



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

Slika 38: <i>Sektorska porazdelitev zgodnjega podjetništva</i>	87
Slika 39: <i>Sektorska porazdelitev ustaljenih podjetnikov</i>	88
Slika 40: <i>Delež neformalnih investorjev po tipih gospodarstev</i>	89
Slika 41: <i>Delež neformalnih investorjev 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 najpogostejše 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 faktorskih 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 dojemanjem 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 dosedanje 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. Najmočnejše 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 prekinitev. Vendar pa je za bolj jasno sliko treba primerjati delež opuščениh 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 SPOZNANJA

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 vabljalnost 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 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.

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.

Vzpostavlanje 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 je 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

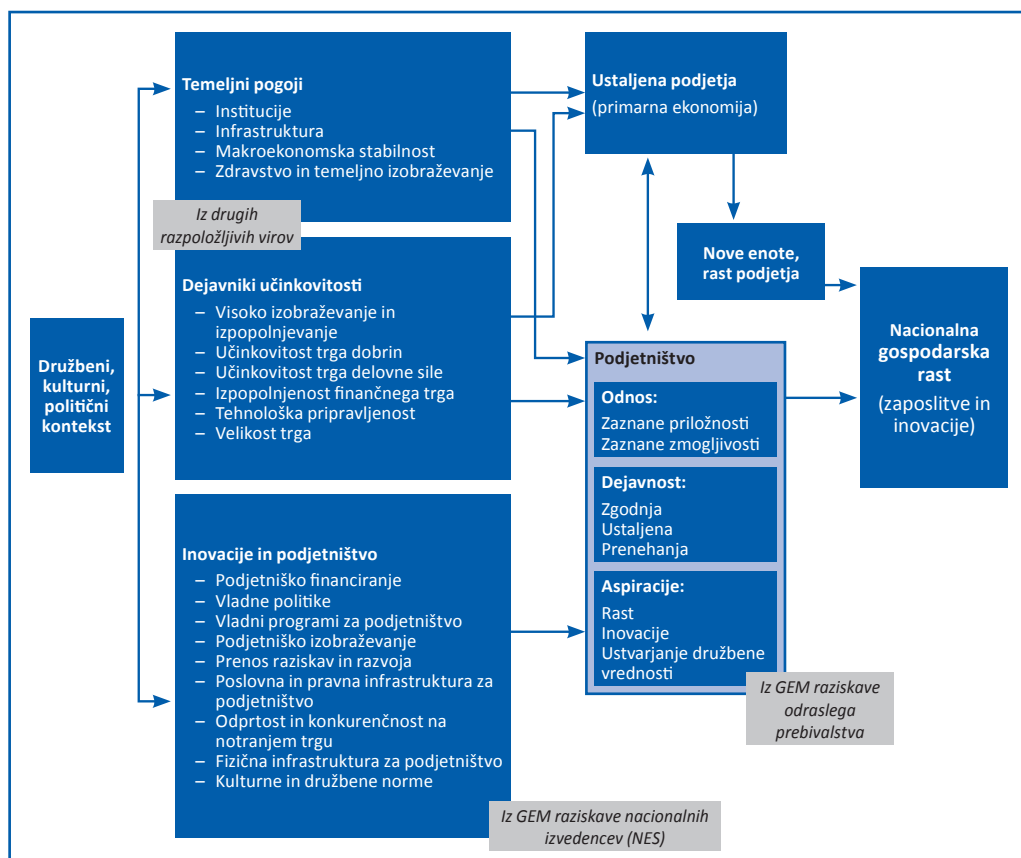
1.3.1. GEM model

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 podpore 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 podjetniškega ekosistema, vključno z učinkovitim podjetniškim financiranjem, ki bo omogočal, da se čim več idej in novosti pretopi v neposredno podjetniško prakso.

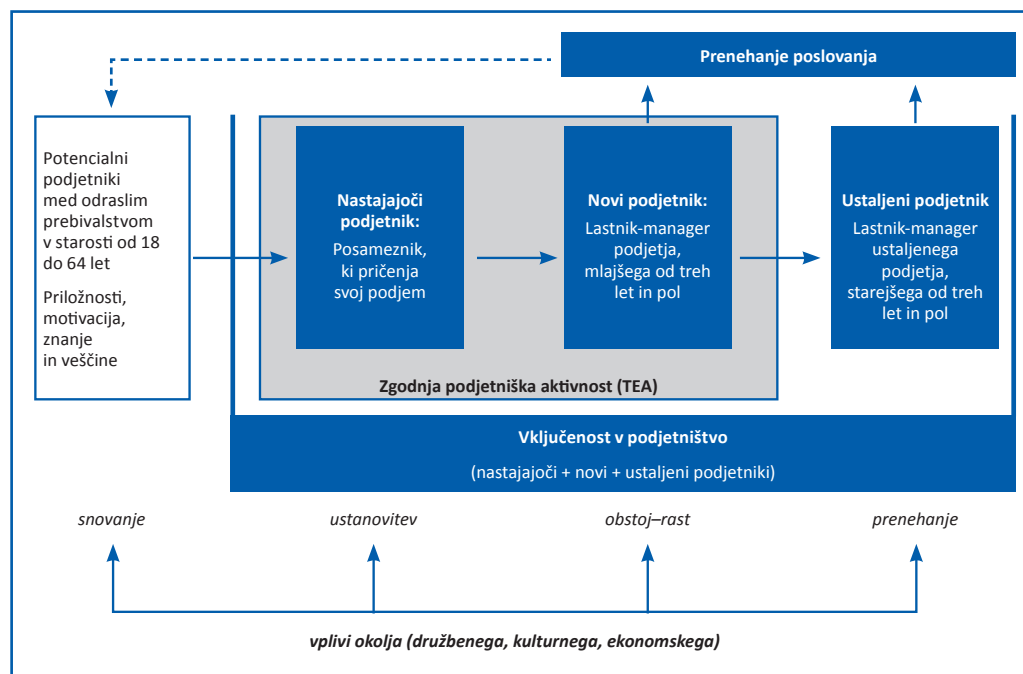
Vsi navedeni pogoji pomembno vplivajo na odnos do podjetništva, vključevanje v podjetniške aktivnosti in podjetniške aspiracije. GEM je razvil ustrezne mere, s pomočjo katerih lahko spremljamo ta tri področja in jih, ker so tako viri podatkov kot tudi rezultati primerno harmonizirani, tudi primerjamo med posameznimi državami. **Odnos do podjetništva** kaže splošno naklonjenost populacije do podjetniške kariere. Če je podjetništvo v družbi zaželeno, 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 »infrastrukturalna 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 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 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 odvrčajo 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 sploh niso registrirani (ali se jim ni treba registrirati), nekatera podjetja so registrirana samo zaradi davčnih razlogov, ne da bi v njih potekala kakršna koli podjetniška aktivnost. Obseg, v kolikšni meri se to dogaja, verjetno močno variira med državami.

Kot smo opisali, v modelu GEM spremljamo odnos do podjetništva in njegovo dožemanje, 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 dožemanje. 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 – dojemanje 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, 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 dosedanje 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.

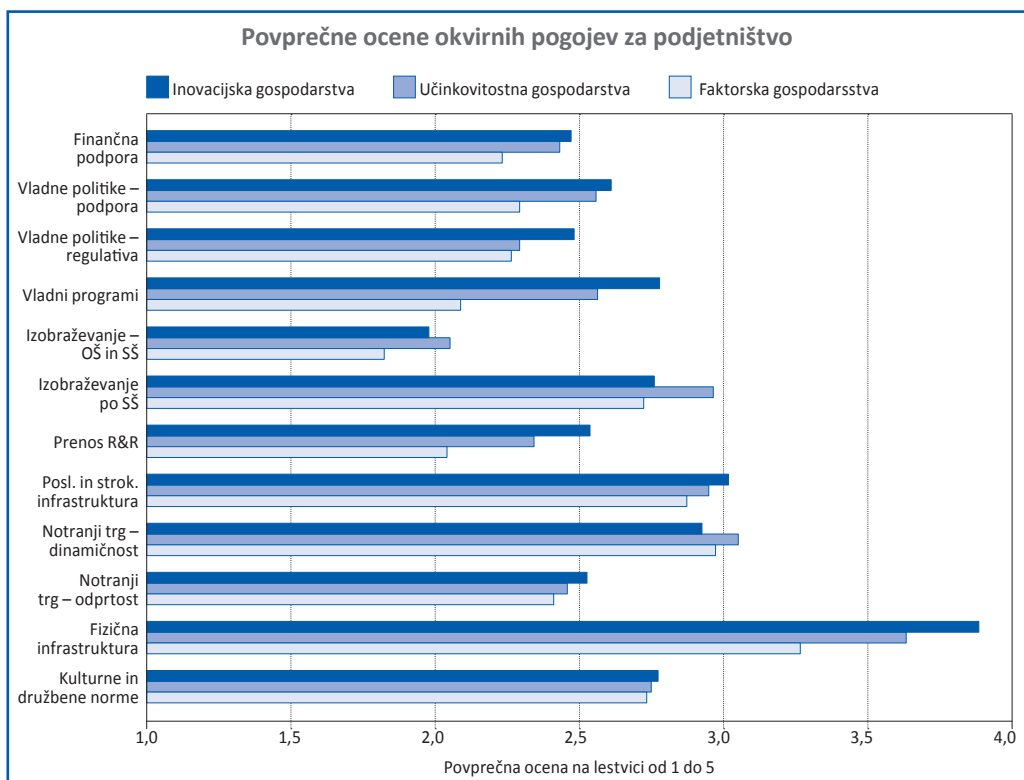
Eden izmed najpogostejše negativno ocenjenih okvirjev je razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v osnovni in srednji šoli – v vseh državah inovacijskih gospodarstev razen v Grčiji ter v vseh državah učinkovitostnih gospodarstev, razen v Argentini, BiH, Latviji in Turčiji. 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	—		—		—			+			+	+



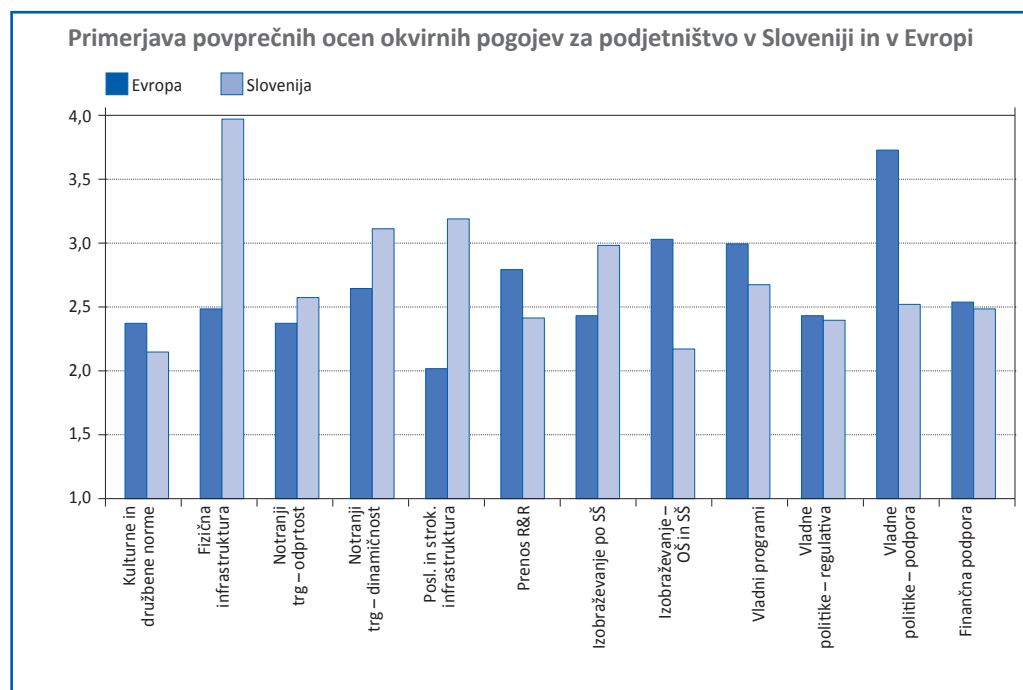
Slika 4: Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo, GEM 2010

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 zgodbe 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
Netehtano povprečje	61,8	71,5	28,9	42,6	75,3	80,9	65,3
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 priloznosti	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 priloznosti.

** 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 dejavnikih 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).

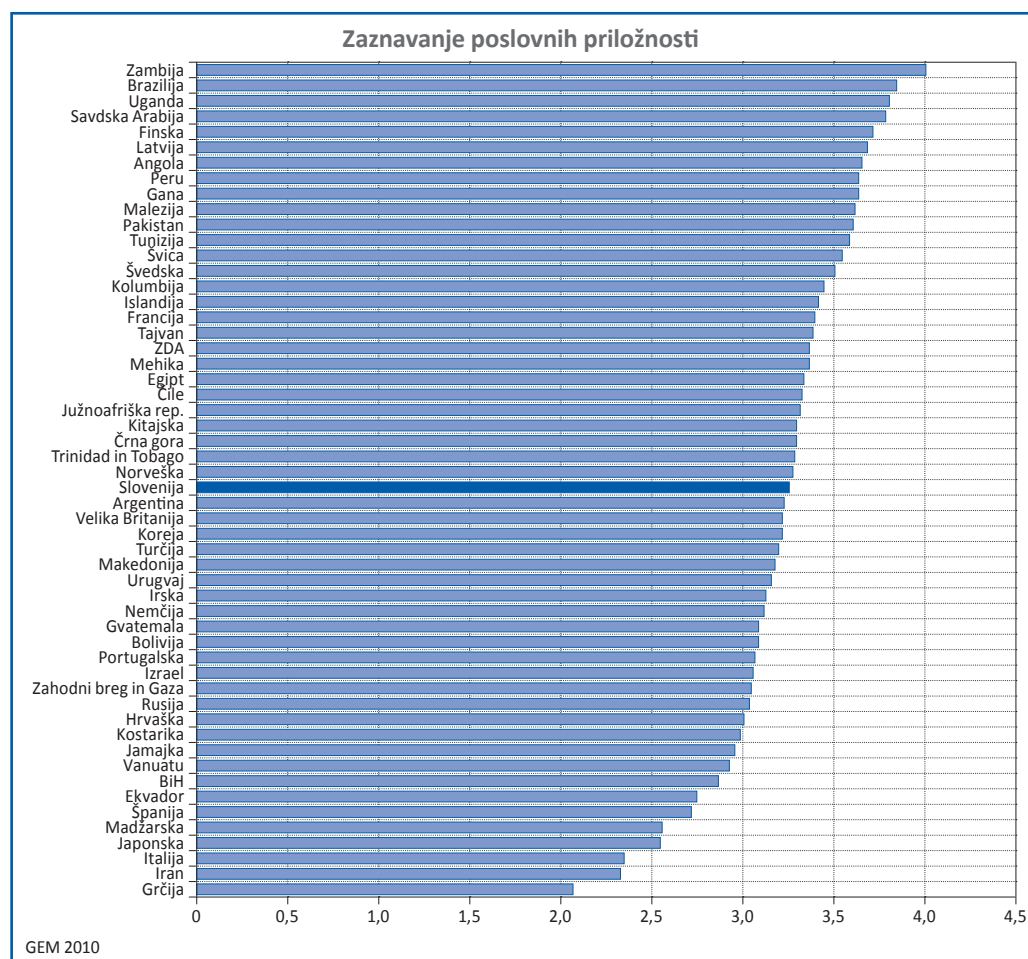
Povezava med zaznavanjem poslovnih priložnosti in vključevanjem ljudi v podjetništvo, kot kaže, obstaja tako v tistih gospodarstvih, kjer je podjetništvo motivirano v pretežni meri z izkoriščanjem poslovne priložnosti, kot tudi tam, kjer se ljudje vključujejo v podjetništvo predvsem zaradi nuje, ker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

Čeprav delež podjetništva zaradi nuje 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.

