



Global Entrepreneurship Monitor S l o v e n i j a 2 0 0 4

Podjetništvo na prehodu

Miroslav Rebernik

Polona Tominc

Ksenja Pušnik

INŠTITUT ZA PODJETNIŠTVO IN MANAGEMENT MALIH PODJETIJ
EKONOMSKO-POSLOVNA FAKULTETA
UNIVERZA V MARIBORU

MIROSLAV REBERNIK
POLONA TOMINC
KSENJA PUŠNIK

PODJETNIŠTVO NA PREHODU

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR SLOVENIJA 2004

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Univerzitetna knjižnica Maribor

658(497.4)

REBERNIK, Miroslav
Podjetništvo na prehodu : Global
Entrepreneurship Monitor Slovenija 2004 / Miroslav
Rebernik, Polona Tominc, Ksenja Pušnik. - Maribor
: Ekonomsko-poslovna fakulteta, Inštitut za
podjetništvo in management malih podjetij, 2005

ISBN 961-6354-54-X
1. Tominc, Polona 2. Pušnik, Ksenja

COBISS.SI-ID 54556417

Naslov publikacije:	Podjetništvo na prehodu: Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2004
Avtorji:	Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Ksenja Pušnik
Vrsta:	Znanstvena monografija
Strokovni recenzenti:	prof. dr. Matjaž Mulej, prof. dr. Aleš Vahčič
Lektor:	mag. Igor Rižnar
Izdala in založila:	Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij
Leto izida:	2005
Oblikovanje:	Grafična delavnica Črka, Maribor
Tisk:	Koda Press – tiskarna Saje, Maribor
Naklada:	300 izvodov

ISBN 961-6354-54-X



Monografija je eden izmed rezultatov raziskovalnega programa P5-0023 in ciljnega raziskovalnega projekta CRP V5-0809, ki ju izvajamo na Inštitutu za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru in ju sofinancirata Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport ter Ministrstvo za gospodarstvo.

© Copyright Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, 2005

KAZALO

	Stran
PREGOVORA	11
UVODNI POVZETEK	13
1 KAJ JE GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR?	19
1.1 ZGODOVINA IN CILJ PROJEKTA	19
1.2 TEORETIČNI MODEL GEM	19
1.3 VIRI PODATKOV	21
1.4 MERE PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI	21
1.5 GEM SLOVENIJA 2004	23
 2 PODJETNIŠTVO V SVETU IN V SLOVENIJI	 25
2.1 SLOVENIJA NA REPU PODJETNIH DR AV	25
2.2 PODJETNIŠTVO ZARADI PRILO NOSTI IN ZARADI NUJNOSTI	27
2.3 NASTAJAJOČI IN NOVI PODJETNIKI	30
2.4 DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSКИH IN EVROPSKIH PODJETNIKOV	31
2.5 TVEGANI KAPITAL IN NEFORMALNO INVESTIRANJE	33
2.6 UPADANJE ZGODNJE PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI	35
2.7 GOSPODARSKA RAST IN PODJETNIŠTVO	36
 3 PODJETNIŠKA PRIČAKOVANJA	 41
3.1 AMBICIJE PO RASTI	41
3.2 DVE SKUPINI PODJETNIKOV	42
3.3 ZAPOSLOITVENA PRIČAKOVANJA PODJETNIKOV	42
3.4 OCENE RAZVOJNIH MO NOSTI	45
3.5 VPLIV KULTURNEGA IN DRU BENEGA OKOLJA	46
 4 PODJETNIŠKO OKOLJE V SLOVENIJI	 51
4.1 POGOJI ZA PODJETNIŠTVO	51
4.2 PREDNOSTI IN SLABOSTI PODJETNIŠKEGA OKOLJA	59
 5 PRIPOROČILA IZVEDENCEV IN SKLEPNE UGOTOVITVE	 65
5.1 PRIPOROČILA IZVEDENCEV	65
5.2 SKLEPNE UGOTOVITVE	67
 LITERATURA IN VIRI	 70
NACIONALNI IZVEDENCI GEM 2004	71

