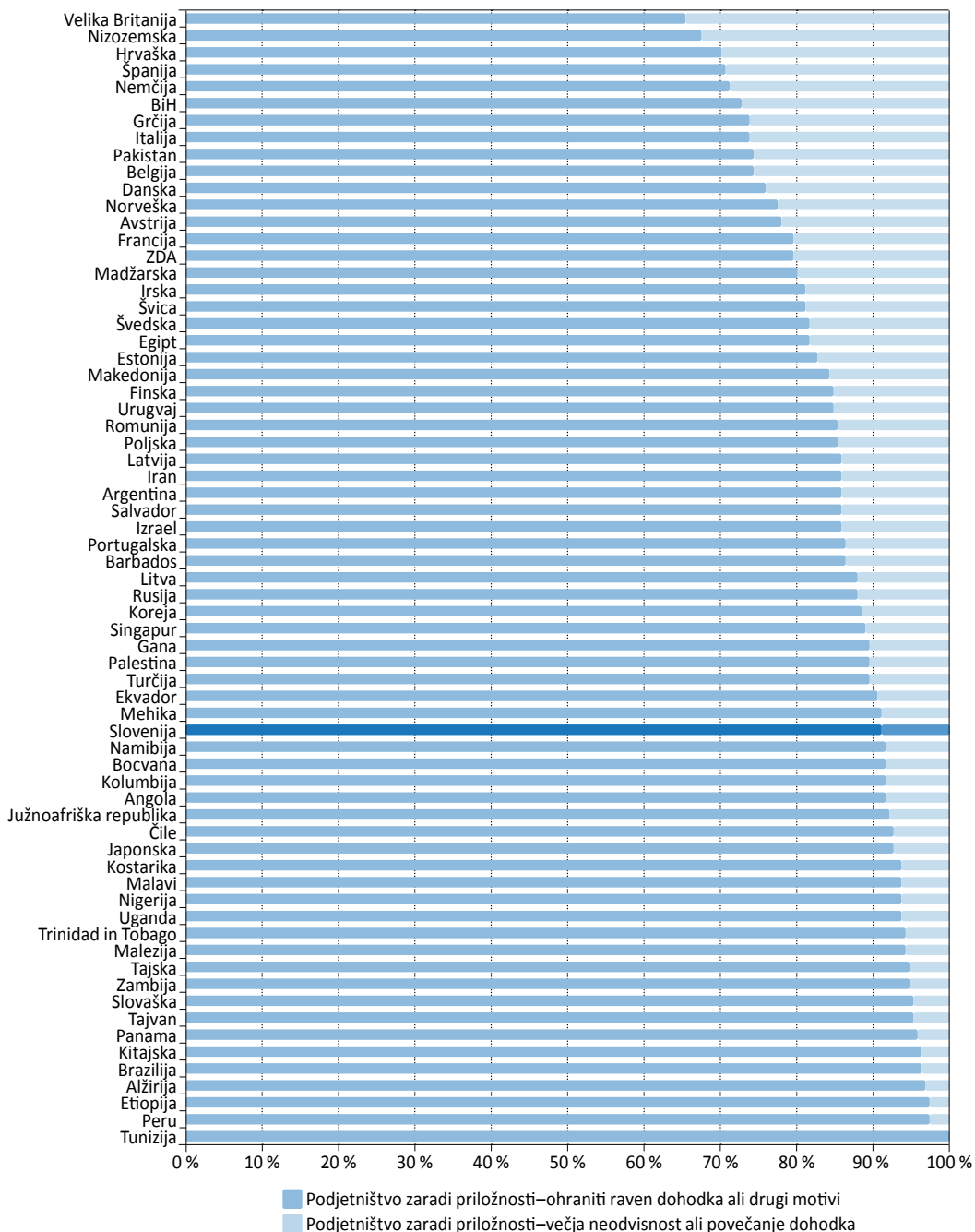
	TEA – nujnost	TEA – priložnost
Slovenija	0,4	4,88
Najvišja vrednost	13,27 % Zambija	28,19 % Zambija
Najnižja vrednost	1,58 % Rusija	2,70 % Rusija
Rang Slovenije med vsemi državami GEM	67/67	48/67
Rang Slovenije med evropskimi državami GEM	29/29	15/29
Rang Slovenije med inovacijskimi državami GEM	24/24	12/24
Rang Slovenije v skupini držav JV Evrope*	8/8	5/8
Rang Slovenije med državami EU	22/22	12/12

* Bosna in Hercegovina, Hrvaška, Makedonija, Norveška, Romunija, Rusija, Švica in Turčija

Slika 26: Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo



Slika 27: Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti



V nadaljevanju zato podrobneje analiziramo podjetniške motive v okviru podjetništva zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti. Neposredna primerjava različnih motivov, ki je prikazana na *sliki 26*, kaže, da je v Sloveniji leta 2012 podjetništva, ki ga je spodbudila želja po večji neodvisnosti in povečanju dohodka, v povprečju 65,68 %, podjetništva, ki so ga spodbudili nujnost in drugi mešani motivi, na primer prevzem družinskega podjetja, pa 34,32 %, kar pomeni, da se razmerje približuje ravni iz leta 2009, ko je bilo med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki 71 % takšnih, ki so šli v podjetništvo zaradi priložnosti, da bi imeli večjo neodvisnost ali da bi povečali svoje dohodke, v primerjavi z letoma 2011 in 2010 pa se je razmerje izboljšalo v prid podjetništvu iz priložnosti ter zaradi želje po večji neodvisnosti in povečanju dohodka (57 % leta 2010 ter 55 % leta 2011).

Tako se Slovenija uvršča v zgornjo tretjino proučevanih držav, kjer na najvišjih mestih najdemo Norveško in Nizozemsko z 72,31 % oziroma 71,93 % podjetništva iz priložnosti zaradi želje po večji neodvisnosti in povečanju dohodka. Na drugi strani lestvice je z najvišjim deležem podjetništva iz nujnosti ter podjetništva zaradi ohranjanja ravni dohodka pri podjetništvu iz priložnosti Bosna in Hercegovina, kjer je takih skoraj 80 % podjetnikov (79,48 %). Med državami EU ponovno izstopa Italija, kjer je podjetništva iz nujnosti ter podjetništva zaradi ohranjanja ravni dohodka pri podjetništvu iz priložnosti kar 74,55 % celotne zgodnje podjetniške aktivnosti.

Pri analizi podjetništva zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti ločimo, kot rečeno, tri glavne motive, ki smo jih združili v dve skupini: ohranjanje ravni dohodka (ter drugi motivi) ter povečanje ravni dohodka ali večja neodvisnost pri delu, kar je prikazano na *sliki 27*. S slike je razvidno, da se je v Sloveniji kar 91,33 % nastajajočih in novih podjetnikov podalo na podjetniško pot zaradi zadnjega navedenega motiva (leta 2011 88 % ter leta 2010 86 %). V vseh evropskih državah, razen na Slovaškem (95,15 %), je v podjetništvu iz priložnosti delež tistih, ki želijo povečati raven dohodka ali doseči večjo neodvisnost pri delu, nižji. Vse razvite evropske države so razvrščene v spodnji polovici lestvice.

Nekajkrat smo že opozorili na dejstvo, da se podjetništvo, ki je nastalo zaradi izkoriščanja obetavnih poslovnih priložnosti, po svojih značilnostih razlikuje od podjetništva ljudi, ki so bili potisnjeni na podjetniško pot, ker niso imeli boljše možnosti za pridobitev dohodka in preživetje, zato je analiziranje motivacijske strukture podjetništva pomembno: pričakujemo lahko na primer različne aspiracije po rasti ter zaposlovanju in širjenju poslovanja, pa tudi različne demografske ter izobrazbene značilnosti posameznikov v obeh skupinah podjetnikov. Razlike so tudi znotraj skupine podjetnikov, ki so ustanovili podjetja zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti. V Sloveniji so bili leta 2012 torej prevladujoči motivi večja neodvisnost in osebna svoboda pri delu ter povečanje ravni dohodka – podobno kot tudi v preteklih dveh letih (leta 2012 je bil delež nekoliko višji).

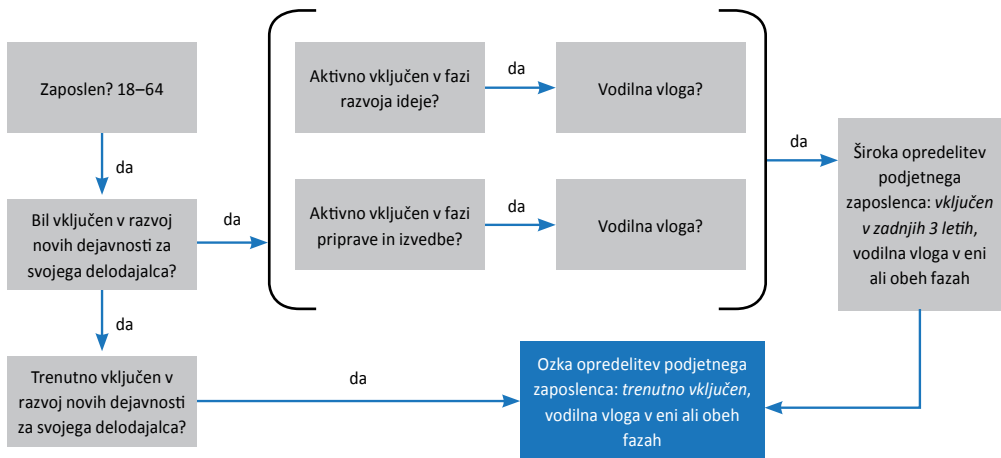
Ugotovimo lahko, da je bilo leta 2012 povečanje vrednosti indeksa TEA mogoče zaznati pri več sodelujočih državah, tudi v Sloveniji. Ali to povečanje nakazuje pozitiven trend, bodo pokazale analize v prihodnjih letih. Z vidika motivacije za podjetništvo pa je zagotovo spodbudno, da v Sloveniji prevladuje podjetništvo zaradi izkoriščanja poslovnih priložnosti, res pa je tudi, da ljudje v Sloveniji v primerjavi z drugimi državami z inovacijskim gospodarstvom ter državami EU zaznavajo malo poslovnih priložnosti, o čemer pišemo na začetku tretjega poglavja.

4.6 PODJETNIŠKA AKTIVNOST ZAPOSLENIH V OBSTOJEČIH PODJETJIH

Ob nastajanju novih podjetij je za doseganje konkurenčnosti in inovativnosti podjetij in z njo konkurenčnosti posamezne države pomembna tudi podjetniška aktivnost zaposlenih ali notranje-podjetniška aktivnost. Ta vključuje več skupin iniciativ in aktivnosti, ki jih podajajo in/ali izvajajo podjetni zaposleni. Med temi skupinami sta najbolj značilni dve (npr. Guth, Ginsberg 1990; Morris idr. 2010): (1) aktivnosti v obstoječem podjetju, ki se nanašajo na uveljavljanje različnih sprememb v organizaciji, poslovanju in razvoju novih izdelkov in/ali storitev, in (2) aktivnosti za ustanavljanje podjetij v podjetju. Te aktivnosti se lahko izvajajo na različnih ravneh delovanja podjetja in z različno stopnjo formalnosti, njihova osnovna značilnost pa je, da vključujejo veliko stopnjo inovativnosti in podjetnosti zaposlenih.

Konceptualni model GEM od leta 2011 vključuje tudi možnosti spremljanja podjetniške aktivnosti zaposlenih, pri čemer ločimo široko in ozko opredelitev podjetniške aktivnosti zaposlenih, kot je prikazano na *sliki 28*. Široka opredelitev predstavlja vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost in vodilno vlogo v preteklih treh letih, ozka pa aktualno vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost in vodilno vlogo (Bosma idr. 2012). Pri tem je notranjepodjetniška aktivnost zaposlenih razdeljena na dve fazi. Prva faza se nanaša na razvoj idej za novo dejavnost, druga pa na pripravo in izvedbo novih dejavnosti.

Slika 28: Opredelitev podjetniške aktivnosti zaposlenih



Proučevanje notranjega podjetništva z vidika podjetnih zaposlenih, kar je osnovna vsebina tega področja v modelu GEM, se osredotoča na proučevanje značilnosti posameznikov, ki so vključeni v notranjepodjetniške aktivnosti, z vidika individualnih motivov, organizacijskega konteksta in institucionalnega vzvodja. Pri tem je podjetniška aktivnost zaposlenih opredeljena kot aktivnost, pri kateri »zaposleni za svojega glavnega delodajalca razvijajo nove dejavnosti, kot so razvoj in uvedba novega izdelka oziroma storitve ali vzpostavitev nove poslovne enote, novega podjetja ali podružnice.« Takšna definicija zajema torej več kot zgolj ustanovitev novega podjetja, izključuje pa tiste aktivnosti zaposlenih, ki so usmerjene v optimiranje notranjih poslovnih procesov (Bosma idr. 2012, Rebernik idr. 2012).

Za notranje podjetnike je v splošnem značilno, da so nagnjeni k akciji, kar je osnovna lastnost, ki jih ločuje od preostalih zaposlenih. Pri uresničevanju notranjepodjetniških dejavnosti mora imeti podjetni zaposleni, ki prevzema notranjepodjetniške aktivnosti, nedvoumno vizijo o novem proizvodu, storitvi ali poslovnem procesu, predvsem pa mora znati okolje prepričati o potencialu svoje vizije. Notranji podjetnik naj bi imel dovolj svobode pri svojih odločitvah, pri morebitnem neuspehu pa naj ne bi tvegjal svoje kariere, saj lahko takšna odločitev privede do zavore pri prihodnjih notranjepodjetniških aktivnostih (Pinchot 1999). Notranji podjetniki se pogosto enačijo z inovatorji, kar so lahko, vendar pa to ni nujno, saj notranji podjetnik ni nujno tudi avtor ideje, ki se uresniči. Proces uvajanja invencij ali inovacij v poslovno prakso je v podjetjih običajno zelo počasen in dolgotrajen. V različnih fazah inovativnega procesa so potrebni različni ljudje z različnimi sposobnostmi. Vloga notranjega podjetnika pa je, da zapolnjuje inovacijsko vrzel v podjetju, torej da s svojimi sposobnostmi in znanjem premošča vrzel med inovatorji in managerji. V tem primeru je njegova vloga v prepoznavanju idej, ki imajo tržni potencial, in njihovo spreminjanje v poslovno priložnost ter izvedbo (Pinchot 1999).

Primerjava podjetniške aktivnosti zaposlenih v letih 2011 in 2012, prikazana v *tabeli 13*, kaže, da je delež zaposlenih, ki so vključeni v podjetniške aktivnosti, leta 2012 v primerjavi z letom poprej narasel.

Tabela 13: Podjetniška aktivnost zaposlenih v letih 2011 in 2012, GEM Slovenija 2012

Leto	Široka opredelitev podjetnih zaposlenih		Ozka opredelitev podjetnih zaposlenih	
	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v zadnjih 3 letih kot % odrasle populacije	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v zadnjih 3 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

Zaposlenih, ki so bili v zadnjih treh letih vključeni v vsaj eno fazo razvoja novih dejavnosti in so imeli v njej vodilno vlogo (široka opredelitev podjetnih zaposlenih), je bilo leta 2011 v odrasli populaciji 5,1 %, leta 2012 pa 5,9 %. Če upoštevamo le delež teh zaposlenih kot odstotek vseh zaposlenih, pa je višji, in sicer je bil leta 2011 9,3 %, leta 2012 pa je narasel na 10,5 %. Z vidika ozke opredelitve podjetnih zaposlenih, torej tistih zaposlenih, ki so trenutno vključeni v notranjepodjetniške aktivnosti, jih je bilo 4,1 % leta 2011 in 4,9 % leta 2012 kot delež odrasle populacije. Vključenih zaposlenih z vodilno vlogo kot delež zaposlenih pa je bilo 7,4 % leta 2011 in 8,7 % leta 2012. Osnovni podatki o vključenosti zaposlenih v notranjepodjetniške aktivnosti so v Sloveniji spodbudni, saj kažejo na aktivno vlogo zaposlenih in na potencial podjetnosti Slovencev, za katerega ni nujno, da se kaže samo z ustanavljanjem svojega lastnega podjetja, ampak se lahko realizira tudi z ustvarjalnim in podjetnim delovanjem v podjetju.

V podjetniških procesih v ustaljenem podjetju zaposleni prevzemajo različne vloge. V modelu GEM je proces razdeljen na dve fazi. Prvo fazo predstavlja razvijanje ideje za novo aktivnost, kar lahko vključuje aktivno zbiranje informacij, viharjenje možganov o novih aktivnostih, posredovanje lastnih idej managementu ipd. Druga faza zajema priprave na novo aktivnost in njeno izvedbo, kamor spadajo promocija ideje, priprava poslovnega načrta, trženje nove aktivnosti ali iskanje finančnih sredstev ter pridobitev ekipe sodelavcev. Vključenost posameznikov v posamezni fazi in njihove vloge so prikazani v *tabeli 14*.

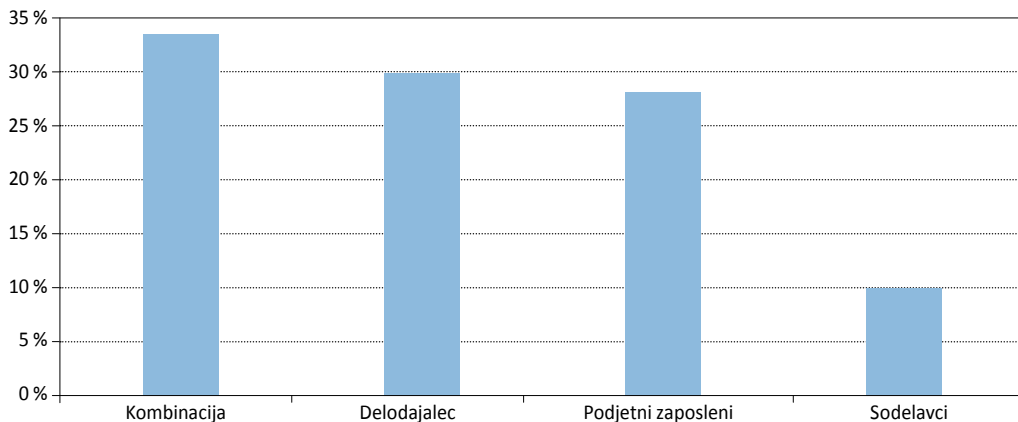
Tabela 14: Vključenost podjetnih zaposlenih v posamezne faze razvoja notranjepodjetniških aktivnosti v zadnjih treh letih (kot % zaposlenih), GEM Slovenija 2012

Prva faza razvoja ideje	%	Druga faza priprave nove aktivnosti in njene izvedbe	%
aktivna vključenost v 1. fazo razvoja	93	aktivna vključenost v 2. fazo razvoja	85
vodilna vloga v 1. fazi razvoja	47	vodilna vloga v 2. fazi razvoja	48
podporna vloga v 1. fazi razvoja	12	podporna vloga v 2. fazi razvoja	13
vodilna in podporna vloga v 1. fazi razvoja	41	vodilna in podporna vloga v 2. fazi razvoja	39

Vidimo, da je bilo v zadnjih treh letih v prvo fazo razvoja novih idej vključenih 93 % podjetnih zaposlenih. Med njimi jih je 47 % prevzelo vodilno vlogo notranjega podjetnika, 12 % podporno vlogo, torej da so bili člani notranjepodjetniških timov, 41 % pa jih je prevzemalo obe vlogi. V drugo fazo priprave novih aktivnosti in njihove izvedbe je bilo v zadnjih treh letih vključenih 85 % podjetnih zaposlenih, od katerih jih je imelo 48 % vodilno vlogo, 13 % podporno vlogo, 39 % pa jih je prevzemalo obe vlogi.

Podjetni zaposleni v okviru notranjepodjetniških aktivnosti prevzemajo različne vloge, med katerimi so najpomembnejše generatorji idej, notranji podjetniki, sodelujoči v notranjepodjetniških timih, oblikovalci notranjepodjetniške kulture (Pinchot 1999; Morris idr. 2010; Auer in Antončič 2009). V skladu s tem so tudi rezultati raziskave, ki so prikazani na *sliki 29*. Vidimo, da se kot pobudniki idej pojavljajo različni zaposleni, ne le notranji podjetniki, ki kasneje tudi vodijo aktivnosti za izvedbo iniciativ ali sodelujejo v njih.

Slika 29: Pobudniki notranjepodjetniške aktivnosti



GEM Slovenija 2012

Tako je bilo le 28 % podjetnih zaposlenih, ki so bili kasneje aktivno vključeni v razvoj notranjepodjetniških aktivnosti in so imeli pri tem vodilno vlogo, tudi pobudnikov podjetne ideje. Kar 33 % pobud je rezultat kombinacije predlogov delodajalca, podjetnih zaposlenih in sodelavcev, kar kaže na visoko stopnjo sodelovanja in vključevanja različnih udeležencev v procesu predlaganja izboljšav in sprememb. Delodajalci so bili pobudniki v 29 %, drugi sodelavci pa v 10 % podanih pobud.

Glede na tip podjetja, v katerem so zaposleni, je bilo 64 % aktivno vključenih zaposlenih v notranjepodjetniške aktivnosti, ki so imeli vodilno vlogo v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih, zaposlenih v zasebnih profitnih podjetjih, 31 % jih je bilo zaposlenih v državnih ustanovah, 4 % v neprofitnih organizacijah, preostali pa so bili zaposleni drugje. Še en dokaz več, da notranje podjetništvo najdemo v številnih podjetjih in organizacijah ne glede na tip lastništva.

5 Demografske značilnosti slovenskega podjetništva

5.1 STAROST

Tako kot ustvarjalnost lahko tudi podjetniško aktivnost in ustanavljanje podjetij zaznamo v vseh starostnih skupinah. V vseh letih opravljanja raziskave o zgodnji podjetniški aktivnosti v Sloveniji smo ugotavljali, da je v Sloveniji v povprečju najvišja stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti med prebivalstvom v starostni skupini od 25 do 34 let. Leta 2011 jih je bilo v tej starostni skupini 31 %, leto poprej pa celo 39 %. V letu 2012 je bila za spoznanje bolj zastopana starostna skupina od 35 do 44 let, v kateri je bil delež podjetnikov 32 % (tabela 15). Ti dve skupini skupaj predstavljata največji delež vseh nastajajočih in novih podjetnikov v vseh državah, ki sodelujejo pri raziskavi GEM.

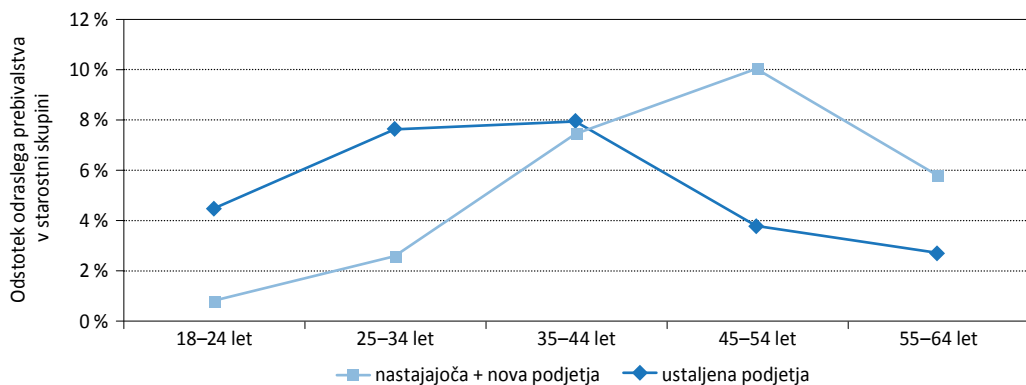
Kot vidimo, zgodnja podjetniška aktivnost s starostjo opazno upada, kar potrjujejo tudi druge raziskave (Blanchflower 2004; Arenius in Minniti 2005; Lévesque in Minniti 2006). Običajna razlaga za to je, da s starostjo začne upadati pripravljenost za prevzemanje tveganja (Shane 2003), ni pa zanemarljivo tudi spoznanje, da s starostjo in z njo povezanim večjim osebnim premoženjem in investiranimi napori v obstoječe stanje začnejo naraščati posameznikovi oportunitetni stroški. Z leti sicer posameznik pridobi številne veščine in izkušnje, razvije mreže in lahko tudi boljši dostop do drugih finančnih in nefinančnih virov, kar bi olajšalo vstop v podjetništvo. Vendar pa vse to tekmuje z napredovanjem v službi, višjo plačo, socialno varnostjo in drugimi koristmi, ki jih je posameznik pridobil kot zaposleni, temu pa se pridružujejo še omenjena skrb za premoženje, blagostanje družine in podobno. Ker je odločitev za podjetništvo osebna odločitev, bo obveljala le, če bodo dobrobiti iz podjetniške kariere večje kot prej navedene dobrine.

V globalnem okviru mlajša struktura podjetnikov prevladuje predvsem v državah zunaj Evropske unije. V teh državah je polovica nastajajočih in novih podjetnikov mlajša od 34 let, izstopa pa Kitajska, kjer je delež zgodnjih podjetnikov, mlajših od 34 let, kar 57 % (Xavier idr. 2013). Relativna mladost podjetniške populacije je sicer povezana tudi s tem, da je v teh državah v primerjavi z Evropo prebivalstvo mlajše, a vseeno nakazuje na to, da se bo dolgoročno podjetniška aktivnost v teh državah uveljavljala, in če bodo države vodile še ustrezno podjetniško politiko, bodo tudi vse bolj mednarodno konkurenčne in tekmovalne. Starajoče se prebivalstvo v Evropi obenem z relativno majhnim zanimanjem za podjetniško kariero zato tako v Sloveniji kot v Evropski uniji terja resne premisleke o industrijski in podjetniški politiki ter mehanizmih za spodbujanje podjetnosti in podjetništva.

Tabela 15: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2012

Starost podjetnikov	Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov					
	Slovenija	Države GEM	Evropske države GEM	Inovacijska gospodarstva	JV Evropa	Evropska unija
18–24 let	10,36	15,31	12	10,1	13,54	12,03
25–34 let	31,39	32,59	31,11	27,94	33,16	31,10
35–44 let	32,38	25,88	26,43	27,96	24,92	26,15
45–54 let	15,91	17,81	20,51	22,43	17,86	20,85
55–64 let	10,01	8,41	9,94	11,57	10,51	9,86

Slika 30: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost



GEM Slovenija 2012

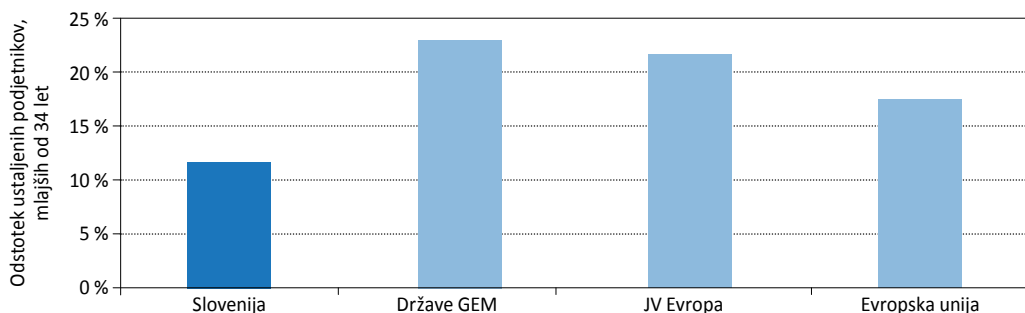
Med ustaljenimi podjetniki je, podobno kot pri nastajajočih in novih, najbolj zastopana starostna skupina med 35. in 54. letom. Pri tem izstopa Slovenija z 68 % deležem, ki opozarja na to, da se bodo slej ko prej morali oblikovati primerni mehanizmi za prenos tako lastništva kot tudi managementa. Da je problem resen, opozarja tudi Evropska komisija (2013), ki ocenjuje, da se vsako leto v Evropi prenese okoli 450.000 podjetij z dvema milijonoma zaposlenih. Zaradi težav pri prenosu pa po ocenah vsako leto propade 150.000 podjetij s 600.000 zaposlenimi. Tudi dejstvo, da imamo v Sloveniji 40 % podjetnikov v starostni skupini od 45 do 54 let in 20 % v starostni skupini 55 do 64 let (tabela 16) govori v prid tezi, da je na tem področju potrebna ustrezna politika. Ne samo zato, ker bodo v prihodnjih letih podjetja starajočih se podjetnikov brez ustreznega pomlajevanja vse manj učinkovita in prodorna, ampak morda še bolj pomembno zato, ker so starejši, prekaljeni podjetniki izjemno dragocen vir izkušenj, znanja in mrežnega povezovanja.

Tabela 16: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2012

Starost podjetnikov	Odstotek ustaljenih podjetnikov					
	Slovenija	Države GEM	Evropske države GEM	Inovacijska gospodarstva	JV Evropa	Evropska unija
18–24 let	1,75	4,57	2,77	1,58	4,27	2,29
25–34 let	9,83	18,26	14,86	12,43	17,27	15,12
35–44 let	28,52	29,02	28,46	26,82	29,66	27,22
45–54 let	39,55	29,44	31,92	34,08	31,08	32,01
55–64 let	20,35	19,05	22,38	25,41	17,72	23,68

S slike 31 pa lahko razberemo, da so problemi v Sloveniji tudi na drugem starostnem polu. V primerjavi z različnimi skupinami držav ima Slovenija najmanjši delež podjetnikov, ki so mlajši od 34 let.

Slika 31: Odstotek ustaljenih podjetnikov, ki so mlajši od 34 let



GEM Slovenija 2012

K takšni neugodni strukturi slovenskega podjetništva med drugim prispeva tudi premalo podprto podjetniško izobraževanje. Global Education Initiative (GEI) pri Svetovnem gospodarskem forumu ugotavlja, da je »izobrazba eden najpomembnejših temeljev ekonomskega razvoja, podjetništvo pa je ključna gonilna sila inoviranja in ekonomske rasti«, ter posebej poudarja pomen podjetniškega izobraževanja, saj je »kritično za razvoj podjetniških veščin, nagnjenj in vedenja, ki so temelj ekonomske rasti« (WEF 2009). Tudi v naših raziskavah že vse od leta 2002, odkar razpolagamo z mednarodno primerljivimi podatki, ugotavljamo, da je prav podjetniško izobraževanje eno izmed slabo razvitih področij izobraževanja, in to na vseh izobraževalnih ravneh (Rebernik idr. 2009). Tudi rezultati analize Evropske komisije kažejo, da je obseg podjetniškega izobraževanja zaskrbljujoč, saj več kot polovica evropskih študentov na visokošolski ravni nima dostopa do podjetniškega izobraževanja (EC 2008). Večina univerzitetnih programov še naprej usposablja študente, da jih bo nekdo zaposlil in da bodo za nekoga delali. Odgovornost zase predajajo v roke nekoga drugega – praviloma zaposlovalca v zasebnem ali javnem sektorju.