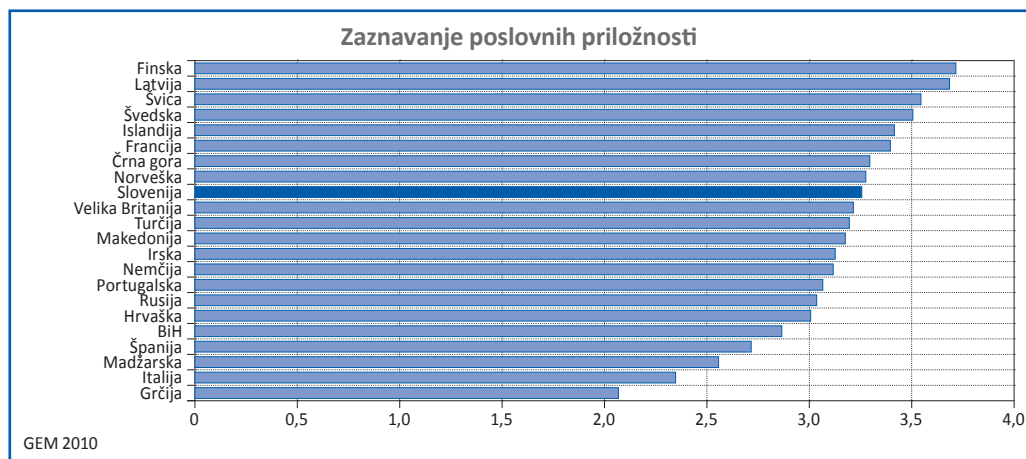
Razumljivo je, da imajo ljudje v različnih državah v mislih zagotovo različne poslovne priložnosti oziroma podjeme, ki bi se jih utegnili lotiti, kar je povezano s stopnjo gospodarske razvitosti države, hkrati pa tudi s kulturnimi in družbenimi normami glede tega, kaj so privlačne karijerne možnosti 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.

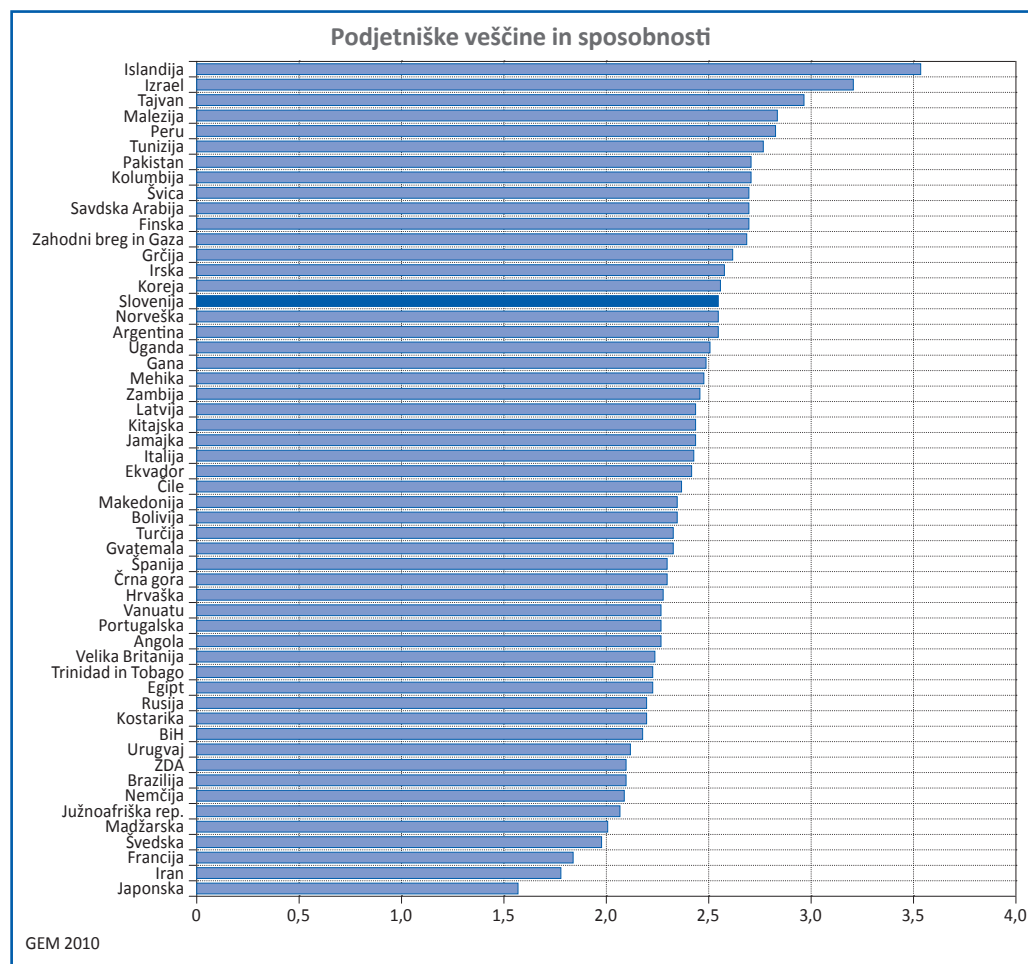
Podobno, kot smo ugotavljali pri zaznavanju poslovnih priložnosti, lahko tudi tukaj ugotovimo, da z naraščanjem gospodarske razvitosti države v povprečju upada tudi delež ljudi, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo. V skupini faktorskih gospodarstev je takšnih v povprečju 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.

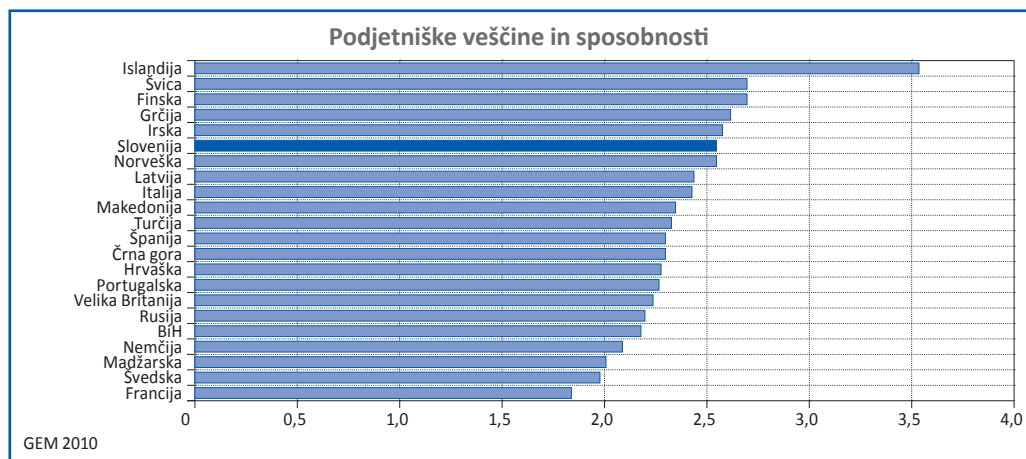
V Sloveniji je v povprečju več kot 56 % ljudi mnenja, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo – v skupini inovacijskih gospodarstev je višji odstotek zabeležen le v ZDA (59,5 %). Kot smo ugotavljali že v preteklih letih (Rebernik, Tominc, Pušnik, 2010), je ta kazalec za Slovenijo lahko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

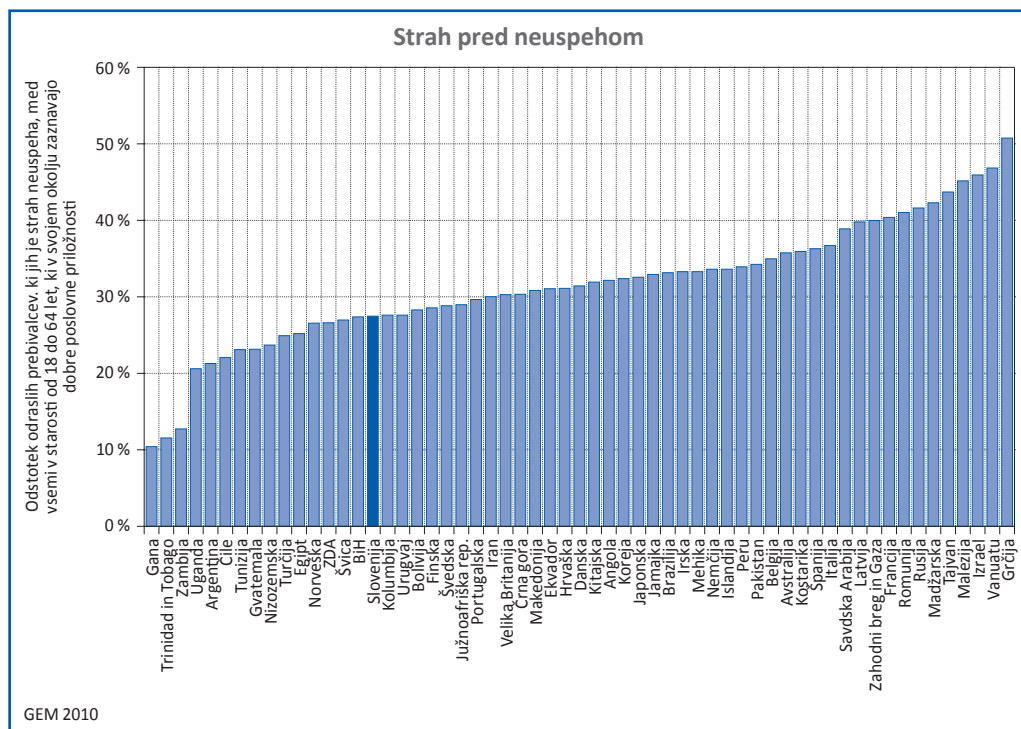
slabše kot izvedenci v večini drugih držav, saj se na obeh področjih Slovenija uvršča v zadnjo petino lestvice sodelujočih držav (Izobraževanje in usposabljanje v osnovni in srednji šoli – povprečna ocena 2,17; Izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli – povprečna ocena 2,98).

4.3. STRAH PRED NEUSPEHOM

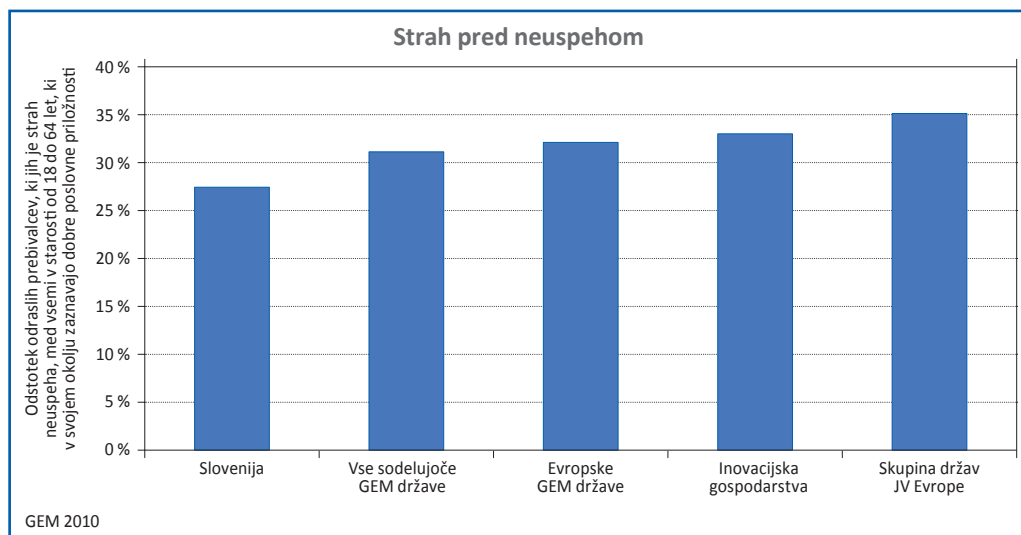
Ker lahko strah pred neuspehom in tveganje možnega neuspeha prevladata nad še tako obetavno možnostjo izkoriščanja poslovne priložnosti, lahko nagnjenost k prevzemanju tveganja igra pomembno vlogo v procesu vključevanja v podjetniško aktivnost. S tega vidika je stopnja podjetniške aktivnosti v gospodarstvu 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.

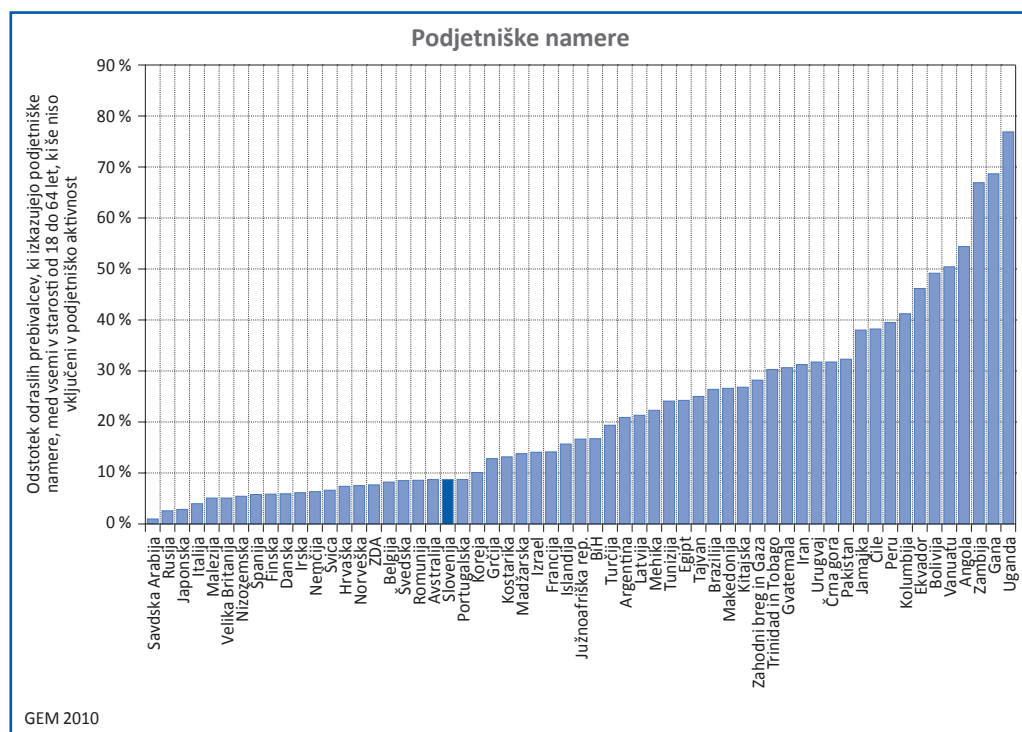
4.4. PODJETNIŠKE NAMERE

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.