SEZNAM SLIK

Slika 1:	Konceptualni GEM model	20
Slika 2:	Petletno povprečje TEA indeksa	25
Slika 3:	Stopnja celotne podjetniške aktivnosti – TEA indeks 2004	25
Slika 4:	Stopnja celotne podjetniške aktivnosti v Evropi	27
Slika 5:	Struktura TEA indeksa glede na zaposlitveni status	27
Slika 6:	Razmerje med priložnostjo in nujnostjo ter BDP na prebivalca	29
Slika 7:	TEA indeks in zaposlitvena zaščita	30
Slika 8:	Sestav TEA indeksa	30
Slika 9:	TEA za nova in nastajajoča podjetja, evropske države	31
Slika 10:	Moški in ženske v evropskem podjetništvu	32
Slika 11:	TEA v posameznih starostnih skupinah glede na BDP/prebivalca	32
Slika 12:	TEA po spolu, glede na starost	33
Slika 13:	Podjetniška aktivnost glede na dohodek gospodinjstva	34
Slika 14:	Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo	34
Slika 15:	TEA indeks in BDP/prebivalca	35
Slika 16:	Delež naložb tveganega kapitala v BDP	35
Slika 17:	Neformalni investitorji	36
Slika 18:	TEA indeks 2003 in 2004	36
Slika 19:	Upad podjetniške aktivnosti glede na spol	37
Slika 20:	Primerjava podjetniške aktivnosti 2002-2004	37
Slika 21:	Dodana vrednost na zaposlenega v gospodarstvu	38
Slika 22:	Povezanost med podjetništvom in ekonomsko rastjo (Wennekers in Thurik, 1999, 50)	38
Slika 23:	Povezanost med razvitostjo države (BDP/prebivalca) in podjetniško aktivnostjo	38
Slika 24:	Povprečni odstotek podjetnikov na začetku podjetniške poti, ki pričakujejo povprečno povečanje števila delovnih mest za 20 ali več v prihodnjih petih letih	41
Slika 25:	Nastajajoča/nova in ustaljena slovenska podjetja glede na pričakovano spremembo števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih	42
Slika 26:	Povprečni odstotek podjetnikov na začetku podjetniške poti, pri katerih je izdelek ali storitev nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce IN HKRATI obstaja malo ali nič konkurenčnih podjetij – evropske GEM države 2004	42
Slika 27:	Nastajajoča/nova podjetja ter ustaljena podjetja, pri katerih je izdelek ali storitev nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce in hkrati je malo ali nič konkurenčnih podjetij	43
Slika 28:	Povprečni odstotek podjetnikov na začetku podjetniške poti, pri kateri za proizvodnjo oziroma izvedbo izdelka ali storitve uporabljajo najnovejšo tehnologijo – evropske GEM države 2004	44
Slika 29:	Nastajajoča/nova podjetja ter ustaljena podjetja, pri katerih uporabljajo tehnologije, dostopne manj kot eno leto – Slovenija	44
Slika 30:	Povprečni odstotek podjetnikov na začetku podjetniške poti, pri katerih je njihov izdelek ali storitev nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce, HKRATI pa je malo ali nič konkurenčnih podjetij, HKRATI pa tehnologije niso dostopne dalj kot eno leto – evropske GEM države 2004	45
Slika 31:	Nastajajoča/nova podjetja ter ustaljena podjetja, pri katerih je njihov izdelek ali storitev nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce, hkrati pa je malo ali nič konkurenčnih podjetij, tehnologije pa niso dostopne dalj kot eno leto – Slovenija	45
Slika 32:	Povprečni odstotek prebivalstva v evropskih GEM državah, ki se strinja s trditvijo, da bi bilo večini ljudi v državi ljubše, da bi vsi imeli podobno raven življenjskega standarda – evropske GEM države 2004	46
Slika 33:	Delež podjetnikov, ki se strinjajo z navedenimi trditvami T2, T3 in T4	46