5.2 SPOL

Dokazov o pomembnosti podjetnic za gospodarski razvoj države je veliko, saj podjetnice prispevajo k ustvarjanju delovnih mest in gospodarski rasti, pa tudi k raznolikosti gospodarstva (Carter idr. 1997; Verheul in Thurik 2001; Kelley idr. 2011). Toda za večino držav velja, da je na splošno manj verjetno, da bi bile ženske v tolikšni meri vključene v podjetništvo kot moški (Tominc in Rebernik 2012). Podjetnice imajo poleg tega pogosto tudi drugačen odnos do podjetništva in prizadevanja za rast svojih podjetij (Kelley idr. 2011). Podobno, kot so Bosma in sodelavci (2012) za leto 2011 ugotavljali, da je le malo držav, v katerih je stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti pri ženskah primerljiva s tisto pri moških, lahko za leto 2012 ugotavljamo še bolj izrazito za ustaljeno podjetništvo – od 69 sodelujočih držav je samo v Angoli delež ženskega podjetništva večji od moškega (51 % proti 49 %).

Leto 2012 se je za žensko podjetništvo v Sloveniji izkazalo kot izrazito neugodno. Medtem ko sta med odraslim prebivalstvom v Evropi po deležu odraslih žensk, ki se vključujejo v zgodnje podjetništvo, na prvih mestih Estonija z 9,7 % in Latvija z 8,18 %, se Slovenija z 2,6 % uvršča na zadnje mesto v Evropi, v svetovnem merilu pa med 67 državami tudi sramotno nizko, komaj na 63. mesto. Največ zgodnje podjetniške aktivnosti med ženskami je bilo sicer v Zambiji (40 %), Gani (38 %) in Nigeriji (35,6 %), najmanj pa v Koreji (2,3 %), na Japonskem (2,1 %) in v Pakistanu (1,2 %).

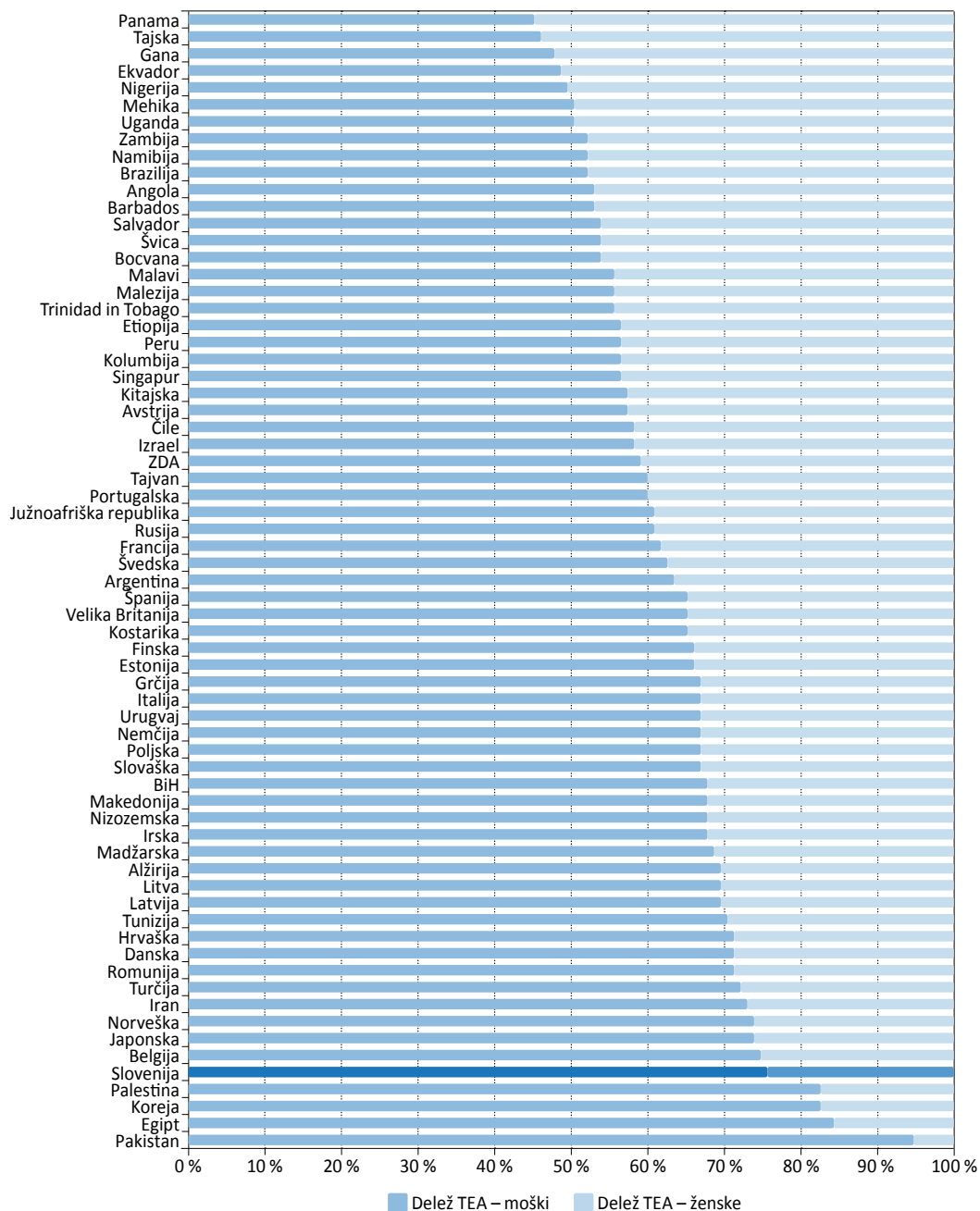
Za spoznanje manj neprijeten vtis smo v letu 2012 pustili pri ustaljenih podjetnicah, to je tistih, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol, pri čemer se je Slovenija uvrstila na 51. mesto na lestvici (2,9 %). Indeks podjetniške aktivnosti žensk v okviru ustaljenih podjetij je sicer najvišji v Gani (35,8 %) in na Tajskem (29,5 %), najnižji pa v Palestini (0,7 %) in Egiptu (0,6 %). Med evropskimi državami je na prvem mestu Švica (7,1 %), ki je hkrati na 13. mestu med 67 sodelujočimi državami, za njo pa je Grčija (6,8 %). Zadnja med evropskimi državami je bila lani Italija (1,6 %), ki je na 61. mestu na lestvici.

Med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki je samo četrtnina žensk (24,3 %; tabela 17). Nižji delež ženskega podjetništva kot v Sloveniji imajo le še v Palestini (17,6 %), Koreji (17,4 %), Egiptu (15,4 %) in v Pakistanu (5,4 %). Med evropskimi državami je delež žensk najvišji v Švici (45,9 %), kar jo uvršča na 14. mesto na lestvici med 67 sodelujočimi državami, na kateri so na prvih treh mestih Panama (55,1 %), Tajska (54,4 %) in Gana (52 %).

Tabela 17: Odstotek podjetnic med vsemi podjetniki v letih 2011 in 2012, GEM Slovenija 2012

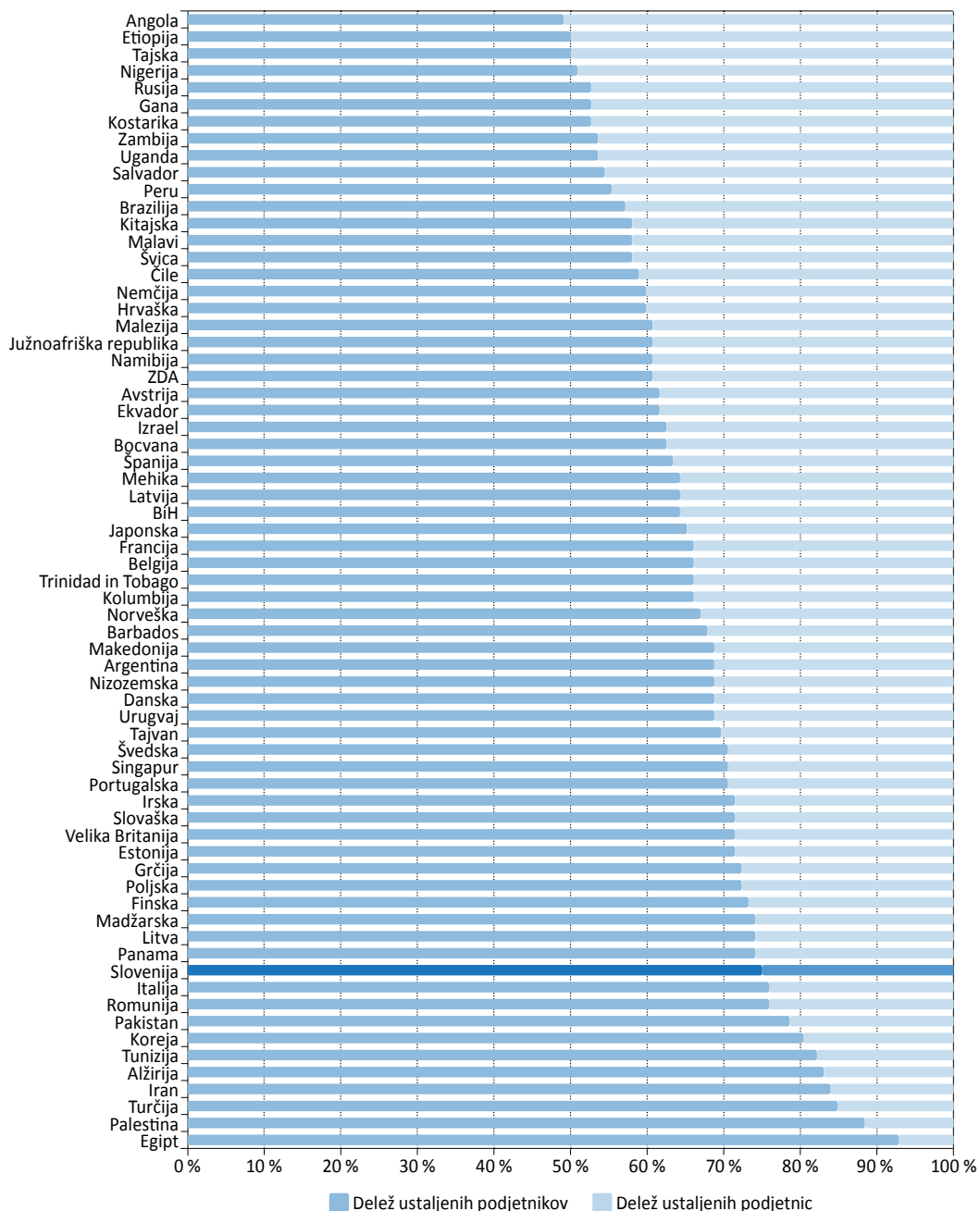
Odstotek podjetnic v letih 2012 in 2011 (izračunano je netehtano povprečje)	Slovenija	Države GEM	Evropske države GEM	Inovacijska gospodarstva	JV Evropa	Evropska unija
odstotek nastajajočih in novih podjetnic						
2012	24,28	37,09	33,17	34,24	30,68	33,08
2011	37,01	36,66	34,46	36,03	34,85	33,85
odstotek ustaljenih podjetnic						
2012	25,14	33,68	31,37	31,78	29,77	30,18
2011	31,09	32,6	31,53	31,4	33,42	30,6

Slika 32: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami



GEM 2012

Slika 33: Ustaljena podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami

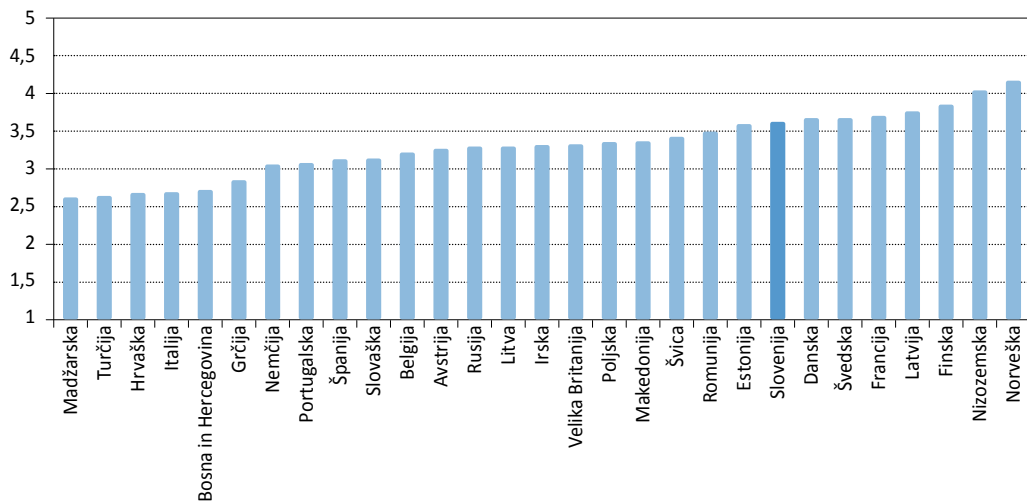


V poročilu OECD o ženskem podjetništvu (OECD 2004) je poudarjeno, da so glede na znanje, veščine in izkušnje med posamezniki nekatere pomembne razlike. Posameznik pridobiva znanje z osebnimi izkušnjami, v poklicu, z delovnimi rutinami, na družbenih omrežjih in v vsakodnevem življenju. Ženske se po svojih izkušnjah razlikujejo od moških zato, ker opravljajo drugačne poklice (pogosto manj primerne za samozaposlitev in podjetništvo), v službi imajo drugačna opravila ter so vpete v drugačne družbene odnose in vsakodnevno življenje, prav tako pa tudi drugače identificirajo poslovne priložnosti in jih poskušajo drugače izkoristiti. V večini evropskih držav predstavljajo ženske večino študentov in univerzitetnih diplomantov (Evropska komisija, EACEA 2010). Zato bi bilo mogoče pričakovati, da sta formalno podjetniško izobraževanje in usposabljanje enakomerno porazdeljena za oba spola. Ker pa ima Slovenija izrazito slabo urejeno formalno podjetniško izobraževanje na vseh ravneh izobraževanja, v rednem šolanju pa podjetniško znanje ni posredovano, to ne drži. Dodatna znanja in veščine si je možno pridobiti praktično le v neformalnem izobraževanju, ki pa se ga bolj udeležujejo moški kot ženske.

Že v prejšnjih letih smo, denimo, ugotavljali, da so mnoge spremenljivke, ki so se pokazale kot pomembne pri odločanju za podjetniško kariero, za ženske manj ugodne kot za moške. Manj žensk kot moških verjame, da imajo znanje, veščine in izkušnje za podjetništvo. Manj jih meni, da se bodo v naslednjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti, ženske se tudi bolj bojijo neuspeha kot moški in poznajo manj ljudi, ki so v zadnjih dveh letih ustanovili podjetje. To seveda pomeni, da bo treba za povečanje prisotnosti žensk v podjetništvu sprejemati učinkovitejše ukrepe, ki bodo posegali globlje od kratkoročnih in enkratnih akcij ali pozivov.

Zanimivo je, da je po siceršnjem odnosu do žensk v podjetništvu Slovenija v evropskem in tudi v svetovnem merilu vselej visoko uvrščena. To področje so po petih komponentah ocenjevali nacionalni izvedenci. Na lestvici od 1 do 5 so ocenjevali, ali je v Sloveniji na razpolago dovolj socialnih služb, ki omogočajo, da lahko ženske opravljajo svoje delo tudi še potem, ko si osnujejo družino; ali je ustanovitev podjetja za žensko družbeno sprejemljiva kariera; ali spodbujajo ženske, da bi se samozaposlile ali ustanovile novo podjetje; ali imajo ženske in moški enake možnosti za dostop do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja in ali so ženske in moški enako sposobni ustanoviti novo podjetje. Glede na povprečno oceno, ki znaša 3,62, zaseda Slovenija 12. mesto med vsemi državami GEM in 8. mesto v evropskem merilu ter se s tem postavlja ob bok Danski in Estoniji (*slika 34*). To pomeni, da imajo formalno in pravno ženske v Sloveniji enakovredno izhodišče za podjetništvo kot moški. Zlasti v nekaterih manj razvitih državah njihovi izvedenci splošni odnos družbe do ženskega podjetništva ocenjujejo precej slabše, med evropskimi državami pa je na repu lestvice mogoče najti Madžarsko, Hrvaško, Italijo ter Bosno in Hercegovino, skandinavske države pa so tudi leta 2012 na tem področju zasedale najvišja mesta.

Slika 34: Odnos do žensk v podjetništvu, evropske države GEM

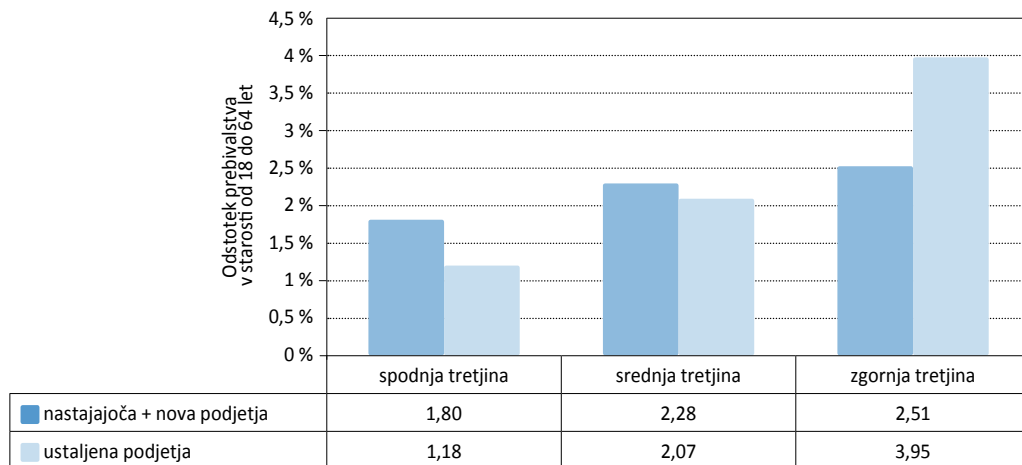


GEM NES 2012

5.3 DOHODEK

V GEM-ovi preglednici značilnosti podjetništva v Sloveniji v letu 2012 (tabela 5 v 2. poglavju) je prikazana tudi razporeditev podjetniške aktivnosti glede na dohodek gospodinjstev, iz katerih prihajajo podjetniki in podjetnice. Gospodinjstva so glede na dohodek razdeljena na tretjine.

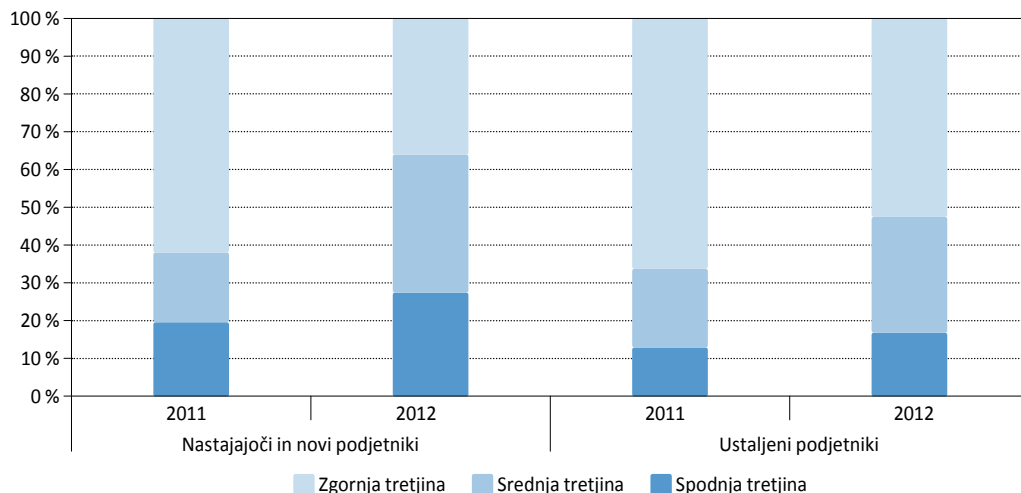
Slika 35: Podjetniška aktivnost glede na dohodek



GEM Slovenija 2012

Kot je prikazano na *sliki 35*, prispeva odraslo prebivalstvo, ki se uvršča v zgornji dohodkovni razred, največji delež nastajajočih in novih podjetnikov, še zlasti pa ustaljenih podjetnikov. Iz tega dohodkovnega razreda je bilo leta 2012 podjetniško aktivnih dobrih 6 % odraslega prebivalstva (2,51 % zgodnjih in 3,95 % ustaljenih podjetnikov); v srednjem dohodkovnem razredu so bili podjetniško aktivni dobri 4 % prebivalstva, v spodnjem dohodkovnem razredu pa nekaj manj kot 3 %. Za takšno vključevanje prebivalstva v podjetništvo je več razlogov, začenši z izobrazbo, ki je v gornjem dohodkovnem razredu v povprečju višja, nanjo pa so vezana tudi določena znanja in izkušnje, ki so za podjetniško kariero v inovacijskem gospodarstvu, kamor se uvršča Slovenija, primernejša. Večji je tudi spekter poslovnih priložnosti, ki je na razpolago, brez prevelikega tveganja pa lahko tudi prepostavimo, da so v tem dohodkovnem razredu ovire finančne narave manjše. Pogosto je namreč izkoriščanje poslovne priložnosti povezano z določenimi vlaganji finančnih sredstev, česar prebivalstvo iz gospodinjstev z najnižjimi dohodki verjetno ne more financirati, manjše pa so tudi njihove možnosti za pridobitev finančnih sredstev od bank ali iz drugih podobnih dolžniških virov financiranja. Tudi leta 2012 so bili motivi, zaradi katerih se ljudje vključujejo v podjetništvo, povezani zlasti z izkoriščanjem poslovnih priložnosti, kar prikazujemo v razdelku 3.2.2.4, in manj zato, ker bi bili v to prisiljeni, ker ne bi imeli drugih sredstev za preživljanje. Tudi to je del razlage za manjši delež zgodnje podjetniške aktivnosti, vezan na gospodinjstva z najnižjimi dohodki.

Slika 36: Dohodkovni razredi in podjetništvo



GEM Slovenija 2012

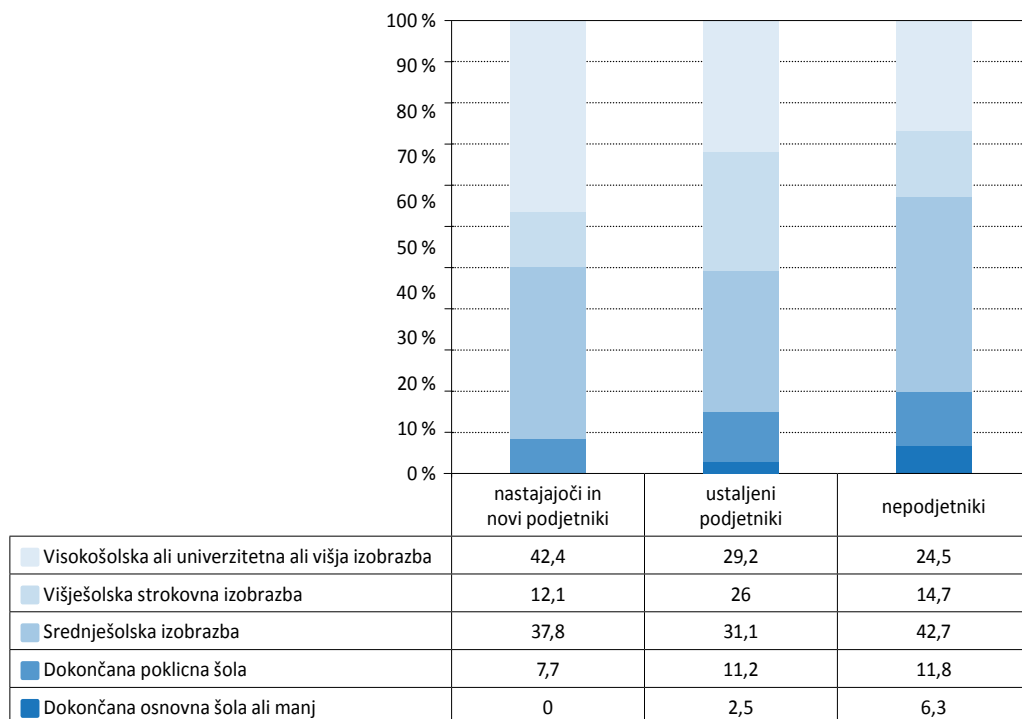
Medtem ko smo v letih 2009 in 2010 lahko ugotavljali porast deleža nastajajočih in novih podjetnikov iz tretjine gospodinjstev z najvišjim dohodkom (54,4 % leta 2009 in 64,8 % leta 2010), smo leta 2011 zabeležili rahel upad glede na leto 2010, in sicer na 62,0 %. Obenem smo zaznali močnejši porast deleža nastajajočih in novih podjetnikov iz tretjine gospodinjstev z najnižjimi dohodki, saj je bila leta 2011 skoraj petina vseh nastajajočih in novih podjetnikov iz najnižje tretjine; leto poprej je bila takšnih v povprečju desetina (Rebernik idr. 2012). Podobno je bilo tudi pri ustaljenih podjetnikih, med katerimi se je delež tistih, ki so izhajali iz tretjine gospodinjstev z najvišjim dohodkom, še okrepil – 51,2 % leta 2010 in 66,2 % leta 2011 –, zlasti na račun deleža tistih iz gospodinjstev iz srednje dohodkovne tretjine.

Kot je prikazano na *sliki 36*, se je leta 2012 zgodila pomembna sprememba, saj je v primerjavi z letom 2011 delež nastajajočih in novih podjetnikov upadel z 62 % kar na 36,2 %; sorazmerno s tem padcem se je povečal delež podjetnikov iz srednjega dohodkovnega razreda z 18,6 % na 36,4 %, delež podjetnikov iz spodnjega dohodkovnega razreda pa z 19,4 % na 27,5 %. Podoben premik je tudi pri ustaljenih podjetnikih: delež podjetnikov iz zgornjega dohodkovnega razreda je upadel s 66,2 % na 52,7 %, narasel pa je delež podjetnikov iz srednjega dohodkovnega razreda z 21 % na 30,6 % ter delež podjetnikov iz spodnjega dohodkovnega razreda z 12,7 % na 16,8 %.

5.4 IZOBRAZBA

Izobrazba, tako neformalna kot formalna, je izjemnega pomena za podjetništvo, saj povečuje zalogo informacij in veščin posameznika, ki so pomembne za zaznavanje in izrabo poslovne priložnosti. Obenem je izobrazbena struktura podjetnikov eden izmed pomembnih dejavnikov, ki vplivajo na kakovost podjetništva in njegovo zmožnost za rast in razvoj. Prav zato so nekateri podatki o izobrazbi podjetnikov za leto 2012 zaskrblijujoči (*tabela 5* v 2. poglavju), saj ugotavljamo, da je med nastajajočimi podjetniki upadel delež tistih z visokošolsko izobrazbo s 44,3 % v letu 2011 na 39,2 %. Med novimi podjetniki je bil ta upad še večji – z 52,1 % na 44,9 %. Medtem ko se pri nastajajočih podjetnikih ta upad do določene mere vsaj delno kompenzira s povečanim deležem podjetnikov z višješolsko strokovno izobrazbo (s 5,2-odstotnega deleža na 13,1-odstotni delež), pa je pri novih podjetjih tukaj še večji upad, in sicer od 23,5 % na 10,7 %. Upad deleža podjetnikov z visokokošolsko izobrazbo smo zabeležili tudi pri ustaljenih podjetnikih, kjer se je delež v primerjavi z letom 2011 zmanjšal s 37 % na 29,2 %.

Slika 37: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo



Zmanjševanje števila podjetnikov z visokošolsko izobrazbo je resno opozorilo, da je bilo premalo narejeno za to, da bi se visoko izobraženi posamezniki odločali za podjetniško kariero. Rezultati analize Evropske komisije kažejo, da je obseg podjetniškega izobraževanja zaskrbljujoč. Več kot polovica evropskih študentov na visokošolski ravni nima dostopa do podjetniškega izobraževanja. To pomeni, da okoli 11 milijonov študentov nima možnosti pridobiti tovrstnih in/ali posebnih učnih vsebin, ki bi lahko spodbujale njihovo podjetniško naravnost (EC 2008). Večina univerzitetnih programov tako še naprej usposablja študente, da jih bo nekdo zaposlil in da bodo za nekoga delali.

Posamezniki, ki so zainteresirani za podjetniško kariero, morajo razviti vrsto veščin, ki jim bodo pomagale pri upravljanju in vodenju njihovega podjetja (npr. planiranje, obvladovanje tveganja, analiziranje trga, reševanje problemov, timsko delo in drugo). Uspešen zagon novega podjetja zahteva obvladovanje in povezovanje spretnosti, drugačne od tistih, ki jih zahteva ohranjanje vzpostavljenega posla. Visokošolski izobraževalni programi seveda imajo svoje omejitve, vendar lahko odigrajo pomembno vlogo pri zagotavljanju vpogleda v izzive podjetniškega udejstvovanja ter pri razvijanju veščin in samozaupanja (Henderson in Robertson 1999). Primerjava, izvedena med študenti poslovnih šol na univerzah v 11 državah (Širec in Rebernik 2011), je pokazala, da je za izobraževanje za podjetništvo potreben drugačen izobraževalni pristop, kot je primeren za izobraževanje bodočih managerjev velikih podjetij, kjer obstaja potreba po specializiranem znanju, ter da morajo študenti že med študijem izboljšati svojo ustvarjalnost, razviti sposobnosti za prepoznavanje poslovnih priložnosti, pridobiti zaupanje vase ter se seznaniti z izzivi vodenja. Še zdaleč torej ni nujno, da podjetniško izobraževanje vodi v ustanovitev lastnega podjetja, gre tudi za pridobitev številnih drugih veščin in lastnosti, ki so lahko uporabne in potrebne tudi v drugih vrstah poklicnega udejstvovanja – od zaznavanja priložnosti, povezovanja in sodelovanja do zdrave ambicioznosti in zavedanja samoodgovornosti.

Podjetniki se ne rodijo, ampak se ustvarijo s pomočjo pridobljenih izkušenj, ko se pod vplivom učiteljev, staršev, mentorjev in vzornikov razvijajo in učijo v celotnem procesu rasti (Volery 2004). Morda posameznikov, ki jih zanima podjetništvo, in sedanjih podjetnikov ne moremo naučiti, kako biti podjetnik, lahko pa jih spodbujamo in ne odvrčamo od tovrstnega udejstvovanja. Podjetniške namere so ključnega pomena za razumevanje celotnega procesa podjetništva, ker predstavljajo potreben pogoj za podjetniško aktivnost. Po Redford in Trigo (2007) ima lahko podjetniško izobraževanje tri ključne vloge pri spodbujanju »podjetniške družbe«. Deluje lahko na način ustvarjanja pozitivne miselnosti in študentom predstavi podjetništvo kot možno in zaželeno izbiro kariere. Podjetniško izobraževanje prispeva k razvoju znanj in spretnosti, s pomočjo katerih bodo študentje razvili tehnično-poslovne veščine za uspešno podjetniško kariero. Končno pa lahko ima podjetniško izobraževanje tudi vlogo v znanstvenem razvoju, ki ga prispeva z raziskovanjem in širšim poznavanjem podjetniških pojavov.