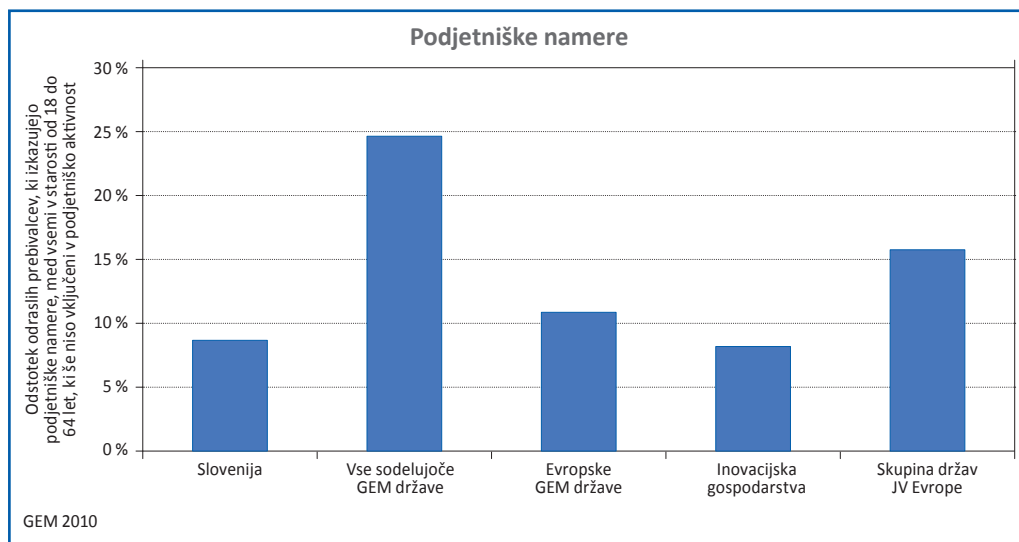
Podjetniške namere izrazito upadajo z naraščanjem gospodarske razvitosti države, kar je razvidno tudi iz *Slike 12*. V faktorskih gospodarstvih je tako v povprečju kar 42,6 odstotkov trenutno podjetniško neaktivnih prebivalcev zadržilo, da nameravajo v prihodnjih treh letih pričeti s podjetniško aktivnostjo. 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



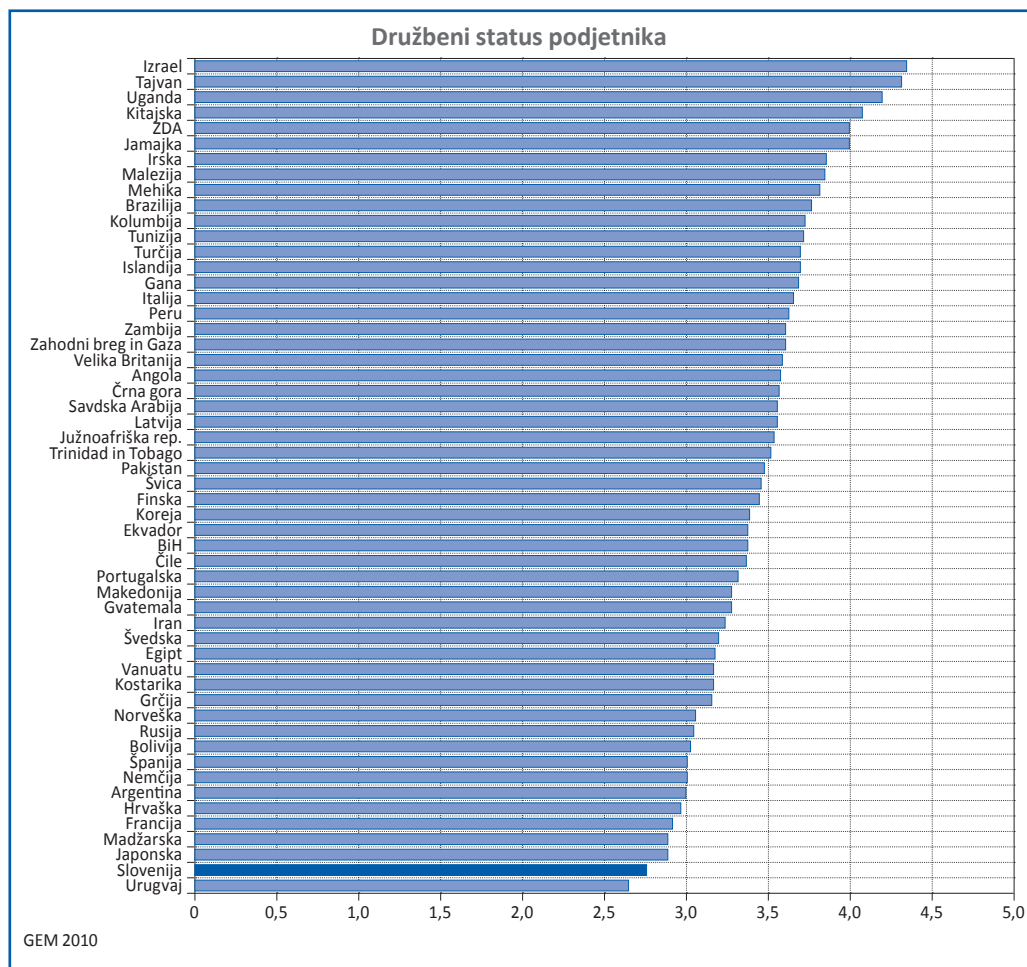
Slika 13: Podjetniške namere v GEM državah

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 faktorskih gospodarstev.

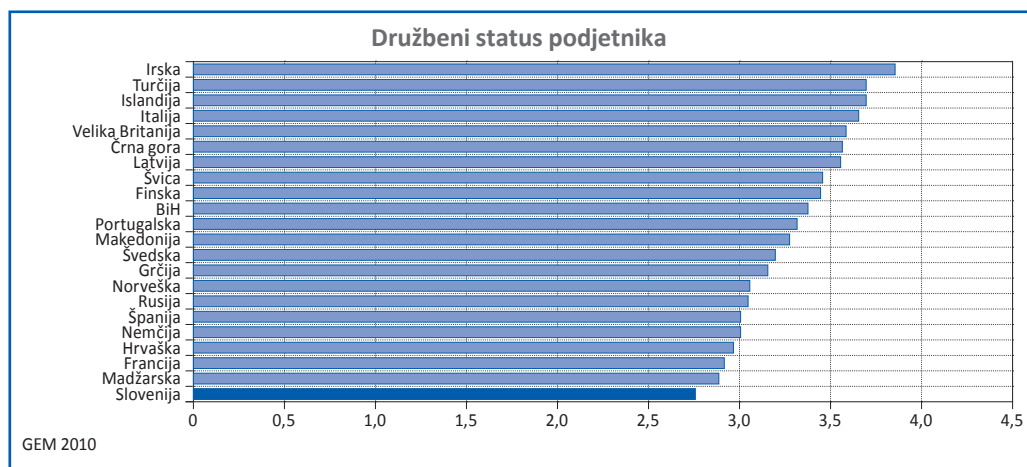
4.5. DOJEMANJE PODJETNIŠTVA

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 dožemanje 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 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, kar lahko razberemo iz



Slika 14: Družbeni status podjetnika



Slika 15: Družbeni status podjetnika, evropske GEM države

Tabele 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 nujna), 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 pripravljeni 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>

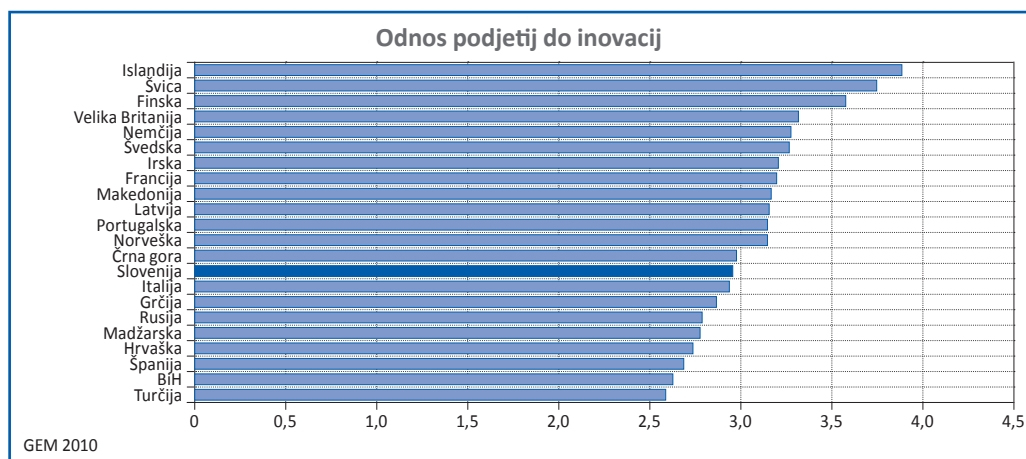
Medtem ko je bil v Sloveniji indeks zaupanja v novosti – organizacije leta 2009 enak 42 %, se je, podobno kot indeks za prebivalstvo, leta 2010 nekoliko zvišal.

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« 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.

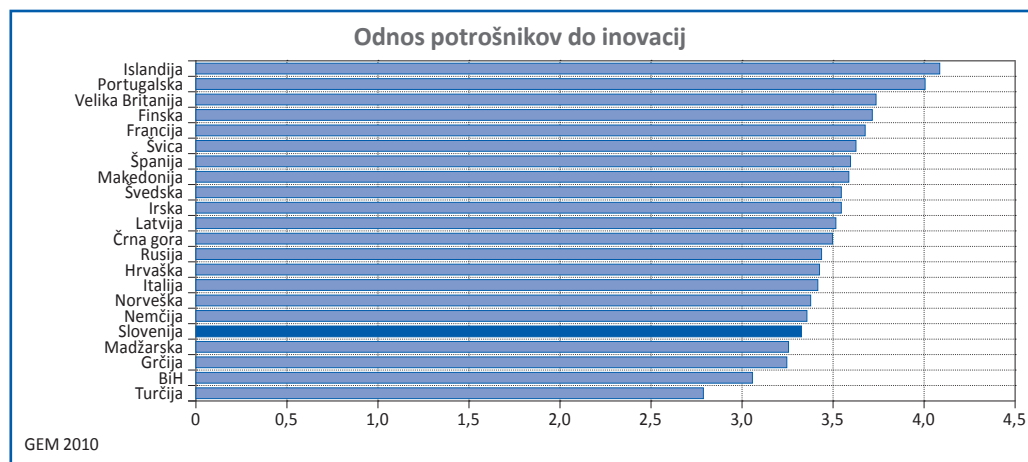
Ena izmed možnih razlag za tovrstno povezavo je, da posamezniki, ki jih omejuje družbeni pritisk, s katerim se srečujejo v tradicionalni družbi, novosti izdelkov in storitev sprejemajo kot enega redkih virov novosti in svobodne izbire. V sekularno razumskih družbah so posamezniki svobodnejši pri svojih 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*).

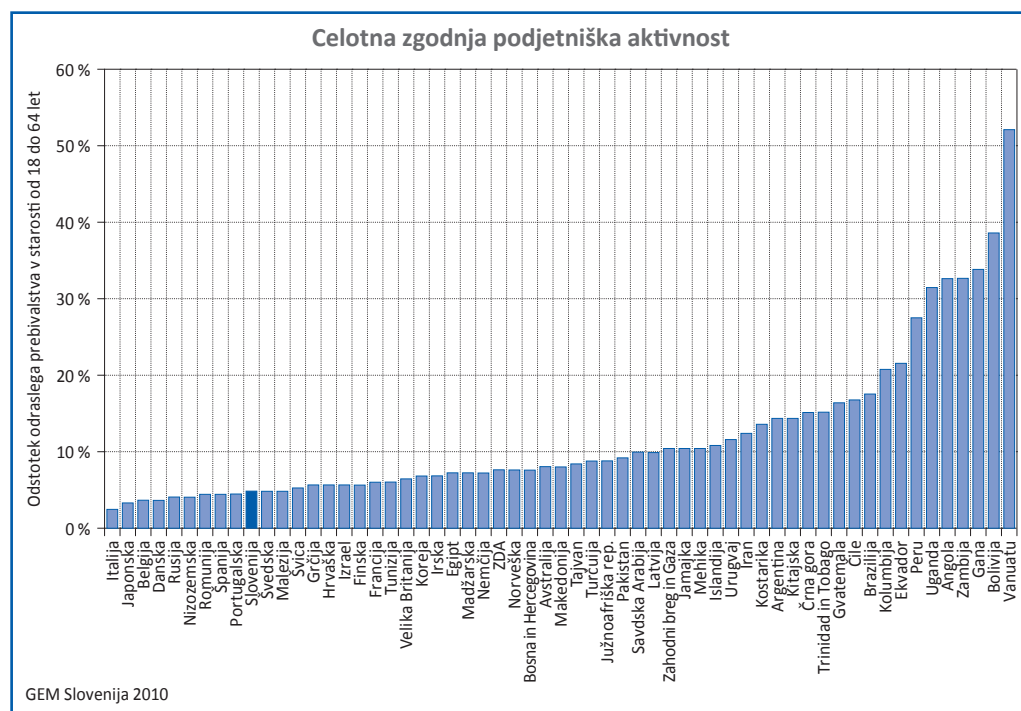


Slika 17: Odnos potrošnikov do inovacij, evropske GEM države

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

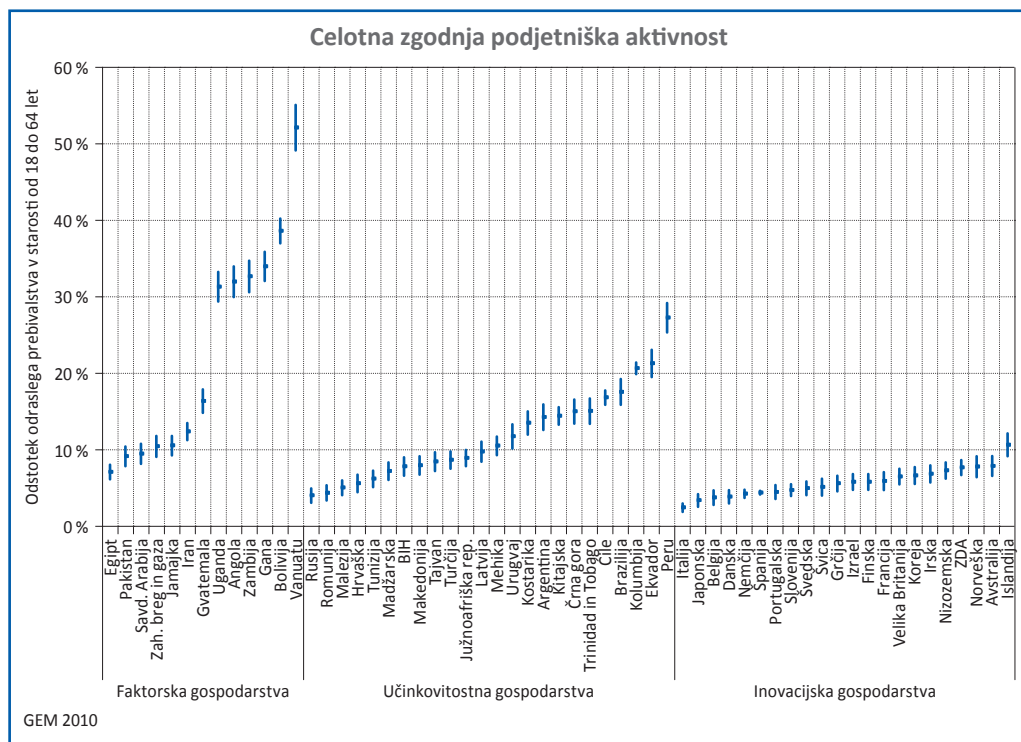
	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje s poslom	Delež podjetništva iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Podjetništvo zaradi izboljšanja položaja, v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti*
Faktorska gospodarstva							
Angola	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	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje s poslom	Delež podjetništva iz nuje 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.



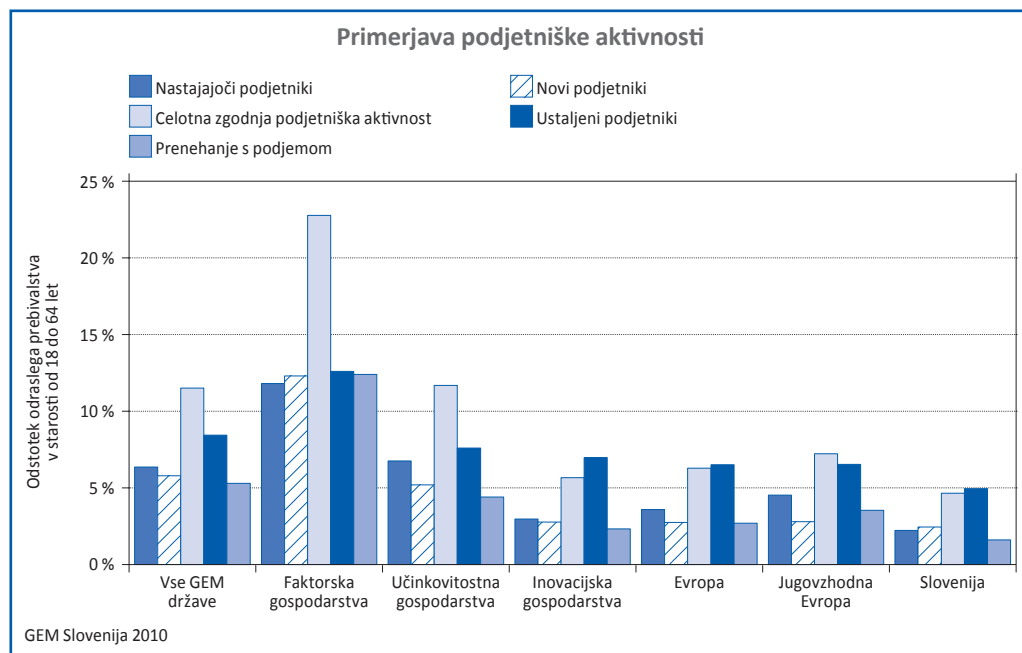
Slika 19: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost po tipih gospodarstev, GEM 2010

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.