Slika 34:	Povprečni odstotek prebivalstva v evropskih GEM državah, ki se strinja s trditvijo, da so posamezniki, ki so uspešni ustanovitelji podjetja, spoštovani in imajo visok družbeni status – evropske GEM države 2004	47
Slika 35:	Povprečni odstotek prebivalstva v evropskih GEM državah, ki se strinja s trditvijo, da večina ljudi smatra ustanovitev podjetja za primerno izbiro kariere – evropske GEM države 2004	47
Slika 36:	Povprečni odstotek prebivalstva v evropskih GEM državah, ki se strinja s trditvijo, da je mogoče v javnih medijih pogosto zaslediti zgodbe o uspešnih novih podjetnikih – evropske GEM države 2004	48
Slika 37:	Kulturne in družbene norme – dejavnik spodbujanja podjetniških lastnosti, evropske GEM države 2004	48
Slika 38:	Kulturne in družbene norme – dejavnik spodbujanja motivacije za podjetništvo, evropske GEM države 2004	49
Slika 39:	Ocene podjetniških okvirov v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2004	52
Slika 40:	Ocene elementov dostopa do fizične infrastrukture v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2004	55
Slika 41:	Ocene elementov finančne podpore v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2004	55
Slika 42:	Ocene elementov vladne politike v Sloveniji leta 2004 v primerjavi z GEM državami	56
Slika 43:	Ocene vladnih politik na področju regulative v GEM državah leta 2004	57
Slika 44:	Ocene vladnih politik na področju podpore podjetništvu v GEM državah leta 2004	57
Slika 45:	Ocene elementov prenosa raziskav in razvoja v Sloveniji leta 2004 v primerjavi z GEM državami	58
Slika 46:	Ocene prenosa raziskav in razvoja v GEM državah leta 2004	58
Slika 47:	Ocene elementov izobraževanja in usposabljanja v Sloveniji leta 2004 v primerjavi z GEM državami	59
Slika 48:	Prednosti in slabosti Slovenije 2004	60
Slika 49:	Prednosti in slabosti GEM držav 2004	61

SEZNAM TABEL

Tabela 1:	Indeksi podjetniške aktivnosti	28
Tabela 2:	Rangiranje držav glede na razmerje med priložnostjo in nujnostjo	29
Tabela 3:	Kvocienti smrtnosti podjetniških pobud	31
Tabela 4:	Pozicioniranje držav ob U-krivulji	39
Tabela 5:	Strinjanje podjetnikov s trditvami T1 do T4	46
Tabela 6:	Mnenja nacionalnih izvedencev o spodbujanju podjetniških lastnosti in vzpodbujanja motivacije za podjetništvo v družbi	48
Tabela 7:	Deset najvišje in najniže ocenjenih trditev o podjetniškem okolju v Sloveniji leta 2004	53
Tabela 8:	Deset najvišje in najniže ocenjenih trditev o podjetniškem okolju v Sloveniji leta 2004 glede na mesto med GEM državami	54-55

GLOBALNI GEM TIM

Enota	Ustanova	Člani	Sponzorji
GEM Project Directors	Babson College London Business School	William D. Bygrave Michael Hay	Babson College London Business School
GEM Project Coordinator	University of Lausanne	Pia Arenius	GEM Global Consortium Executive Transition Committee
GEM Coordination Team	Babson College London Business School	William D. Bygrave Marcia Cole Michael Hay Stephen Hunt Neils Bosma Erkko Autio Caroline Johns Ingvild Rytter Nancy Chin	Babson College David Potter Foundation Fellow Francis Finlay Foundation Fellow

SPISEK SODELUJOČIH TIMOV

Tim	Ustanova	Člani	Sponzorji	Izvedba telefonskega anketiranja
Argentina	Center for Entrepreneurship, IAE Management and Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Hector Rocha Florenia Paolini Natalia Weisz	IAE Management and Business School HSBC Private Equity Latin America Banco Galicia	MORI Argentina
Avstralija	Australian Graduate School of Entrepreneurship, Swinburne University of Technology	Kevin Hindle Allan O'Connor	Westpac Banking Corporation	Australian Centre for Emerging Technologies and Society
Belgija	Vlerick Leuven Gent Management School, Universiteit Gent	Dirk De Clercq Sophie Manigart Hans Crijns Kathleen De Cock Bart Clarysse Frank Verzele	Vlerick Leuven Gent Management School Flemish Ministry of Economic Affairs (Steunpunt Ondernemerschap, Ondernemingen en Innovatie) Walloon Ministry of Economic Affairs	SNT Belgium
Brazilija	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná	Marcos Mueller Schlemm Simara Maria S. S. Greco Mateus Fabricio Feller Paulo Alberto Bastos Junior Rodrigo Rossi Horochovski Joana Paula Machado Nerio Aparecido Cardoso	SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Instituto Euvaldo Lodi no Parana IEL/PR	Instituto Bonilha
Kanada	HEC-Montréal University of British Columbia (UBC)	Nathaly Riverin Louis-Jacques Filion Daniel Muzyka Ilan Vertinsky Aviad Pe'er Victor Cui	HEC Montréal Chaire d'entrepreneuriat Rogers- J.A. Bombardier Développement économique Canada pour les régions du Québec The W. Maurice Young Entrepreneurship and Venture Capital Centre Venture Capital Center	SOM