Izobraževalni sistem je namreč tisti, ki mora posamezniku privzgojiti zasnove za odločanje o tem, s čim se želi poklicno ukvarjati. Če posamezniki med šolanjem ne pridobijo zavedanja o tem, da je podjetniška kariera dobra izbira, bo vključevanje v podjetništvo seveda manjše. Toda izobraževalni sistem ne more nadomestiti spodbudnega okolja za podjetništvo.

5.5 NEKATERE DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI NOTRANJIH PODJETNIKOV

Za notranje podjetnike je na splošno značilno, da so visoko izobraženi posamezniki, ki imajo v povprečju univerzitetno ali višjo izobrazbo, velikokrat kot kombinacijo različnih usmeritev, ki med seboj povezujejo različna znanja, od tehničnih do poslovnih. Ti posamezniki prevzemajo vloge kot vodilni notranji podjetniki od svojega 40. leta naprej, medtem ko od 30. leta naprej pogosto

sodelujejo v notranjepodjetniških timih, v katerih pridobivajo ustrezna znanja in izkušnje, da lahko kasneje prevzemajo vodilne vloge (Burns 2008). Kot je prikazano v *tabeli 18*, je v Sloveniji največ zaposlenih vključenih in prevzema vodilne vloge pri notranjepodjetniških aktivnostih v starostni skupini med 35. in 44. letom (33 % široka in ozka opredelitev), sledi jim starostna skupina med 45. in 54. letom (27 % široka opredelitev in 28 % ozka opredelitev). Najmanj vključenih v notranjepodjetniške aktivnosti je med najmlajšimi zaposlenimi v starostni skupini med 18. in 24. letom (le 2 %), kar je glede na starosti primerne manjše delovne izkušnje in strokovno znanje tudi razumljivo. V tej starostni skupini je v Sloveniji tudi sicer malo podjetnikov. V starostni skupini med 25. in 34. letom ta delež bistveno naraste, in sicer na 24 % pri široki opredelitvi oziroma 22 % pri ozki opredelitvi notranjega podjetništva. Upad pri vključenosti v notranjepodjetniške aktivnosti pa je ponovno zaznati med najstarejšimi zaposlenimi (od 55. do 64. leta), ko upade na 14 % oziroma 15 %.

Tabela 18: Vključenost in vodilna vloga pri notranjepodjetniških aktivnostih po starostnih skupinah, GEM Slovenija 2012

Starostna skupina v letih	18–24	25–34	35–44	45–54	55–64
Široka opredelitev: aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v zadnjih 3 letih (kot % zaposlenih)	2	24	33	27	14
Ozka opredelitev: aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v času raziskave (kot % zaposlenih)	2	22	33	28	15

V notranjepodjetniške aktivnosti so v več kot polovici vključeni posamezniki, ki imajo univerzitetno izobrazbo, kar je prikazano v *tabeli 19*. Takih je bilo v zadnjih treh letih 52 % podjetnih zaposlenih, v času raziskave pa kar 54 %. Pomembneje se v podjetniške dejavnosti vključujejo zaposleni, ki imajo končano najmanj srednješolsko izobrazbo, nižje izobraženi zaposleni pa v tovrstne dejavnosti praktično niso vključeni.

Tabela 19: Izobrazbena struktura podjetnih zaposlenih, vključenih v notranjepodjetniške aktivnosti, GEM Slovenija 2012

Dosežena izobrazba	osnovna šola ali manj	poklicna šola	srednja šola, gimnazija	višja izobrazba ali visoka strokovna izobrazba	visoka univerzitetna izobrazba	znanstveni magisterij, doktorat
Široka opredelitev: aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v zadnjih 3 letih (kot % zaposlenih)	0	1	17	14	52	17
Ozka opredelitev: aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v času raziskave (kot % zaposlenih)	0	0	14	12	54	20

Ob tem je bilo v notranjepodjetniške aktivnosti vključenih in je imelo vodilno vlogo v zadnjih treh letih 64 % moških in 36 % žensk (široka opredelitev), v času raziskave pa 60 % moških in 40 % žensk (ozka opredelitev).

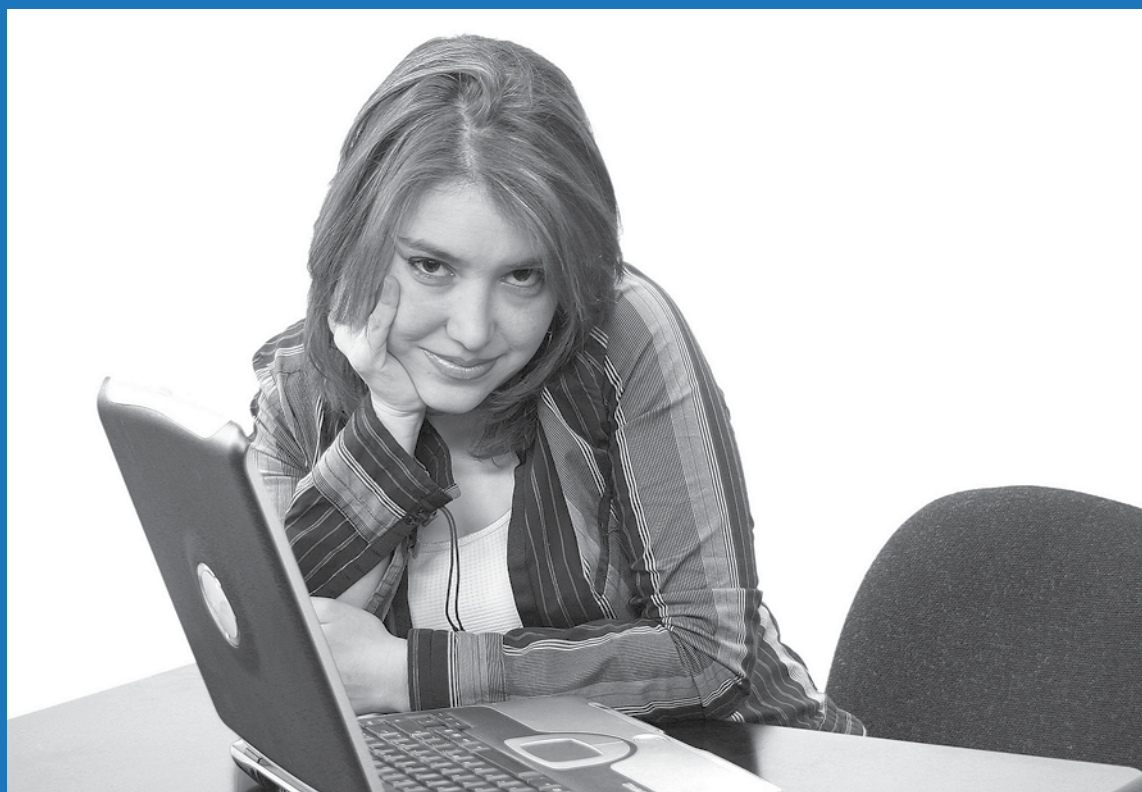


Polona TOMINC
Miroslav REBERNIK

Gender differences in early-stage entrepreneurship in three European post-socialist countries = Razlike v zgodnji podjetniški aktivnosti med spoloma v treh evropskih posocialističnih državah

Društvena istraživanja (Zagreb), 2007, let. 16, št. 3, str. 589–611

Avtorja v prispevku proučujeta razlike v zgodnji podjetniški aktivnosti med moškimi in ženskami na Madžarskem, Hrvaškem in v Sloveniji. Z raziskavo sta podala tri ključne prispevke. Prvi je zagotovitev jasnejšega vpogleda v razlike med spoloma glede podjetniških zmogljivosti v treh proučevanih državah. Drugi je zagotovitev jasnejšega vpogleda v stanje razlik med spoloma glede zgodnje podjetniške aktivnosti z vidika zaznavanja podjetniških priložnosti oziroma nujnosti v obravnavanih treh državah. Tretji pa je okrepitev razumevanja razlik med spoloma z vidika





podjetniških pričakovanj po rasti zgodnje podjetniško aktivnih posameznikov na Madžarskem, Hrvaškem in v Sloveniji. Temeljno raziskovalno vprašanje se tako glasi: Katere razlike med državami se zdijo podobne iz globalne perspektive? Analiza je bila izvedena na dveh ravneh: primerjava v okviru posamezne države (razlike v zgodnji podjetniški aktivnosti med spoloma v vsaki obravnavani državi) ter primerjava med državami (razlike med državami v zgodnji podjetniški aktivnosti za vsak spol posebej). Avtorja se v članku osredotočata na tri glavne značilnosti zgodnje podjetniške aktivnosti med odraslimi: na *podjetniško zmogljivost*, ki sta jo analizirala s pomočjo podjetniškega zavedanja in prevzemanja tveganja, *motivacijo za podjetništvo* z analizo podjetništva zaradi priložnosti ali zaradi nuje in na *podjetniške aspiracije po rasti* podjetnikov in podjetnic v zgodnjih fazah podjetništva na Madžarskem, Hrvaškem in v Sloveniji.

Viri podatkov in metodologija. Glavna podatkovna osnova prispevka so podatki iz izbirke Global Entrepreneurship Monitor (GEM) za leta 2002, 2003 in 2004. Prečiščen vzorec sestavlja 190 zgodnje podjetniško aktivnih podjetnikov iz Slovenije, 158 iz Hrvaške in 255 z Madžarske. Uporabljena metodologija vključuje analizo glavnih komponent za tvorjenje spremenljivk podjetniške zmogljivosti in nenaklonjenosti tveganju. Za testiranje statistično značilnih razlik med spoloma in državami sta avtorja uporabila enosmerno ANOVO, t-test za neodvisne vzorce ter test hi-kvadrat.

Spoznanja. Kljub dolgoletni skupni zgodovini se države med seboj značilno razlikujejo po različnih značilnostih. Značilne razlike sta avtorja identificirala tudi med spoloma v vsaki posamezni državi. Večina razlik je bila ugotovljena med Slovenijo na eni strani ter Hrvaško in Madžarsko na drugi strani. Najvišja podjetniška zmogljivost tako med moškimi kot med ženskami je bila ugotovljena v Sloveniji, sledita pa Hrvaška in Madžarska. Zdi se, da je nižja stopnja podjetniške zmogljivosti **včasih povezana** tudi z nižjo nenaklonjenostjo tveganju med odraslimi. Madžari v povprečju izražajo najnižjo stopnjo nenaklonjenosti tveganju v primerjavi s Slovenci in Hrvati.

Med državami ni bilo zaznati razlik med zgodnjo podjetniško aktivnostjo zaradi zaznanih poslovnih priložnosti za oba spola. Pomembne razlike pa sta avtorja identificirala za zgodnjo podjetniško aktivnost zaradi nujnosti. Moški na Hrvaškem in ženske na Madžarskem so v večji meri vključeni v **zgodnjo podjetniško aktivnost** zaradi nujnosti. V vseh treh državah so moški bolj vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost zaradi zaznanih poslovnih priložnosti. Glede na zgodnjo podjetniško aktivnost zaradi nuje razlike med spoloma v Sloveniji in na Madžarskem niso statistično značilne. Avtorja sta jih identificirala na Hrvaškem, kjer so moški bolj verjetno kot ženske vključeni v zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi nuje. Moški v povprečju pogosteje zaznavajo in tudi izkoristijo poslovne priložnosti kot ženske. Ko gre za zgodnjo podjetniško aktivnost iz nuje, pa kaže, da spol ni več pomemben. Ženske v povprečju manj pogosto začnejo podjetniško aktivnost, vendar se glede podjetniških aspiracij po rasti med seboj značilno ne razlikujejo.

6 Podjetniške aspiracije in konkurenčnost

6.1 MERJENJE PODJETNIŠKIH ASPIRACIJ IN NAVEZAVA NA KONKURENČNOST

Podjetniki imajo zelo različna pričakovanja – aspiracije o razvoju svojih podjetij. V raziskavi GEM merimo njihove aspiracije z vidika treh dimenzij: rasti števila zaposlenih, inovativnosti in internacionalizacije poslovanja. Zanimajo nas pričakovanja podjetnikov o rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih. Rastoča podjetja predstavljajo majhen del podjetniške populacije v vseh gospodarstvih sveta (Autio 2007), vendar so izrednega pomena za razvoj nacionalnih gospodarstev še zlasti zaradi njihovega prispevka pri ustvarjanju novih delovnih mest. Pomemben dejavnik vpliva na rast je tudi inovacijska naravnost podjetij (Koellinger 2008), ki jo v raziskavi merimo skozi prizmo uvajanja proizvodov in/ali storitev, ki so za potencialne kupce novi, ter z oceno inovativnosti tehnologij, ki jih podjetja uporabljajo v svojem poslovnem procesu. Tretji segment aspiracij podjetnikov se nanaša na stopnjo internacionalizacije podjetij oziroma podjetij. To so ocene podjetnikov o tem, kolikšen del proizvodov in/ali opravljenih storitev namenijo kupcem zunaj meja njihovega gospodarstva.

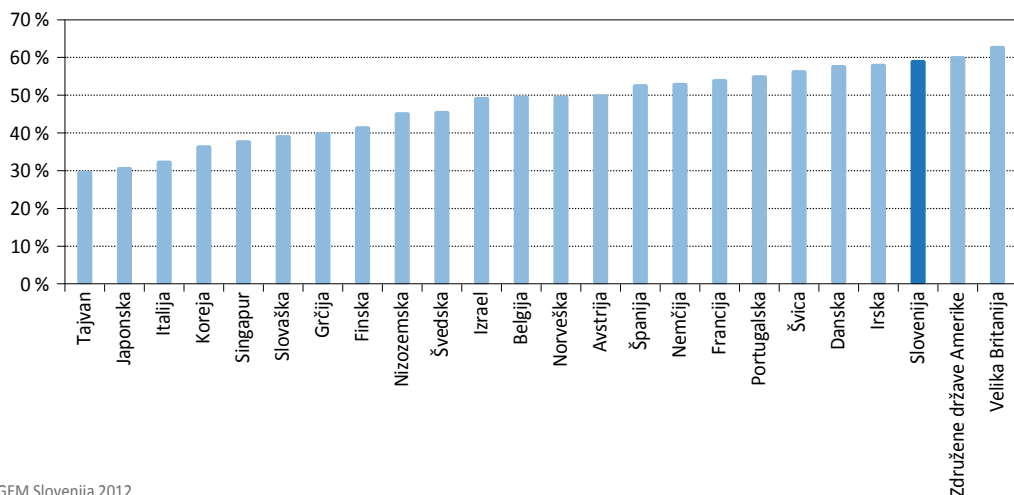
Podjetniki lahko s svojimi proizvodi in/ali storitvami konkurirajo na bolj ali manj konkurenčnih trgih. Izpostavljenost konkurenci v raziskavi GEM merimo z vprašanjem:

- Ali v tem trenutku obstaja veliko ali malo drugih podjetij, ki ponujajo enak proizvod ali storitev vašim potencialnim strankam, oziroma ali takih podjetij sploh ni?

Anketiranci z odgovorom na zastavljeno vprašanje izrazijo svoje mnenje o stopnji konkurenčnosti, ki jo zaznavajo na trgih, na katerih so prisotni.

Na *sliki 38* je prikazan delež nastajajočih in novih podjetnikov v skupini inovacijskih gospodarstev, ki menijo, da s svojimi proizvodi in/ali storitvami vstopajo na trge z malo ali nič konkurence. Slovenija se uvršča na visoko tretje mesto z 59 % tistih, ki načrtujejo vstop na tako imenovane nišne trge. Na čelo držav obravnavane skupine inovacijskih gospodarstev se uvrščata Velika Britanija in ZDA, medtem ko so z le dobrimi 30 % na repu lestvice države, kot so Tajski, Japonska in Italija. V skupini učinkovitostnih gospodarstev sta najvišje uvrščena Čile (62 %) in Estonija (59 %), najnižje pa Kitajska (30 %) in Rusija (32 %).

Slika 38: Zgodnja podjetniška aktivnost in stopnja konkurenčnosti



GEM Slovenija 2012

V nadaljevanju predstavljamo povezavo med stopnjo konkurenčnosti in aspiracijami po rasti števila zaposlenih, inovativnostjo in stopnjo internacionalizacije slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov ter jih primerjamo z ustaljenimi podjetniki. To bomo interpretirali s pomočjo koncepta strategije modrega oceana (ang. *blue ocean strategy*), ki sta ga uveljavila Chan Kim in Renée Mauborgne (2005). Za potrebe naše analize bomo manj konkurenčna tržišča poenostavljeno interpretirali kot tržišča modrega oceana (novi trgi z malo ali nič konkurence), tržišča z veliko konkurentov pa kot tržišča rdečega oceana (»krvavi« oceani, z veliko konkurence). Uvodoma bomo prikazali demografske značilnosti obeh opazovanih skupin – nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov – v odvisnosti od stopnje konkurenčnosti tržišč, na katera vstopajo oziroma na njih trgujejo.

6.2 KONKURENČNOST IN DEMOGRAFIJA

Moški so bistveno bolj podjetniško aktivni od žensk. Leta 2012 je bilo v Sloveniji nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnic manj kot četrtnina. Skoraj 60 % nastajajočih in novih podjetnikov vstopa na trge z malo ali nič konkurence. Razlika med moškimi in ženskami je relativno majhna (2 %). Pri ustaljenih podjetnikih je rezultat nasproten. Le tretjina (32 %) žensk in 43 % moških ustaljenih podjetnikov posluje na tržiščih modrega oceana. Takšen vzorec nakazuje, da nastajajoči in novi podjetniki načrtujejo vstop na nišne trge, najverjetneje z inovativnimi proizvodi, medtem ko se ustaljeni podjetniki bolj potegujejo za obstoječe tržne deleže na konkurenčnejših trgih.

Tabela 20: Konkurenčnost in spol – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
SPOL		
ženske (24 %)	42 %	58 %
moški (76 %)	40 %	60 %

Tabela 21: Konkurenčnost in spol – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
SPOLO		
ženske (24 %)	68 %	32 %
moški (76%)	57 %	43 %

Nastajajoči in novi podjetniki v vseh starostnih skupinah relativno pogosto vstopajo na trge z manj ali nič konkurence – v najvišjem deležu (62 %) predstavniki najmlajše skupine (18–34 let), ki jih je v vzorcu največ (41 %). Rezultat nas navaja k ugotovitvi, da najmlajša skupina išče priložnosti na novih, nišnih trgih. Nasprotno je v skupini ustaljenih podjetnikov najvišji delež (60 %) najstarejše starostne skupine (45–64 let). Ustaljeni podjetniki v vseh starostnih skupinah bolj konkurirajo na trgih z veliko konkurence.

Tabela 22: Konkurenčnost in starost – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
STAROST		
18–34 let (41 %)	38 %	62 %
35–44 let (32 %)	47 %	53 %
45–64 let (27 %)	41 %	59 %

Tabela 23: Konkurenčnost in starost – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
STAROST		
18–34 let (11 %)	69 %	31 %
35–44 let (29 %)	62 %	38 %
45–64 let (60 %)	57 %	43 %

Človeški kapital odraža posameznikovo vlaganje v znanje in veščine (Becker 1964). V tabelah 24 in 25 prikazujemo stopnjo izobrazbe nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov, razdeljeno v dve skupini: tistih, ki so dosegli najmanj srednjo stopnjo izobrazbe, in tistih, ki imajo vsaj višjo stopnjo izobrazbe. Med obravnavanimi skupinama podjetnikov (zgodnji v primerjavi z ustaljenimi podjetniki) ni razlike v deležu glede na raven dosežene izobrazbe. Med vsemi podjetniki jih v obeh skupinah 55 % dosega vsaj višjo stopnjo izobrazbe. Med nastajajočimi in novimi podjetniki višje izobraženi posamezniki v večji meri (66 %) načrtujejo svoje poslovanje na trgih modrega oceana. Tudi glede stopnje izobrazbe je v skupini ustaljenih podjetnikov situacija nasprotna. Podjetniki obeh izobrazbenih ravni so intenzivneje prisotni na trgih z veliko konkurence (ok. 60 %).

Tabela 24: Konkurenčnost in izobrazba – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109),
GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
IZOBRAZBA		
srednja in manj (45 %)	44 %	56 %
višja in več (55 %)	34 %	66 %

Tabela 25: Konkurenčnost in izobrazba – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
IZOBRAZBA		
srednja in manj (45 %)	60 %	40 %
višja in več (55 %)	59 %	41 %

V tabeli 26 prikazujemo tudi razmerje med stopnjo konkurenčnosti in motivacijo, ki je posameznika spodbudila k podjetniški aktivnosti – zaznana priložnost v primerjavi z nujo. Znatno večji delež (60 %) nastajajočih in novih podjetnikov, ki se podajajo na podjetniško pot zaradi zaznane podjetniške priložnosti, načrtuje poslovanje na tržiščih z malo oziroma nič konkurence. Takšen rezultat potrjuje dejstvo, da podjetniki iz nuje poslujejo na bolj konkurenčnih trgih, in to s proizvodi in/ali storitvami, ki ne predstavljajo novosti za potencialne kupce.

Tabela 26: Konkurenčnost in motivacija – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109),
GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
MOTIVACIJA		
priložnost (93 %)	40 %	60 %
nujnost (7 %)	63 %	38 %

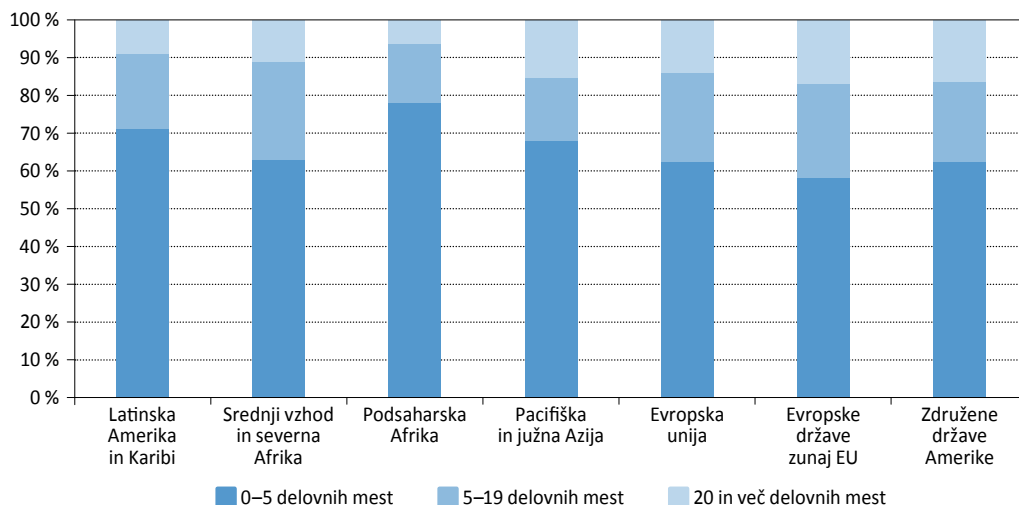
6.3 KONKURENČNOST IN USMERJENOST V RAST

V raziskavi GEM merimo usmerjenost v rast s pomočjo podjetnikove ocene rasti podjetja in njegovega mnenja o pričakovanem številu novih delovnih mest v prihodnjih petih letih. Gre torej za podjetnikova pričakovanja, zato je treba opozoriti, da so zlasti pri nastajajočih in novih podjetnikih lahko precej optimistična in ni nujno, da se bodo dejansko tudi realizirala. Hkrati dosedanje raziskave kažejo, da se rast redko udejanji ob odsotnosti podjetnikovih pričakovanj ali ambicij po rasti (Stam idr. 2012). Dosedanje raziskave so si tudi bolj ali manj enotne v ugotovitvi,

da so k rasti usmerjeni podjetniki relativno mladi moški, visoko izobraženi in relativno premožni v smislu družinskih prejemkov (Autio in Acs 2010; Bosma 2009; Terjesen in Szerb 2008).

Na *sliki 39* prikazujemo pričakovano rast števila zaposlenih nastajajočih in novih podjetnikov po geografskih regijah. Iz prikaza je moč razbrati, da so pričakovanja po rasti števila zaposlenih po regijah precej različna. Ta podatek je še posebej zanimiv zaradi dejstva, da posamezna gospodarstva sicer lahko imajo precejšnjo podjetniško aktivnost, vendar ti podjetniki zaposlujejo zgolj enega človeka ali le nekaj ljudi, medtem ko je v drugih gospodarstvih lahko manj podjetnikov, vendar v svojih podjetjih dosegajo višje stopnje pričakovane rasti zaposlitev. Na *sliki 39* je prikazana pričakovana rast števila zaposlenih kot odstotek TEA za posamezno geografsko regijo. Prikazane so tri stopnje rasti njihovih podjetij: delež podjetnikov, ki napovedujejo nizko stopnjo rasti (0–5 novih zaposlitev v naslednjih petih letih), srednjo stopnjo rasti (6–19 novih zaposlitev) ali visoko stopnjo rasti (20 in več novih zaposlitev).

Slika 39: Zgodnja podjetniška aktivnost, pričakovana rast števila zaposlenih po geografskih regijah

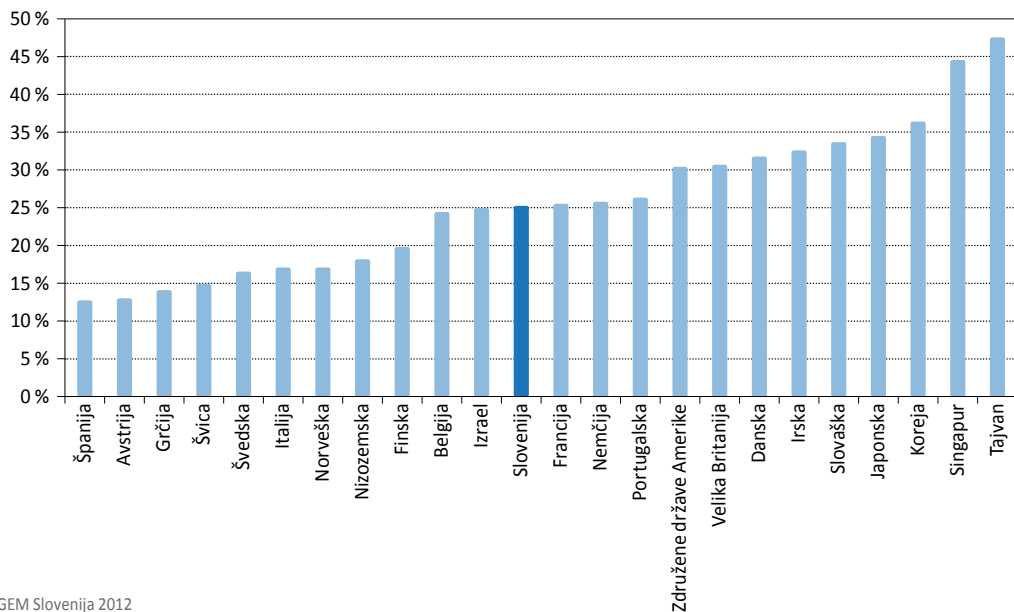


GEM 2012

Najnižje aspiracije po rasti števila zaposlenih beleži Podsaharska Afrika, kjer 80 % zgodnjih podjetnikov v prihodnjih petih letih načrtuje manj kot pet zaposlitev. V evropskih državah, ki niso članice EU, kljub relativno nizki stopnji indeksa TEA skupaj petina zgodnjih podjetnikov predvideva rast v višini 20 in več zaposlitev. ZDA izkazujejo visok delež pričakovane rasti (20 in več) ob sočasnem visokem indeksu TEA v skupini inovacijskih gospodarstev. Podobno visoka pričakovanja ob sočasno visokem indeksu TEA izražajo še Turčija, Latvija, Singapur, Kitajska in Kolumbija.

V nadaljevanju je na *sliki 40* prikazan delež nastajajočih in novih podjetnikov v skupini inovacijskih gospodarstev, ki v prihodnjih petih letih načrtujejo več kot pet novih zaposlitev. Slovenija se s 26 % uvršča v vrh spodnje sredine obravnavanih držav. Najvišje uvrščene države so Japonska, Koreja, Singapur in Tajvan, najnižja pričakovanja v smislu rasti števila novih delovnih mest pa beležijo Španija, Avstrija in Grčija.

Slika 40: Pričakovano zaposlovanje zgodnjega podjetništva (več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih)



GEM Slovenija 2012

Delež podjetnikov, ki pričakujejo rast števila zaposlenih, se bistveno razlikuje med opazovanima skupinama nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov. V skupini prvih je – kot že rečeno – takšnih, ki načrtujejo več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih, 26 %. Med ustaljenimi podjetniki smo jih identificirali 35 %. Rezultat nas navaja k dejstvu, da so zaradi trenutne gospodarske situacije zgodnji podjetniki precej previdni v svojih pričakovanjih glede rasti števila zaposlenih v prihodnjem petletnem obdobju. Spodbudnejša je ugotovitev, da jih med tistimi, ki imajo aspiracije po rasti zaposlovanja, kar 71 % načrtuje vstop na trge z malo ali nič konkurence. Vzorec nas navaja k dejstvu, da večina ambicioznih, zgodnjih podjetnikov svoje ambicije namerava uresničevati z večanjem tržnih deležev na novih – nišnih trgih. V smislu tržišč modrega oceana lahko ugotovimo, da večina ambicioznih podjetnikov verjame, da je za realizacijo njihovih pričakovanih glede rasti dovolj neizkoriščenih trgov (modrih oceanov) oziroma jih je moč ustvariti.