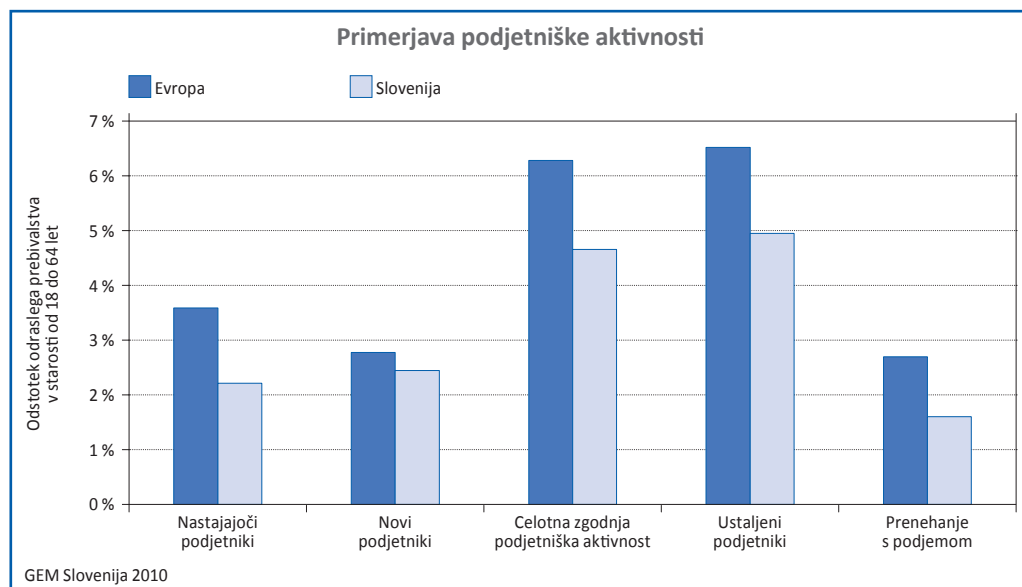
Tabela 13: Primerjava podjetniške aktivnosti po skupinah držav

	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

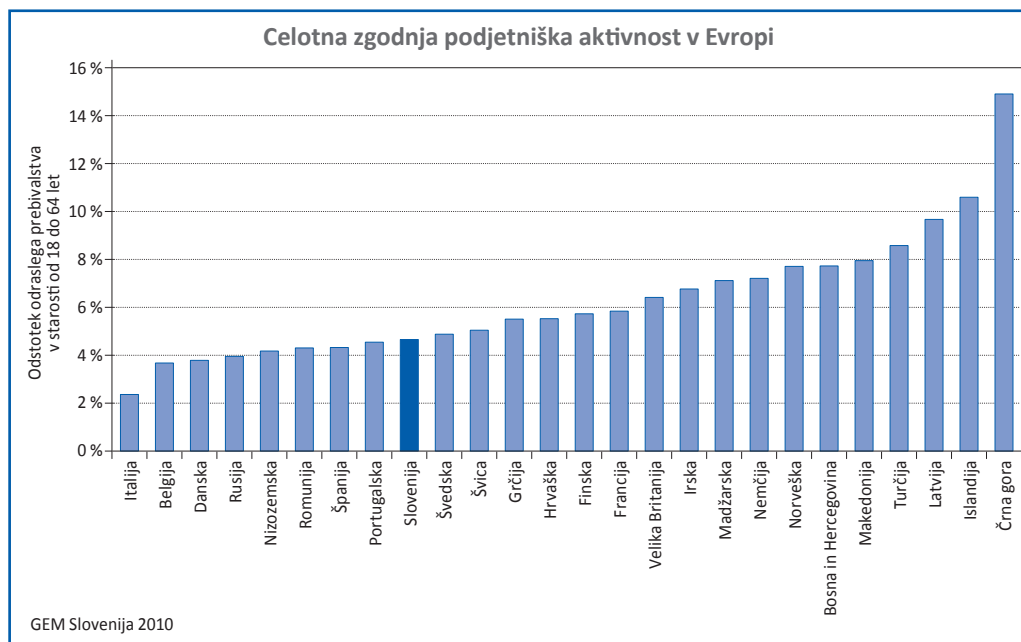
Iz primerjav na *Sliki 20* jasno vidimo, da je podjetniška aktivnost v Sloveniji v primerjavi s katerokoli skupino držav najnižja, in sicer v vseh treh kategorijah podjetnikov. Opazimo, da se rojeva manj podjetij, imamo manj delujočih podjetij, prav tako pa se tudi najmanj podjetnikov odloči, da bi opustili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

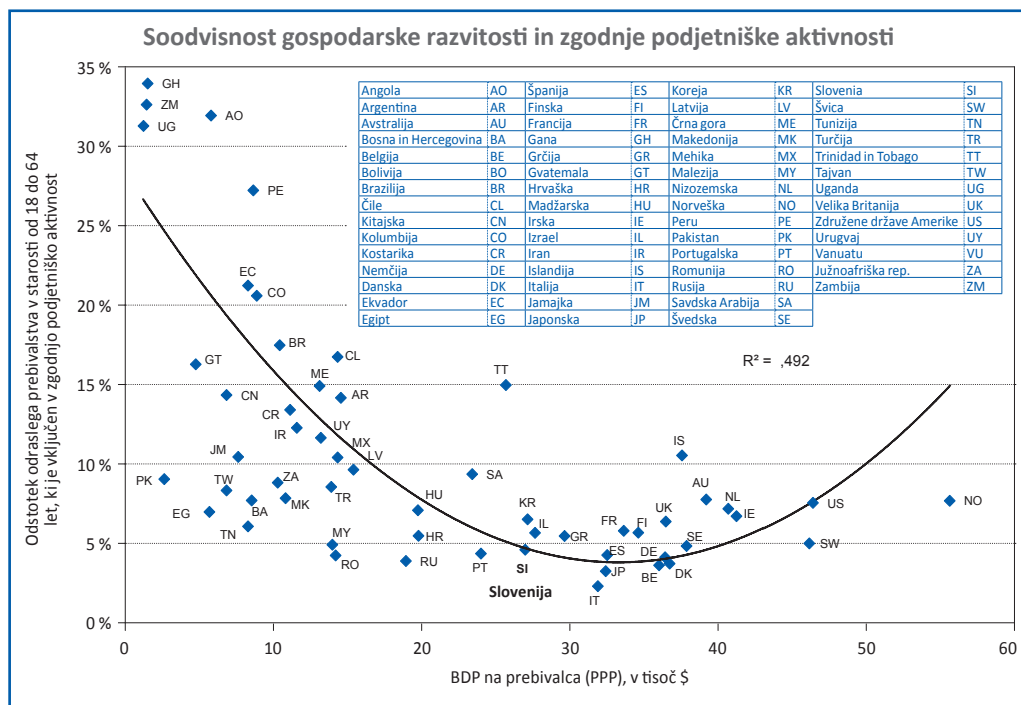
Leta 2010 je v številnih evropskih državah upadla podjetniška aktivnost. Najmočneje v Grčiji (z 8,79 odstotka na 5,51 odstotka), na Nizozemskem (s 7,19 odstotka na 4,17 odstotka) in v Švici (s 7,72 odstotka na 5,04 odstotka). V tretjini evropskih držav pa zgodnja podjetniška aktivnost raste. Med prvimi 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 podjetništv. 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 faktorska, 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.

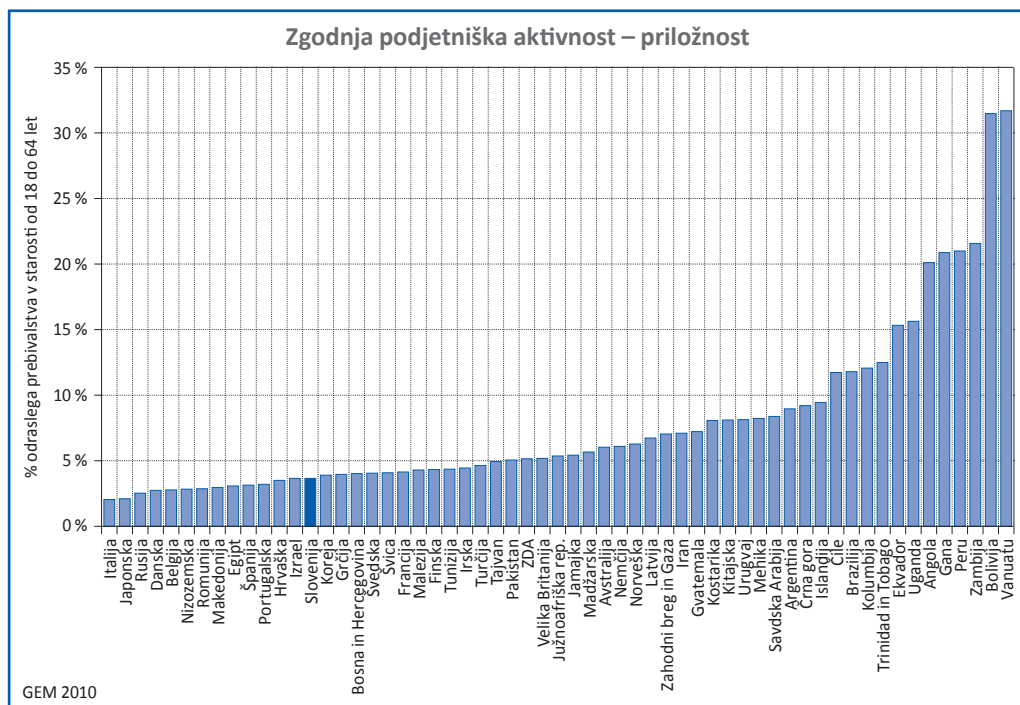
5.2. MOTIVACIJA ZA PODJETNIŠTVO

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.

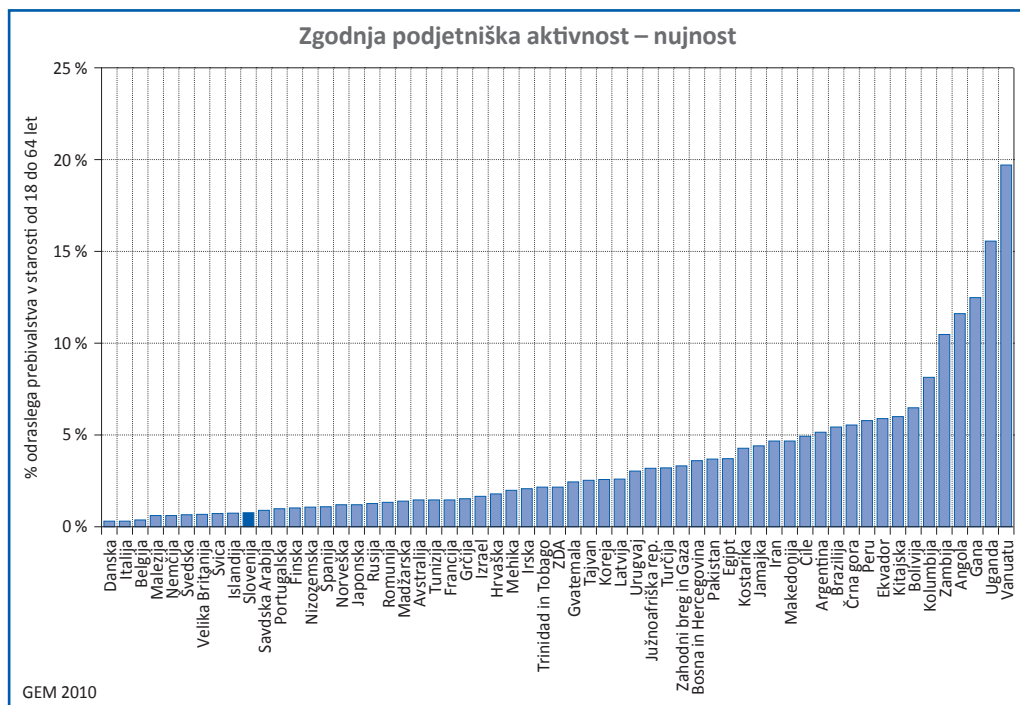
Ljudje se za podjetništvo odločajo iz različnih razlogov. Osnovno vprašanje je, če gredo v podjetništvo zato, ker niso imeli nobene druge možnosti, da bi si zagotovili prihodke, ki bi jim jamčili preživetje, ali pa to počno zato, ker so našli dobro poslovno priložnost, ki bi jo radi izkoristili. V obeh 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

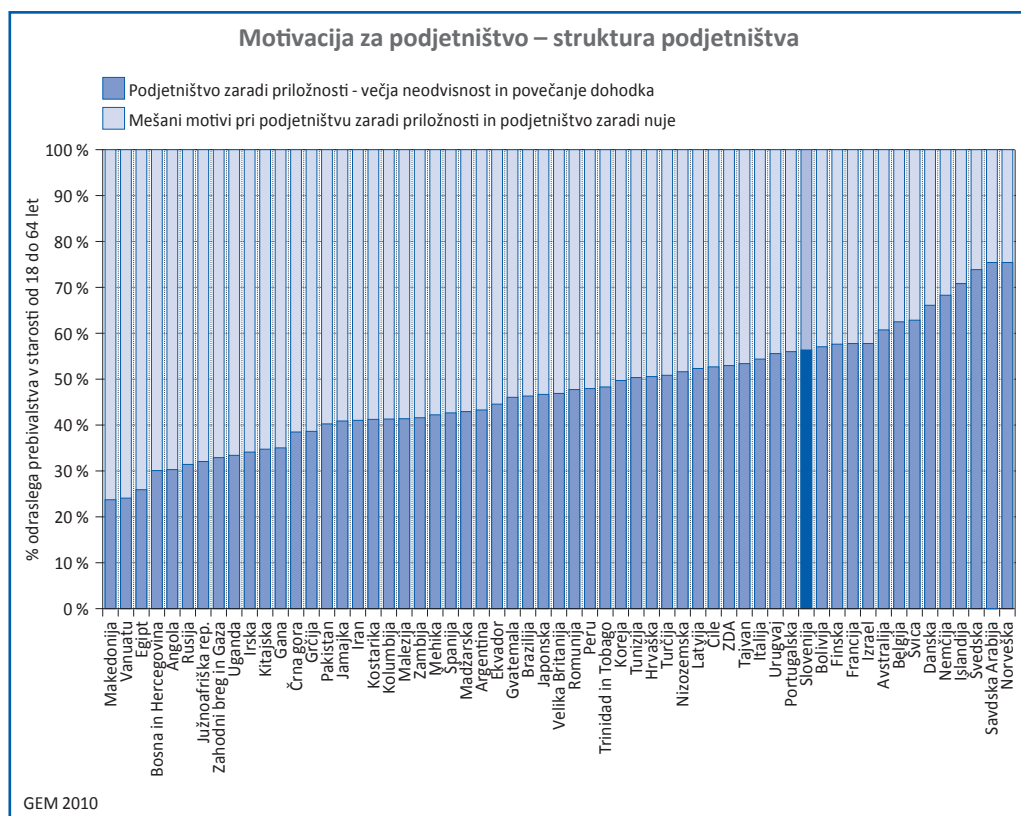


Slika 25: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti

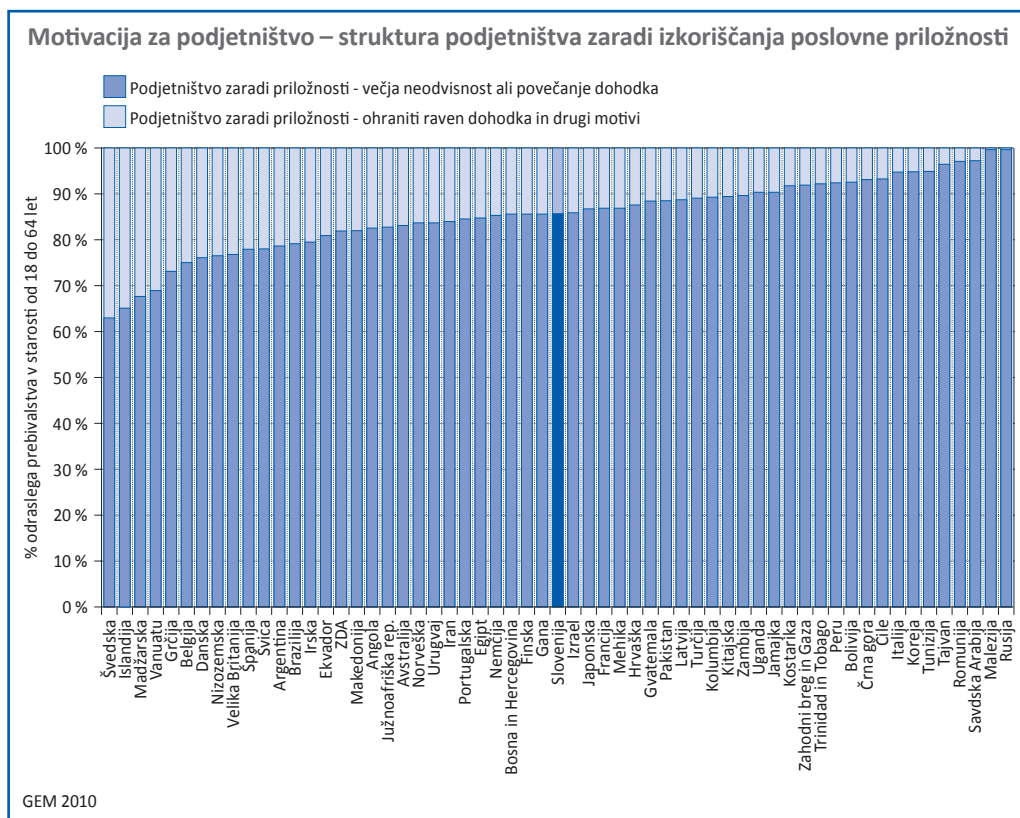
Tabela 15: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti in priložnosti

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.