Tim	Ustanova	Člani	Sponzorji	Izvedba telefonskega anketiranja
Hrvaška	SME's Policy Centre - CEPOR, Zagreb J. J. Strossmayer University in Osijek - Faculty of Economics, Osijek	Slavica Singer Sanja Pfeifer Djula Borozan Natasa Sarlija Sunčica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre - CEPOR, Zagreb Open Society Institute - Croatia, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek - Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb
Danska	Centre for Small Business Studies, University of Southern Denmark	Mick Hancock Torben Bager Lone Toftild Thomas Schoett Kim Klyver	Erhvervs- og Byggestyrelsen IRF - Industriens Realkredifond Syddansk Universitet Danfoss - Mads Clausens fond Vaekstfonden Ernst & Young (Denmark) Boersen	IFKA
Ekvador	Escuela Superior Politécnica del Litoral - Escuela de Postgrado en Administración de Empresas (ESPAE)	Virginia Lasio Morello Guido Caicedo Rossi Edgar Izquierdo Orellana Víctor Osorio Cevallos Alicia Guerrero Montenegro Karen Delgado Arévalo Elizabeth Arteaga	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL University) Petróleos del Pacífico (PACIFPETROL S.A.) Cámara de Comercio de Guayaquil	MARKET ASOMARKET Cia. Ltda.
Finska	Helsinki University of Technology Turku School of Economics and Business Administration	Erkko Autio Pia Arenius Anne Kovalainen Marja Kansala	Ministry of Trade and Industry Tekes	Statistics Finland
Francija	EM Lyon	Oliver Torres Aurélien Eminet	Caisse des Depots et Consignations Observatoire des PME	AC Nielsen
Nemčija	University of Cologne Department of Economic and Social Geography	Rolf Sternberg Ingo Lueckgen	Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB)	Taylor Nelson Sofres EMNID
Grčija	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioanides Takis Politis	Greek Ministry of Development IOBE Sponsors	Metron Analysis
Hong Kong	The Chinese University of Hong Kong Shenzhen Academy of Social Sciences	Bee-Leng Chua David Ahlstrom Kevin Au Chee-Keong Low Shige Makino Hugh Thomas Le Zheng Wang Weili Dong Ziaoyuan	Trade and Industry Department, SME Development Fund, Hong Kong Government SAR The Asia Pacific Institute of Business The Chinese University of Hong Kong Chinese Executives Club, Hong Kong Management Association	Consumer Search
Madžarska	University of Pécs University of Baltimore (USA)	László Szerb Zoltán Acs Judit Károly József Ulbert Attila Varga	Ministry of Economy and Transport	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet
Islandija	Reykjavik University	Gudrún Mjöll Sigurdardóttir Rögnvaldur Sæmundsson	Reykjavik University The Confederation of Icelandic Employers New Business Venture Fund Prime Minister's Office	Gallup - Iceland

Tim	Ustanova	Člani	Sponzorji	Izvedba telefonskega anketiranja
Irska	University College, Dublin	Paula Fitzsimons Colm O’Gorman Frank Roche	Enterprise Ireland InterTradeIreland	Lansdowne Market Research Ltd. iff
Izrael	Tel Aviv University The Academic College of Tel-Aviv-Jaffa	Miri Lerner Anat Oren Amram Turjman	Israel Small Business Authority The Evens Foundation	The B.I. Cohen Institute for Public Opinion Research at Tel Aviv University
Italija	L. Bocconi University	Guido Corbetta Ugo Lassini Alexandra Dawson	Bacconi University	Nomesis
Japonska	Keio University University of Marketing and Distribution Sciences Musashi University	Tsuneo Yahagi Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi	Venture Enterprise Center	SSRI
Jordanija	Young Entrepreneurs Association	Dina Dukhyan Khaled Kurdi	Ministry of Planning and International Cooperation	Al JidaraPro Group Consulting
Nova Zelandija	New Zealand Centre for Innovation and Entrepreneurship, Unitec New Zealand	Alastair Emerson Alex Maritz Alvero Reid Anton de Waal Beth Coleman Dean Prebble Debbie Rolland Ella Henry Graedon Chittock Greg Wilson Helen Mitchell Howard Frederick Ingvild Rytter John Webster Judi Campbell Leo Dana Logan Muller Paul Woodward Peter Carswell Peter Mellalieu Pieter Nel Prue Cruickshank Qunhung Xu Ravi Bhat Shelley Eden Simon Peel Tim Boyd-White Tony Ashton Vance Walker Yunxia Zhu	Unitec New Zealand	Digipoll
Norveška	Bodø Graduate School of Business	Lars Kolvereid Bjørn Willy Åmo Gry Alsos	Inovation Norway Ministry of Trade and Industry Bodø Graduate School of Business Kunnskapsparken Bodø AS, Center for Innovation and Entrepreneurship	TNS
Peru	Centro de Desarrollo Emprendedor, Escuela de Administración de Negocios para Graduados (ESAN)	Jaime Serida Peter Yamakawa Armando Borda Oswaldo Morales	Escuela de Administración de Negocios para Graduados (ESAN) Deltron Computer Wholesalers S.A.	SAMIMP - Research International