Tabela 27: Konkurenčnost in rast števila zaposlenih – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
RAST		
aspiracije po rasti števila zaposlenih (več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih; 26 %)	29 %	71 %

Kljub temu da je delež ustaljenih podjetnikov (35 %), ki načrtujejo več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih, precej višji v primerjavi z deležem zgodnjih podjetnikov, ugotavljamo, da je

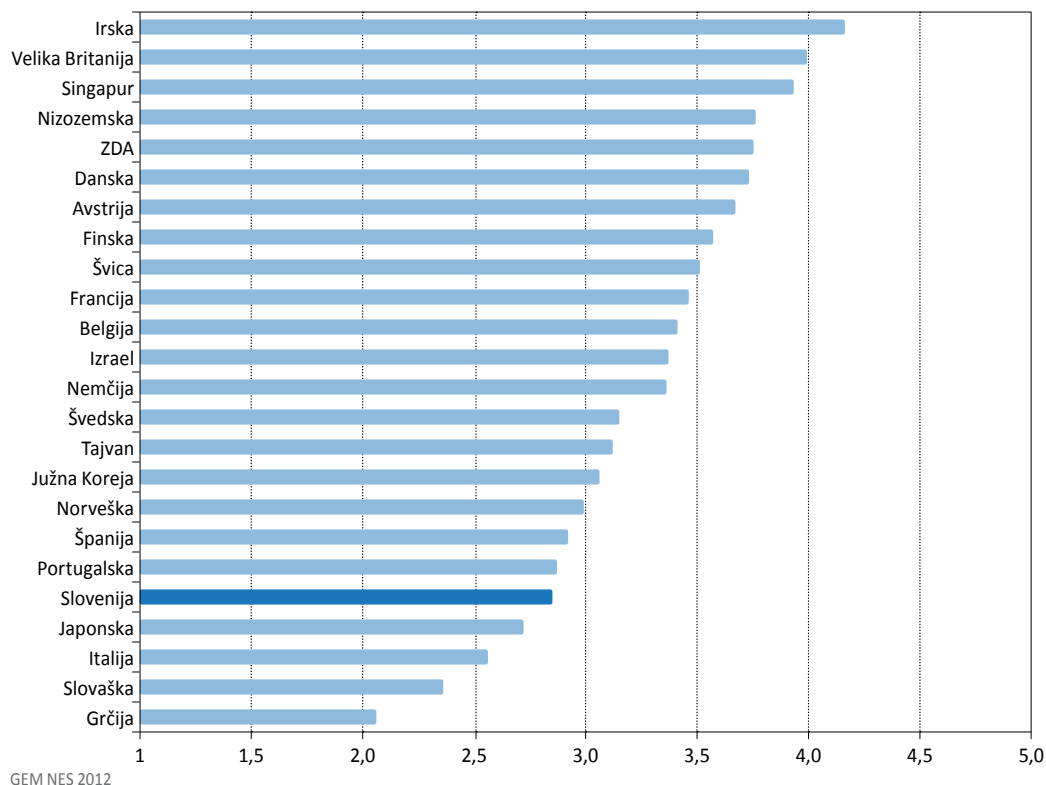
njihov delež znatno nižji na tržiščih z malo ali nič konkurence (71 % v primerjavi s 55 %). Sklenemo lahko, da večina ambicioznih podjetnikov verjame, da je strategija modrega oceana dejansko uporabna dolgoročna strategija za preživetje ustaljenih podjetnikov, kar je skladno z empiričnimi ugotovitvami Burka in soavtorjev (2008).

Tabela 28: Konkurenčnost in rast števila zaposlenih – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
RAST		
aspiracije po rasti števila zaposlenih (več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih; 35 %)	45 %	55 %

Podporo za rast podjetij so na lestvici od 1 do 5 po petih komponentah ocenjevali tudi nacionalni izvedenci, ki so v Sloveniji ocenili to področje s povprečno oceno 2,85. Med inovacijskimi državami nas to uvršča na sam rep lestvice, saj se za Slovenijo uvrščajo zgolj Japonska, Italija, Slovaška in Grčija. Na *sliki 41* lahko razberemo, da imajo med inovacijskimi gospodarstvi po oceni nacionalnih izvedencev v povprečju najmočnejšo podporo za rast podjetja na Irskem, v Veliki Britaniji in Singapurju.

Slika 41: Podpora za rast podjetij, inovacijska gospodarstva



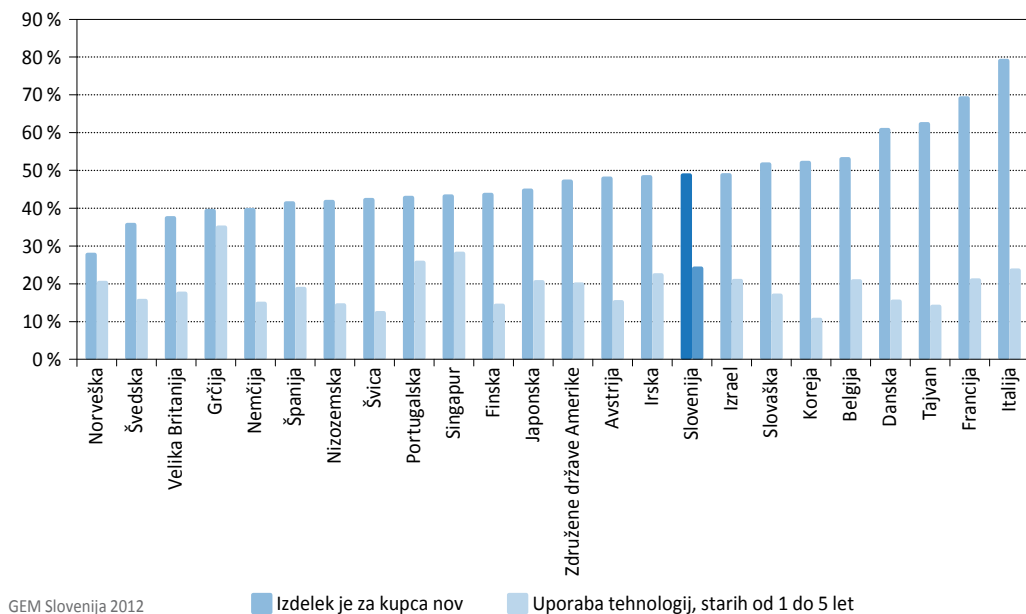
6.4 KONKURENČNOST IN INOVATIVNOST

Podjetniki se med seboj razlikujejo po stopnji in tipu novosti, ki jih uvajajo na trg. Inovativnost podjetnika je odvisna tako od individualnih lastnosti posameznika kakor tudi od značilnosti okolja, v katerem deluje. Raziskave kažejo (Koellinger 2008), da so na individualni ravni s podjetnikovo inovativnostjo značilno povezani njegova stopnja izobrazbe, brezposelnost in visoka stopnja samozaupanja. Hkrati morajo v širšem okolju obstajati objektivne možnosti za izrabo podjetniških poslovnih priložnosti. V vseh državah sveta obstajajo inovativne in posnemovalne oblike podjetništva. Medtem ko inovatorji konkurirajo pretežno s pomočjo kakovosti, posnemovalci to počno s ceno. S Schumpetrovega vidika (1934) posnemovalci vstopajo na trge potem, ko so inovatorji ravnovesne trge spravili iz ravnovesja. Podjetniki iz više razvitih nacionalnih gospodarstev so aktivnejši na področju inovativnih in ne zgolj posnemovalnih oblik konkuriranja.

Inovativnost vključuje spreminjanje proizvodov, storitev in delovnih procesov (Schumpeter 1934). S pomočjo podatkov GEM lahko ugotovimo, ali nastajajoči in novi ter ustaljeni podjetniki inovirajo v smislu uvajanja novih proizvodov in/ali storitev, ki jih imajo kupci za nove, uporabe novih tehnologij (inoviranje procesov) in glede na raven tehnološke razvitosti panoge, v kateri poslujejo.

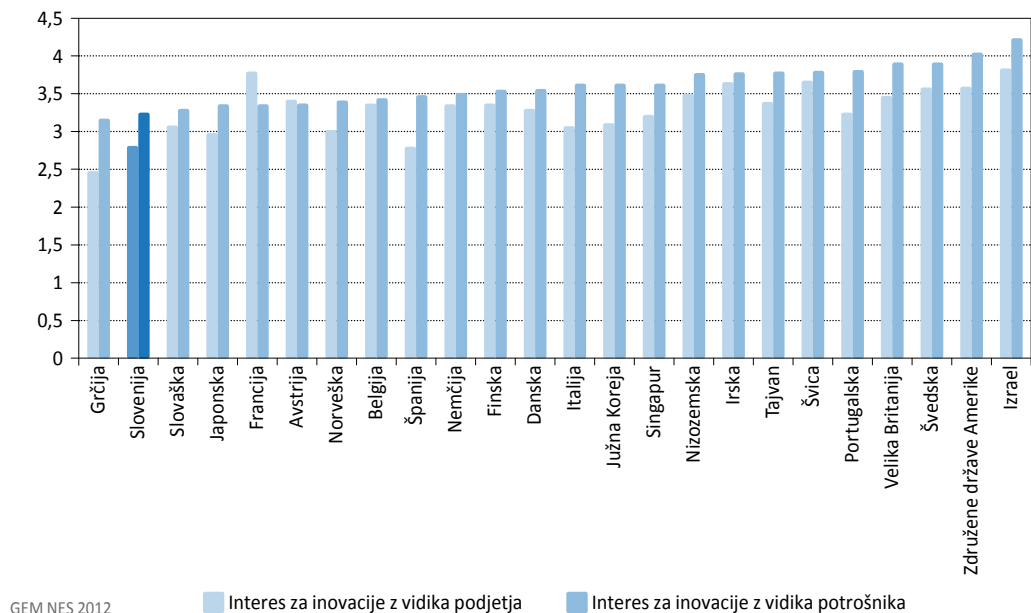
Na *sliki 42* prikazujemo dve meri. Prva meri delež nastajajočih in novih podjetnikov, ki menijo, da so proizvodi in/ali storitve, ki jih ponujajo, za kupce novi (50 %). Druga mera prikazuje delež tistih, ki menijo, da uporabljajo relativno nove tehnologije – takšne, ki niso starejše od pet let. V Sloveniji je delež teh zgodnjih podjetnikov 25 %. Upoštevaje obe meri, se med inovacijskimi gospodarstvi Slovenija uvršča na sedmo mesto. Najviše se je v obravnavani skupini gospodarstev uvrstila Italija in za njo Francija, najslabše pa sta se odrezali Švedska in Norveška. Seveda je treba rezultate interpretirati v luči razvitosti obravnavanega nacionalnega gospodarstva. Dejstvo namreč je, da bolj razvito ko je gospodarstvo, nižja je stopnja dojetanja novosti novih proizvodov in/ali storitev.

Slika 42: Zgodnja podjetniška aktivnost z novimi izdelki in uporabo novih tehnologij



Nacionalni izvedenci so na lestvici od 1 do 5 po petih komponentah ocenjevali tudi interes za inovacije v poslovnem okolju. Tako z vidika podjetja kot tudi z vidika potrošnika je interes za inovacije v Sloveniji med inovacijskimi gospodarstvi ocenjen zelo slabo. Nacionalni izvedenci v Sloveniji so to področje z vidika podjetja ocenili s povprečno oceno 2,8, kar pomeni, da se za Slovenijo na lestvici inovacijskih držav po tem področju uvrščata zgolj Španija in Grčija. Še slabše pa je ocenjen interes za inovacije z vidika potrošnika, pri čemer zaseda Slovenija neslavno predzadnje mesto med 24 inovacijskimi državami s povprečno oceno 3,24. Za nami se je na lestvici uvrstila le Grčija.

Slika 43: Interes za inovacije z vidika podjetja in potrošnika, inovacijska gospodarstva



V povprečju 50 % nastajajočih in novih podjetnikov meni, da uvajajo proizvode in/ali storitve, ki so novi za vse oziroma vsaj nekatere kupce. Kar 73 % slednjih vstopa na trge z omejeno konkurenco. Le 27 % jih namerava konkurirati na visokokonkurenčnih trgih. Takšen vzorec nas navaja k dejstvu, da je posnemanje nekoliko pogostejša strategija podjetnikov na zelo konkurenčnih trgih, medtem ko je inoviranje proizvodov in/ali storitev običajnejše na trgih z malo ali nič konkurence (modri oceani), kar je tudi sicer bistvo vsakega inoviranja – najti izdelke ali storitve, ki bodo presegle obstoječo konkurenco in zadovoljili potrebe, za katere še ni zadostne ponudbe. Odstotek ustaljenih podjetnikov, ki menijo, da so njihovi proizvodi in/ali storitve novi za vse oziroma nekatere kupce, je znatno nižji (33 %). Tudi delež tistih, ki konkurirajo na nižnjih trgih, je precej nižji (58 %) v primerjavi z zgodnjimi podjetniki. Kar 42 % ustaljenih podjetnikov tako ohranja svoj položaj na trgu s posnemanjem in drenjanjem na visokokonkurenčnih trgih.

Tabela 29: Konkurenčnost in inovativnost – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
INOVATIVNOST		
uvajanje novih proizvodov in/ali storitev, ki jih imajo kupci za nove (50 %)	27 %	73 %
uporaba najnovejših tehnologij (6 %)	29 %	71 %
podjetja iz visokotehnoloških panog (12 %)	46 %	54 %

Zaskrbljujoč je podatek o nizkem deležu tistih zgodnjih in ustaljenih podjetnikov, ki uporabljajo nove tehnologije (npr. tehnologije, ki so na voljo od preteklega leta). Teh je med nastajajočimi in novimi podjetniki le 6 %, med ustaljenimi pa le še 4 %. Vzorec njihovega konkuriranja je podoben. Nekoliko pogosteje so na trgih z malo ali nič konkurence prisotni nastajajoči in novi podjetniki (71 %). 60 % ustaljenih podjetnikov konkurira na nižnjih trgih. Sklenemo lahko, da so strategije modrega oceana primernejše za podjetja, ki uporabljajo sodobnejše tehnologije, ki jih je težje posnemati.

Zanimala nas je tudi raven konkuriranja podjetij, ki smo jih identificirali kot podjetja iz visokotehnoloških panog. Delež slednjih je kar za polovico večji v skupini nastajajočih in novih podjetnikov v primerjavi z ustaljenimi (12 % v primerjavi s 6 %). Predpostavljamo lahko, da nastajajoči in novi podjetniki zaznavajo precej več poslovnih priložnosti v visokotehnoloških panogah. Zanimiva pa je raven njihovega konkuriranja. Med nastajajočimi in novimi le dobra polovica (54 %) podjetij iz visokotehnoloških panog konkurira na trgih z malo ali nič konkurence, kar pomeni, da skušajo s posnemanjem vstopati na zasičene trge rdečega oceana, čeprav se identificirajo kot visokotehnološka podjetja. Ustaljeni podjetniki so v tem pogledu realnejši. Zavedajo se, da je v visokotehnoloških panogah, v katerih je stopnja posnemanja zelo hitra, moč konkurirati na nižnjih trgih z visoko stopnjo inovativnosti proizvodov in/ali storitev. Kar 83 % jih tako ocenjuje, da konkurirajo na trgih z malo ali nič konkurence.

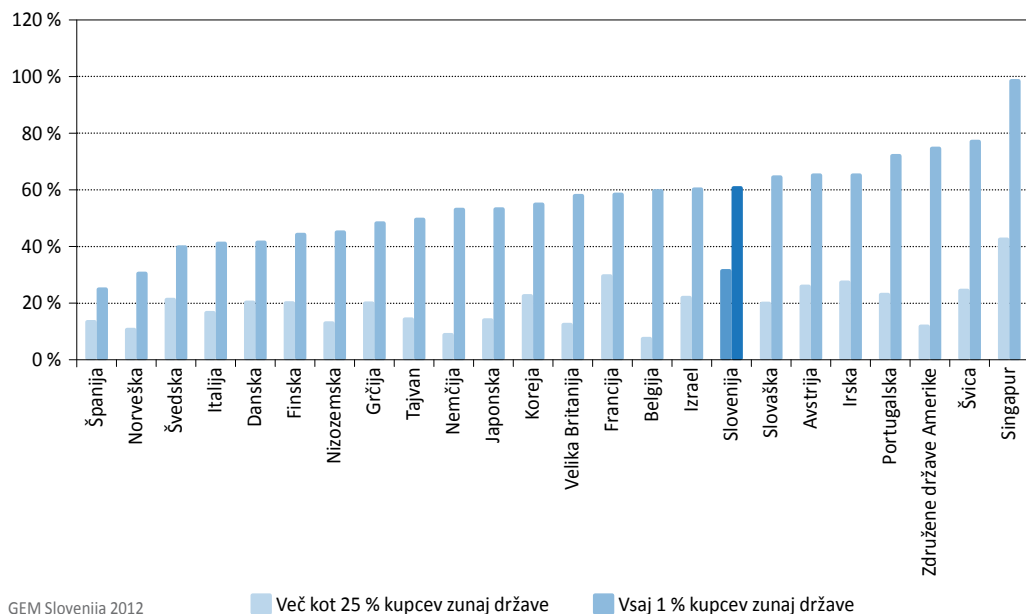
Tabela 30: Konkurenčnost in inovativnost – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
INOVATIVNOST		
uvajanje novih proizvodov in/ali storitev, ki jih imajo kupci za nove (33 %)	42 %	58 %
uporaba najnovejših tehnologij (4 %)	40 %	60 %
podjetja iz visokotehnoloških panog (6 %)	17 %	83 %

6.5 KONKURENČNOST IN INTERNACIONALIZACIJA

Tretji kriterij podjetniških aspiracij je mednarodna naravnost nastajajočih in novih podjetnikov. Temelji na deležu kupcev iz tujine. Ta ocena zajema tako neposredni izvoz kakor tudi morebitno internetno prodajo v tujino, obiske tujih strank kot turistov in podobno. Internacionalizacija je tesno povezana z rastjo in konkurenčnostjo tako velikih kakor tudi malih podjetij. S pomočjo podatkov GEM identificiramo nastajajoče in nove podjetnike, ki ocenjujejo, da je več kot 25 % njihovih proizvodov in/ali storitev namenjenih kupcem zunaj države, in tiste, ki pričakujejo vsaj 1 % kupcev iz tujine.

Slika 44: Zgodnja podjetniška aktivnost inovacijskih gospodarstev z mednarodno usmerjenostjo



Analiza strukture zgodnjega podjetništva v skupini inovacijskih gospodarstev kaže, da je bil v Sloveniji leta 2012 delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov in storitev živi zunaj države (32 %), precej višji kot leta 2011, ko je bilo takšnih v povprečju 22,5 %. Na prvem mestu na lestvici inovacijskih gospodarstev pri tem kazalniku je Singapur. Slovenija se uvršča na drugo mesto med inovacijskimi gospodarstvi. V skupini učinkovitostnih gospodarstev izstopata Romunija in Hrvaška z visokim (nad 78 oziroma 73 %) deležem podjetnikov, ki ocenjujejo, da so njihovi proizvodi in/ali storitve vsaj deloma namenjeni izvozu.

Tabela 31: Konkurenčnost in internacionalizacija – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109),
GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
INTERNACIONALIZACIJA		
močna usmerjenost v internacionalizacijo – več kot 25 % kupcev v tujini (32 %)	28 %	72 %
šibka usmerjenost v internacionalizacijo – vsaj 1 % kupcev v tujini (61 %)	43 %	57 %

Analiza konkurenčnosti in mednarodne usmerjenosti zgodnjih podjetnikov kaže, da kar 32 % slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov načrtuje močno usmerjenost na mednarodne trge (več kot 25 % kupcev v tujini). Kar 61 % je takšnih, ki predvidevajo vsaj 1 % kupcev v tujini. Tak podatek je za Slovenijo, ki ima majhno lokalno tržišče, seveda pričakovan. Pričakovana je tudi ugotovitev, da intenzivneje mednarodno usmerjena podjetja načrtujejo poslovanje na manj konkurenčnih – nišnih trgih (72 %), medtem ko dobri dve petini šibko mednarodno usmerjenih podjetij namerava poslovati na trgih z veliko obstoječe konkurence (43 %) – predvidevamo lahko, da s posnemanjem strategij obstoječih konkurentov.



Miroslav REBERNIK
Polona TOMINC
Karin ŠIREC

Razvojne ambicije podjetnikov in podjetnic v Sloveniji = Growth aspirations of Slovenian entrepreneurs

Naše gospodarstvo, 2005, let. 51, št. 1/2, str. 19–32

V prispevku avtorji analizirajo razvojno naravnost podjetnikov in podjetnic mikro, malih in srednje velikih podjetij (MSP) v Sloveniji. Najprej primerjajo uspešnost slovenskih podjetij z evropskimi, nato pa analizirajo razvojne ambicije tako ustaljenih kot tudi nastajajočih in novih podjetnikov in podjetnic. Osnovno izhodišče analize so bile ugotovitve, opravljene v okviru raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM), da imajo slovenski podjetniki visoka pričakovanja glede razvojnih možnosti svojih podjetij, hkrati pa je smrtnost podjetij v Sloveniji zelo visoka. Te ugotovitve so avtorje spodbudile tudi k analizi človeškega kapitala.

Viri podatkov. Pri raziskovanju opisane problematike so avtorji uporabili podatkovne baze v okviru raziskav Global Entrepreneurship Monitor (GEM) in Slovenski podjetniški observatorij. Podatkovna podlaga GEM-a je vzorec odrasle populacije v državi, ki je leta 2002 štel 2030, leta 2003 pa 2012 anketirancev. Pri analiziranju ustalenega podjetništva so uporabili tudi podatke, pridobljene v okviru Slovenskega podjetniškega observatorija leta 2003. V vzorec je bilo zajetih skupaj 672 MSP v Sloveniji.





Spoznanja. Avtorji prispevek končujejo s pregledom ovir, ki najpogosteje preprečujejo boljše poslovanje podjetij. Ugotavljajo, da so slovenski podjetniki prepričani v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo. Lastniki oziroma solastniki srednje velikih podjetij imajo statistično značilno višjo povprečno stopnjo izobrazbe kot lastniki oziroma solastniki mikro in malih podjetij. Obstaja statistično značilna pozitivna povezava med doseženo stopnjo izobrazbe in prepričanjem v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti. Med novimi in nastajajočimi podjetniki obstaja bistveno večja, statistično značilna povezava med vsemi komponentami človeškega kapitala (sposobnostjo zaznavanja poslovnih priložnosti, zaupanjem v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti, strahom pred neuspehom). Posamezniki, ki se vključujejo v podjetniško aktivnost v Sloveniji, imajo v primerjavi s posamezniki v drugih evropskih državah relativno visoka pričakovanja glede razvojnih možnosti svojih podjetij. Najpogosteje navajane ovire za boljše poslovanje podjetij so pomanjkanje finančnih virov, administrativne obremenitve in pomanjkanje izobražene delovne sile. Najpomembnejši oviri za pridobivanje dodatnih finančnih virov s financiranjem pri poslovnih bankah sta previsoka obrestna mera in previsoko zavarovanje kreditov, ki jih banke zahtevajo. Administrativni opravili, ki vzameta največ časa, sta predvsem pridobivanje različnih dovoljenj za poslovanje in prenos dejavnosti na drugega lastnika; zaposlitev novega delavca pa predstavlja najmanjšo med obravnavanimi administrativnimi obremenitvami. Podjetja, ki jih pestijo težave zaradi pomanjkanja izobražene in usposobljene delovne sile, največkrat ne skrbijo za razvijanje znanja, izkušenj, veščin in spretnosti svojih zaposlenih in za to tudi nimajo izdelanega ustreznega načrta.

Vse navedeno kaže na to, da je treba resno razmisliti, ali so ukrepi pospeševalnih mehanizmov podjetništva usmerjeni v pravo tarčo. Ali jih ne bi kazalo bolj osredotočiti na tiste podjetnike, ki izkazujejo višje aspiracijske ravni? V prizadevanjih za učinkovitejše poslovanje MSP se ukrepi bržkone dotaknejo samo tistih podjetij, ki imajo visoke aspiracijske ravni, tistih z omejenimi aspiracijskimi ravni pa ne. Nujni so torej razmisleki ne samo o tem, kako dvigniti aspiracijske ravni slovenskih podjetnikov, ampak tudi o tem, kako pripomoči, da bodo njihova pričakovanja realna. Vendar pa avtorji poudarjajo, da je treba pri tem vselej računati na to, da je v vsakem okolju določeno število podjetnikov, ki imajo omejene aspiracijske ravni in nikoli ne bodo del prizadevanj za uspešnejše in učinkovitejše poslovanje in gospodarsko rast.

7 Mednarodne migracije in podjetništvo

Raziskave kažejo, da so podjetniki, ki so priseljenci ali njihovi potomci, lahko pomemben vir gospodarske rasti in konkurenčnosti gospodarstva tako v državi, v katero so se priselili, kot v državi, iz katere izhajajo.ocene v ZDA kažejo, da naj bi podjetniki priseljenci zagotavljali več kot pol milijona delovnih mest (Drew Hohn idr. 2010), prav tako pa pozitivno učinkujejo tudi na gospodarstvo držav, iz katerih izhajajo, kar naj bi bilo še posebej pomembno za manj razvite države, kot so Tajvan, Kitajska, Indija (Saxenian 2006).

Priseljenci se razlikujejo po nagnjenosti k podjetništvu, po motiviranosti ter želji po samozaposlitvi od tistih, ki so ostali v matični državi, krati pa so značilnosti podjetij priseljencev značilno različne od značilnosti podjetij domačinov oziroma domačih podjetnikov – take značilnosti so na primer tržni segmenti, ki jih pokrivajo, nagnjenost k rasti in inovativnost (Constant in Zimmermann 2006; De La Vega idr. 2008; Brixy idr. 2011 itd.).

Raziskava GEM je leta 2012 vključevala mednarodne migracije in podjetništvo kot posebno temo, analiza pa je zajemala predvsem učinke podjetniške aktivnosti priseljencev v državah, v katerih podjetniško delujejo, predvsem rast, inovativnost in mednarodno usmerjenost njihovih podjetij.

Večina rezultatov raziskave je prikazana na agregatni ravni skupin držav oziroma gospodarstev, saj tako prispevamo k večji robustnosti rezultatov – podatkovna baza zgolj enoletnega cikla raziskave žal ne omogoča analiz na ravni posameznega gospodarstva, kljub temu pa za dodatno ilustracijo prikazujemo tudi nekatere rezultate, ki se nanašajo na Slovenijo. Toda te rezultate je treba obravnavati z zadržkom, saj je bilo zaradi siceršnje nizke stopnje podjetništva v Sloveniji in prevladujoče nepriseljenske strukture prebivalstva v vzorcu 2.010 anketiranih odraslih prebivalcev leta 2012 identificiranih samo 14 priseljencev, ki so se vključevali v zgodnjo podjetniško aktivnost.

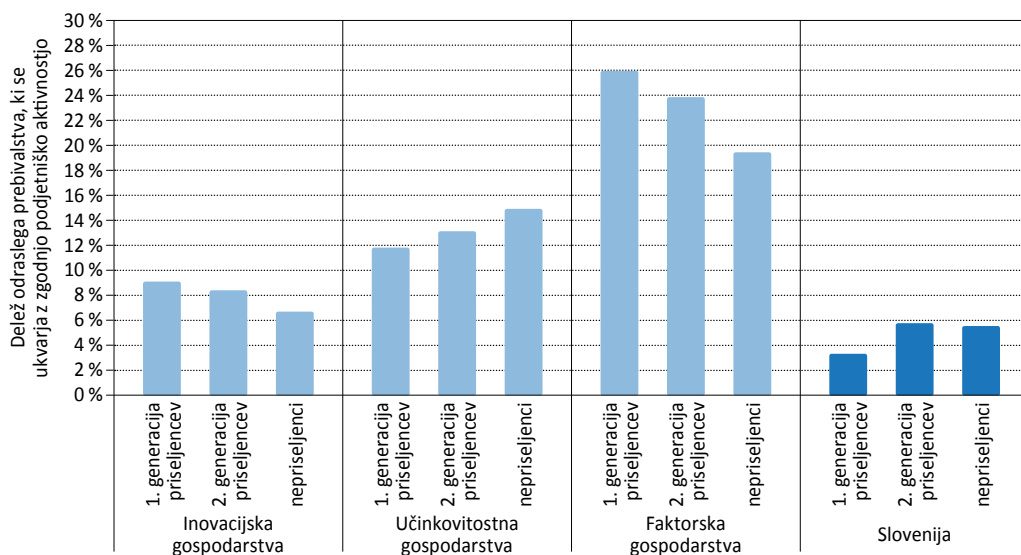
V analizi ločimo priseljence prve in druge generacije. Priseljenci prve generacije so tisti posamezniki, ki niso bili rojeni v državi, v kateri živijo. Priseljenci druge generacije pa so tisti posamezniki, katerih mati in/ali oče sta bila rojena drugje, ne v državi, v kateri živijo.

7.1 PODJETNIŠKA AKTIVNOST IN MOTIVIRANOST ZA PODJETNIŠTVO

Na *sliki 45* so prikazane vrednosti indeksov TEA prve in druge generacije priseljencev v posamezni skupini gospodarstev (inovacijska, učinkovitostna ter faktorska gospodarstva glede na stopnjo razvitosti gospodarstva) ter indeksov TEA nepriseljencev. Nepriseljenci so tisti posamezniki, ki se ne sami ne njihovi starši niso priselili v državo, v kateri živijo. Ugotovimo lahko, da se stopnje podjetniške aktivnosti tako prve kot druge generacije priseljencev v treh skupinah držav razlikujejo podobno, kot to velja za zgodnjo podjetniško aktivnost v celoti, kar kaže na to, da imajo dejavniki okolja, kot so ekonomski, institucionalni ter kulturno-družbeni, ki so značilni za posamezno fazo gospodarske razvitosti, podoben vpliv na podjetniško aktivnost priseljencev in nepriseljencev.

V inovacijskih in faktorskih gospodarstvih so pripadniki prve generacije priseljencev v povprečju bolj podjetniško aktivni kot pripadniki druge generacije ter nepriseljenci. V učinkovitostnih gospodarstvih pa se kaže nasproten vzorec: v povprečju so najbolj podjetniško aktivni nepriseljenci, pripadniki prve generacije priseljencev pa najmanj. Kot vidimo na *sliki 45*, je po teh značilnostih Slovenija bolj podobna učinkovitostnim gospodarstvom kot inovacijskim, kamor spada glede na stopnjo BDP na prebivalca. Pripadniki prve generacije priseljencev so v povprečju najmanj podjetniško aktivni (3,34 %), pripadniki druge generacije priseljencev ter nepriseljenci pa kažejo večjo podjetniško aktivnost (5,78 % in 5,55 %).

Slika 45: Vrednosti indeksov TEA med pripadniki prve in druge generacije priseljencev ter nepriseljencev v posameznih skupinah gospodarstev ter v Sloveniji

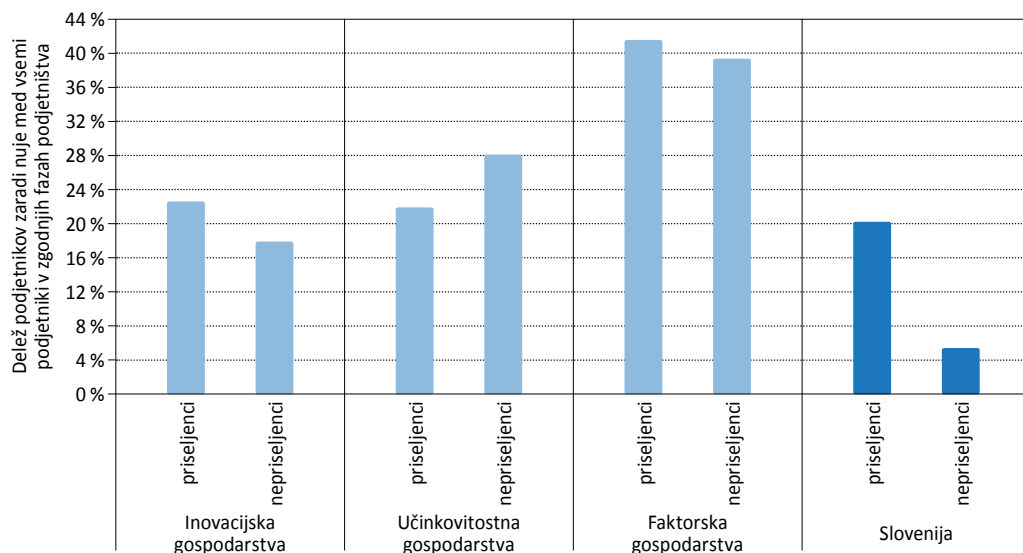


GEM Slovenija 2012

V raziskavi GEM ločimo dva glavna motiva za vključevanje v zgodnjo podjetniško aktivnost: izkoriščanje zaznane poslovne priložnosti ali nuja, ko posameznik nima drugih, boljših možnosti za dohodek. Na *sliki 46* prikazujemo delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki so bili v samostojno podjetniško pot prisiljeni, saj za preživetje niso imeli drugih možnosti. Pri tem lahko

pričakujemo še, da je za priseljence v državi mnogokrat težje dobiti redno zaposlitev pri neki organizaciji ali podjetju, kot to v povprečju velja za druge prebivalce, zato bi lahko pričakovali, da bodo deleži podjetnikov, katerih motiv je nuja, višji med priseljenci kot med nepriseljenci.