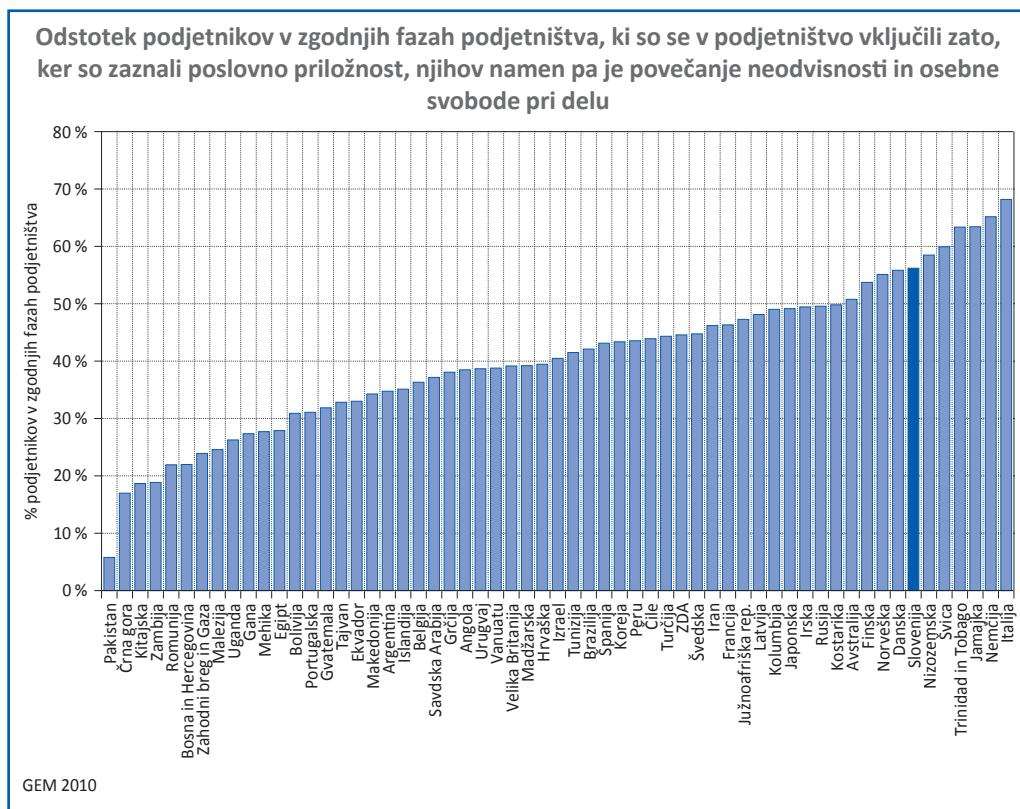
Kot opozarjajo številne raziskave, imajo podjetniki, ki ustanavljajo podjetja zaradi nujnosti, manjše ambicije po rasti in izkazujejo manjšo nagnjenost za zaposlovanje in razvoj kot podjetniki, ki se podjetništva lotijo zaradi priložnosti. Sklepamo lahko, da manj razvita okolja, kjer ni primerne poslovne 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	Braziliija	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 ustanavljajo 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 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.

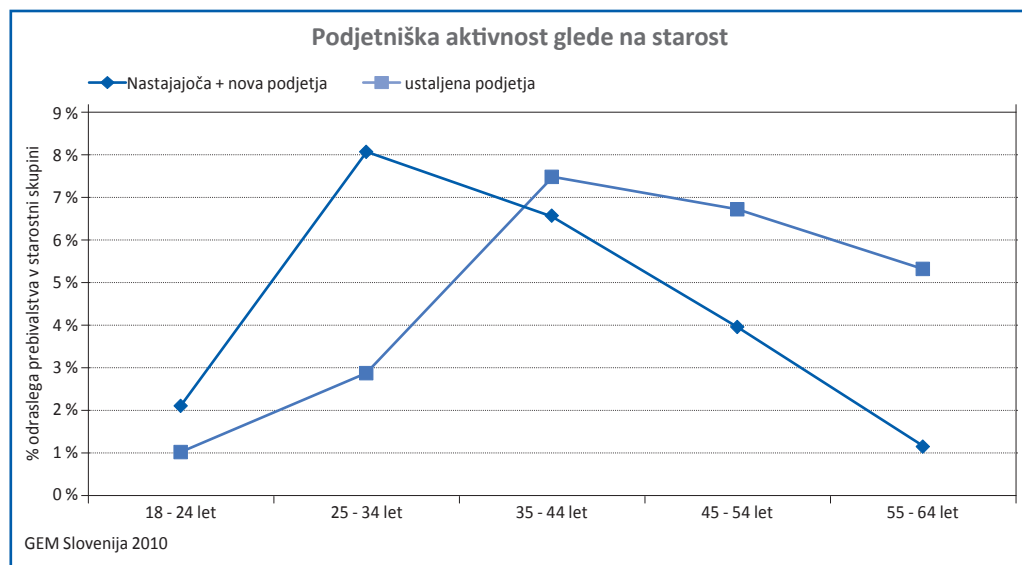
Korelacija med tem indeksom in stopnjo podjetništva, ki je motivirano s priložnostjo in izboljšanjem posameznikovega položaja, je izrazito pozitivna – kjer je močnejša vladavina prava, je tudi več kakovostnega podjetništva. To pomeni, da lahko obseg podjetništva iz priložnosti pomembno

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.

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

Odstotek novih in nastajajočih podjetnikov*					
Starost 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

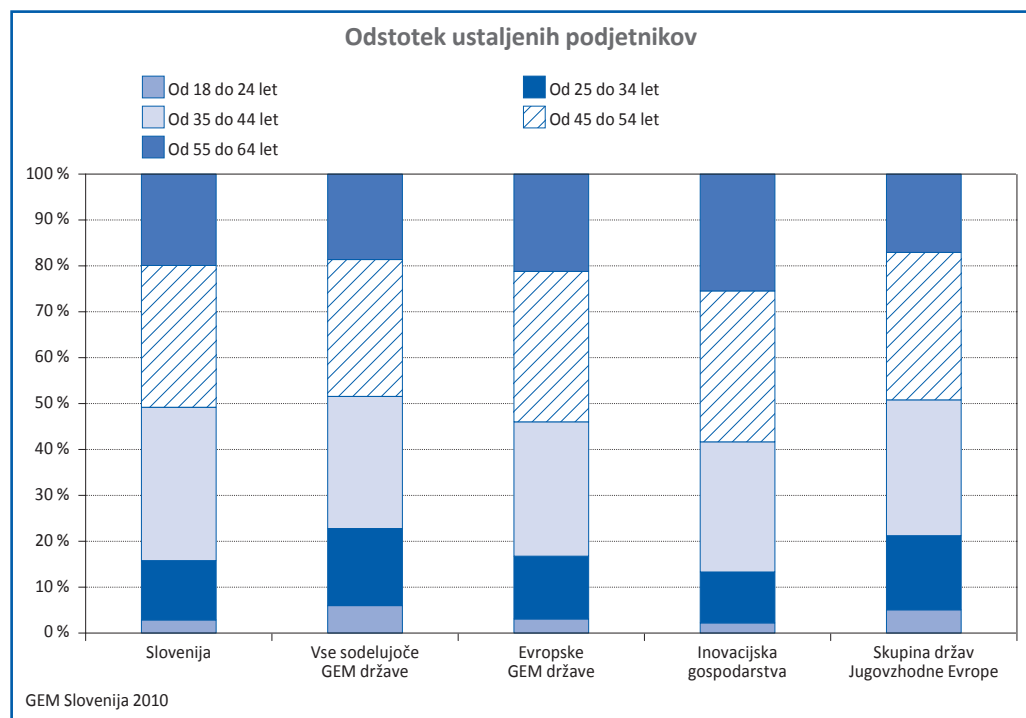
* Izračunana so netehtna povprečja

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.

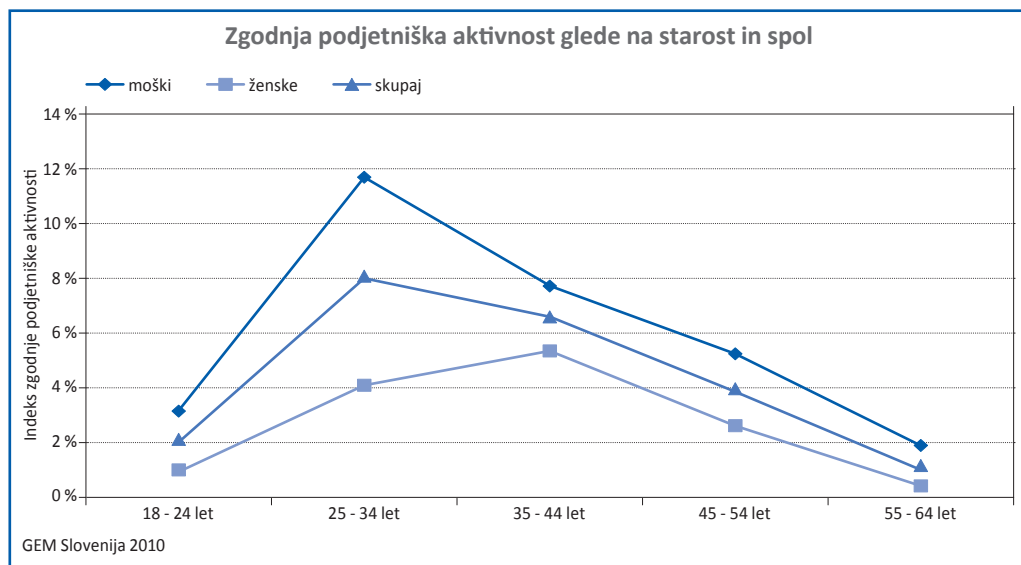
Kar predvsem zaskrbljuje je to, da je skoraj 20 odstotkov ustaljenih podjetnikov, torej tistih, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol, v starostni skupini med 54 in 64 let. Ne le, da gre za obdobje, v katerem počasi usihajo ambicije po rasti podjetja, gre tudi za starostno obdobje, ko bi podjetnik 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

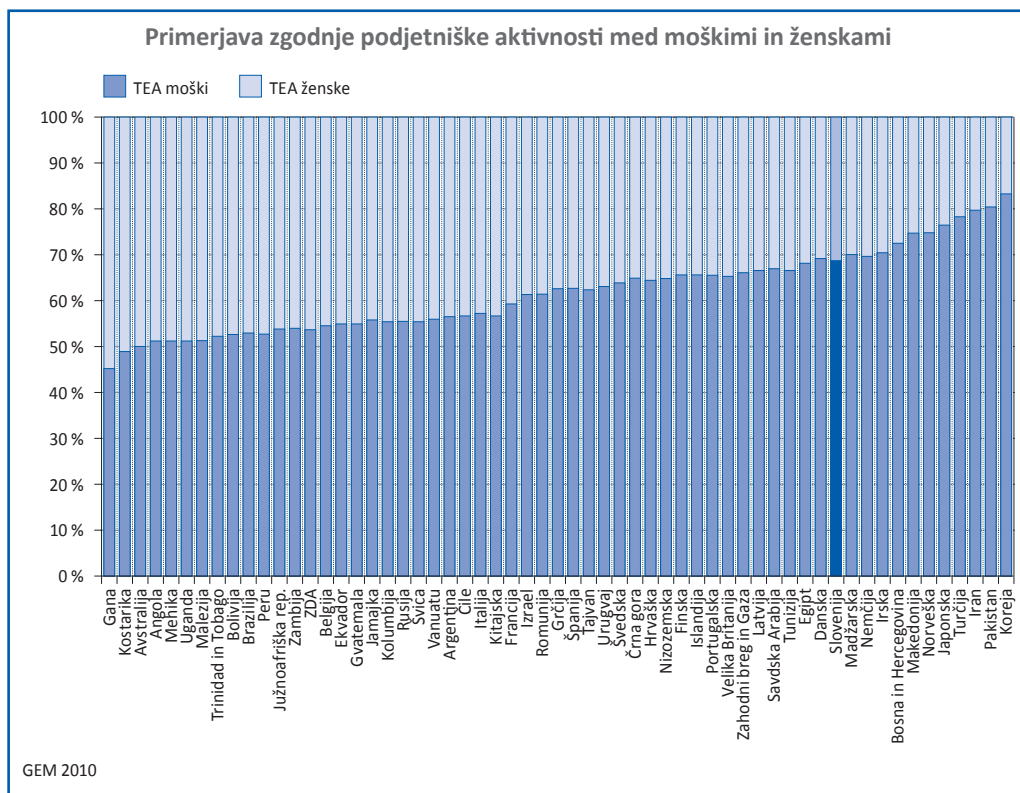
V nasprotju z moškimi so se leta 2010 ženske najbolj številčno odločale za podjetništvo v starostni skupini med 35 in 44 let, kar navaja na misel, da so pogoji za vključevanje žensk v podjetništvo manj ugodni kot za moške. Temu pritrjuje tudi slika *Slika 31*, ki nazorno kaže, da je podjetnic v Sloveniji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



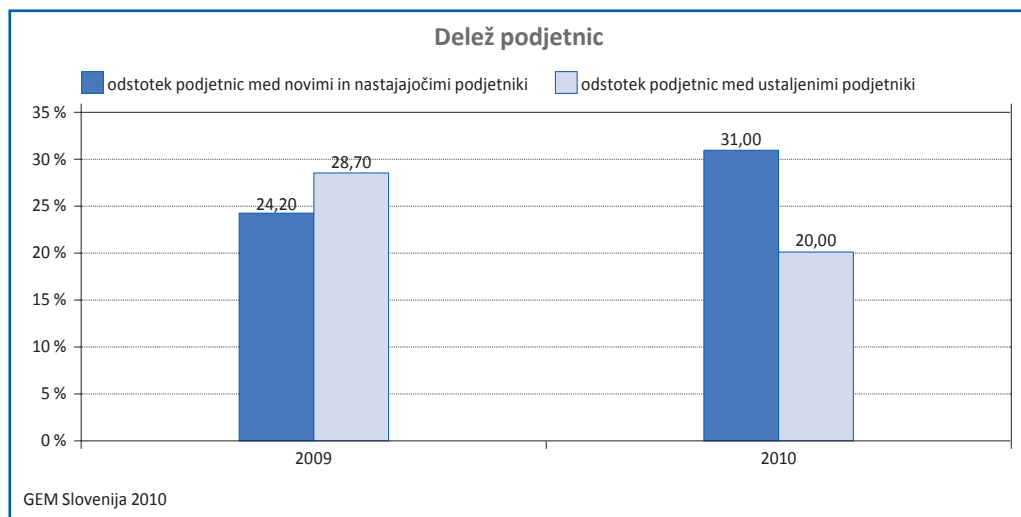
Slika 32: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami

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

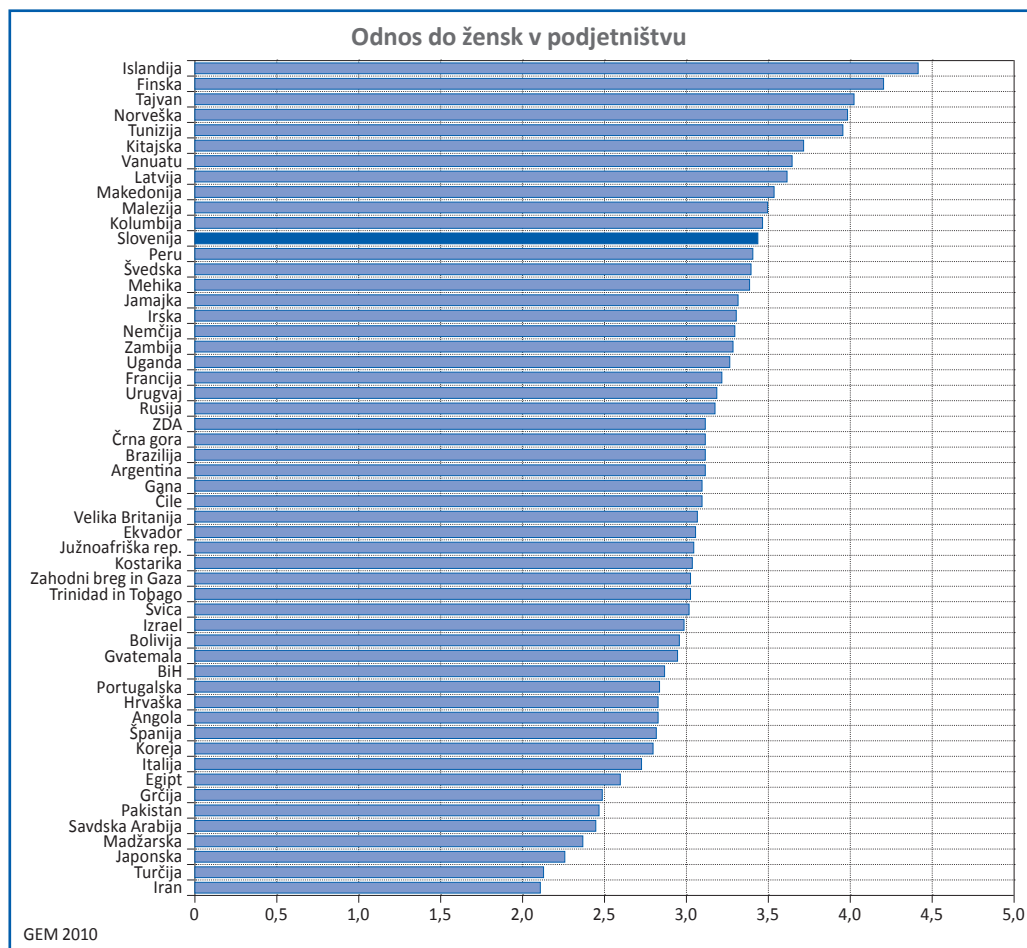
*	Slovenija		Vse sodelujoče GEM države		Evropske GEM države		Inovacijska gospodarstva		Skupina držav JV Evrope	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009
Odstotek podjetnic med novimi in nastajajočimi podjetniki	31,0	24,2	37,6	35,4	34,2	33,3	35,2	32,7	32,3	30,2
Odstotek podjetnic med ustaljenimi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

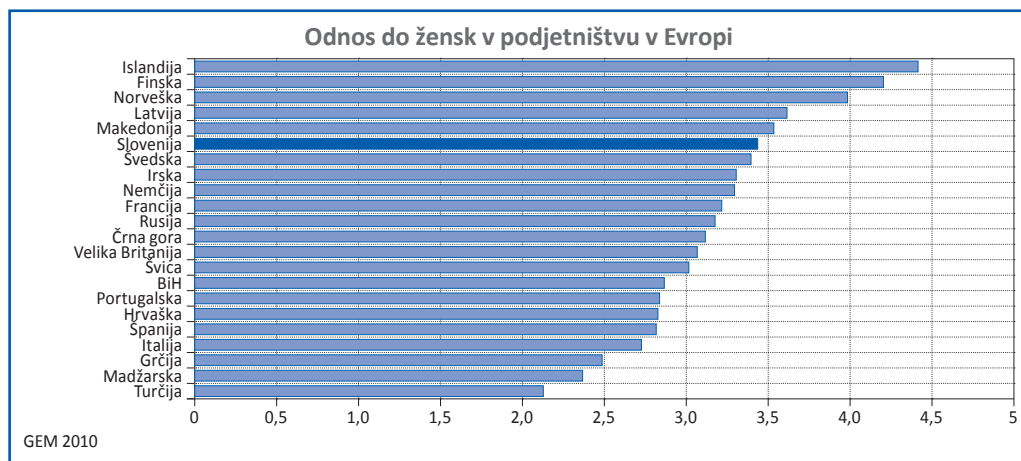
Leta 2010 je prišlo do precejšnjega premika v udeleženiosti podjetnic, saj največji manko podjetnic ni več med nastajajočimi in novimi, kot je to bilo leta 2009, ampak med ustaljenimi podjetniki. Ta premik je lepo razviden iz *Slike 33*.



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

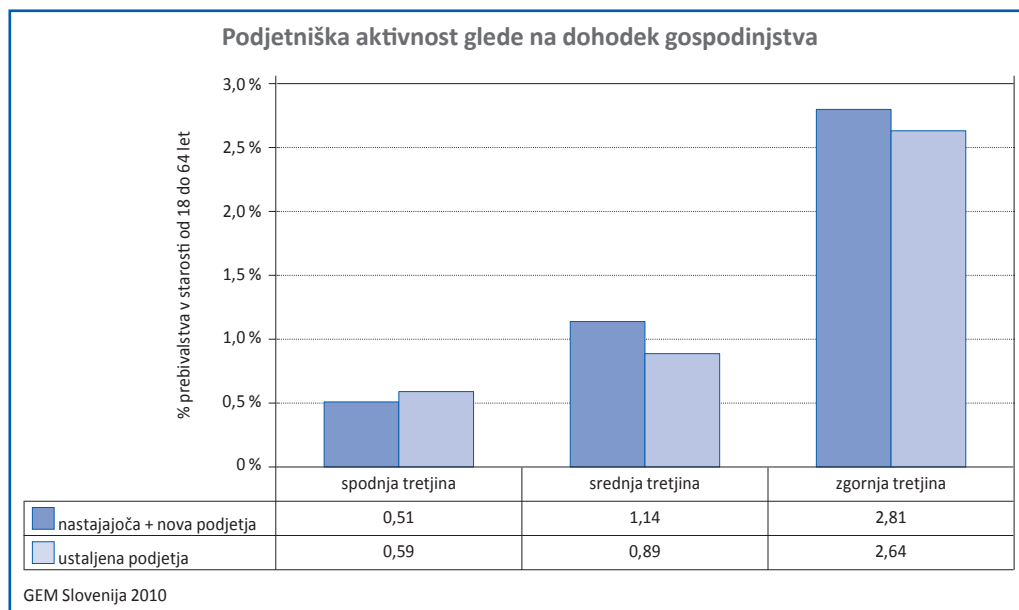
- spodbujajo ženske, da bi se samozaposlile ali ustanovile novo podjetje;
- so ženske in moški enako sposobni ustanoviti novo podjetje;
- je na razpolago dovolj socialnih služb, ki omogočajo, da lahko ženske nadaljujejo s svojim delom tudi potem, ko si osnujejo družino;
- je ustanovitev podjetja družbeno 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.



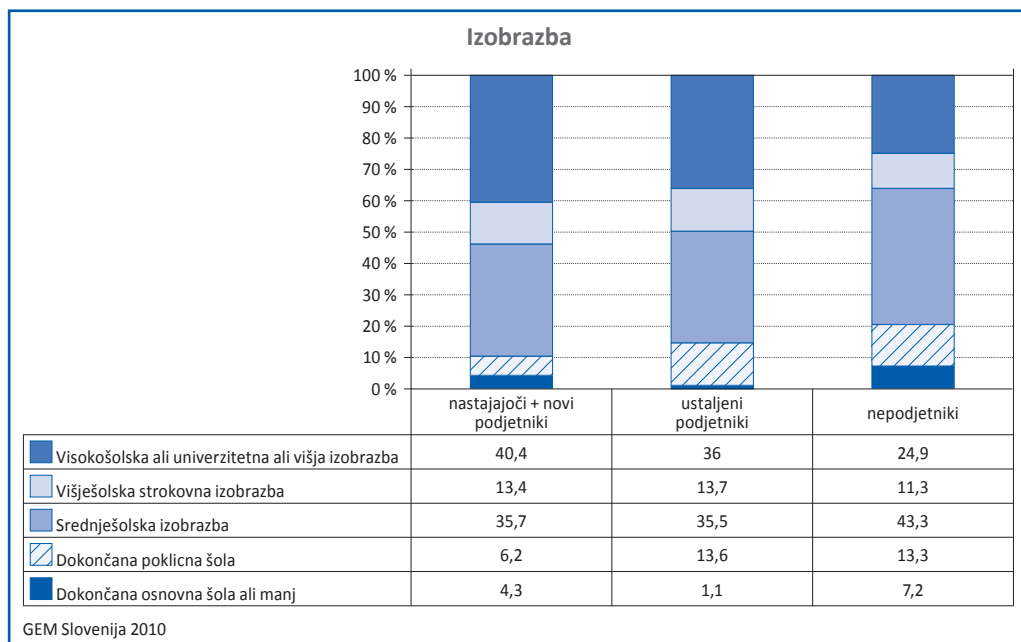
Slika 36: Podjetniška aktivnost glede na dohodek gospodinjstva

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

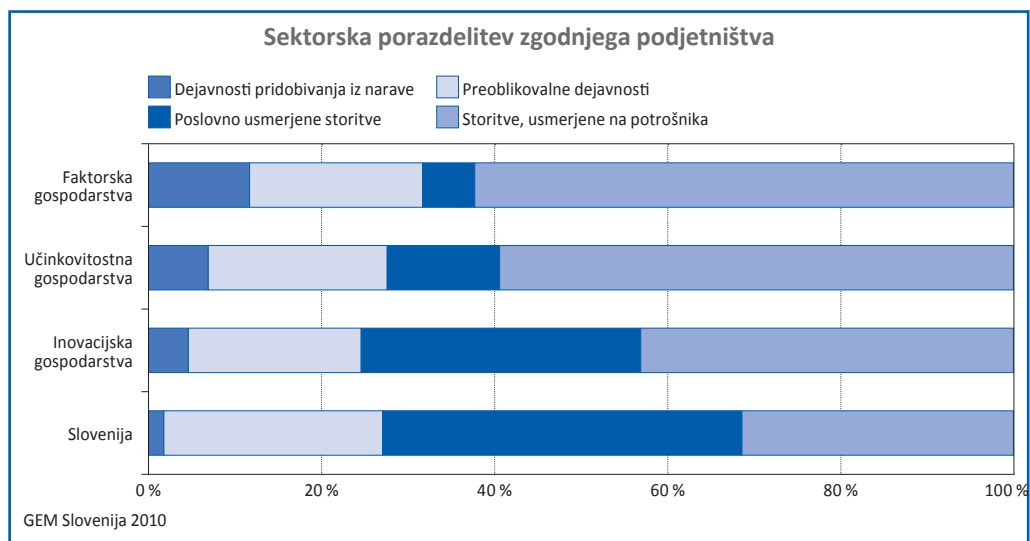
Kot smo že tolikokrat poudarjali, je izobrazba podjetnikov eden izmed zelo pomembnih dejavnikov konkurenčne usposobljenosti podjetja. Leta 2010 se je izobrazbena struktura nastajajočih in novih podjetnikov rahlo izboljšala. Leta 2009 je kar 59 odstotkov nastajajočih in novih podjetnikov ter 53 odstotkov 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).



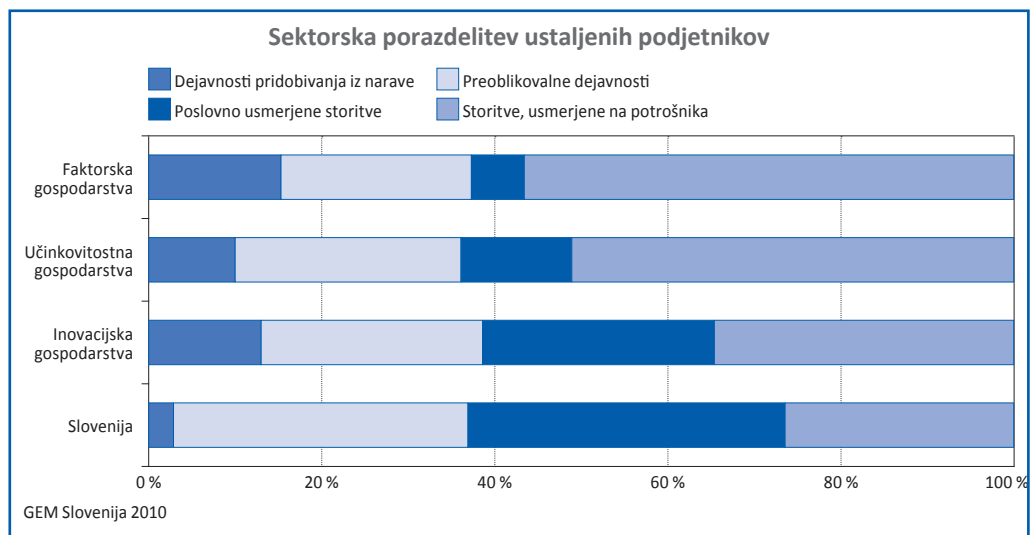
Slika 37: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo

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

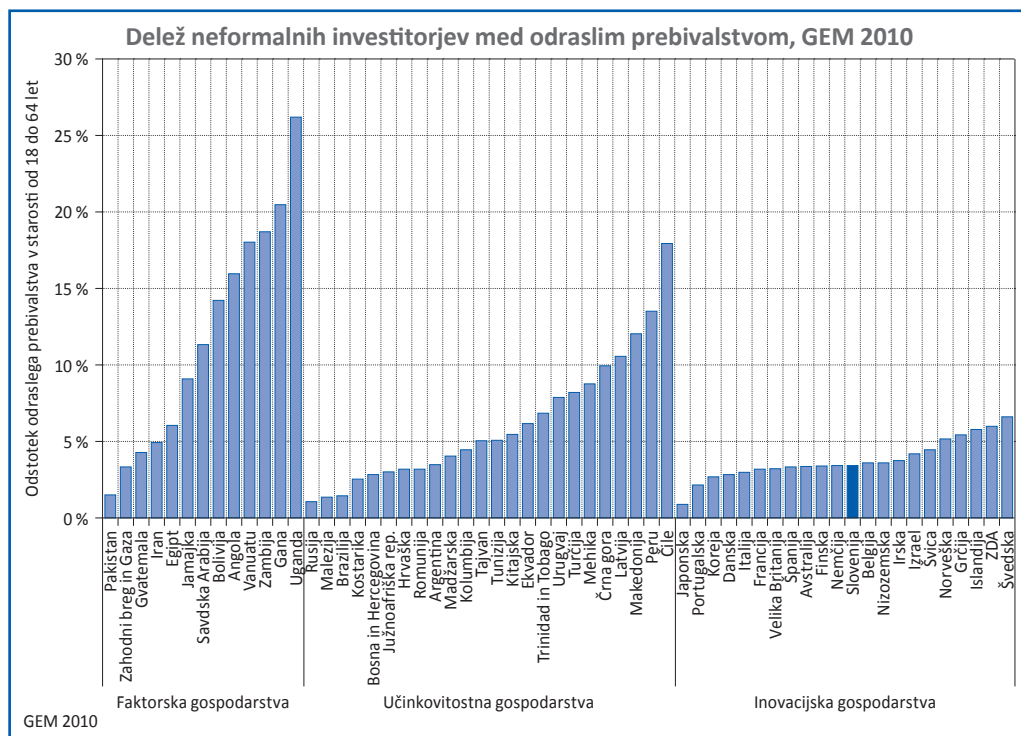
dejavnostih poenostavljeno klasifikacijo, ki omogoča primerjavo zelo različnih uradnih sistemov klasifikacij v sodelujočih državah. V ta namen razvrščamo gospodarske dejavnosti v eno od štirih skupin dejavnosti in sicer: *dejavnosti pridobivanja iz narave* (kmetijstvo, gozdarstvo, ribolov, lov in rudarstvo), *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.