Tim	Ustanova	Člani	Sponzorji	Izvedba telefonskega anketiranja
Poljska	The Bachalski Educational Foundation	Austin Campbell Krzysztof Baclawski Przemyslaw Zbierowski Maciej Koczerga Roma Szlapka	Polish Agency for Enterprise Development The Karol Adamiecki University of Economics in Katowice The Poznan University of Economics AC Nielsen Poland National Bank of Poland	AC Nielsen
Portugalska	Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa Sociedade Portuguesa de Inovação	Rita Cunha Manuel Baganha Augusto Medina Douglas Thompson Stuart Domingos	POEFDS - Programa Operacional do Emprego, Formação e Desenvolvimento Social	MetrisGfK
Singapur	National University of Singapore	Poh Kam Wong Lena Lee Finna Wong Ho Yuen Ping	Economic Development Board of Singapore National University of Singapore	Joshua Research Consultants
Slovenija	Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, Ekonomsko-poslovna fakulteta Univerze v Mariboru	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pušnik	Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport Ministrstvo za gospodarstvo ŠmartCom Časopis Finance Obrtna zbornica Slovenije	Gral-Iteo
Južna Afrika	The Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Eric Wood John Orford	Liberty Life South African Breweries The Shuttleworth Foundation	AC Nielsen ZA
Španija	Basque Unit Universidad de Deusto Universidad del Pais Vasco	Iñaki Peña Mikel Navarro Francisco Olarte M' José Aranguren Juan José Gibaja María Sáiz Arturo Rodríguez	Eusko Ikaskuntza Diputación Foral de Gipuzkoa Diputación Foral de Bizkaia Sociedad para la Promoción y Reconversión Industrial	Opinòmetre
	Extramadura Unit Fundación Xavier de Salas	Ricardo Hernández Mogollón J. Carlos Díaz Casero	Sofiex Sodiex Caja Rural de Extremadura Los Santos de Maimona Foundation Junta de Extremadura Caja Badajoz Arram Consultores	Opinòmetre
	Catalonia Unit Universitat Autònoma de Barcelona	José María Veciana Yancy Vaillant David Urbano	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona	Opinòmetre
	Andalucía Unit Universidad de Cádiz	José Ruíz Navarro José Aurelio Medina José Daniel Lorenzo Álvaro Rojas Salustiano Martínez Antonio Rafael Ramos	CENTRA (Fundación Centro de Estudios Andaluces) UNICAJA Junta de Andalucía (Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa)	Opinòmetre
	Comunidad Valenciana Unit Universidad Miguel Hernández	Jose Maria Gomez Gras Ignacio Mira Jesus Martinez Antonio J. Verdu	Air Nostrum LAN, S.A.	Opinòmetre
	Isla Canarias Unit Universidad de las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Alicia Bolivar Esther Hormiga Alicia Correa	La Caja Insular de Ahorros de Canarias	Opinòmetre