Slika 46: Delež podjetnikov zaradi nuje med vsemi podjetniki v zgodnjih fazah podjetništva med priseljenci in nepriseljenci v posameznih skupinah gospodarstev ter v Sloveniji



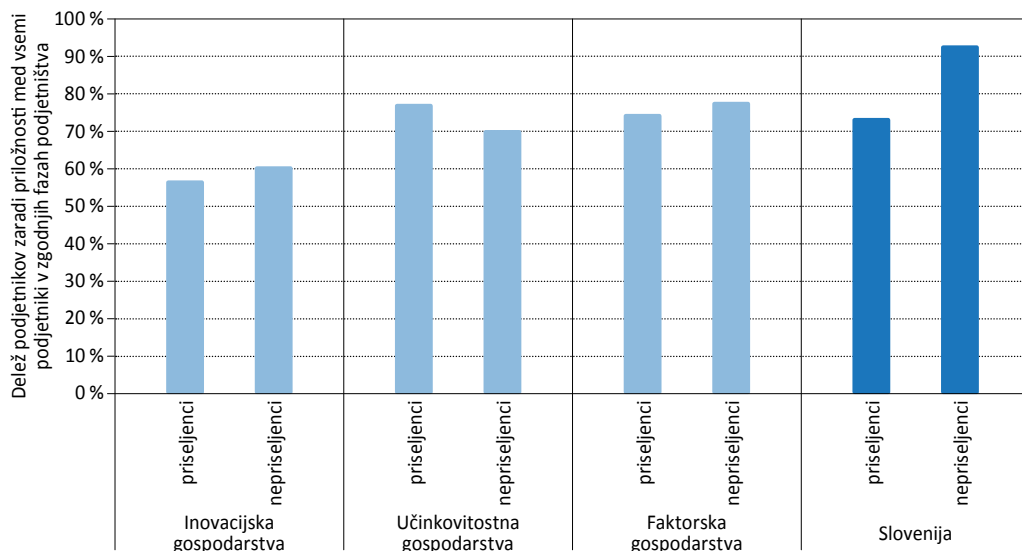
GEM Slovenija 2012

Vidimo, da to v Sloveniji tudi res velja. Med podjetniki, ki so pripadniki prve ali druge generacije priseljencev, jih je v povprečju petina začela s podjetništvom zato, ker so na tak način ustvarili vir dohodka za preživetje zase ali za svojo družino. Med podjetniki nepriseljenci je v povprečju v Sloveniji takih le dobrih 5 %.

Toda pri analizi agregiranih podatkov (izračunana so netehtana povprečja) po skupinah držav glede na stopnjo gospodarske aktivnosti takšna razporeditev ne velja. Povprečne stopnje podjetniške aktivnosti zaradi nuje med podjetniki priseljenci in podjetniki nepriseljenci so v vseh treh skupinah gospodarstev zelo podobne, v učinkovitostnih gospodarstvih pa je podjetništvo zaradi nuje med nepriseljenci celo nekoliko pogostejše kot med podjetniki priseljenci.

Pričakovano pa obratno sliko kaže delež podjetništva, v katerega so se vključili posamezniki zato, da bi izkoristili obetavno poslovno priložnost (slika 47). Med podjetniki priseljenci je v Sloveniji takih v povprečju 73,48 %, kar je povsem primerljivo s povprečjem (netehtana aritmetična sredina) v skupini inovacijskih gospodarstev (74,22 %).

Slika 47: Delež podjetnikov zaradi priložnosti med vsemi podjetniki v zgodnjih fazah podjetništva med priseljenci in nepriseljenci v posameznih skupinah gospodarstev ter v Sloveniji



GEM Slovenija 2012

V analizi podjetniške aktivnosti priseljencev glede na to, iz katere države so sami ali njihovi starši, če gre za priseljence druge generacije, je Xavier s sodelavci (2013) pokazal nekaj zanimivih značilnosti, ki jih povzemamo v nadaljevanju:

- Priseljenci, ki prihajajo iz učinkovitostnih gospodarstev, izkazujejo v povprečju nižje stopnje podjetniške aktivnosti kot priseljenci iz držav z inovacijskim tipom gospodarstev.
- V gospodarstvih učinkovitostnega tipa se priseljenci iz inovacijskih gospodarstev v povprečju manj pogosto vključujejo v podjetništvo iz nuje kot tisti, ki prihajajo iz faktorskih gospodarstev ali iz drugih učinkovitostnih gospodarstev.

To morda nakazuje (Xavier idr. 2013), da so posamezniki, ki se priselijo iz inovacijskih gospodarstev v manj razvito učinkovitostno gospodarstvo, manj motivirani z željo po preživetju oziroma ohranjanju dohodka, verjetno pa so njihovi motivi pogosteje usmerjeni v povečanje neodvisnosti in osebne svobode pri delu ter k povečanju dohodka. Zanimariti pa ne gre niti razmisleka, da imajo morda ti posamezniki primerno uporabniško izkušnjo iz svoje (bolj razvite države), ki jo je možno v novi državi preoblikovati v poslovno priložnost.

7.2 ZNAČILNOSTI PODJETNIŠTVA PRISELJENCEV

Podjetništvo, ki je usmerjeno v rast oziroma izkazuje možnosti za rast in zaposlovanje v prihodnosti, je zelo redko. Ker je v vzorcih proučevanih držav število identificiranih podjetnikov priseljencev nizko, so rezultati dovolj robustni le na agregatni ravni po skupinah gospodarstev, kar smo že poudarili. Podjetniki priseljenci, ki izkazujejo ambicije po rasti ter inovativnost in mednarodno vpetost svojega poslovanja, so namreč še posebej redki. Zato v nadaljevanju prikazujemo podatke zgolj za vse tri skupine gospodarstev, za faktorska, učinkovitostna ter inovacijska, in sicer posebej za podjetnike iz vrst prve ali druge generacije priseljencev in iz vrst nepriseljencev.

V tabeli 32 prikazujemo tri obravnavane značilnosti, in sicer:

- delež podjetnikov, ki pričakujejo povečanje delovnih mest za 10 ali več v prihodnjih petih letih, saj lahko podjetniška aktivnost priseljencev znatno pripomore h gospodarski rasti z ustvarjanjem novih delovnih mest;
- delež podjetnikov, ki s svojimi podjetji predstavljajo novost na tržišču; tukaj smo identificirali tiste podjetnike, katerih podjetniška aktivnost se nanaša na izdelke ali storitve, ki so novi in neznani za nekatere ali vse potencialne kupce ter za katere na tržišču hkrati obstaja le nekaj drugih ponudnikov ali celo nobeden;
- delež podjetnikov, ki vsaj del svojih izdelkov ali storitev prodajo zunaj države, saj je podjetništvo, usmerjeno v zunanje, različne tuje trge, v povprečju tudi trajnejše in bolj usmerjeno v rast (Xavier idr. 2013).

Tabela 32: Nekateri značilnosti podjetij in podjetnikov, ki so pripadniki prve ali druge generacije priseljencev ter nepriseljencev po skupinah gospodarstev, GEM 2012

	Delež podjetnikov, ki pričakujejo povečanje delovnih mest za 10 ali več v prihodnjih petih letih	Delež podjetnikov, ki s svojimi podjetji predstavljajo novost na tržišču	Delež podjetnikov, ki vsaj del svojih izdelkov ali storitev prodajo zunaj države
Faktorska gospodarstva			
1. generacija priseljencev	23,3	21,8	30,9
2. generacija priseljencev	18,5	19,4	35,4
nepriseljenci	10,2	19,3	31,2
Učinkovitostna gospodarstva			
1. generacija priseljencev	24,4	31,0	52,3
2. generacija priseljencev	24,2	28,1	51,5
nepriseljenci	16,2	24,3	29,8
Inovacijska gospodarstva			
1. generacija priseljencev	20,3	30,2	58,0
2. generacija priseljencev	19,4	30,9	58,9
nepriseljenci	14	30,6	47,3

Rezultati v tabeli 32 kažejo, da je podjetniška aktivnost priseljencev prve in druge generacije v povprečju bolj usmerjena v rast delovnih mest in zaposlovanja, kot to velja za podjetniško aktivnost nepriseljencev, razlike pa so tudi statistično značilne (Xavier idr. 2013). Pri analizi stopnje novosti, ki jo prinaša podjetniška aktivnost na tržišče, tako velikih razlik med priseljenci in nepriseljenci ni opaziti. Poleg tega je pri analizi novosti, ki jih s svojo podjetniško aktivnostjo ustvarja podjetnik priseljenec, mogoče predpostavljati, da veliko priseljencev ponuja izdelke in

storitve svoje države, ki so novost v državi, v katero so se priselili (na primer restavracije), a takšna aktivnost ne predstavlja inovativnosti v podjetništvu v pravem pomenu besede.

Pri mednarodni usmerjenosti podjetniške aktivnosti podjetnikov priseljencev in nepriseljencev je mogoče podoben vzorec opaziti v inovacijskih in učinkovitostnih gospodarstvih, v katerih so podjetniki priseljenci značilno bolj usmerjeni v internacionalizacijo svojih podjetij kot podjetniki nepriseljenci, kar velja tako za prvo kot za drugo generacijo priseljencev. Raziskave kažejo, da bi bilo večjo mednarodno usmerjenost mogoče pripisati tudi temu, da priseljenci večinoma ohranjajo tesne vezi z državo, iz katere prihajajo, kar jim pomaga tudi pri ustvarjanju še novih vezi, in to tako pri iskanju odjemalcev oziroma kupcev kot pri iskanju dobaviteljev in morebitnih podizvajalcev (Xavier idr. 2013).

Ugotovimo lahko, da je podjetniška aktivnost priseljencev lahko pomemben dejavnik in pospeševalec gospodarske rasti tako v državi, v katero se priselijo, kot tudi v državi, iz katere izvirajo. Rezultati raziskave GEM kažejo, da so podjetja priseljencev v inovacijskih gospodarstvih bolj usmerjeni v rast števila delovnih mest in tudi na mednarodno tržišče, kot to velja za podjetniško aktivnost nepriseljencev. V ukrepih ekonomske politike v državi, v kateri se priseljenci vključujejo v podjetniško aktivnost, bi bilo zato te možnosti zaposlovanja in globalizacije poslovanja treba spodbujati. V državah, iz katerih izvirajo, pa je ukrepe ekonomske politike smiselno graditi na utrjevanju povezav s tistimi podjetniško aktivnimi ljudmi, ki so se odselili v druge dele sveta.

8 Podjetniško okolje

8.1 PODJETNIŠKO OKOLJE IN NJEGOV POMEN

Podjetniška aktivnost se razlikuje tako med državami kot tudi skozi čas in različno vpliva na gospodarsko rast in razvoj posamezne države. Obstaja širok spekter dejavnikov na različnih ravneh obravnave, ki spodbujajo oziroma zavirajo podjetniško aktivnost (Wennekers in Thurik 1999; Carre in Thurik 2003). To potrjujejo tudi številne teoretične in empirične raziskave. Njihovi avtorji ugotavljajo, da podjetništvo ni naključen proces, ampak je močno odvisen od (I) posameznikovih značilnosti in njegove osebnosti (npr. Arenius in Minniti 2005; Koellinger idr. 2005; Caliendo idr. 2011; Autio 2011) ter od (II) okolja na nacionalni in regionalni ravni, v katerem posameznik živi in deluje (npr. Busenitz idr. 2000; Wennekers idr. 2002; Szylowicz in Galvin 2010). Po mnenju omenjenih raziskovalcev je ravno vloga zunanjega okolja kritičnega pomena za razumevanje podjetniškega vedenja in podjetniških odločitev.

Podjetništvo je tesno vpeto v konkretno družbeno okolje, ki se razlikuje med državami in celo med posameznimi regijami. Nedavno globalno poročilo GEM (Kelley idr. 2011) dokazuje močno pozitivno korelacijo med urejenim poslovnim okoljem (institucionalnimi pogoji) in podjetniško aktivnostjo zaradi priložnosti. Različna »pravila igre« v družbi namreč še posebej vplivajo na podjetnike z visokimi aspiracijami (Levie in Autio 2011) tako na strani ponudbe podjetniškega talenta kot tudi na strani povpraševanja po njem in s tem seveda na rezultate podjetniške aktivnosti. To upošteva tudi GEM-ov model raziskovanja na *sliki 2* v prvem poglavju. Na sliki je prikazano, da na razvoj uspešnega podjetništva, ki prispeva k nacionalni gospodarski rasti in družbenem razvoju, ob podjetniških zmogljivostih ter priložnostih vplivajo tudi nekateri temeljni pogoji, ki združujejo različne vidike in dimenzije celotnega spleta dejavnikov okolja. Gre za tri sklope okvirnih podjetniških pogojev (Entrepreneurial Framework Conditions – EFC), ki v različnih fazah razvoja nacionalnega gospodarstva vplivajo na obstoj podjetniških priložnosti, zmogljivosti in aspiracij in pomembno zadevajo oblikovalce nacionalne politike. Temeljne pogoje in dejavnike, ki prispevajo k večji učinkovitosti gospodarstva, pridobimo iz različnih razpoložljivih podatkovnih virov, dejavnike, usmerjene v spodbujanje in podporo inovacij ter podjetništva, pa spoznavamo s pomočjo nacionalnih izvedencev (National Expert Survey – NES). V tem segmentu GEM-ove raziskovalne metodologije ravnamo podobno, kot so delali pri nekaterih drugih raziskavah, ki zajemajo mnenja strokovnjakov, da bi ocenili specifične pogoje določenega nacionalnega gospodarstva (kot npr. globalni indeks konkurenčnosti – GCI, Schwab 2012). Pri tem se osredotočamo zgolj na temeljne pogoje, ki imajo pomemben vpliv na podjetniški sektor, in na ta način pridobimo

ustrezen vpogled v okvirne pogoje, v katerih podjetniki začenjajo in razvijajo svojo aktivnost. Podjetniška literatura opredeljuje devet okvirnih pogojev za podjetništvo, ki so prikazani in opisani v tabeli 33.

Tabela 33: GEM-ovi okvirni pogoji za podjetništvo, GEM NES 2012

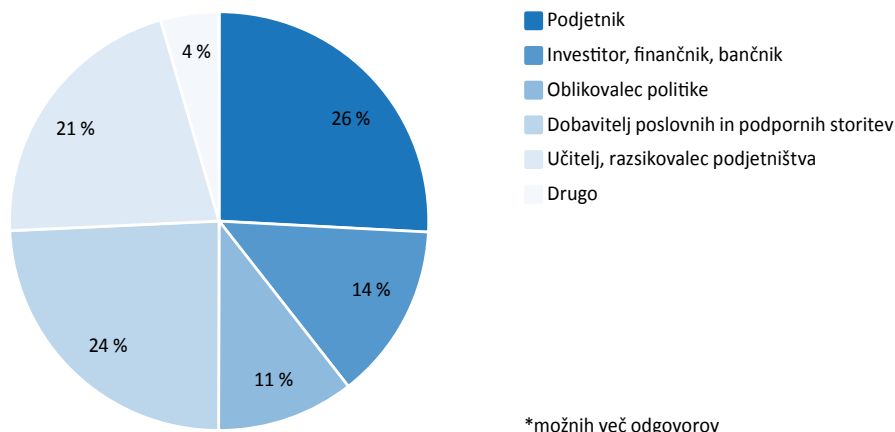
<p>Finančna podpora</p> <p>Razpoložljivost različnih finančnih virov (lastniški in dolžniški viri financiranja) za nova in rastoča podjetja, vključno z garancijami in subvencijami.</p>	<p>Vladne politike</p> <p>Ocena (a) vladne podpore in (b) vladne regulative (npr. davki in drugi predpisi) za nova in rastoča podjetja.</p>	<p>Vladni programi</p> <p>Izvajanje vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva (spodbuda za nova in rastoča podjetja).</p>
<p>Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo</p> <p>Razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo na vseh ravneh (a) v osnovi in srednji šoli ter (b) po srednji šoli.</p>	<p>Prenos raziskav in razvoja</p> <p>Obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso.</p>	<p>Poslovna in strokovna infrastruktura</p> <p>Kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo nova in rastoča podjetja.</p>
<p>Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu</p> <p>Spreminjanje trga iz leta v leto: (a) dinamičnost ter prost vstop novih podjetij na obstoječa tržišča, (b) odprtost, bremena.</p>	<p>Fizična infrastruktura</p> <p>Dostop do razpoložljive fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij (npr. komunikacije, komunala, ceste, zemljišče ali prostor) po ceni, ki ne diskriminira novih, malih ali rastočih podjetij.</p>	<p>Kulturne in družbene norme</p> <p>Obstoj kulturnih in družbenih norm, ki spodbujajo ali zavirajo podjetniško aktivnost.</p>

Anketiranje nacionalnih izvedencev nam torej omogoča podrobnejši vpogled v to, kako omenjeni okvirni pogoji v posamezni državi vplivajo na odločitev posameznikov o ustanavljanju podjetij in na razvoj podjetništva.

8.2 MODEL/NAČIN OCENJEVANJA PODJETNIŠKEGA OKOLJA

Kakovost pogojev za podjetništvo ocenjujemo s pomočjo standardiziranega vprašalnika (anketiranje), ki ga izpolni najmanj 36 nacionalnih izvedencev v vsaki izmed sodelujočih držav GEM, kot je to opisano v prvem poglavju. Nacionalni izvedenci so skrbno izbrani posamezniki, za katere na osnovi njihove strokovne dejavnosti, profesionalnosti, znanja in izkušenj sodimo, da lahko prispevajo k razumevanju temeljnih pogojev, ki pomembno vplivajo na podjetniški sektor v Sloveniji. Struktura vzorca glede na odgovore, podane na vprašanje, kaj od navedenega izvedenca najboljše opisuje, je prikazana na *sliki 48*. Zaradi zagotavljanja kontinuitete raziskave in v skladu z metodologijo GEM je od skupnega števila strokovnjakov, ki so leta 2012 sodelovali v raziskavi, 21 takih, ki so v raziskavi sodelovali že v preteklih letih; od tega jih je 7 sodelovalo tudi lani, 15 izvedencev pa je sodelovalo prvič. Seznam slovenskih izvedencev v letu 2012 je v prilogi.

Slika 48: Struktura vzorca po primarnem izvedenstvu



GEM NES Slovenija 2012

Oceno okvirnih podjetniških pogojev smo dobili tako, da smo na osnovi odgovorov nacionalnih izvedencev proučili, v kolikšni meri se strinjajo z vsako izmed 52 trditev, ki opisujejo predhodno predstavljenih devet okvirnih pogojev za podjetništvo. Vsaka skupina okvirnih podjetniških pogojev vsebuje od pet do sedem trditev. Odgovori se merijo na petstopenjski Likertovi lestvici, pri čemer ocena 1 pomeni, da je trditev po njihovem mnenju popolnoma napačna, ocena 5 pa, da je trditev popolnoma resnična. Izjave so oblikovane tako, da ocene nad 3 pomenijo pozitivno rangiranje, ocene pod tri pa negativno rangiranje. Koordinacijski tim GEM kodirane podatke ustrezno harmonizira in pripravi skupno datoteko za vse države, ki sodelujejo v raziskavi GEM. NES je tako kvalitativni del raziskave GEM, ki zagotavlja stabilne in zanesljive rezultate za nadaljnjo obdelavo.

Opravljen je bila analiza zanesljivosti in z agregiranjem podatkov, zbranih s standardiziranim vprašalnikom v vseh 69 državah, smo dobili povprečne vrednosti ocen nacionalnih izvedencev po posameznih nacionalnih gospodarstvih. Povprečne ocene nekaterih okvirnih podjetniških pogojev so s faktorsko analizo sestavljene iz dveh kazalnikov, kar pomeni, da lahko ocenjujemo skupaj 12 skupin teh pogojev. Na ta način harmonizirani podatki dajejo standardizirano in kvantitativno mero za percepcijo stanja v posameznih skupinah okvirnih podjetniških pogojev. Omogočajo oceniti kakovost pogojev za nastanek in razvoj podjetij ter s tem razumeti dejavnike, ki posredno ali neposredno oblikujejo razmere za ustanavljanje novih podjetij in njihovo rast v Sloveniji. Pri soočanju ocen, pridobljenih na osnovi mnenj nacionalnih izvedencev v državah GEM, je treba vedeti, da te niso neposredno primerljive, kadar gre za rangiranje držav. So pa odličen kazalnik kritičnosti nacionalnih izvedencev do določenih okvirnih pogojev za podjetništvo v njihovi državi in s tem omogočajo številne bogate mednarodne primerjave. Rezultati analize anketiranja nacionalnih izvedencev prispevajo k razumevanju pogojev za podjetništvo, predvsem pa so dragoceni za nosilce ekonomske politike kot indikator stanja razvitosti okvirnih pogojev za podjetništvo. Ugotovitve o podjetniškem okolju v Sloveniji podajamo v nadaljevanju.

8.3 OCENE OKVIRNIH POGOJEV ZA PODJETNIŠTVO

V tabeli 34 prikazujemo skupno povprečno vrednost ocenjenih trditev znotraj vsake posamezne skupine podjetniških pogojev za vseh 69 sodelujočih držav leta 2012 glede na doseženo stopnjo razvitosti. Za vsako državo so označeni najbolje in najslabše ocenjeni okvirni pogoji. Vidimo lahko, da so izvedenci v faktorskih gospodarstvih največkrat najbolje ocenili predvsem dinamičnost na notranjem trgu ter dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij, ki je hkrati tudi največkrat najbolje ocenjen okvirni pogoj za podjetništvo v učinkovitostih in inovacijskih gospodarstvih. Izvedenci v faktorskih gospodarstvih so najpogosteje najslabše ocenili okvirni pogoj, ki se nanaša na razširjenost in kakovost izobraževanja ter usposabljanja za podjetništvo v osnovni in srednji šoli, ter okvirni pogoj, ki se nanaša na obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso. Zanimivo je, da je podjetniško izobraževanje na osnovni ravni še vedno največkrat najslabše ocenjen okvirni pogoj tudi v učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstvih, čeprav številne raziskave opozarjajo, da nanklonjenost izobraževalnega sistema podjetniškemu izobraževanju predstavlja osnovo, s pomočjo katere se oblikujejo ključni elementi za podjetništvo, kar je podlaga ekonomske rasti in razvoja (WEF 2009; Širec in Rebernik 2012; Tominc in Rebernik 2012). To potrjujejo tudi povprečne ocene omenjenega okvirnega pogoja, ki so ga izvedenci v faktorskih gospodarstvih ocenili v povprečju z oceno 1,91 (za lestvici od 1 do 5), v učinkovitostnih gospodarstvih z oceno 2,05 in inovacijskih z oceno 2,14. Dostop do fizične infrastrukture, ki je v povprečju najbolje ocenjen okvirni pogoj, znaša v inovacijskih gospodarstvih 4,06, v učinkovitostnih pa 3,66, kar je v razvitejših gospodarstvih tudi pričakovano; s povprečno oceno 3,38 je najvišje ocenjena dinamičnost na notranjem trgu v skupini faktorskih gospodarstev. Pri primerjavi povprečnih ocen vseh sodelujočih držav lahko ugotovimo, da so okvirne pogoje za podjetništvo višje ocenili izvedenci iz najrazvitejših držav (z izjemo dinamičnosti na notranjem trgu in izobraževanja za podjetništvo po srednji šoli).

Tabela 34: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo glede na stopnjo razvitosti, GEM NES 2012

1 Finančna podpora, 2a Vladne politike – podpora, 2b Vladne politike – regulativa, 3 Vladni programi, 4a Izobraževanje v OŠ in SŠ, 4b Izobraževanje po SŠ, 5 Prenos RR, 6 Poslovna/strokovna infrastruktura, 7a Notranji trg – dinamičnost, 7b Notranji trg – odprtost, bremena, 8 Fizična infrastruktura, 9 Kulturne in družbene norme												
	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Faktorska gospodarstva												
Alžirija	3,24	3,29	2,8	3,07	2,19	3,32	2,81	2,83	3,75	3,04	3,33	3,17
Angola	2,74	2,74	2,19	2,16	1,93	2,24	1,71	2,65	2,94	2,15	2,28	2,94
Bocvana	2,72	2,74	2,29	2,4	2,01	2,66	2,14	2,91	3,13	2,5	3,07	2,73
Egipt	2,38	2,06	2,03	1,86	1,28	1,82	1,83	2,64	3,26	2,39	3,65	2,13
Etiopija	2,4	3,54	3,07	2,62	2,38	3,01	2,22	2,67	3,91	2,7	3,33	2,96
Gana	2,13	2,25	2,27	2,17	2,2	2,66	2,07	2,84	3,41	2,5	3,17	2,99
Indija	3,09	2,92	2,18	2,79	1,92	2,73	2,54	3,1	3,13	2,85	3,71	3,2
Iran	2,16	2,29	1,85	1,73	1,4	2,44	1,88	2,9	3,59	2,15	4,26	2,28
Malavi	1,96	2,29	2,46	2,19	2,14	3,14	1,9	2,81	3,32	2,78	2,66	2,41
Nigerija	2,2	1,97	1,99	2	2,09	2,44	1,87	2,87	3,67	2,38	3,05	3,21
Pakistan	2,83	2,12	2,24	2,15	2,11	3,02	2,46	3,32	3,35	2,71	3,65	2,84
Palestina	2,52	2,24	2,43	1,86	1,69	2,44	2,3	3,07	3,13	2,1	3,52	2,89

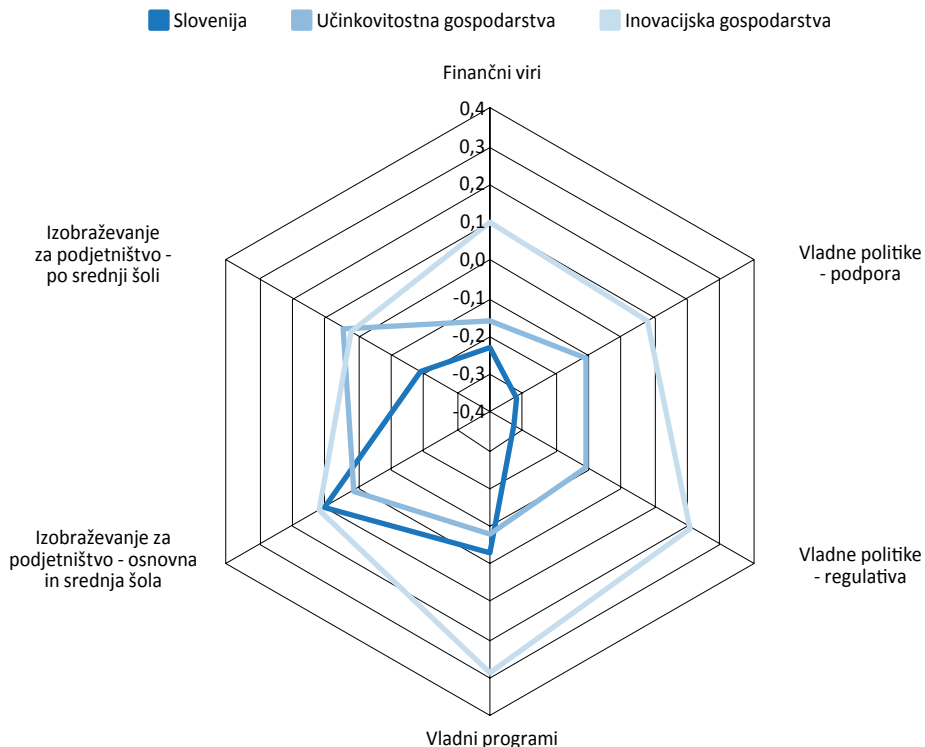
1 Finančna podpora, 2a Vladne politike – podpora, 2b Vladne politike – regulativa, 3 Vladni programi, 4a Izobraževanje v OŠ in SŠ, 4b Izobraževanje po SŠ, 5 Prenos RR, 6 Poslovna/strokovna infrastruktura, 7a Notranji trg – dinamičnost, 7b Notranji trg – odprtost, bremena, 8 Fizična infrastruktura, 9 Kulturne in družbene norme												
	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Tunizija	2,72	3,5	3,11	2,77	1,44	2,78	2,38	3,15	3,45	2,36	3,41	2,48
Uganda	2,32	2,17	2,2	2,26	1,94	2,69	1,72	3,16	3,49	2,75	3,32	3,48
Zambija	2,14	2,5	2,64	2,21	1,93	2,46	1,85	3,07	3,11	2,9	3,11	2,59
Povprečje	2,50	2,57	2,38	2,28	1,91	2,66	2,11	2,93	3,38	2,55	3,30	2,82
Učinkovitostna gospodarstva												
Argentina	2,12	2,3	1,49	2,9	1,85	3,11	2,58	2,97	3,29	2,75	3,59	3,02
Barbados	2,06	2,39	2,1	2,51	2,01	2,94	2,02	3,02	2,17	2,46	3,51	2,82
Bosna in Hercegovina	2,32	2,1	1,73	2,13	2,34	2,75	1,97	2,84	3,22	2,08	3,25	2,12
Brazilija	2,42	2,3	1,62	2,28	1,57	2,41	1,98	2,54	3,42	2,22	2,99	2,66
Čile	2,29	3,07	2,97	2,97	1,96	3,01	2,15	2,74	2,51	2,48	4,07	2,89
Ekvador	2,26	2,87	2,11	2,39	1,94	3,07	2	2,87	2,53	2,48	4,13	2,69
Salvador	1,86	1,87	2,21	2,31	1,82	2,81	1,77	2,63	2,17	2,44	4	3,1
Estonija	2,75	2,37	3,54	2,93	1,98	2,71	2,79	3,18	3,58	3,01	4,32	3,38
Hrvaška	2,12	1,96	1,74	2,19	1,95	2,65	2,13	2,78	3,47	2,09	3,5	1,98
Jamajka	2,39	2,07	1,96	2,17	2,22	2,92	2,13	2,68	2,79	2,83	3,26	3,76
Južnoafriška republika	2,49	2,63	1,88	2,1	1,81	2,53	2,16	2,95	2,81	2,31	2,89	2,57
Kitajska	2,37	2,61	2,56	2,51	1,75	2,75	2,67	2,79	3,68	2,59	3,93	2,97
Kolumbija	2,32	3,11	2,57	2,96	2,47	3,15	2,52	2,78	2,5	2,61	3,15	3,04
Kostarika	2,05	2,69	2,06	2,78	2,17	2,99	2,54	2,95	2,59	2,65	3,51	2,86
Latvija	2,73	2,79	2,67	3,02	2,87	3,17	2,33	3,38	2,44	3,1	4,05	3,19
Litva	2,63	2,54	2,35	2,6	2,02	2,57	2,46	3,08	3,57	2,19	4,24	2,38
Madžarska	2,51	2,3	1,92	2,52	1,6	2,74	2,44	3,17	2,82	2,4	4,04	2,4
Makedonija	2,12	2,48	3,01	2,55	2,3	2,86	2,38	3,52	3,13	2,29	3,57	2,84
Malezija	3,58	3,27	2,84	3,17	2,39	2,94	2,91	3,31	3,91	2,97	4,03	3,29
Mehika	2,04	2,5	1,93	2,89	1,72	2,96	2,27	2,77	2,54	2,14	3,58	2,96
Namibija	2,53	2,96	2,44	2,49	2,68	3,08	2,21	3,06	2,95	2,62	3,9	3,24
Panama	2,2	2,38	2,73	2,8	1,67	2,84	2,29	2,75	2,98	2,56	3,84	2,76
Peru	2,37	2,65	2,37	2,43	2,15	3,14	2,04	2,92	2,57	2,82	3,69	3,24
Poljska	2,62	2,78	2,14	2,56	1,64	2,49	2,14	2,76	3,92	2,58	3,54	2,65
Romunija	2,13	2,23	2	2,21	2,11	2,58	2,31	2,83	3,03	2,64	3,18	2,2
Rusija	1,96	2,42	2,2	2,12	2,39	2,76	2,05	2,85	3,05	2,16	3,08	2,54
Tajska	2,77	2,45	2,43	2,21	1,89	2,63	1,9	2,69	3,4	2,18	3,98	2,88
Trinidad in Tobago	2,81	2,13	2,24	2,48	2,15	3,02	2,29	3,1	2,95	2,29	3,46	2,58
Turčija	2,56	2,83	2,69	2,6	2,07	2,89	2,42	2,95	3,11	2,57	3,66	3,18
Urugvaj	2,19	2,52	2,7	2,98	2,07	3,11	2,95	3,14	2,19	2,77	3,84	2,6
Povprečje	2,39	2,52	2,31	2,56	2,05	2,85	2,29	2,93	2,98	2,51	3,66	2,83