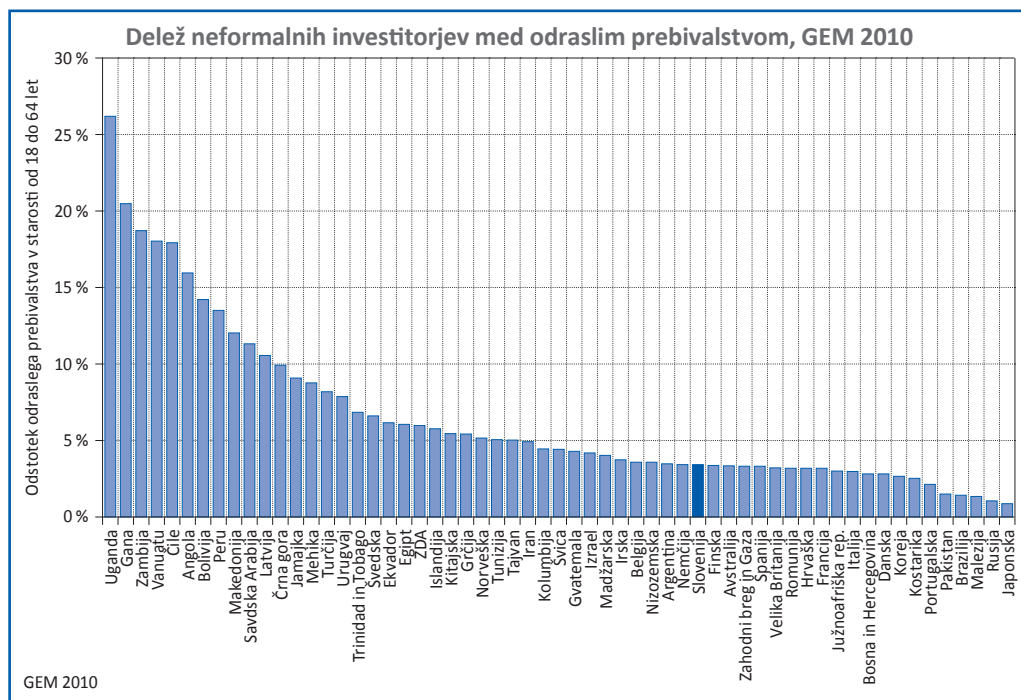
Primerjava z inovacijskimi gospodarstvi pokaže, da je bilo leta 2010 v Sloveniji manj podjetij, katerih dejavnost je spadala med storitve, usmerjene na potrošnika (31 % proti 43 %), zato pa je nadpovprečno več podjetij s poslovno usmerjenimi storitvami (42 % proti 32 %). Več je bilo tudi podjetij v preoblikovalnih 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 investorjev po tipih gospodarstev



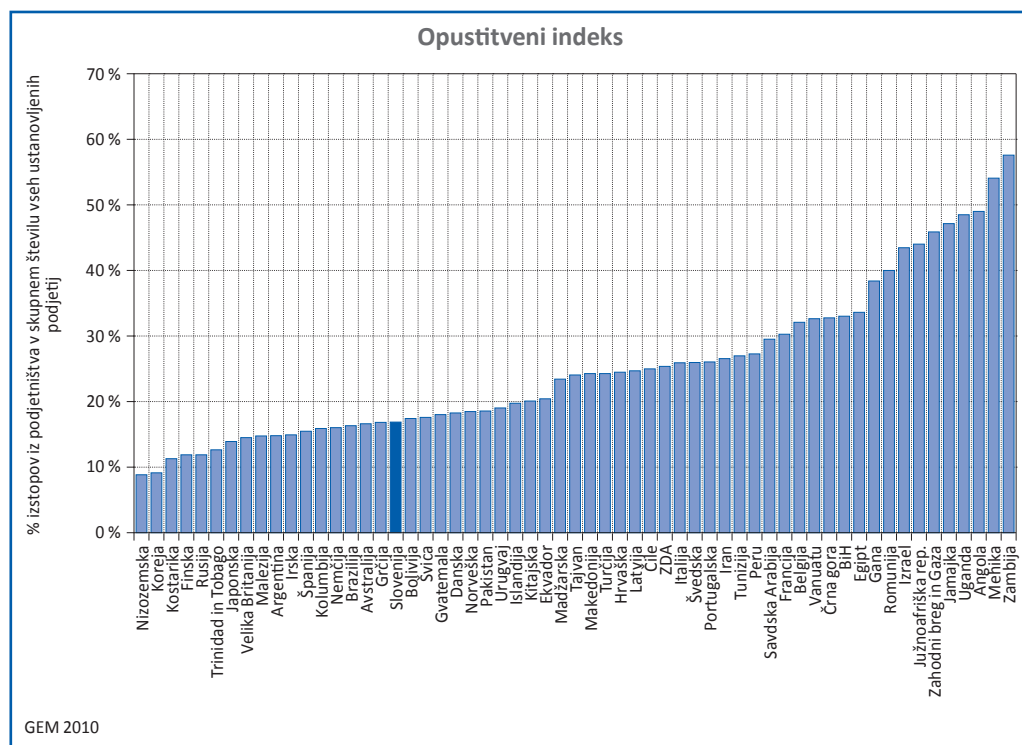
Slika 41: Delež neformalnih investorjev v GEM državah

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

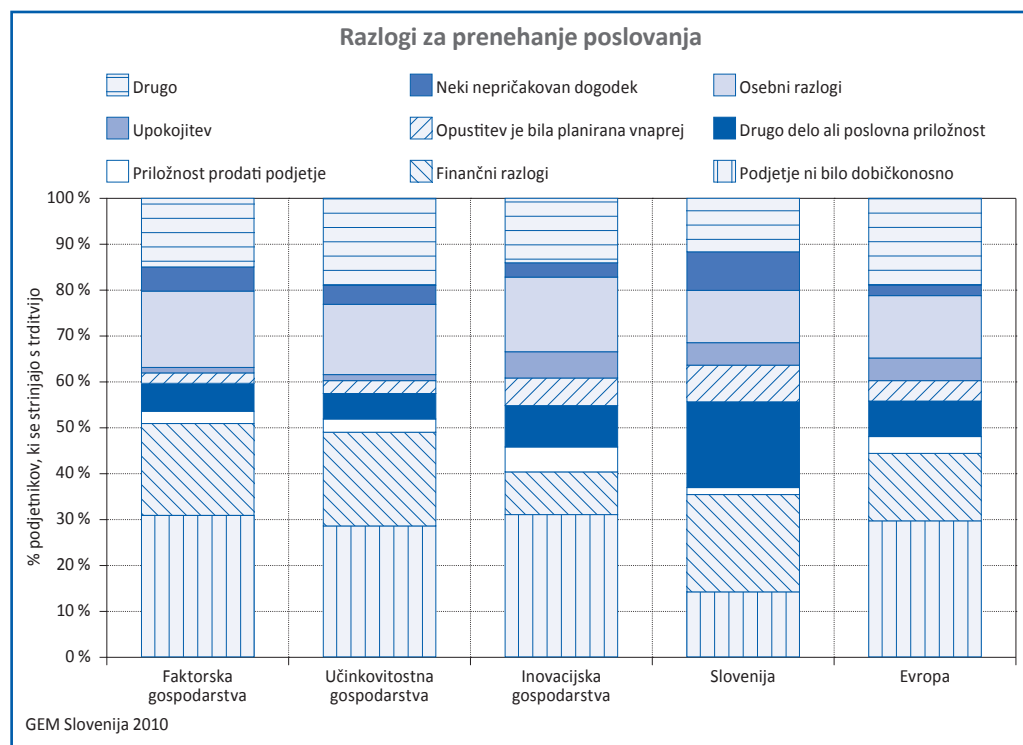


Slika 42: Razvrstitev držav glede na opustitveni indeks

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 prekinitv. Vendar pa je za bolj jasno sliko treba primerjati delež opuščenih 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

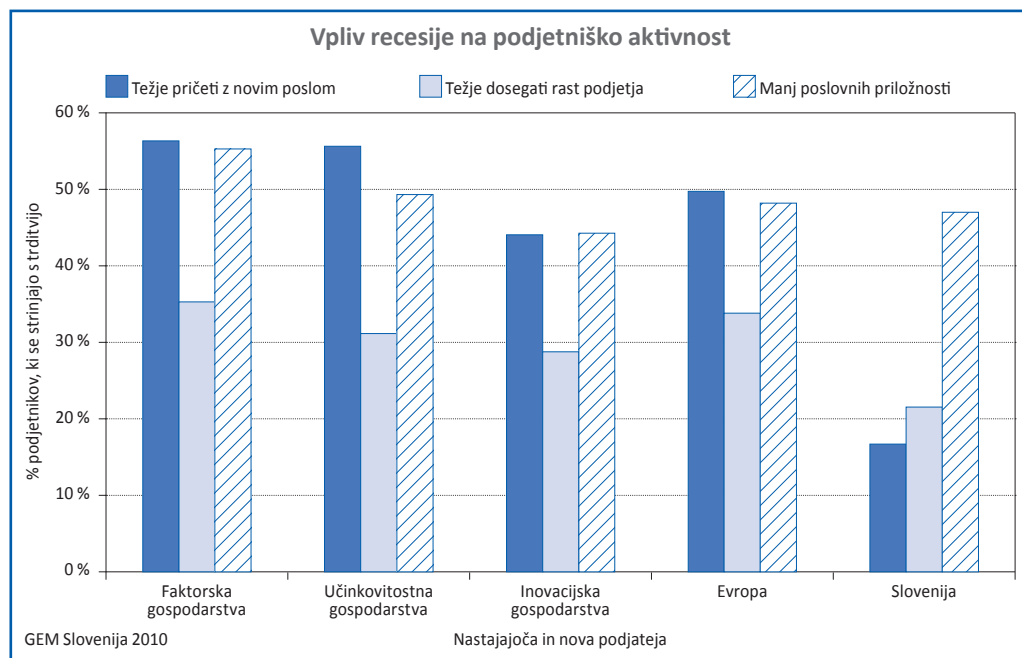
opustili svoje podjetje, so finančni razlogi, saj je bilo takšnih primerov 21,2 odstotka, kar pa je manj kot leta 2009, ko jih je bilo 30,4 odstotka. Zanimivo je, da je naslednji najbolj pogost razlog, da so podjetniki dobili drugo delo ali poslovno priložnost, na tretjem mestu pa je nedobičkonost podjetja (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



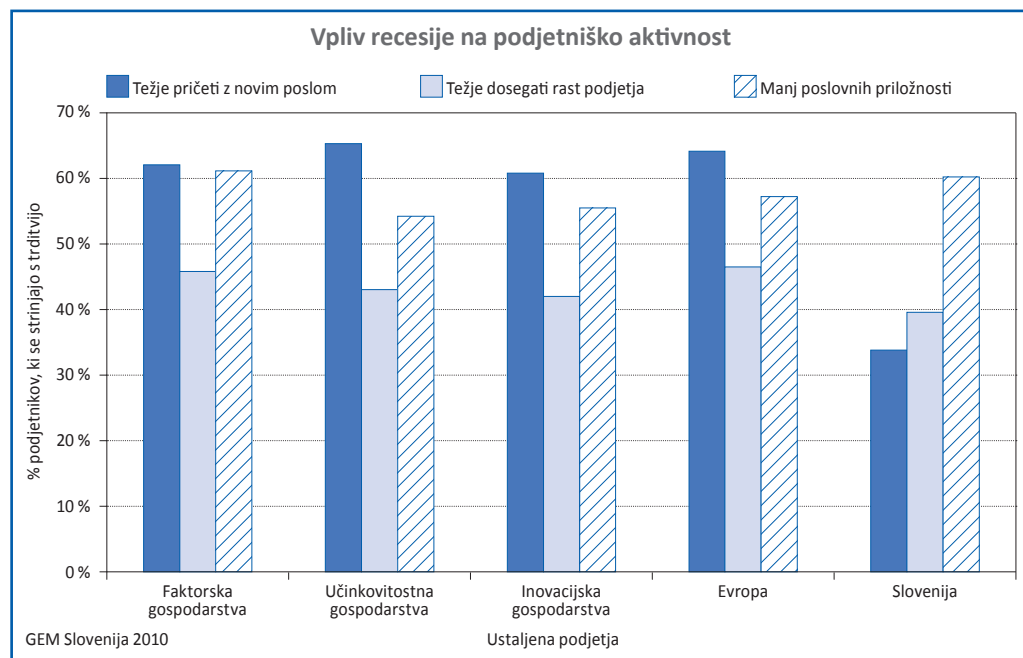
Slika 44: Vpliv recesije na podjetniško aktivnost pri nastajajočih in novih podjetjih

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

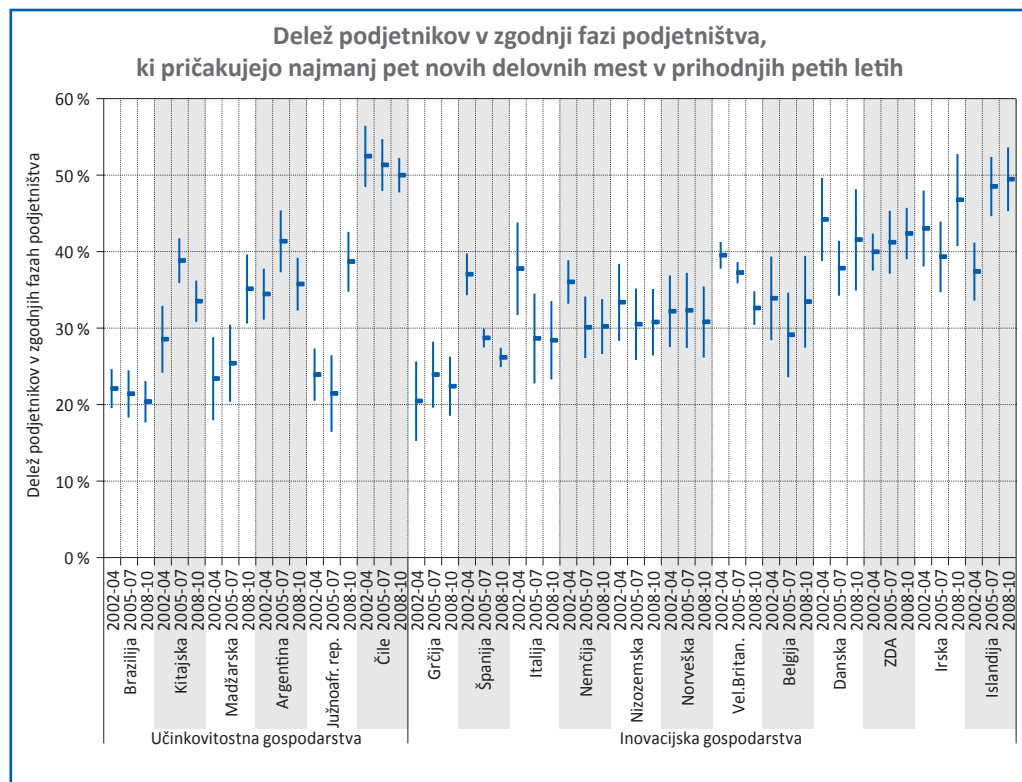
V raziskavi GEM že vrsto let proučujemo podjetniške aspiracije po rasti z vidika pričakovanega števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih. Tako vsakega identificiranega podjetnika povprašamo o tem, koliko ljudi zaposluje njegov podjetje oziroma podjetje (brez lastnikov) v času anketiranja in 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.