Tim	Ustanova	Člani	Sponzorji	Izvedba telefonskega anketiranja
	Castilla y León Unit Universidad de León	Mariano Nieto Antolín Constantino García Ramos Roberto Fernández Gago Sergio del Cano Rojo Noemi Huerga Castro	Centro Europeo de Empresas e Innovacion de Castilla y Leon S.A.	Opinòmetre
	Madrid Unit Universidad Autonoma de Madrid	Eduardo Bueno Campos Carlos Merino Lidia Villar	Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid CEIM (Confederación Empresarial de Madrid- CEO) CAJA Madrid	Opinòmetre
	National Team Unit Instituto de Empresa	Alicia Coduras Rachida Justo Ignacio de la Vega	Nejeti Instituto de Empresa	Opinòmetre
Švedska	ESBRI Entrepreneurship and Small Business Research Institute	Magnus Aronsson Helene Thorgrimsson	Confederation of Swedish Enterprise Ministry of Industry, Employment and Communications Swedish Business Development Agency (NUTEK) Swedish Institute for Growth Policy Studies (ITPS)	SKOP
Nizozemska	EIM Business and Policy Research	Sander Wennekers Niels Bosma Jolanda Hessels Andre van Stel Roy Thurik Lorraine Uhlaner Ingrid Verheul	Dutch Ministry of Economic Affairs	Survey@
Uganda	Makerere University Business School	Thomas Walter Waswa Balunywa Peter Rosa Arthur Ssewanga Stefanie Barabas Rebecca Namatovu	European Union Bank of Uganda Makerere University Busi- ness School	MUBS
Velika Britanija	London Business School	Rebecca Harding Marc Cowling Niels Billou Michael Hay Dennis Harding	Small Business Service Barclays Bank PLC East Midlands Development Agency Yorkshire Forward Merseyside Enterprise Insight Countryside Agency British Chamber of Commerce	iff
	Scotland Unit University of Strathclyde	Jonathan Levie Sarah Cooper Sara Carter	Hunter Centre for Entrepreneurship	iff
	Wales Unit University of Glamorgan North East Wales Institute of Higher Learning	David Brooksbank Dylan Jones-Evans	Welsh Development Agency	iff
	Northern Ireland Unit Small Business Research Centre, Kingston University Economic Research Institute of Northern Ireland	Mark Hart Maureen O'Reilly	Invest Northern Ireland Belfast City Council Enterprise Northern Ireland	iff
Združene države Amerike	Babson College	Maria Minniti William D. Bygrave Marcia Cole	Babson College	Opinion Research Corp.

PREDGOVORA

Nadaljne upadanje zgodnje podjetniške aktivnosti v Sloveniji v letu 2004 pomeni resno opozorilo, da podjetništvo ni samoumevna dejavnost brezosebnih podjetij, ampak dejavnost, ki se je lotevajo podjetni posamezniki. Podjetnost in podjetniške veščine so redek in dragocen vir, brez katerega je gospodarski razvoj nemogoč. Ta vir ima čudovito lastnost, da ga je možno vzgajati in spodbujati, žal pa je tudi izjemno občutljiv na neprijazno in neurejeno poslovno okolje, nepregledno regulativo, družbeno zanikanje njegovega pomena in vetrnjaštvo ekonomske politike. Zato je uvrstitev Slovenije na rep držav, ki so sodelovale v največji svetovni raziskavi podjetništva, tudi opozorilo, da nihče ne more prisiliti posameznika, da si bo izbral podjetniško kariero, če sam osebno ni motiviran za to.

Primerjava Slovenije s svetom je tudi jasno pokazala, da vsaka država nosi svojo številko čevljev. Podjetništvo v razvitih in bogatih državah ima drugačne značilnosti kot v revnih. Ukrepe pospeševanja podjetništva je zato treba prilagoditi nacionalnim pogojem in za konkretne akcije iskati zgled pri državah, s katerimi se lahko primerjamo, ne le pri tistih, ki so desetletja pred nami. Še vedno pač velja, da je za določanje ciljev treba vedeti, kam bi radi prišli, da pa je za iskanje in načrtovanje poti do tja treba razumeti, kje smo. Razviti svet se preoblikuje iz managerske v podjetniško, na znanju temelječo družbo, ki jo oblikujejo podjetni posamezniki, ki sledijo novim idejam in novim poslovnim priložnostim. Namesto predpisovanja, zapletenega reguliranja in prepovedovanja je gospodarske in politične ukrepe treba oblikovati tako, da omogočajo nastajanje in komercializacijo idej, da torej spodbujajo posameznikovo ustvarjalnost in podjetnost.

V preteklih letih je bilo v Sloveniji narejenih veliko poskusov pospeševanja podjetništva in spodbujanja razvoja. Nekateri so se obnesli, drugi ne. Razvojna naravnost ekonomskega okolja se pač meri s povečano podjetniško aktivnostjo in večjim številom uspešnih podjetij, ne pa s tem, kolikokrat je zapisano ali povedano, da zares podpiramo razvoj podjetništva. Zato je treba temeljito spremeniti odnos do procesov uveljavljanja podjetništva in razmisliti, kako z usklajeno akcijo zaustaviti padanje podjetniške aktivnosti. Pri tem bomo potrebovali jasne kriterije za presojanje uspešnosti konkretnih ekonomskih in družbenih ukrepov, da bi z njihovo pomočjo lahko uravnavali smer potovanja v podjetno in na znanju temelječo humano družbo.