1 Finančna podpora, 2a Vladne politike – podpora, 2b Vladne politike – regulativa, 3 Vladni programi, 4a Izobraževanje v OŠ in SŠ, 4b Izobraževanje po SŠ, 5 Prenos RR, 6 Poslovna/strokovna infrastruktura, 7a Notranji trg – dinamičnost, 7b Notranji trg – odprtost, bremena, 8 Fizična infrastruktura, 9 Kulturne in družbene norme

	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Inovacijska gospodarstva												
Avstrija	2,61	2,78	2,82	3,52	1,72	3,05	2,86	3,62	2,47	3,36	4,21	2,44
Belgija	3,04	2,8	2,2	2,97	2	3,02	2,62	3,43	2,65	3,07	3,85	2,34
Danska	2,32	2,51	2,56	3,13	2,61	2,65	2,49	3,23	2,81	2,61	4,09	2,58
Finska	2,73	3,17	3,31	2,95	2,47	2,87	2,71	3,45	2,78	2,86	4,25	2,77
Francija	2,86	3,52	2,89	3,61	1,96	3,24	2,72	3,27	3,05	2,74	3,91	2,52
Grčija	1,65	1,59	1,81	1,72	1,63	2,44	2,15	2,97	3	2,12	3,34	2,05
Irska	2,44	3,02	2,82	3,28	2,07	2,83	2,92	3,21	2,81	2,99	3,92	3,15
Italija	2,34	2,61	1,71	2,13	1,86	2,46	2,61	3,08	2,97	2,49	3,27	2,41
Izrael	2,71	2,22	1,89	2,51	2,37	3,28	2,64	3,38	2,67	2,5	4,09	4,25
Japonska	2,34	2,68	2,26	2,6	1,6	2,42	2,64	2,54	3,74	2,83	4,16	2,45
Južna Koreja	2,31	3,34	2,75	3	2,11	2,44	2,44	2,41	4,19	2,34	4,18	3,08
Nemčija	2,89	2,89	2,78	3,57	2,07	2,88	2,72	3,34	2,91	2,84	3,87	2,74
Nizozemska	2,69	2,91	3,3	3,21	3,07	3,45	3,16	3,79	2,75	3,61	4,6	3,37
Norveška	2,42	2,17	2,74	2,83	2,69	2,9	2,72	3,62	2,78	2,42	4,24	2,9
Portugalska	2,48	2,11	1,83	2,65	1,76	2,59	2,43	2,96	2,41	2,41	4,11	2,24
Singapur	3,4	3,51	4,04	3,46	2,56	3,14	2,87	3,25	3,25	2,88	4,4	3,28
Slovaška	2,38	2,11	2,27	2,23	2,08	2,79	1,99	3,12	2,62	2,83	3,94	2,17
Slovenija	2,32	2,31	2,09	2,61	2,13	2,64	2,36	2,91	3,44	2,39	3,83	2,25
Španija	2,06	2,68	2,6	2,79	1,53	2,34	2,34	3,05	2,79	2,46	3,98	2,35
Švedska	2,52	2,64	2,53	2,99	2,39	2,47	2,51	2,84	3,46	2,5	4,16	2,67
Švica	3,15	3,35	3,6	3,48	2,3	3,44	3,65	3,73	2,47	3,3	4,7	3,47
Tajvan	2,95	2,29	2,88	2,8	1,99	2,81	2,6	2,62	3,49	2,81	4,15	3,19
Velika Britanija	2,72	2,95	2,77	2,45	2,35	2,92	2,72	3,26	3,12	3,12	3,97	2,98
ZDA	2,97	2,77	2,24	2,65	2,15	3,04	2,75	3,29	2,81	2,69	4,19	4,12
Povprečje	2,60	2,71	2,61	2,88	2,14	2,84	2,65	3,18	2,98	2,76	4,06	2,82

Dostop do fizične infrastrukture tudi v Sloveniji – enako kot v drugih razvitejših gospodarstvih – v povprečju dosega najvišjo oceno (3,83). Najslabše je bil v Sloveniji v povprečju ocenjen okvirni pogoj, ki se nanaša na zasnovanost in vodenje vladne politike – regulative za nova in rastoča podjetja (2,09), kar lahko nedvomno pripišemo tudi domačim političnim in gospodarskim razmeram v letu 2012. Razlika med Slovenijo in preostalimi državami GEM je nazorno vidna na slikah 49 in 50, na katerih so na osnovi standardiziranih vrednosti prikazana povprečja za Slovenijo ter skupino učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstev.

Slika 49: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna ter inovacijska gospodarstva

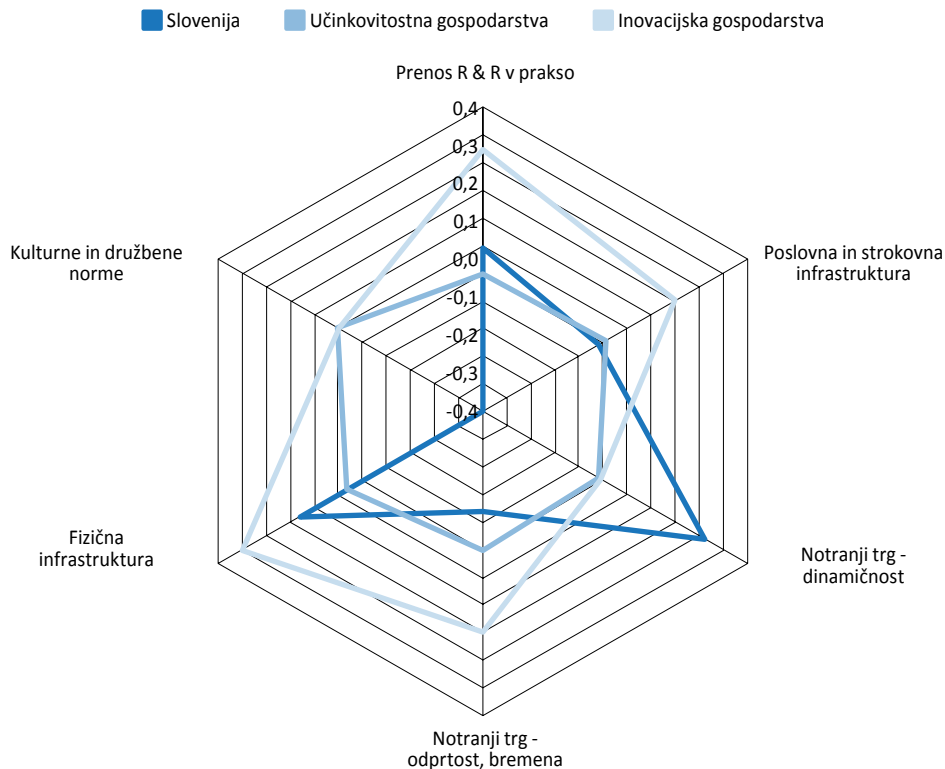


* Izračunane so standardizirane Z-vrednosti.

GEM NES Slovenija 2012

Za Slovenijo lahko ugotovimo nižjo povprečno vrednost od povprečja skupine inovacijskih gospodarstev pri vseh šestih okvirnih pogojih za podjetništvo, prikazanih na *sliki 49*, z izjemo izobraževanja za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah, pri čemer se povprečna vrednost v Sloveniji zelo približa povprečju inovacijskih gospodarstev. Je pa ta okvirni pogoj generalno slabo ocenjen v večini držav udeleženk. Najbolj pod povprečjem skupine inovacijskih gospodarstev so bile leta 2012 vladne politike na področju regulativa, kjer je ocena izvedencev za Slovenijo tudi za leto 2012 zelo nizka oziroma celo najnižja med vsemi okvirnimi pogoji. Od povprečja skupine učinkovitostnih gospodarstev lahko za Slovenijo ugotovimo višje povprečne ocene zgolj pri izobraževanju za podjetništvo na osnovni ravni ter pri vladnih programih. Okvirni pogoji, ki se nanašajo na izobraževanje za podjetništvo po srednji šoli, vladne politike – regulativa, vladne politike – podpora ter finančni viri, so pod povprečjem skupine držav, ki so glede na BDP na prebivalca manj razvite od Slovenije in se uvrščajo v tako imenovana učinkovitostna gospodarstva.

Slika 50: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva



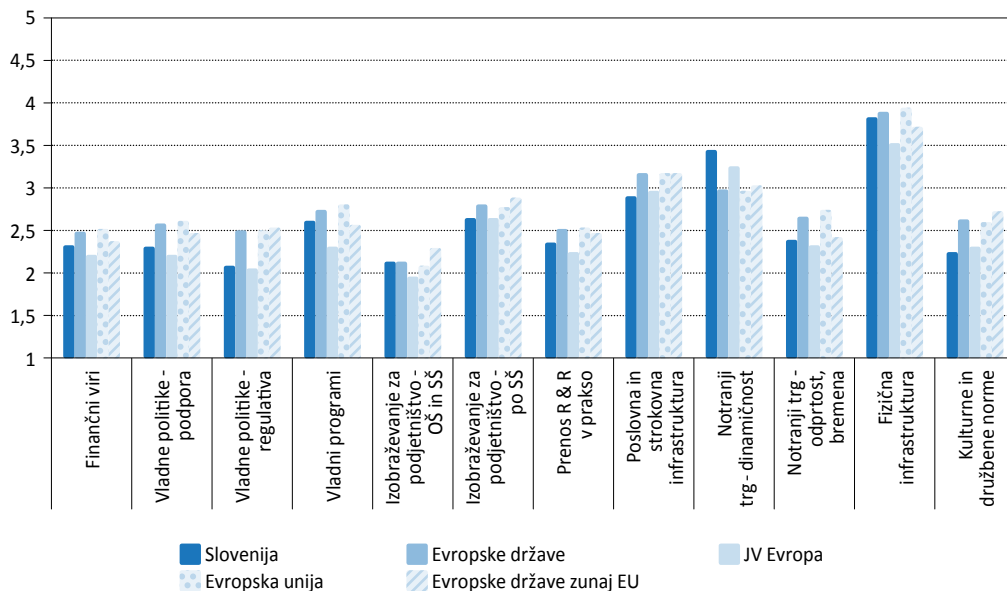
* Izračunane so standardizirane Z-vrednosti.

GEM NES Slovenija 2012

Pri naslednjih šestih okvirnih pogojih za podjetništvo, prikazanih na *sliki 50*, lahko ponovno ugotovimo dokaj enakomerno povprečno oceno v skupini inovacijskih in učinkovitostnih gospodarstev, kar pa ne velja tudi za Slovenijo. Slovenija se je leta 2012 uvrstila pod povprečje skupine inovacijskih gospodarstev, a hkrati nad povprečje učinkovitostnih gospodarstev pri dveh okvirnih pogojih za podjetništvo: pri dostopnosti do fizične infrastrukture ter prenosu raziskovalnih in razvojnih dosežkov v prakso. Glede dinamičnosti na notranjem trgu je povprečna ocena Slovenije daleč nad povprečjem obeh prikazanih skupin gospodarstev, kar pa je pogosta značilnost predvsem v manj razvitih (faktorskih) gospodarstvih. Dramatično spreminjanje trga potrošniškega in medpodjetniškega blaga ter storitev namreč pogosto ni ugodno za podjetniški sektor in zahteva posebne ukrepe, ki omogočajo hiter odziv in vnaprejšnje prilagajanje okolju.

Glede kakovosti in dostopnosti poslovne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja, je Slovenija v primerjavi z letom 2011 padla nekoliko pod povprečje skupine učinkovitostnih gospodarstev, kamor spadajo tudi odprtost in bremena na notranjem trgu ter kulturne in družbene norme. Kaj to pomeni primerjalno z evropskimi državami in državami EU, je prikazano na *sliki 51*.

Slika 51: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo – primerjava Slovenije s povprečjem skupin držav



GEM NES Slovenija 2012

S slike 51 je razvidno, da je zlasti podjetniško izobraževanje v osnovni in srednji šoli okvirni pogoj, pri katerem tako Slovenija kot tudi v povprečju druga evropska gospodarstva dosegajo najnižje ocene, kar pomeni, da podjetniške vsebine še vedno, kljub nenehnemu poudarjanju pomena podjetništva in podjetniškega izobraževanja, niso dobile ustreznega poudarka v učnih programih. Spodbudno je, da je Evropska komisija odločilno umestila podjetniško izobraževanje v strategijo EU kot enega izmed pomembnih ciljev v prihodnjem desetletju (Evropska komisija 2010). Omenjeni okvirni pogoj je v Sloveniji dosegel povprečno oceno 2,13 (na lestvici od 1 do 5), kar je nekoliko več kot leta 2011 in je ocenjen nad povprečjem skupin držav EU in JV Evrope. Na drugi strani je zelo visoko v vseh skupinah držav ocenjen okvirni pogoj, ki nakazuje na preprost dostop do fizične infrastrukture, kar velja tudi za slovensko podjetniško okolje.

Primerjalno s povprečjem evropskih držav in držav EU je Slovenija po vseh okvirnih pogojih v povprečju ocenjena slabše, z izjemo okvirnega pogoja, ki opisuje izobraževanje za podjetništvo na osnovni ravni, kjer povprečna ocena držav EU znaša 2,09, in okvirnega pogoja dinamičnost na notranjem trgu, ki je v Sloveniji dosegel povprečno oceno 3,44, kar je više od povprečja vseh skupin držav, s katerimi se primerjamo na sliki 51. V primerjavi s skupino držav JV Evrope dosega Slovenija višje povprečne ocene pri vseh okvirnih pogojih, razen pri tistem, ki se nanaša na kulturne in družbene norme, kjer je povprečna ocena za Slovenijo (2,25) najnižja med ocenami v vseh primerjanih skupinah in je značilnost slovenskega okolja za podjetništvo že vrsto let zapored. Evropske države, ki niso članice EU, pa dosegajo nižje povprečne ocene od Slovenije zgolj pri okviru podjetniških pogojev, ki se nanaša na vladne programe, kar lahko delno sovпада z usklajevanjem ekonomskih politik v evrskem območju (Evropska komisija 2010a) in pri dinamičnosti na notranjem trgu. Pri tem velja poudariti, da po oceni izvedencev Slovenija glede vladnih programov in vladne politike še vedno močno zaostaja za povprečjem EU, k čemur lahko prištejemo tudi odprtost in bremena na notranjem trgu, pa tudi dostop do poslovne in strokovne infrastrukture.

8.4 VPOGLED V NAJVIŠE IN NAJNIŽE OCENJENE OKVIRNE POGOJE ZA NASTANEK IN RAZVOJ PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI

Podrobnejša analiza vprašalnika NES ponuja spoznanje, da so slovenski izvedenci tudi leta 2012 zelo kritično ocenili podjetniško okolje v Sloveniji. Kar 7 okvirnih pogojev za podjetništvo od 12 je bilo ocenjenih slabše kot leto poprej. Kot stimulatивne za podjetništvo (ocena nad 3) so v letu 2012 izvedenci ocenili zgolj dva okvirna podjetniška pogoja. To sta dostop do fizične infrastrukture in hitrost sprememb na notranjem trgu. Relativno dobro so ocenjeni tudi kakovost in dostopnost poslovne in strokovne infrastrukture, razširjenost in kakovost izobraževanja za podjetništvo po srednji šoli ter izvajanje vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva. Na lestvici okvirnih podjetniških pogojev z najnižimi povprečnimi ocenami pa so zasnovanost in vodenje vladne politike – regulativa, razširjenost in kakovost izobraževanja za podjetništvo v osnovni in srednji šoli, kulturne in družbene norme, zasnovanost in vodenje vladne politike – podpora, razpoložljivost finančnih virov za nova in rastoča podjetja, obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso ter odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – odprtost, bremena.

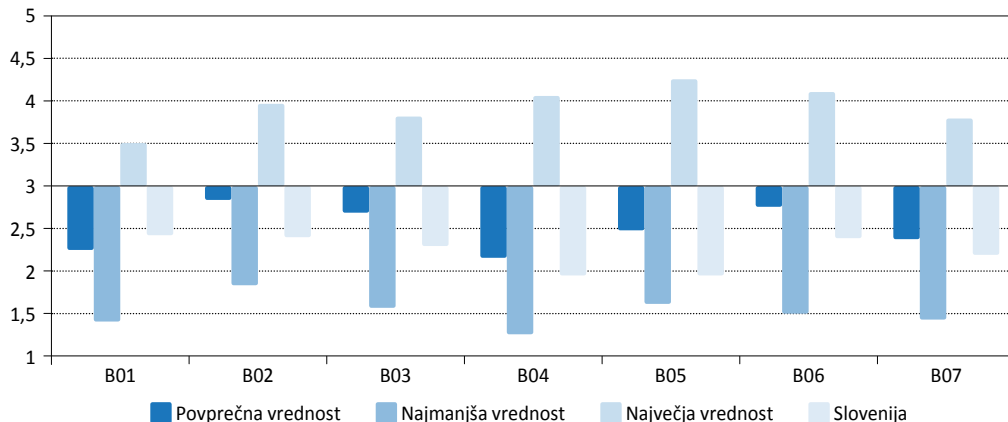
Vladna politika na področju regulative si je pogosto prisluzila najnižjo povprečno oceno tudi v preteklih letih. Podroben vpogled v posamezne elemente (trditve B04–B07 na *sliki 52*) kaže, da so bili slovenski izvedenci leta 2012 najbolj kritični do trajanja postopkov za pridobitev potrebnih dovoljenj in koncesij ter davčnih bremen za nova in rastoča podjetja. Po slednjem Slovenija tudi najbolj zaostaja za povprečno vrednostjo med vsemi državami GEM. Med evropskimi državami so enako oceno kot v Sloveniji dodelili nacionalni izvedenci na Madžarskem, višja davčna bremena pa ocenjujejo zgolj v Belgiji, Turčiji, na Portugalskem, v Italiji, na Hrvaškem, v Romuniji ter v Bosni in Hercegovini. Poudariti velja, da je ravno davčna politika eno najmočnejših orodij, ki so na voljo pristojnim organom pri ustvarjanju stimulatивnih gospodarskih razmer. Višina davčnih bremen namreč pomembno vpliva na makroekonomske razmere v državi ter na pojav sive ekonomije in s tem nelojalne konkurence.

Podjetniške zmogljivosti so tesno povezane z dostopom do fizične infrastrukture, ki pa je po mnenju slovenskih izvedencev tako kot tudi pretekla leta najbolj ocenjen okvirni podjetniški pogoj med vsemi dvanajstimi. Izvedenci so ocenjevali trditve od H01 do H05, ki jih prikazujemo na *sliki 53*. Leta 2012 so znotraj omenjenega okvirnega pogoja najbolj ocenili trditev, da potrebuje novo in rastoča podjetja za dober dostop do komunikacij v Sloveniji približno teden dni ter da za nova in rastoča podjetja ni predrag. Nad povprečjem vseh držav GEM slovenski izvedenci ocenjujejo tudi fizično infrastrukturo, ki za nova in rastoča podjetja zagotavlja dobro podporo. Najslabše ocene tega okvirnega pogoja imajo manj razvite države, med evropskimi državami pa so se na repu lestvice znašle Rusija, Bosna in Hercegovina ter Italija.

Podrobnejši vpogled v okvirne pogoje za podjetništvo dajeta *tabeli 35* in *36*, v katerih so navedene najvišje in najnižje ocenjene trditve v Sloveniji leta 2012. Ugotavljamo, da so slovenski izvedenci najmanj kritični – ob fizični infrastrukturi – tudi do poslovne in strokovne infrastrukture, kjer pa so ocene slovenskih izvedencev kljub temu slabše, kot so v povprečju ocene izvedencev iz drugih evropskih držav (*tabela 35*).

K temu dodajamo, da se v sklopu vladnih programov Slovenija približa povprečni oceni evropskih držav pri trditvi, da lahko nova in rastoča podjetja pridobijo različne vrste vladne podpore pri eni agenciji. Glede prenosa raziskav in razvoja v podjetniško prakso pa je nad povprečjem evropskih držav ocenjena trditev, da imajo nova in rastoča podjetja v Sloveniji v veliki meri povsem enako možnost dostopa do novih raziskovalnih spoznanj in tehnologij kot velika uveljavljena podjetja.

Slika 52: Elementi vladnih politik v Sloveniji v primerjavi z državami GEM

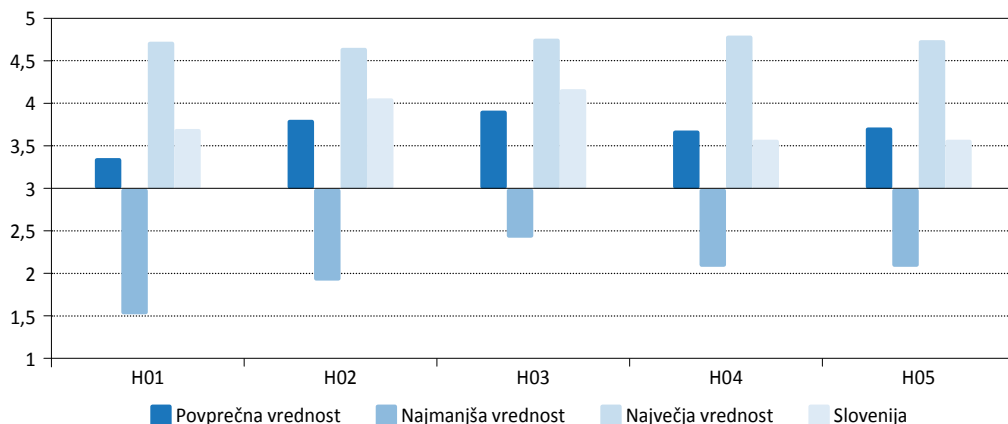


Legenda:

- B01 V Sloveniji državne politike (npr. javni razpisi) dosledno favorizirajo nova podjetja.
- B02 V Sloveniji nacionalna državna politika postavlja podpiranje novih in rastočih podjetij kot svojo bistveno prioriteto.
- B03 V Sloveniji politika v občinah in upravnih enotah postavlja podpiranje novih in rastočih podjetij kot svojo bistveno prioriteto.
- B04 V Sloveniji lahko nova podjetja dobijo večino potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni.
- B05 V Sloveniji višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja.
- B06 V Sloveniji se davčna in preostala vladna regulativa za nova in rastoča podjetja uporablja na predvidljiv in konsistenten način.
- B07 V Sloveniji spopadanje z državno birokracijo in regulativo ter pridobivanje potrebnih dovoljenj za poslovanje za nova in rastoča podjetja ni pretirano težavno.

GEM NES Slovenija 2012

Slika 53: Elementi fizične infrastrukture v Sloveniji v primerjavi z državami GEM



Legenda:

- H01 V Sloveniji fizična infrastruktura (ceste, zgradbe, komunikacije, zbiranje odpadkov) zagotavlja dobro podporo za nova in rastoča podjetja.
- H02 V Sloveniji dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) za nova ali rastoča podjetja ni predrag.
- H03 V Sloveniji potrebuje novo ali rastoča podjetja za dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) približno teden dni.
- H04 V Sloveniji nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške osnovnih potrebščin (plin, voda, elektrika, kanalizacija).
- H05 V Sloveniji lahko novo ali rastoča podjetja pridobi dostop do priključkov na plin, vodo, elektriko in kanalizacijo v približno mesecu dni.

GEM NES Slovenija 2012

Tabela 35: Najvišje ocenjeni okvirni pogoji za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji, GEM NES Slovenija 2012

Oznaka trditve	Deset najvišje ocenjenih trditvev v Sloveniji	Slovenija	Evropske države GEM (N = 29)				
		povprečna ocena	najnižja povprečna ocena		povprečna ocena	najvišja povprečna ocena	
V Sloveniji...							
H03	... potrebuje novo ali rastoče podjetje za dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) približno teden dni.	4,19	3,24	Italija	4,11	4,79	Estonija
H02	... dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) za nova ali rastoča podjetja ni predrag.	4,08	3,22	Romunija	4,04	4,68	Estonija
H01	... fizična infrastruktura (ceste, zgradbe, komunikacije, zbiranje odpadkov) zagotavlja dobro podporo za nova in rastoča podjetja.	3,72	1,89	Romunija	3,51	4,75	Švica
H04	... nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške osnovnih potrebščin (plin, voda, elektrika, kanalizacija).	3,59	2,89	Romunija	3,80	4,81	Švica
H05	... lahko novo ali rastoče podjetje pridobi dostop do priključkov na plin, vodo, elektriko in kanalizacijo v približno mesecu dni.	3,59	2,32	Rusija	3,85	4,76	Nizozemska
G02	... se medpodjetniški trg blaga in storitev dramatično spreminja iz leta v leto.	3,44	2,40	Švica	2,97	3,83	Poljska
G01	... se trg potrošniškega blaga in storitev dramatično spreminja iz leta v leto.	3,4	2,36	Avstrija Portugalska	3	4	Poljska
F04	... nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre in strokovne pravne ter računovodske storitve.	3,36	2,88	Poljska	3,54	4,19	Norveška
F01	... je dovolj kooperantov, dobaviteljev in svetovalcev, ki podpirajo nova in rastoča podjetja.	3,17	2,78	Rusija Turčija	3,53	4,23	Nizozemska
F05	... nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre bančne storitve (transakcijski računi, plačilni promet s tujino, kreditne garancije ipd.).	3,08	2,65	Italija	3,45	4,29	Makedonija

Tabela 36: Najnižje ocenjeni okvirni pogoji za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji, GEM NES Slovenija 2012

Oznaka trditve	Deset najnižje ocenjenih trditve v Sloveniji	Slovenija	Evropske države GEM (N = 29)				
		povprečna ocena	najnižja povprečna ocena		povprečna ocena	najvišja povprečna ocena	
V Sloveniji...							
A06	... je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic.	1,66	1,26	Grčija	2,14	3,16	Norveška
I03	... nacionalna kultura spodbuja podjetniško prevzemanje tveganja.	1,92	1,81	Grčija	2,29	3,06	Turčija
B04	... lahko nova podjetja dobijo večino potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni.	1,94	1,32	Grčija	2,35	3,33	Estonija
B05	... višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja.	1,94	1,61	BiH	2,52	3,83	Švica
D03	... poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij.	2	1,34	Španija	1,98	2,7	Norveška
G04	... nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške vstopa na tržišče.	2,03	1,91	Hrvaška	2,46	3,53	Nizozemska
D02	... poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno poznavanje načel tržnega gospodarstva.	2,11	1,58	Španija	2,16	3,24	Nizozemska
B07	... spopadanje z državno birokracijo in regulativo ter pridobivanje potrebnih dovoljenj za poslovanje za nova in rastoča podjetja ni pretirano težavno.	2,19	1,53	Italija	2,45	3,78	Švica
I01	... nacionalna kultura močno podpira individualne uspehe, ki so bili doseženi z lastnimi napori.	2,22	1,98	Hrvaška	2,69	3,75	Švica
I05	... nacionalna kultura poudarja odgovornost posameznika (in ne skupnosti), da obvladuje lastno življenje.	2,22	2,02	Hrvaška	2,80	4	Nizozemska

Številne najnižje ocenjene trditve o poslovnem okolju v Sloveniji leta 2012 po večini niso novost, saj so se nekatere pogosto pojavljale že v preteklih letih. V okviru finančne podpore za podjetništvo so izvedenci ocenili, da je Slovenija leta 2012 nekoliko zaostajala za povprečjem drugih evropskih držav GEM glede lastniških in dolžniških virov financiranja za nova in rastoča podjetja ter glede finančnih virov, ki jih zagotavljajo zasebniki in tvegani kapitalisti. Najslabše je bila ocenjena trditev, da je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo

izdajo delnic, nekoliko nad evropskim povprečjem pa izvedenci ocenjujejo predvsem državne subvencije za nova in rastoča podjetja. Michaelas in sodelavci (1999, v: Rus 2010) ugotavljajo, da se v času krize relativno krepki kratkoročno dolžniško financiranje za izboljšanje likvidnostnih težav podjetij, po drugi strani pa se zmanjšuje obseg dolgoročnejšega dolžniškega financiranja za financiranje investicij. Podjetja iščejo alternativne načine za priskrbo virov financiranja, žal pa je kriza povzročila tudi upad ponudbe tveganega kapitala. Izvedenci so leta 2012 prav tako nizko ocenili trditve, da trenutna nacionalna kultura spodbuja podjetniško prevzemanje tveganja, da podpira individualne uspehe, dosežene z lastnimi napor, in da poudarja odgovornost posameznika, da obvladuje lastno življenje. Tako kot v preteklih letih so bili izvedenci kritični do vladnih politik in v zadnjih letih pogosto tudi do izobraževanja za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah.