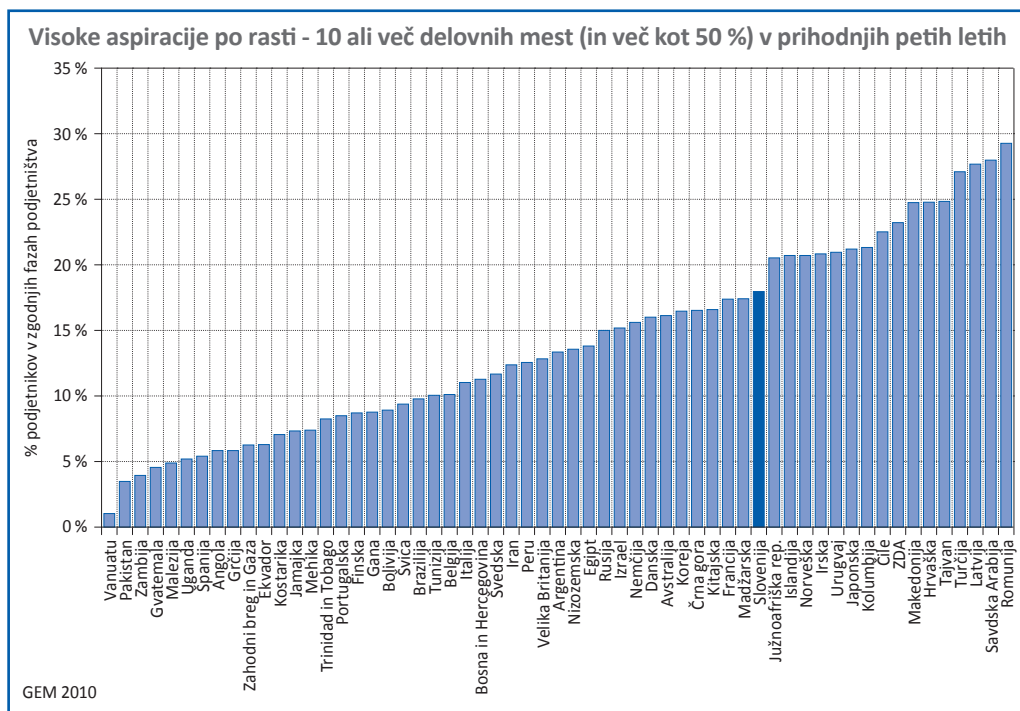
Že od leta 2000 dalje vse sodelujoče države v vprašalnik vključujejo vprašanja o pričakovani rasti zaposlovanja nastajajočih in novih podjetij in podjetij v prihodnjih petih letih. Na *Sliki 46* tako prikazujemo intervalne ocene za delež podjetnikov v državi, ki so pričakovali najmanj pet novih delovnih 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.

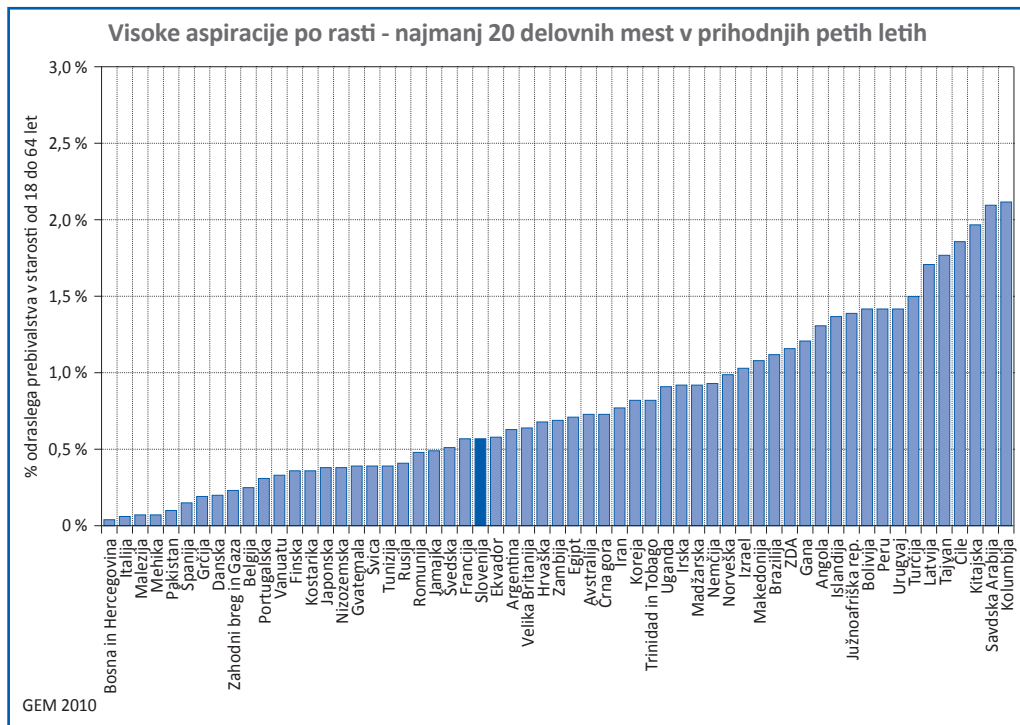
Na *Sliki 47* prikazujemo delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki pričakujejo porast števila delovnih mest za najmanj deset (in več kot 50 odstotkov), v prihodnjih petih letih. Iz skupine inovacijskih gospodarstev se v družbi tistih, kjer je delež podjetnikov z visokimi aspiracijami v povprečju 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.



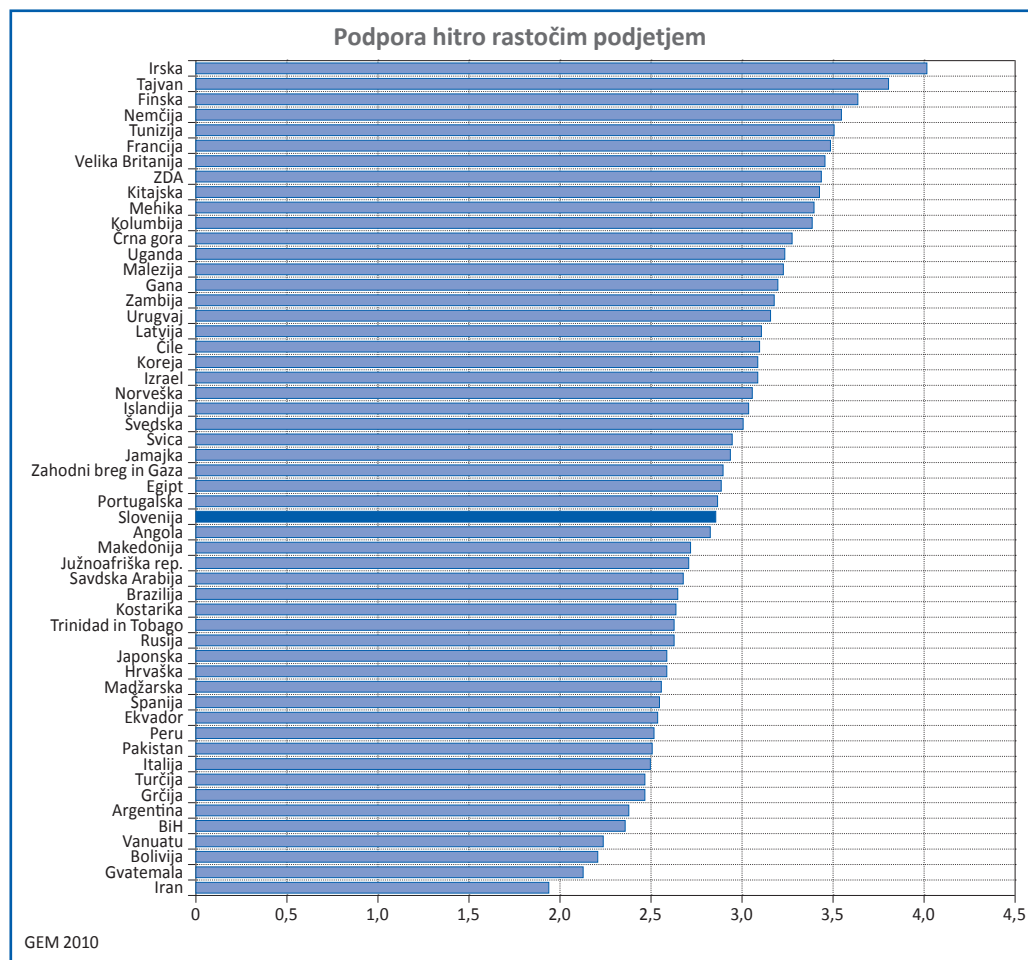
Slika 46: Pričakovano zaposlovanje - najmanj 5 delovnih mest v prihodnjih petih letih



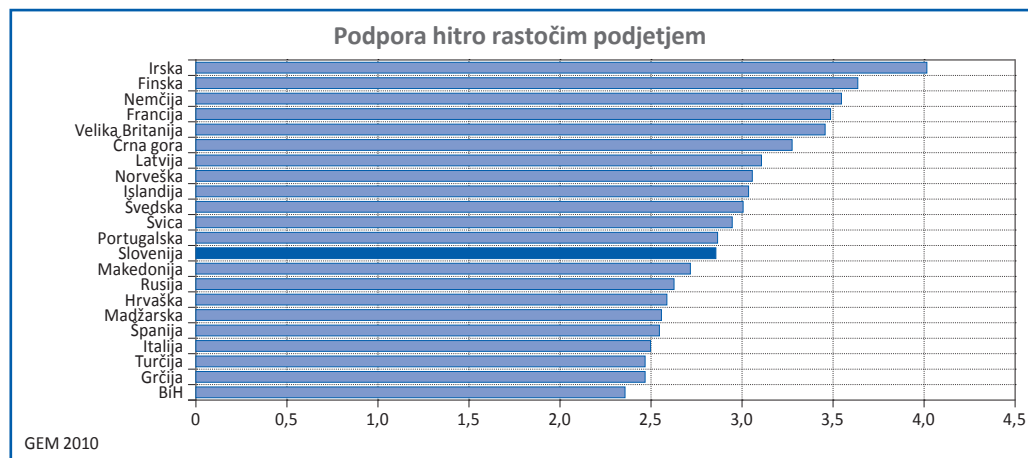
Slika 47: Delež zgodnjega podjetništva z visokimi aspiracijami po rasti



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.

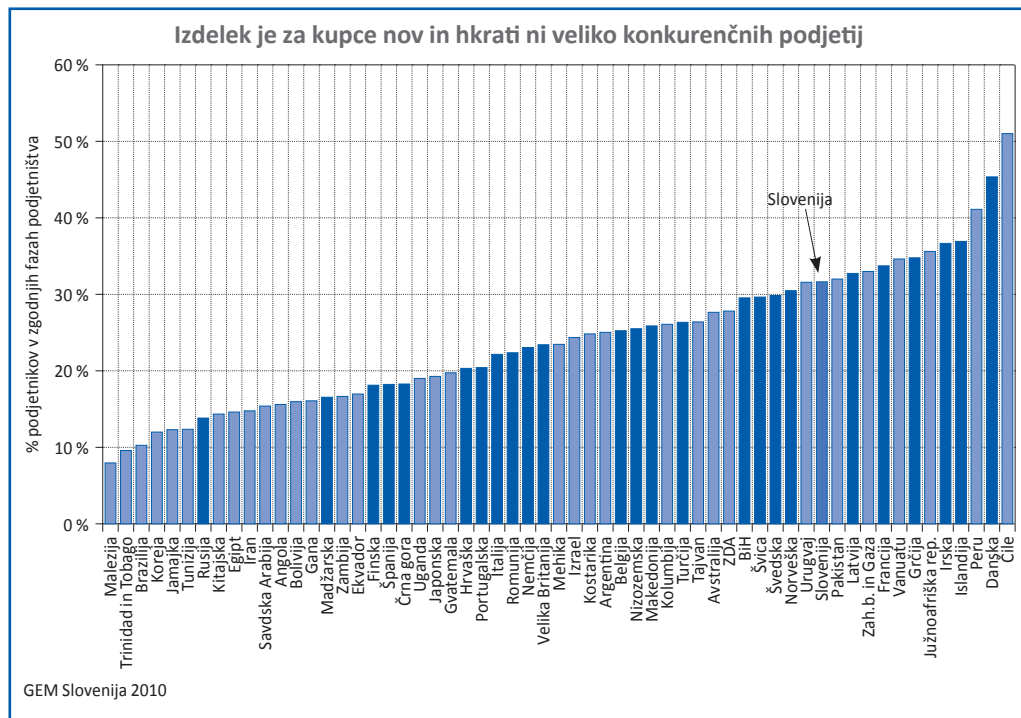
V splošnem za faktorska gospodarstva velja, da imajo v povprečju najnižjo stopnjo podjetništva z visokimi aspiracijami po rasti zaposlovanja. V povprečju 21 odstotkov nastajajočih in novih podjetnikov pričakuje zmerno zaposlovanje – vsaj pet novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, le 4,6 odstotkov 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 faktorskih 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 %).

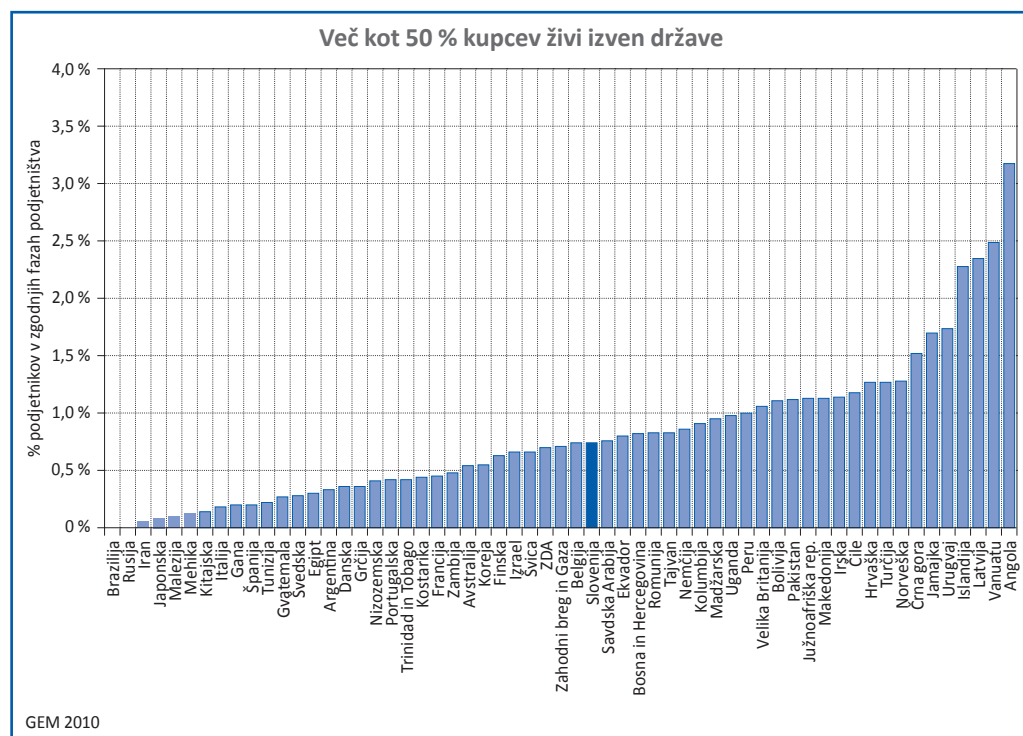
6.3. INTERNACIONALIZACIJA

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 faktorskih 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 Karadaglic 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 Søggaard 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
Irska	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 Lebendiker 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 Paalzow 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 Wennekers 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 Kunnskapssparken 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 Yousef 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	Babeş-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 Chepureenko 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 Debasi	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 Aragonés Fomento Consejo Aragonés 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 Opinómetro 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 Solomona 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. Bhidé, 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.