Člani raziskovalne skupine GEM Slovenija 2004 (Miroslav Rebernik, Polona Tominc in Ksenja Pušnik) se zahvaljujemo sponzorjem, ki so omogočili izvedbo raziskave, kakor tudi 54 izvedencem, ki so sodelovali v slovenskem delu raziskave, za njihov dragocen čas in spoznanja, ki so jih posredovali. Zahvala podjetju Gral-Iteo, ki je izpeljalo anketiranje odraslega prebivalstva. Zahvaliti pa se moramo tudi kolegom raziskovalcem v drugih GEM državah, s katerimi delimo usodo na skupnem projektu, ter koordinacijskemu timu na London Business School, ki je brezhibno opravil garaško delo harmonizacije podatkov in usklajevanja trenutno največje raziskave podjetništva na svetu.

Prof. dr. Miroslav Rebernik,
vodja GEM Slovenija

V Sloveniji je trajnostni razvoj, ki pomeni uravnoteženo izboljševanje gospodarskega, socialnega in okoljskega položaja, predmet širokega političnega in družbenega konsenza. Vendar pa trajnostnega razvoja in na znanju temelječe družbe ne bo mogoče doseči brez pospešene gospodarske rasti.

V zadnjih treh letih se je gospodarska rast v Sloveniji upočasnila predvsem zaradi počasnega prestrukturiranja gospodarstva ter neugodnih gospodarskih razmer v svetu, kar je razvidno tudi iz mednarodnih primerjav, kot so Global Entrepreneurship Monitor, ki kaže neugodne rezultate na področju zgodnjih podjetniških aktivnosti. Vse navedeno postavlja pred Slovenijo pomembno vprašanje: kako uresničiti ambicije in se v Evropski uniji uveljaviti kot napredna, podjetna in na znanju temelječa družba ter eno od najbolj konkurenčnih in učinkovitih gospodarstev.

Slovenska vlada si bo v interesu spodbujanja podjetništva in izboljšanja konkurenčnih sposobnosti podjetij prizadevala za razvoj podjetništvu prijaznejšega okolja, predvsem na področju malih in srednjih podjetij. Povečanje vloge malih in srednjih podjetij v zborničnem sistemu ter sprememba predpisov, da bo ustanavljanje podjetij preprostejše, hitreje in predvsem cenejše, bodo temeljne naloge vlade. Zavzeli se bomo za izboljšanje pravnega sistemskega okvirja za delovanje malih in srednjih podjetij ter za ustrezen razvoj institucij, ki morajo delovati njim v oporo. Posebna pozornost bo namenjena poenostavljenemu sistemu poročanja podjetij za potrebe statistike in javnih evidenc s ciljem večje preglednosti in racionalnosti. Izjemno pomembno bo čimprej sprejetje in uveljavitev smernice Evropske unije glede plačilne discipline, ki najbolj vpliva prav na mala in srednja podjetja. Vlada si bo prizadevala za razvoj novih finančnih instrumentov, predvsem spodbujanje privatnih skladov tveganega kapitala za vlaganja v razvojne projekte malih in srednjih podjetij. Zagotavljanje ugodnejših prostorskih in tehničnih pogojev za nastajanje in delovanje podjetij v zgodnjih fazah razvoja bo pripomoglo k razvoju podjetništva. Cilj vlade je jasen - posledica izvajanja ukrepov na osnovi programa bodo dvig konkurenčnosti, večje število podjetij in novih delovnih mest ter višja dodana vrednost na zaposlenega.

K oblikovanju in dograjevanju ukrepov nacionalnih politik za ustvarjanje spodbudnega okolja za inovativnost in podjetništvo bodo koristno prispevali tudi rezultati in priporočila Global Entrepreneurship Monitor, ki ga za Slovenijo izvaja Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij pri Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Vključenost Slovenije v raziskavo podpiramo, saj so njeni rezultati pomemben vir informacij o primerjalni podjetniški aktivnosti v Sloveniji in v drugih državah, ki so vključene v raziskavo. Pričakujemo, da bo izpostavila tiste elemente v ekonomskem sistemu in ekonomski politiki, kjer bi lahko in moramo narediti več, da bi povečali nacionalno raven podjetniške aktivnosti v državi. Le tako bo Slovenija svoj ugled lahko utemeljila na tem, kar bo prispevala k boljšemu življenju ljudi v domači in novi mednarodni skupnosti.