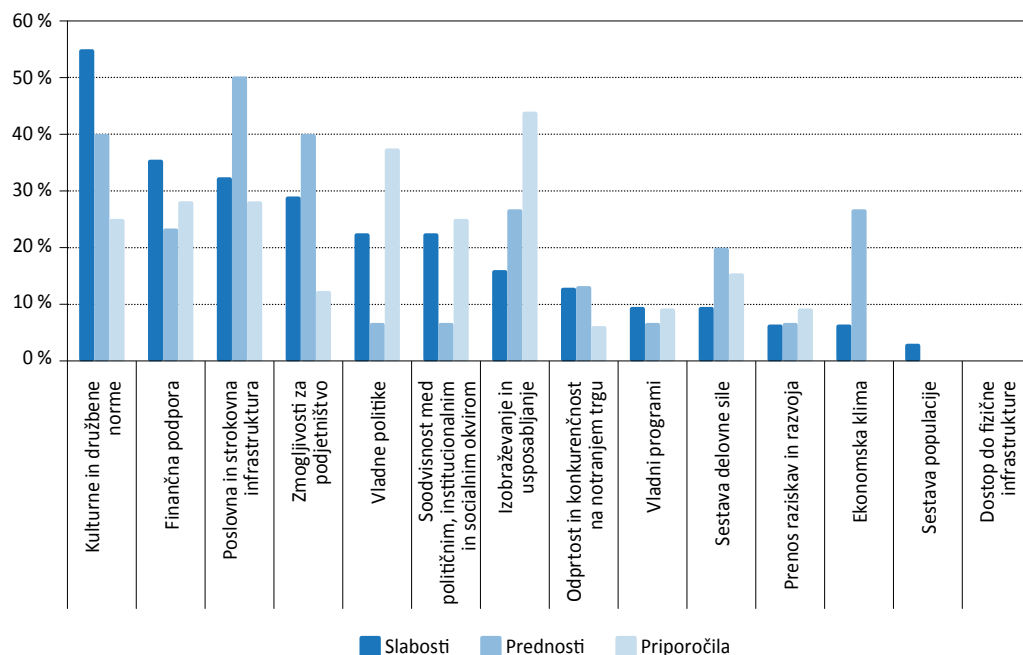
Finančna in gospodarska kriza je še bolj poudarila potrebo po daljnosežnih in celovitih ukrepih politike za pospeševanje in podporo podjetniške aktivnosti. *Sliki 49* in *50* opozarjata, da je Slovenija po kakovosti večine okvirnih pogojev za podjetništvo še vedno oddaljena od skupine inovacijskih gospodarstev, kamor se prištevamo. Slovensko podjetniško okolje namreč generalno še vedno beleži podpovprečne rezultate. Potencial za večjo podporo podjetništvu ter s tem pogoje za gospodarsko rast in družbeni napredek je šele treba ustvariti, tega pa ni mogoče narediti brez resnih intervencij na področjih, ki primerjalno z drugimi najrazvitejšimi državami najbolj pešajo.

8.5 PREDNOSTI IN SLABOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠKEGA OKOLJA PO MNENJU IZVEDENCEV TER NUJNOST UKREPANJA

O okolju za nastanek in razvoj podjetništva lahko sodimo tudi na osnovi mnenj, ki so jih izvedenci podali z odgovori na odprta vprašanja o najpomembnejših okvirnih podjetniških pogojih, ki zavirajo podjetniško aktivnost v Sloveniji, ki jo pospešujejo in kje oziroma kako bi bilo po njihovem mnenju treba ukrepati. Na *sliki 54* podajamo sistematizirane odgovore nacionalnih izvedencev v Sloveniji.

Večina nacionalnih izvedencev, ki so leta 2012 sodelovali v raziskavi, pglavitno slabost za razvoj podjetništva v Sloveniji pripisuje kulturnim in družbenim normam (54,80 %). Izvedenci pretežno poudarjajo slabšalni odnos javnosti do podjetništva, netolerantnost do nadpovprečnih in uspešnih. Kot dominantni vrednoti v družbi, ki zavirata podjetniško aktivnost, omenjajo predvsem zavist in nevoščljivost. Po mnenju nacionalnih izvedencev širša družba v Sloveniji še vedno ne razume podjetniške aktivnosti in njene vloge pri razvoju in napredku ter jo pogosto podcenjuje. Na drugi strani pa nacionalni izvedenci pogosto kot slabost v okviru kulturnih in družbenih norm izpostavljajo strah in nepripravljenost posameznikov za prevzemanje tveganja, strah pred neuspehom, ki v slovenski družbi ni sprejemljiv, ter vse pogostejša koruptivna nagnjenja v poslovanju. Na drugem mestu se je leta 2012 kot zaviralni dejavnik za razvoj podjetništva v Sloveniji pojavil dostop do finančnih sredstev za zagon ter rast podjetja (35,50 %), pri čemer nekateri izvedenci ocenjujejo, da je sistem financiranja podjetniških aktivnosti v Sloveniji še vedno premalo razvit, kritični pa so predvsem do nepovratnih sredstev ter kreditne politike bank. Glede poslovne in strokovne infrastrukture izvedenci kot slabost največkrat izpostavljajo (32,50 %) birokratske ovire ter dolge administrativne postopke. K temu lahko priključimo tudi zmogljivosti za podjetništvo (29 %), ki so po mnenju izvedencev prav tako pogosto razlog za zaviranje razvoja podjetništva v Sloveniji. Druge slabosti se v manjši meri nanašajo tudi na vladne politike, soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom, izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu ter druge dejavnike, ki so razvidni s *slike 54*.

Slika 54: Prednosti in slabosti okolja za nastanek in razvoj podjetništva po mnenju izvedencev in njihova priporočila



GEM NES Slovenija 2012

Poglavitno prednost, ki najbolj pospešuje podjetniško aktivnost v Sloveniji, izvedenci v okviru poslovne in strokovne infrastrukture pripisujejo predvsem (50 %) preprostim postopkom ustanovitve podjetja ter aktivnostim inkubatorjev in tehnoloških parkov. Izvedenci menijo, da med kulturnimi in družbenimi normami (40 %) podjetništvo v Sloveniji najbolj spodbujajo uspešni domači in tuji podjetniški zgledi. Velik odstotek odprtih odgovorov se nanaša na zmogljivosti za podjetništvo (40 %), pri čemer izvedenci kot prednost izpostavljajo tržne niše in poslovne priložnosti na enotnem trgu, geografsko lego Slovenije ter veliko željo posameznikov po neodvisnosti in novih izzivih. Izvedenci hkrati menijo, da trenutna ekonomska klima (26,7 %) na podjetniško aktivnost lahko deluje stimulatивно, saj trenutna kriza in negotova gospodarska situacija pogosto pospešujeta podjetniško obnašanje posameznikov. Prednost okolja izvedenci vidijo prav tako v kakovostnem izobraževalnem sistemu (26,7 %) in finančni podpori (23,3 %), pri čemer izpostavljajo jamstva Slovenskega podjetniškega sklada, poslovne angele in druge podpirne sheme na ravni države. V Sloveniji je za podjetništvo ugodna tudi sestava delovne sile (20 %), za katero sta po mnenju izvedencev značilni delavnost in zavzetost, ter trenutna visoka stopnja brezposelnosti, ki posameznike sili na samostojno podjetniško pot. Druge prednosti se v nekoliko manjši meri nanašajo še na nekatere druge okvirne pogoje.

Ob vsem tem so izvedenci podali svoja priporočila za pospeševanje podjetniške aktivnosti v Sloveniji, ki se v največji meri nanašajo na spodbujanje inovativnosti ter podjetniško izobraževanje in usposabljanje na vseh ravneh formalnega izobraževanja ter tudi po njem (43,8 %). Temu sledijo priporočila, ki se nanašajo na vladne politike (37,5 %). Izvedenci v tem okviru najpogosteje izpostavljajo davčne olajšave, oblikovanje dolgoročne in jasne politike za spodbujanje podjetništva ter tudi potrebo po zmanjšanju javne porabe. To nakazuje, kar ugotavlja že van Stel s sodelavci

(2007), da lahko oblikovalci ekonomske politike svoje ukrepe naravnajo v smeri nizke regulative ali v smeri visoke podpore, kar je bolj značilno za države Evropske unije (Bradač Hojnik in Rebernik 2010). Med izvedenci prevladuje mnenje, da bi bilo v Sloveniji treba izboljšati predvsem dostop do ugodnih virov financiranja (28,1 %) ter odpraviti administrativne omejitve in okrepiti svetovalne mreže za podjetnike, kar se nanaša na poslovno in strokovno infrastrukturo (28,1 %). Kar nekaj priporočil je bilo podanih tudi na področju kulturnih in družbenih norm (25 %), pri čemer bi bilo za pospeševanje podjetništva po mnenju izvedencev nujno bolj ozaveščati mlade in širšo javnost o pomenu podjetništva. Izvedenci priporočajo tudi več medijske podpore in promocije inovacij ter podjetništva, favoriziranje uspešnih podjetniških zgodb, nagrajevanje in dodeljevanje priznanj uspešnim podjetnikom ter s tem postopno spreminjanje vrednot in kulture v smeri bolj stimulativnega podjetniškega okolja.



Slovenski izvedenci v letu 2012

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja (april–julij 2012)	Ustanova
mag. Drago Pišek	predsednik uprave	Poštna banka Slovenije d.d.
dr. Nadja Zorko	finančna direktorica	ETI Elektroelement d.d.
Jure Mikuž	direktor	RSG Kapital d.o.o.
dr. Alenka Žnidaršič Kranjc	predsednica uprave	Prva osebna zavarovalnica d.d.
dr. Maks Tajnikar	redni profesor	Ekonomska fakulteta, UL
dr. Dijana Močnik	izredna profesorica	Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko, UM
Blaž Kos	direktor, vodja	Venturelab d.o.o., Poslovni angeli Slovenije
mag. Mojca Letnik	direktorica	Saubermacher Slovenija d.o.o.
prof. dr. Viljem Pšeničny	dekan	DOBA Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije Maribor
mag. Maja Tomanič Vidovič	direktorica	Slovenski podjetniški sklad
Simon Štrancar	direktor	G-1 d.o.o.
mag. Sabina Koleča	vodja po pooblastilu	Direktorat za podjetništvo, konkurenčnost in tehnologijo
dr. Jaka Vadnjal	izredni profesor	Gea College d.d.
mag. Nastja Mulej	vodja in predavateljica	DeBono.si
prof. dr. Danica Purg	direktorica	IEDC Poslovna šola Bled d.o.o.
Danila Žuraj	srednješolska profesorica v pokoju	Srednja ekonomska šola Maribor
mag. Darja Zorko Mencin	vodja	Abis d.o.o. Ljubljana
Matjaž Južnič	direktor	Center za podjetništvo, NKBM
dr. Špela Stres	vodja Centra za inovacije in prenos tehnologij	Inštitut Jožef Stefan
Tanja Senekovič	direktorica	Štajerski tehnološki park
Viljenka Godina	direktorica	Ekonomski inštitut Maribor d.o.o.
Duško Kos	direktor	Studio Moderna d.o.o.

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja (april–julij 2012)	Ustanova
dr. Matija Damjan	raziskovalec	Inštitut za primerjalno pravo pri Pravni fakulteti v Ljubljani
mag. Matej Rus	višji predavatelj, direktor	Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM; Tovarna podjetje
mag. Bernard Brščič	asistent	Ekonomski fakulteta, UL
dr. Maja Bučar	izredna profesorica	Fakulteta za družbene vede, UL
Luka Novak	direktor poslovanja	Blažič, robni trakovi d.o.o.
Vita Cajnko Javornik	odgovorna urednica revije Manager	Časnik Finance d.o.o.
dr. Cvetka Tinauer	direktorica	EBA d.o.o.
Davor Jakulin	prokurist	Atech elektronika d.o.o.
dr. Boštjan Antončič	redni profesor	Fakulteta za management Koper, UP; Ekonomski fakulteta, UL
dr. Matjaž B. Jurič	redni profesor	Fakulteta za računalništvo in informatiko, UL
ddr. Matjaž Mulej	zaslužni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM
mag. Andreja Kodrin	direktorica	TMK LAB d.o.o.
mag. Janez Damjan	direktor, višji predavatelj	Startes trženje in svetovanje d.o.o.; Ekonomski fakulteta, UL
Tatjana Fink, MBA	direktorica	Trimo, inženiring in proizvodnja montažnih objektov d.d.
dr. Metka Stare	znanstvena svetnica	Fakulteta za družbene vede, UL



Literatura

1. Arenius, P. in Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship, *Small Business Economics*, 24(3): 233–247.
2. Auer, J. in Antončič, B. (2009). *Zadovoljstvo zaposlenih, notranje podjetništvo in rast podjetja*. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave.
3. Autio, E. (2007). *GEM 2007 High Growth Entrepreneurship Report*. Wellesley, Mass. and London, UK: Babson College and London Business School.
4. Autio, E. (2011). High-Aspiration Entrepreneurship. V: M. Minniti (ur.), *The Dynamics of Entrepreneurship: Evidence from the Global Entrepreneurship Monitor Data*, New York: Oxford University Press, 251–275.
5. Autio, E. in Acs, Z. J. (2010). Intellectual property protection and the formation of entrepreneurial growth aspirations, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4(3): 234–251.
6. Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive, *Journal of Political Economy*, 98(5): 893–921.
7. Baumol, W. J. (1993). *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*. Cambridge MA: The MIT Press.
8. Becker, G. S. (1964). *Human Capital*. Chicago: University of Chicago Press.
9. Blanchflower, D. (2004). Self-employment: More may not be better, *Swedish Economic Policy Review*, 11(2): 15–74.
10. Bosma, N. (2009). *The Geography of Entrepreneurial Activity; Multilevel analyses for Dutch and European Regions*, doktorska disertacija, Utrecht University.
11. Bosma, N. in Schutjens, V. (2010). Understanding regional variation in entrepreneurial activity and entrepreneurial attitude in Europe, *The Annals of Regional Science*, 47(3): 711–742.
12. Bosma, N., Jones, K., Autio, E. in Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor: 2007 Executive Report*. Babson College, London Business School, and GERA.
13. Bosma, N., Wennekers, S. in Amoros, J. (2012): *2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe*. London: GERA.
14. Bosma, N. S. in Levie, L. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor: 2009 Executive Report*. Babson Park, MA, US: Babson College, Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo and Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University, London, UK: GERA.

15. Bradač Hojnik, B. in Rebernik, M. (2010). Sodobna javna uprava za manj ovir MSP. V: K. Širec in M. Rebernik (ur.), *Vrzeli slovenskega podjetniškega okolja, Slovenski podjetniški observatorij 2009/10*, Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
16. Burke, A. E., van Stel, A. J. in Thurik, A. R. (2008). *Blue Ocean versus Competitive Strategy: Theory and evidence*, EIM Research Report H200801, Zoetermeer: EIM.
17. Burns, P. (2008). *Corporate entrepreneurship: building the entrepreneurial organization*, 2nd ed. England, New York: Palgrave Macmillan.
18. Busenitz, L. W., Gomez, C. in Spencer, J. W. (2000). Country Institutional Profiles: Unlocking Entrepreneurial Phenomena, *Academy of Management Journal*, 43(5): 994–1003.
19. Caliendo, M. in Kritikos, A. S. (2011). *Searching for the Entrepreneurial Personality: New Evidence and Avenues for Further Research*, Discussion Paper No. 5790. Germany: IZA.
20. Caliendo, M., Fossen, F. M. in Kritikos, A. S. (2009). Risk Attitudes of Nascent Entrepreneurs – New Evidence from an Experimentally-Validated Survey, *Small Business Economics*, 32(2): 153–167.
21. Caliendo, M., Fossen, F. M. in Kritikos, A. S. (2010). The Impact of Risk Attitudes on Entrepreneurial Survival, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 76: 45–63.
22. Caliendo, M., Fossen, F. M. in Kritikos, A. S. (2011). *Personality Characteristics and the Decision to Become and Stay Self-Employed*, SOEPpapers on Multidisciplinary Panel Data Research. Berlin: DIW.
23. Carree, M. A. in Thurik, A. R. (2003). The impact of Entrepreneurship on Economic Growth. V: Z. J. Acs, D. B. Audretsch (Ur.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, VB: Kluwer Academic Publishers, 437–471.
24. Carter, N., Williams, M. in Reynolds, P. D. (1997). Discontinuance among new firms in retail: the influence of initial resources, strategy and gender, *Journal of Business Venturing*, 12: 125–145.
25. Constant, A. in Zimmermann, K. F. (2006). The making of entrepreneurs in Germany: Are native men and immigrant alike?, *Small Business Economics*, 26 (3): 279–300.
26. Cramer, J., Hartog, J., Jonker, N. in Van Praag, C. (2002). Low Risk Aversion Encourages the Choice for Entrepreneurship: An Empirical Test of a Truism, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 48: 29–36.
27. Crnogaj, K. (2012). *Vpliv izbranih institucionalnih in individualnih dejavnikov na podjetniško aktivnost ter njihova povezava z gospodarskim in družbenim napredkom*, doktorska disertacija. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
28. De La Vega, I., Coduras, A., Cruz, C. in Justo, R. (2008). *Entrepreneurial Activity among Foreigners Resident in Spain*. International Centre for Entrepreneurship and Venture Development. IE Business School.
29. Douglas, E. in Shepherd, D. (1999). Entrepreneurship as a utility maximizing response, *Journal of Business Venturing*, 15: 231–251.
30. Drew Hohn, M., Atkins, L. in Waslin, M. (2012). *Immigrant Entrepreneurs. Creating Jobs and Strengthening the Economy*. Labor, Immigration and Employee Benefits Division of the US Chamber of Commerce; Immigration Policy Center of the American Immigration Council.

31. Eckhardt, J. T. in Shane, S. (2010). An Update to the Individual-Opportunity Nexus. V: Z. J. Acs, D. B. Audretsch (ur.), *Handbook of Entrepreneurship Research; An Interdisciplinary Survey and Introduction*, 2nd Ed, NY: Springer.
32. Eckhardt, J. T. in Shane, S. A. (2003). Opportunities and Entrepreneurship, *Journal of Management*, 29: 333–349.
33. Eisenhauser, J. G. (1995). The entrepreneurial decision: economic theory and empirical evidence, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 67–79 (Summer).
34. European Commission, EACEA. (2010). *Gender Differences in Educational Outcomes: Study on the Measures Taken and the Current Situation in Europe*, Bruselj: Evropska komisija.
35. Evropska komisija. (2010). *Strategija Evropa 2020*. Bruselj: Evropska komisija.
36. Evropska komisija. (2010a). *Okrepitev usklajevanja ekonomskih politik*. Bruselj: Evropska komisija.
37. Evropska komisija. (2012). *Akcijski načrt za podjetništvo 2020: Oživitev podjetniškega duha v Evropi*. COM/2012/0795. Dostopno na: [<http://www.ipex.eu/IPEXL-WEB/dossier/document/COM20120795.do?appLng=SL>].
38. Guth, W. in Ginsberg, A. (1990). Guest Editors' Introduction: Corporate Entrepreneurship, *Strategic Management Journal*, 11: 297–308.
39. Hartog, J., Ferrer-i Carbonell, A. in Jonker, N. (2002). Linking Measured Risk Aversion to Individual Characteristics, *Kyklos*, 55: 3–26.
40. Henderson, R. in Robertson, M. (1999). Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career, *Education & Training*, 41: 236–245.
41. Hessels, J., Grilo, I., Thurik, R. in van der Zwan, P. (2011). Entrepreneurial exit and entrepreneurial engagement, *Journal of Evolutionary Economics*, 21(3): 447–471.
42. Holcombe, R. (2003). The Origins of Entrepreneurial Opportunities, *Review of Austrian Economics*, 16(1): 25–43.
43. Kelley, D., Bosma, N. in Amoros, J. E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor: 2010 Global Report*. Babson College, Babson Park, MS, US; Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile; London Business School, London, UK in GERA.
44. Kim, C. W. in Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Boston MA: Harvard Business School Press.
45. Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: The University of Chicago Press.
46. Kirzner, I. M. (1985). *Discovery and the Capitalist Process*. Chicago: The University of Chicago Press.
47. Klein, N. (2008). *Doktrina šoka: razmah uničevalnega kapitalizma*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
48. Koellinger, P. (2008). Why are some entrepreneurs more innovative than others? *Small Business Economics*, 31(1): 21–37.
49. Koellinger, P., Minniti, M. in Schade, C. (2005). *I Think I Can, I Think I Can: Overconfidence and Entrepreneurial Behavior*, Discussion papers 501, Berlin: DIW, German Institute for Economic Research. Dostopno na: [<http://www.econstor.eu/dspace/bitstream/10419/18352/1/dp501.pdf>].

50. Levesque, M. in Minitti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior, *Journal of business venturing*, 21(2): 177–194.
51. Levie, J. in Autio, E. (2011). Regulatory Burden, Rule of Law, and Entry of Strategic Entrepreneurs: An International Panel Study, *Journal of Management Studies*, 48: 1392–1419.
52. McMullen, J. S. in Shephers, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur, *Academy of Management Review*, 31(1): 132–152.
53. Morris, M. H., Kuratko, D. F. in Covin, J. G. (2010). *Corporate Entrepreneurship and Innovation*. Mason, OH: Thomson/South-Western.
54. Mueller, S. L. in Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: a nine country study of locus of control and innovativeness, *Journal of Business Venturing*, 16(1): 51–75.
55. OECD. (2004). *Women's Entrepreneurship: Issues and Policies*. Paris: OECD Publishing.
56. OECD. (2008). *Measuring Entrepreneurship. A digest of indicators*, OECD–Eurostat Entrepreneurship Indicators Program. OECD Statistics Directorate: OECD Publishing.
57. Pilkova, A. idr. (2012). *Podnikanje na Slovensku: visoka aktivita, nizke razvojne aspiracije*, GEM Slovaška 2012. Bratislava: Univerza Komenskega.
58. Pinchot III, G. (1999). *Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation*. Bennett-Koehler Pub.
59. Porter, M. J., Sachs, J. in McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. V: M. J. Porter, P. K. Sachs, J. W. Cornelius, J. Mc Arthur, K. Schwab (ur.), *The Global Competitiveness Report 2001–2002*, New York: Oxford University Press, 16–25.
60. Rebernik, M., Tominc, P. in Crnogaj, K. (2011). *Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva*, GEM Slovenija 2010. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
61. Rebernik, M., Tominc, P. in Crnogaj, K. (2012). *Usihanje podjetništva v Sloveniji*, GEM Slovenija 2011. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
62. Rebernik, M., Tominc, P. in Pušnik, K. (2009). *Rast podjetniške aktivnosti*, GEM Slovenija 2008. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
63. Redford, D. in Trigo, V. (2007). *The State of Portuguese Entrepreneurship Education: A National Study of 2005/2006*, mimeo ISCTE.
64. Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N. in Servais, I. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation, 1998–2003, *Small Business Economics*, 24(3): 205–231.
65. Rotter, J. (1954). *Social Learning and Clinical Psychology*. Prentice-Hall.
66. Rus, M. (2010). Otežen dostop do virov financiranja v času krize. V: K. Širec in M. Rebernik (ur.), *Vrzeli slovenskega podjetniškega okolja, Slovenski podjetniški observatorij 2009/10*, Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
67. Saxenian, A. (2006). *The New Argonauts: Regional Advantage in a Global Economy*. Harvard University Press.
68. Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

69. Schwab, K. (2012). *The Global Competitiveness Report 2012–2013*. Švica: World Economic Forum.
70. Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship. The Individual-Opportunity Nexus*. Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
71. Shane, S. in Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research, *The Academy of Management Review*, 25(1): 217–226.
72. Širec, K. in Rebernik, M. (2011). Izobraževanje za podjetnost in podjetništvo, *Pedagoška obzorja*, 26(4): 129–145.
73. 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 rapport, 41.
74. Stewart, W. in Roth, P. (2001). Risk Propensity Differences Between Entrepreneurs and Managers: A Meta-Analytic Review, *Journal of Applied Psychology*, 86: 145–153.
75. Szyliowicz, D. in Galvin, T. (2010). Applying broader strokes: Extending institutional perspectives and agendas for international entrepreneurship research, *International Business Review*, 19(4): 317–332.
76. Terjesen, S. in Szerb, L. (2008). Dice thrown from the beginning? An empirical investigation of determinants of firm level growth expectations, *Estudios De Economia*, 35(2): 153–178.
77. Tominc, P. in Rebernik, M. (2012). Gender differences in entrepreneurial education and entrepreneurial activity in part of the Danube region, *Aktual'ni problemi ekonomiki*, 12(138): 496–505.
78. Van Stel, A., Storey, D. J. in Thurik, A. R. (2007). The Effect of Business Regulations on Nascent and Young Business Entrepreneurship, *Small Business Economics*, 28(2): 171–186.
79. Verheul, I. in Thurik, A. R. (2001). Start-up capital: does gender matter? *Small Business Economics*, 16: 329–345.
80. Volery, T. (2004). Entrepreneurship and Enterprise Education in Europe: What Must Be Learnt and What Can Be Taught, *EntreNews*, 2/2004: 2.
81. Wennekers, S. in Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship to economic growth, *Small Business Economics*, 13(1): 27–55.
82. Wennekers, S., Uhlaner, L. in Thurik, R. (2002). Entrepreneurship and its Conditions: a Macro Perspective, *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1): 1–40.
83. World Economic Forum. (2009). *Educating the Next Wave of Entrepreneurs: Unlocking Entrepreneurial Capabilities to Meet the Global Challenges of the 21st Century: A Report of the Global Education Initiative*. Švica: World Economic Forum.
84. Xavier, S. R., Kelley, D., Kew, J., Herrington, M. in Vorderwülbecke, A. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor: 2012 Global Report*, Babson College, Universidad del Desarrollo, Universiti Tun Abdul Razak, London Business School, and GERA.

Ključne mere GEM

Mera	Opis
<i>Odnos do podjetništva in njegovo dojemanje (Entrepreneurial Attitudes and Perceptions)</i>	
Zaznane priložnosti (Perceived opportunities)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki vidijo dobre priložnosti za ustanovitev podjetja na območju, na katerem živijo.
Zaznane zmogljivosti (Perceived capabilities)	Odstotek odrasle populacije 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 odrasle populacije med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki so latentni podjetniki, saj nameravajo v roku treh let ustanoviti podjetje.
Stopnja strahu pred neuspehom (Fear of failure rate)	Odstotek odrasle populacije 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.
Podjetništvo kot zaželena podjetniška izbira (Entrepreneurship as desirable career choice)	Odstotek odrasle populacije 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 odrasle populacije 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 odrasle populacije 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.
Motivacijski indeks (Entrepreneurial motivation index)	Razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti.
<i>Podjetniška aktivnost (Entrepreneurial Activity)</i>	
Stopnja nastajajočega podjetništva (Nascent entrepreneurship rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno nastajajoči podjetniki, tj. so aktivno vpleteni 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.

Mera	Opis
Stopnja novega podjetništva (New business ownership rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno lastniki-managerji novega podjetja, to pomeni, da so lastniki in 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 odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali pa novi podjetniki (lastniki-managerji) novega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja ustaljenega podjetništva (Established business ownership rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno podjetniki ustaljenega podjetja; to pomeni, da so lastniki in vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodke več kot 42 mesecev.
Stopnja celotne podjetniške aktivnosti (Overall entrepreneurial activity rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi vključeni v zgodnje podjetniške aktivnosti ali pa so lastniki-managerji ustaljenega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja prenehanja poslovanja (Business discontinuation rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so v zadnjih 12 mesecih prenehali poslovati, ker so prodali, zaprli ali 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 niso imeli druge možnosti za delo.
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, da bi samo obdržali svoje sedanje prihodke.
Podjetniške aspiracije (Entrepreneurial Aspirations)*	
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity - HEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali novi podjetniki (lastniki-managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj, ter pričakujejo, da bodo čez pet zaposlovali najmanj 20 ljudi.
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo: relativni delež (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki pričakujejo, da bodo čez pet let zaposlovali najmanj 20 ljudi.
Zgodnja podjetniška aktivnost, pričakovano samostojna ali z nizko rastjo zaposlovanja (Solo/Low job expectation early-stage entrepreneurial activity-SLEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali novi podjetniki (lastniki-managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj, ter pričakujejo, da bodo čez pet zaposlovali manj kot 5 ljudi. Na osnovi podatkov 2009–2011.

Mera	Opis
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano srednjo/visoko rastjo zaposlovanja (Medium/high job expectation early-stage entrepreneurial activity-MHEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali novi podjetniki (lastniki-managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj, ter pričakujejo, da bodo čez pet zaposlovali 5 ali več ljudi. Na osnovi podatkov 2009–2011.
Zgodnja podjetniška aktivnost usmerjena k novim izdelkom in trgom: relativni delež (New product-market oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki navajajo, da je njihov izdelek ali storitev nov za vsaj nekaj kupcev in da ni veliko podjetij, ki bi ponujala enak izdelek ali storitev. Na osnovi podatkov 2009–2011.
Zgodnja podjetniška aktivnost v tehnoloških sektorjih: relativni delež (Early-stage entrepreneurial activity in technology sectors: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki so aktivni v »visokotehnoloških« ali »srednjetehnoloških« sektorjih, kot jih klasificira OECD.
Mednarodno usmerjena zgodnja podjetniška aktivnost: relativni delež (International oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki navajajo, da je vsaj 25 % njihovih kupcev iz drugih držav. Na osnovi podatkov 2009–2011.
Podjetniška aktivnost zaposlenih (Entrepreneurial Employee Activity)	
Podjetniška aktivnost zaposlenih (Entrepreneurial Employee Activity-EEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno vključeni v razvoj nove podjetniške dejavnosti za svojega delodajalca in imajo pri tem vodilno vlogo.
Podjetniška aktivnost zaposlenih v zasebnem sektorju (Private sector entrepreneurial employee activity-PEEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno vključeni v razvoj nove podjetniške dejavnosti za svojega delodajalca v zasebnem sektorju in imajo pri tem vodilno vlogo. Zato PEEA predstavlja podskupino mere EEA.
Podpora delodajalca podjetniški aktivnosti zaposlenih (Employer's support for entrepreneurial employee activity)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki navaja, da njihov delodajalec zagotavlja zaposlenim vsaj nekaj podpore pri novih idejah.

* Mera z oznakami HEA, SLEA, MHEA, EEA in PEEA so bile uporabljene leta 2011 in so podrobneje pojasnjene v Rebernik idr. 2012.

Podvojeni vzorčni okvir

Leta 2012 je bilo v Sloveniji zaradi upada fiksnih telefonskih priključkov uporabljeno kombinirano telefonsko anketiranje, kar pomeni, da smo izhajali iz podvojenih vzorčnih okvirov: za 75 % statističnih enot v vzorcu je vzorčni okvir predstavljal telefonski imenik gospodinjstev s fiksnim telefonskim priključkom, dobrih 25 % statističnih enot v vzorcu pa smo vzorčili na osnovi telefonskega imenika razpoložljivih mobilnih telefonskih števil.

Podvojeni vzorčni okviri se v zadnjem času ponovno pogosteje uporabljajo, saj narašča število gospodinjstev z vsaj enim mobilnim telefonskim priključkom, hkrati pa upada število gospodinjstev, ki imajo zgolj fiksni telefonski priključek (European Commission 2008,¹ European Mobile industry observatory 2011²). Takšen pojav je mogoče opaziti v veliko evropskih državah, tudi v Sloveniji. V raziskavi GEM je podvojeni vzorčni okvir fiksnih in mobilnih telefonskih priključkov leta 2012 uporabljalo 21 sodelujočih držav od 69; večinoma so to razvite države z inovacijskim tipom gospodarstva (na primer Avstrija, Belgija, Finska, Nemčija itd.). Nekatere, zlasti manj razvite države, pa uporabljajo podvojeni vzorčni okvir fiksnih telefonskih priključkov in osebnega anketiranja ali celo mobilnih telefonskih priključkov in osebnega anketiranja predvsem zaradi nezadostne pokritosti gospodinjstev s fiksnimi telefonskimi priključki. S podvojenimi vzorčnimi okviri dosežemo večjo zanesljivost dobljenih rezultatov.

V vzorcu za Slovenijo za leto 2012 je bilo iz vzorčnega okvira gospodinjstev s fiksnimi telefonskimi priključki anketiranih 1589 oseb, iz vzorčnega okvira mobilnih telefonskih priključkov pa 421 oseb. V tabeli A1 prikazujemo rezultate preverjanja obstoja statistično značilnih razlik med obema skupinama anketiranih za nekatere osnovne kazalnike podjetniške aktivnosti, v tabeli A2 pa strukturo anketiranega prebivalstva po starosti in spolu za obe skupini anketiranih.

¹ http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_293_full_en.pdf

² <http://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/04/emofullwebfinal.pdf>

Tabela A1: Statistična značilnost razlik za izbrane kazalnike podjetniške aktivnosti za prebivalstvo, dostopno preko fiksnih in preko mobilnih telefonskih priključkov, Slovenija 2012

	TEA	TEA–moški	TEA–ženske	TEA–nujnost	TEA–priložnost	Nastajajoči podjetniki			
						priložnost	nujnost	moški	ženske
Fiksni telefoni	4,69	6,79	2,61	0,36	4,16	2,01	0,23	3,29	1,47
Mobilni telefoni	8,17	12,36	2,51	0,56	7,61	0,48	0,34	8,18	1,00
	p = 0,02*	p = 0,016*	p = 0,937	p = 0,566	p = 0,013*	p = 0,012*	p = 0,750	p = 0,01*	p = 0,585

** razlike statistično značilne pri manj kot 1 % tveganju

* razlike statistično značilne pri manj kot 5 % tveganju

Tabela A2: Struktura anketiranih v slučajnem vzorcu za Slovenijo za leto 2012 po starosti in spolu v obeh skupinah anketiranih

	Spol		Starost				
	moški	ženske	18–24	25–34	35–44	45–54	55–64
Fiksni telefoni	49,8	50,2	11,3	20,0	22,6	24,0	22,2
Mobilni telefoni	57,4	42,6	17,2	31,0	20,6	18,5	12,8

Kot kažejo rezultati, smo z mobilnimi telefoni zajeli predvsem mlajše moške, kar je bil tudi namen uporabe podvojenih vzorčnih okvirov, saj smo tako zmanjšali velikost uteži pri anketiranih v tej skupini. Pri drugih demografskih značilnostih ni opaziti razlik v strukturi – domnevamo lahko, da statistično značilne razlike v izbranih kazalnikih podjetniške aktivnosti niso posledica katerih drugih demografskih značilnosti.

Kot je razvidno iz tabele A1, lahko statistično značilne razlike v podjetniški aktivnosti potrdimo med obema skupinama ljudi pri podjetniški aktivnosti moških, in sicer v podjetništvu zaradi izkoriščanja obetavnih poslovnih priložnosti, kar velja tudi pri nastajajočih podjetnikih. Ker moški med podjetniki prevladujejo, je statistično značilna razlika tudi pri skupni zgodnji podjetniški aktivnosti.

Raziskovalni timi in sponzorji

GEM v letu 2012

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Alžirija	CREAD	Abderrahmane Abedou	German Development Cooperation (Deutsche Gesellschaft fuer Internationale Zusammenarbeit, GIZ)	CREAD
		Ahmed Bouyacoub		
		Hamid Kherbachi		
		Mohcene Abdenour		
		Zoubiri Hocine		
		Marita Riedel		
		Marcus Casel		
Angola	Sociedade Portuguesa e Inovação (SPI)	Augusto Medina	BFA – Banco de Fomento Angola, S.A.R.L. International Development Research Centre (IDRC)	SINFIC, Sistemas de Informação Industriais, S.A.
		Douglas Thompson		
		Nuno Gonçalves		
		João Rodrigues		
		Catarina Barbosa		
		Sofia Esteves		
	Centro de Estudos e Investigação Científica (CEIC) of the Universidade Católica de Angola (UCAN)	Manuel Alves da Rocha		
		Carlos Vaz		
		Salim Abdul Valimamade		
Argentina	IAE - Business School	Silvia Torres Carbonell	Buenos Aires City Government – Economic Development Ministry	MORI Argentina
		Aranzazu Echezarreta		
		Juan Martin Rodriguez		
Avstrija	FH Joanneum	Thomas Schmalzer	Wirtschaftskammer Österreich	OGM Gesellschaft für Marketing Ges.m.b.H.
		Bernadette Frech	Wirtschaftskammer Steiermark	
		Rene Wenzel	Wirtschaftskammer Oberösterreich	
		Vito Bobek	Wirtschaftskammer Niederösterreich	
			Wirtschaftskammer Wien	
			Wirtschaftskammer Kärnten	
	Wirtschaftskammer Salzburg			
	Wirtschaftskammer Burgenland			
	Wirtschaftskammer Tirol			
	Wirtschaftskammer Vorarlberg			

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Barbados	The Cave Hill School of Business, The University of the West Indies	Marjorie Wharton	International Development Research Centre (IDRC)	Systems Consulting Ltd.
		Donley Carrington	First Citizens Bank Ltd	
		Jeannine Comma		
Belgija	Vlerick Business School	Hans Crijns	STOIO (Flemish Research Organisation for Entrepreneurship and Regional Economy)	Dedicated Research
		Niels Bosma	EWI (Department of Economy, Science and Innovation)	
		Tine Holvoet		
Bosna in Hercegovina	Centre for Entrepreneurship Development Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	Bahrija Umihanić	Centre for Entrepreneurship Development Tuzla	IPSOS d.o.o. Sarajevo
		Mirela Omerović	Federal Ministry of Entrepreneurship, Development and Crafts	
		Rasim Tulumović	Ministry of Development and Entrepreneurship of Tuzla Canton	
		Sladana Simić	SeeNet Program	
		Aziz Šunje	MCF Prizma	
		Kenan Crnkic	Municipality of Tuzla	
		Vjekoslav Domljan		
		Ranko Markuš		
		Selma Poljić		
Bocvana	University of Botswana	C. R. Sathymoorthi	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Botswana Team
		B. Kealesitse		
		Z. Muranda		
		J. Pansiri		
		R. Makgosa		
		S. Biza-Khupe		
		E. D. M. Odirile		
		T. Mphela		
		T. Tsheko		
Brazilija	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	Simara Maria de Souza Silveira Greco	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE	Rogério de Mello Bonilha - EI
		Adriano Luiz Antunes	Fundação Getúlio Vargas - FGV-EAESP	
		Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia Duarte	Serviço Social da Indústria - SESI - PR	
		Fábio Fernandes Pereira	Universidade Federal do Paraná - UFPR	
		Joana Paula Machado	Instituto de Tecnologia do Paraná - TECPAR	
		Mariano Mato Macedo		
		Mario Tamada Neto		
		Marco Aurélio Bedê		
		Morlan Luigi Guimarães		
		Paulo Alberto Bastos Jr		
		Tales Andreassi		
		Vanderlei Moroz		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Čile	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós	Ministerio de Economía	Questio, Estudios de Mercado y Opinion Limitada
		Carlos Poblete	MovistarInnova	
		Carlos Albornoz	InnovaChile Corfo	
		Gianni Romani	SOFOFA (Federation of Chilean Industry)	
Danska	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt	Industriens Fond	Voxmeter
		Torben Bager	EE - Etnisk Erhvervsfremme	
		Mahdokht Sedaghat		
		Kim Klyver		
		Majbritt Rostgaard Evald		
		Kent Wickstrøm Jensen		
		Mick Hancock		
		Shahamak Rezaei		
Egipt	The British University in Egypt	David Kirby	Silatech	The Nielsen Company
		Hala Hattab	International Development Research Centre (IDRC)	
		Hadia FakhrEldin	The British University in Egypt	
			The Middle East Council for Small Businesses and Entrepreneurship	
Ekvador	ESPOL- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio	Banco de Guayaquil	Survey Data
		Ma. Elizabeth Arteaga	CLARO	
		Guido Caicedo	Dyvenpro	
		Xavier Ordeñana	ESPOL	
		Ramón Villa	Mexichem Group	
		Andrea Samaniego	Telconet Trout and Partners	
Estonija	Estonian Development Fund	Tõnis Arro	Estonian Development Fund	Saar Poll
		Tõnis Mets		
		Ellen Liigus		
		Tiit Elenurm		
		Jaan Masso		
		Kaire Põder		
		Urve Venesaar		
		Anne Reino		
		Etiopija		
Wolday Amha				
Asmelash Haile				
Mawerdi Abdurahman				
Finska	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen	Ministry of Employment and the Economy	TNS Gallup Oy
		Jarna Heinonen	Turku School of Economics, University of Turku	
		Tommi Pukkinen		
		Pekka Stenholm		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Francija	EMLYON Business School	Alain Fayolle	EMLYON Business School	CSA
		Emeran Nzali		
		Danielle Rousson		
		Jean-Pierre Debourse		
Gana	University of Ghana	Paul W. K. Yankson	International Development Research Centre (IDRC)	Institute of Statistical, Social and Economic Research (ISSER), University of Ghana
		George Owusu		
		Robert D. Osei		
		Simon Bawakyillenuo		
Grčija	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides	National Bank of Greece SA	Datapower SA
		Stelina Chatzichristou		
		Aggelos Tsakanikas		
Hrvaška	J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer	Ministry of Entrepreneurship and Crafts CEPOR SME & Entrepreneurship Policy Centre J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics	Puls d.o.o., Zagreb
		Nataša Šarlija		
		Sanja Pfeifer		
		Suncica Oberman Peterka		
		Mirna Oberman		
Indija	Entrepreneurship Development Institute of India (EDI), Ahmedabad	Sunil Shukla	Centre for Research in Entrepreneurship Education and Development (CREED) Entrepreneurship Development Institute of India (EDI)	TNS India
		Pankaj Bharti		
		Amit Kumar Dwivedi		
	Institute of Management Technology (IMT), Ghaziabad	Bibek Banerjee	Institute of Management Technology (IMT)	
		Surinder Batra		
		Noel Saraf		
	Indian School of Business (ISB), Hyderabad	Krishna Tanuku	Wadhvani Centre for Entrepreneurship Development (WCED), ISB	
		Santosh Srinivas		
		Kumar Ashish		
		Vijay Vyas	Department of Strategy, Enterprise and Innovation, Portsmouth Business School	
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan	Labour Social Security Institute (LSSI)	Sedigheh Yeganegi
		Nezameddin Faghieh		
		Ali Akbar Moosavi-Movahedi		
		Leyla Sarfaraz		
		Asadolah Kordrnej		
		Jahangir Yadollahi Farsi		
		Mahmod Ahamadpour Daryani		
		S. Mostafa Razavi		
		Mohammad Reza Zali		
		Mohammad Reza Sepehri		
		Ali Rezaean		

PRILOGA 3: RAZISKOVALNI TIMI IN SPONZORJI GEM V LETU 2012

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Irska	Fitzsimons Consulting Dublin City University Business School	Paula Fitzsimons	Enterprise Ireland	IFF
		Colm O'Gorman	Forfás	
Italija	University of Padua	Moreno Muffatto	Grafica Veneta Spa	Doxa
		Paolo Giacon	Campania Innovazione	
		Michael Sheriff		
		Saadat Saaed		
		Masoud Mostafavi		
		Sandra Dal Bianco		
		Debora Vivenzi		
Izrael	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz	The Ira Center for Business Technology and Society, Ben Gurion University	Dialogue Corporation
		Yoash Avrahami	Ministry of Industry, Trade and Employment, Government of Israel	
		Miri Lerner	The Sami Shamoon College of Engineering	
			MATA - Organisation for the Advancement of Technology Entrepreneurs	
Jamajka	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj	International Development Research Centre (IDRC)	Market Research Services Ltd
		Paul Golding	University of Technology, Jamaica	
		Michael Steele		
		Vanetta Skeete		
		Orville Reid		
		Horace Williams		
Japonska	Musashi University	Noriyuki Takahashi	Venture Enterprise Center	Social Survey Research Information Co.,Ltd (SSRI)
		Takeo Isobe		
		Yuji Honjo		
		Takehiko Yasuda		
		Masaaki Suzuki		
Južnoafriška republika	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington	The Swiss South African Cooperation Initiative (SSACI)	Nielsen South Africa
		Natasha Turton	The Small Enterprise Development Agency (SEDA)	
		Jacqui Kew	The Services SETA	
Kitajska	Tsinghua University	Gao Jian	School of Economics and Management, Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.
		Qin Lan		
		Jiang Yanfu		
		Cheng Yuan		
		Li Xibao		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Kolumbija	Universidad de los Andes	Rafael Augusto Vesga	Universidad de los Andes - Center for Entrepreneurship	Centro Nacional de Consultoría
		Raúl Fernando Quiroga		
		Paola Andrea Garcia		
	Universidad del Norte	Liyis Gómez	Universidad del Norte	
		Ignacio Negrette		
		Juan Guillermo Restrepo		
		Leila Escaff		
	Universidad Icesi	Rodrigo Varela Villegas	Universidad Icesi - International Development Research Center (IDRC)	
		Juan David Soler		
		Luis Miguel Alvarez		
	Pontificia Universidad Javeriana Cali	Fernando Pereira	Pontificia Universidad Javeriana Cali	
		Fabian Osorio		
Koreja	Gyeongnam National University of Science and Technology (GnTech)	Sung-sik Bahn	Small and Medium Business Administration (SMBA) Korea Entrepreneurship Foundation Korea Aerospace Industries, Ltd (KAI) Taewan Co., Ltd.	Hankook Research Co
		Sang-gu Seo		
		Kyung-Mo Song		
		Dong-hwan Cho		
		Jong-hae Park		
		Min-Seok Cha		
		Jong-bok Park		
Kostarika	Parque Tec (General Coordination GEM Costa Rica) Cátedra Innovación y Desarrollo Empresarial de la Universidad de Costa Rica (UCR) Cámara de Industrias de Costa Rica (CICR)	Marcelo Lebendiker	Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE)	Ipsos Marketing Research
		Petra Petry		
		Rafael Herrera		
		Guillermo Velasquez		
Latvija	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Marija Krumina	TeliaSonera AB	SKDS
		Anders Paalzow		
		Alf Vanags		
Litva	International Business School at Vilnius University	Mindaugas Lauzikas	International Business School at Vilnius University Lithuanian Research Council Enterprise Lithuania	RAIT Ltd
		Erika Vaiginiene		
		Aiste Miliute		
		Vikinta Rosinaite		
		Skaiste Batuleviciute		

Tím	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Madžarska	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb	OTKA Research Foundation Theme number K 81527 Regional Studies PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics Business Administration PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics Management and Business Administration PhD Programme of the Corvinus University of Budapest Doctoral School of Regional and Economic Sciences, Széchenyi István University GEDI	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet
		József Ulbert		
		Attila Varga		
		Gábor Márkus		
		Attila Petheő		
		Dietrich Péter		
		Zoltán J. Ács		
		Siri Terjesen		
		Saul Estrin		
		Ruta Aidis		
Makedonija	University "Ss. Cyril and Methodius" - Business Start-Up Centre (BSC) Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF)	Radmil Polenakovic	Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF)	Brima Gallup
		Tetjana Lazarevska		
		Saso Klekovski		
		Aleksandar Krzalovski		
		Dimce Mitreski		
		Lazar Nedanoski		
		Gligor Mihailovski		
		Jasmina Popovska		
		Fisnik Shabani		
Malavi	University of Malawi	George Mandere	International Development Research Centre (IDRC) University of Malawi Invest in Knowledge Initiative	Invest in Knowledge Initiative
		Benjamin Kaneka		
		James Kaphuka		
		Andrew Jamali		
		Regson Chaweza		
		Monica Phiri		
		Mike Dalious		
Malezija	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier	Universiti Tun Abdul Razak	Rehanstat
		Mohar bin Yusof		
		Leilanie binti Mohd Nor		
		Noorseha binti Ayob		
		Garry Clayton		
Mehika	Tecnologico de Monterrey	Mario Adrián Flores Castro	Tecnologico de Monterrey Campus León Proyectos Legado del Tecnológico de Monterrey Instituto para el Desarrollo Regional	Alduncin y Asociados
		Marcia Campos Serna		
		Elvira Naranjo Priego		
		Luz Natzin López González		
		Dessire Angel Rocha		
		Laura Camino Muñoz		
		Adriana del Carmen Sánchez		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Namibija	Namibia Business School	Mac Hengari	Namibia Business School	Nielsen
		Albert Kamuinjo		
		Jennifer Haihambo		
		Nepeti Nicanor		
Nemčija	Leibniz Universität Hannover Institute for Employment Research (IAB) of the German Federal Employment Agency (BA)	Rolf Sternberg	German Federal Employment Agency (BA)	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM), Bonn
		Udo Brixy		
		Arne Vorderwülbecke		
Nigerija	TOMEB Foundation for Youth Development & Sustainability	Rilwan Aderinto	International Development Research Centre (IDRC)	MarketSight Consultancy Limited
		Tunde Popoola	Tomeb Foundation For Youth Development & Sustainability	
		Luqman Olatokunbo Obileye		
		Abubakar Sadiq Kasum	MarketSight Consultancy Limited	
		Tomola Marshal Obamuyi		
Nizozemska	Panteia/EIM	Jolanda Hessels	The Ministry of Economic Affairs of the Netherlands	Stratus
		Peter van der Zwan		
		Sander Wennekers		
		André van Stel		
		Roy Thurik		
		Philipp Koellinger		
		Ingrid Verheul		
		Niels Bosma		
Norveška	Bodø Graduate School of Business	Gry Alsos	Innovation Norway	Polarfakta
		Erlend Bullvaag	Ministry of Local Government and Regional Development	
		Lars Kolvereid	Ministry of Trade and Industry	
		Bjorn Willy Aamo	Kunnskapsfondet Nordland AS	
		Aurora Dyrnes		
Pakistan	Center for Entrepreneurial Development, Institute of Business Administration (IBA), Karachi	Sarfraz A. Mian	Institute of Business Administration (IBA), Karachi	Oasis Insight
		M. Shahid Qureshi	Institute of Business Administration (IBA), Sukhur	
		Zafar A. Siddiqui	National University of Science and Technology (NUST), Islamabad	
		Moeid Sultan	University of Engineering and Technology (UET), Peshawar	
		Syed Ali Akbar Rizvi	GIFT University, Gujranwala	
		Akhtar Ali Qureshi	State University of New York (SUNY), Oswego	
		Syed Asif Ali Shah		
		Nadeem Mustafa		
Palestina	MAS Institute	Samir Abdullah	International Development Research Centre (IDRC)	The Palestine Central Bureau of Statistics (PCBS)
		Yousef Daoud		
		Tareq Sadeq		
		Mohammed Hittawi		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Panama	City of Knowledge's Panama Business Accelerator	Manuel Lorenzo	The Authority of the Micro, Small and Medium Enterprises IPSOS	IPSOS
		Manuel Arrocha		
		Ramón Garibay		
		Andrés León		
		Federico Fernández Dupouy		
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship Imasen	Imasen
		Keiko Nakamatsu		
		Oswaldo Morales		
		Amanda Borda		
Poljska	University of Economics in Katowice Polish Agency for Enterprise Development	Przemysław Zbierowski	Polish Agency for Enterprise Development University of Economics in Katowice	Millward Brown SMG/KRC
		Anna Tarnawa		
		Paulina Zadura-Lichota		
		Dorota Węclawska		
		Mariusz Bratnicki		
		Wojciech Dyduch		
		Bartłomiej J. Gabryś		
		Rafał Kozłowski		
		Katarzyna Bratnicka		
Portugalska	Sociedade Portuguesa e Inovação (SPI)	Augusto Medina	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)	GfKMetris (Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, S.A.)
		Douglas Thompson		
		Nuno Gonçalves		
		João Rodrigues		
		Claudia Drumond		
		Catarina Barbosa		
	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)	António Caetano		
		Susana Correia Santos		
		Sílvia Fernandes Costa		
Romunija	Faculty of Economics and Business Administration, Babeş-Bolyai University	Annamária Benyovszki	OTP Bank Romania	Metro Media Transilvania
		Tünde Petra Petru	Asociația Pro Oeconomica	
		Ágnes Nagy	Babeş-Bolyai University of Cluj-Napoca	
		Ștefan Pete	Metro Media Transilvania, Studii Sociale, Marketing și Publicitate S.R.L.	
		Lehel - Zoltán Györfy		
		Dumitru Matis		
		Eugenia -Ana Matis		
Rusija	Graduate School of Management SPbSU	Olga Verkhovskaya	Charitable Foundation for Graduate School of Management Development Citi Foundation	Levada-Center
		Maria Dorokhina		
		Galina Shirokova		
		Alexander Chepurenko		
		Olga Obratsova		
		Maria Gabelko		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Salvador	ESEN	Manuel Sanchez Masferrer	Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN)	Centro Emprendedor ESEN
		Ramon Candel		
Singapur	Nanyang Technological University	David Matius Gomulya	Nanyang Technological University NTU Ventures Pte Ltd	Joshua Research Consultants Pte Ltd
		Ho Moon-Ho Ringo		
		Olexander Chernyshenko		
		Chan Kim Yin		
		Alex Lin		
		Rosa Kang		
		Lai Yoke Yong		
		Olwen Bedford		
		Marilyn Ang Uy		
		Francis Wong Lun Kai		
Slovaška	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova	National Agency for Development of Small and Medium Enterprises Mery - Jaroslav Iglar SLOVINTEGRA Energy, s.r.o	GfK Slovakia, s.r.o.
		Zuzana Kovacicova		
		Marian Holienka		
		Jan Rehak		
		Andrej Mihálik		
		Jozef Komornik		
Slovenija	Faculty of Economics and Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik	Ministry of Economic Development and Technology Slovenian Research Agency Institute for Entrepreneurship and Small Business Management	RM PLUS
		Polona Tominc		
		Katja Crnogaj		
		Karin Širec		
		Barbara Bradač Hojnik		
Španija	UCEIF-Cise	Ricardo Hernández	Bank Of Santander Spanish GEM Regional Network University Antonio de Nebrija Fundación Rafael Del Pino	Instituto Opinómetro S.L.
		Federico Gutiérrez-Solana		
		Alvaro Sancho González		
		Alicia Coduras		
Švedska	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm	Svenskt Näringsliv / Confederation of Swedish Enterprise Vinnova EU Commission, DG Employment (for EU project)	Ipsos
		Per Thulin		
		Kristina Nyström		
		Carin Holmquist		
		Ulrika Stuart Hamilton		
Švica	School of Management (HEG-FR) Fribourg	Rico Baldegger	Kommission für Technologie und Innovation KTI / CTI HEG –FR School of Management Fribourg (HEG-FR)	gfs Bern
		Pius Baschera		
		Andreas Brühlhart		
		Siegfried Alberton		
		Andrea Huber		
		Fredrik Hacklin		
		Onur Saglam		
		Pascal Wild		

PRILOGA 3: RAZISKOVALNI TIMI IN SPONZORJI GEM V LETU 2012

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Tajska	School of Entrepreneurship and Management (SEM), Bangkok University	Pichit Akraithit	Bangkok University	TNS Research International Thailand
		Koson Sapprasert		
		Sarn Aksaranugraha		
Tajvan	National Chengchi University	Chao-Tung Wen	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs	NCCU Survey Center
		Chang-Yung Liu		
		Su-Lee Tsai		
		Yu-Ting Cheng		
		Yi-Wen Chen		
		Ru-Mei Hsieh		
		Chao Hsien Chang		
		Chin-Hsiang Tsao		
Trinidad in Tobago	Arthur Lok Jack Graduate School of Business, University of the West Indies	Miguel Carrillo	International Development Research Centre (IDRC)	Sacoda Serv Ltd
		Henry Bailey		
		Marvin Pacheco		
Tunizija	IHEC, University of Sousse	Faysal Mansouri	International Development Research Centre (IDRC)	Optima
		Lotfi Belkacem	SILATECH, Doha, Qatar	
Turčija	Yeditepe University	Esra Karadeniz	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB)	Akademetre
	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB)	Melisa Mete	Yeditepe University	
Uganda	Makerere University Business School	Rebecca Namatovu	International Development Research Centre (IDRC)	Makerere University Business School
		Waswa Balunywa	Makerere University Business School	
		Sarah Kyejjusa		
		Peter Rosa		
		Laura Orobias		
		Diana Ntamu		
		Arthur Sserwanga		
		Waren Byabashaija		
Urugvaj	IEEM	Leonardo Veiga	University of Montevideo	Equipos Mori
		Fernando Borraz		
		Alvaro Cristiani		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Velika Britanija	Aston University	Mark Hart	Department for Business, Innovation and Skills (BIS)	IFF Research Ltd
		Jonathan Levie	Royal Bank of Scotland (RBS)	
		Erkko Autio	Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA)	
		Tomasz Mickiewicz	Welsh Assembly Government	
		Michael Anyadike-Danes	Hunter Centre for Entrepreneurship, Strathclyde University	
		Mohammad Shamsul Karim	Invest Northern Ireland	
			Liverpool Vision	
Zambija	University of Zambia	Francis Chigunta	International Development Research Centre (IDRC)	Department of Development Studies
		Valentine Mwanza		
		Mumba Moonga		
		Nawa Mwale		
		Chilala Hankuku		
		Wisdom Kalenga		
ZDA	Babson College	Donna Kelley	Babson College	OpinionSearch Inc.
		Abdul Ali	Baruch College	
		Marcia Cole		
		Andrew Corbett		
		Medhi Majbouri		
		Candida Brush		
		Diana Hechavarria		
		Monica Dean		
		Edward Rogoff		
		Thomas Lyons		
		Joseph Onochie		
		Ivory Phinisee		



AVTORJI

MIROSLAV REBERNIK



Dr. Miroslav Rebernik je redni profesor za ekonomiko podjetja in za podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti (EPF) Univerze v Mariboru. Bil je gostujoči profesor na Portland State University ter dobitnik Fulbrightove raziskovalne štipendije na Babson College. Sodeloval je na več kot 80 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 številne domače in mednarodne konference ter uredil njihove zbornike. Je vodja programskega odbora Mednarodne konference o podjetništvu in inoviranju PODIM (www.podim.org), predsednik sveta univerzitetnega inkubatorja Tovarna podjetij (www.tovarnapodjetij.org), član ekspertne komisije Evropske komisije SME Policy Relevant Research ter predsednik strokovne komisije tekmovanja »Start:up Slovenija«. Sodeluje v uredniških in recenzijskih odborih revij International Journal of Entrepreneurial Venturing, Economic Review: Journal of Economics and Business ter Journal of Global Entrepreneurship Research. Je vodja raziskovalnega programa Podjetništvo za inovativno družbo, vodja raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor Slovenija ter sourednik Slovenskega podjetniškega observatorija. Na EPF vodi Katedro za podjetništvo in ekonomiko podjetja ter Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij.

POLONA TOMINC



Dr. Polona Tominc je redna profesorica za kvantitativne ekonomske analize na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru in prodekanica za izobraževalno področje. Predava predmete s področja statističnih metod ter metodološki del podjetniških teorij. Je članica Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij ter Inštituta za operacijske raziskave. Sodelovala je na več kot 30 tujih in domačih znanstvenih in strokovnih konferencah, je avtorica ali soavtorica poglavij v tujih in domačih monografijah ter znanstvenih in strokovnih člankov, objavljenih v uveljavljenih mednarodnih domačih in tujih revijah. Aktivno sodeluje v mednarodni mreži za proučevanje ženskega podjetništva DIANA. Sodeluje v raziskovalnem programu Podjetništvo za inovativno družbo in je članica raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor ter Slovenskega podjetniškega observatorija.

KATJA CRNOGAJ



Dr. Katja Crnogaj je asistentka za podjetništvo in ekonomiko podjetja na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Kot raziskovalka Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij sodeluje pri številnih domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je članica raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 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« ter ciljnem raziskovalnem projektu »Spremljanje globalnega podjetništva in stanja slovenskega podjetništva s pomočjo Globalnega podjetniškega monitorja«. 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 tudi s podjetniškimi merami, mednarodnim podjetništvom, podjetniškim povezovanjem ter drugimi področji podjetništva in ekonomike podjetja.

KARIN ŠIREC



Dr. Karin Širec je izredna profesorica za področje ekonomike poslovanja in podjetništvo. Leta 1995 je diplomirala na Ekonomsko-poslovni fakulteti (EPF) v Mariboru, kjer je leta 1999 tudi magistrirala. Po končanem študiju se je kot mlajša svetovalka zaposlila v podjetju Finea Consulting, d. o. o. Od leta 1996 je zaposlena na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru, najprej kot stažistka asistentka, nato kot asistentka in danes kot docentka. Je članica raziskovalne skupine Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij, kjer sodeluje pri dveh longitudinalnih raziskavah s področja podjetništva, in sicer Slovenskem podjetniškem observatoriju in Globalnem podjetniškem monitorju. Hkrati je tudi slovenska predstavnica mednarodne raziskovalne skupine za raziskovanja ženskega podjetništva DIANA. Sodelovala je na številnih domačih in tujih strokovnih in znanstvenih konferencah. Je avtorica več znanstvenih in strokovnih člankov, ki posegajo na raziskovalna področja ekonomike podjetja, podjetništva, teorije proizvodnih virov, podjetniških teorij in teorij, ki temeljijo na znanju. Je podpredsednica za Slovenijo pri European Council for Small Business, predstojnica magistrske študijske usmeritve Podjetništvo in inoviranje na EPF, sourednica znanstvene monografije Slovenski podjetniški observatorij in članica uredniškega odbora revije Naše gospodarstvo.

BARBARA BRADAČ HOJNIK



Dr. Barbara Bradač Hojnik je docentka za podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru in aktivno sodeluje v pedagoškem procesu Katedre za podjetništvo in ekonomiko poslovanja. Vključena je bila v program Mladi raziskovalci Javne agencije za raziskovalno dejavnost RS. V doktorski raziskavi je proučevala zunanje izvajanje v slovenskih malih in srednje velikih podjetjih, rezultat česar so tudi različne znanstvene objave. Kot članica raziskovalne skupine Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij sodeluje v več domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je članica raziskovalnega tima Slovenski podjetniški observatorij, vključena pa je tudi v raziskovalni program Podjetništvo za inovativno družbo.



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

Inštitut za podjetništvo
in management
malih podjetij 



JAVNA AGENCIJA ZA RAZISKOVALNO DEJAVNOST
REPUBLIKE SLOVENIJE