Janez Janša,
Predsednik Vlade RS

UVODNI POVZETEK

Slovenija že tretje leto zapored sodeluje v največji svetovni raziskavi podjetništva, v kateri proučujemo številne dejavnike, ki bi utegnili vplivati na razlike v stopnji podjetništva, ter skušamo podati nove vpogled v obseg in pomen podjetniškega procesa, da bi bolje razumeli, kako je mogoče z izoblikovanjem ustreznega podpornega okolja pospeševati podjetništvo. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) je svoje prve rezultate raziskovanja podjetništva v svetovnem merilu podal leta 1999, ko je sodelovalo 10 držav. Danes razpolagamo s harmoniziranimi podatki za preko 40 držav, poročilo za leto 2004, ki je pred vami, pa zajema 34 držav.

GEM se osredotoča na zgodnje faze podjetniškega procesa in njihovo povezanost z ekonomsko rastjo ter se ne ukvarja z ustaljenimi podjetji, ki so starejša od treh let in pol. 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.

Zato nas predvsem zanima relativna podjetniška naravnost odraslega prebivalstva in stopnja nastajanja novih in rastočih podjetij ter razlike, ki nastajajo med posameznimi državami. Pod vplivom družbenega, kulturnega in političnega konteksta v posamezni državi deluje splet podjetniških pogojev, ki bistveno vplivajo na odvijanje podjetniškega procesa, iskanje in izkoriščanje podjetniških priložnosti ter na zmogljivost ljudi, da se lotevajo novih podjetij.

V Sloveniji je bilo leta 2004 v začetne faze podjetniškega procesa vključenih samo 2,6% delovno aktivnega prebivalstva ali okrog 35.000 ljudi, s čimer se Slovenija po zgodnji podjetniški aktivnosti uvršča v mednarodnem okolju še slabše kot v prejšnjih letih: leta 2002 je bila na 25. mestu med 37 GEM državami, leta 2003 je padla na 24. mesto med 31 GEM državami in leta 2004 na 33. mesto med 34 GEM državami. Če podatke, zbrane zadnja štiri leta trajanja projekta, konsolidiramo v eno bazo, dobimo vzorec 44 držav, med katerimi bi se Slovenija s povprečjem let 2002, 2003 in 2004 uvrstila na 41. mesto. Najvišjo raven podjetniške aktivnosti v Evropi izkazuje Islandija, kjer je vsak sedmi prebivalec aktiven v podjetniškem procesu. V Sloveniji se komaj vsak osemintrideseti prebivalec v starosti od 18 do 64 let ukvarja s podjetniško aktivnostjo: bodisi da je pričel s podjetjem, ali pa ima v lasti in vodi mlado podjetje.

Slovenija, ki je bila v lanskem letu med 17 evropskimi državami na 12. mestu, se je letos med 19 evropskimi državami uvrstila na zadnje mesto. Svojo uvrstitev si je poslabšala absolutno (TEA indeks, ki izraža odstotek delovno aktivnega prebivalstva, vključenega v zgodnje faze podjetniškega procesa, je padel s 4,1% na 2,6%) in primerjalno z drugimi državami (z 12. mesta na 19. mesto).

Slovenski TEA indeks pada že drugo leto zapored. Lani je upadel za dobrih deset odstotkov s 4,6% na 4,1%, letos še za četrtno – na 2,6%. Za temi odstotki pa so seveda ljudje, ki se lotevajo podjetniških aktivnosti: leta 2002 jih ocenjujemo na 58.000, leta 2003 na 51.000 in leta 2004 še samo na 35.000. Številke so gotovo dovolj zgovorne, da terjajo primerno ukrepanje. Z vidika spola lahko padec TEA indeksa leta 2003 (s 4,6% na 4,1%) skorajda v celoti pripišemo znižanju podjetniške aktivnosti med ženskami, medtem ko je letošnji upad nastal predvsem med moškimi. V primerjavi z letom 2002 je k padcu TEA indeksa v Sloveniji leta 2004 največ prispeval močan upad podjetniške aktivnosti zaradi nujnosti. V primerjavi z letom 2002 je podjetniška aktivnost zaradi priložnosti upadla za tretjino (s 3,26% na 2,17%), aktivnost zaradi nujnosti pa za dve tretjini (z 1,53% na 0,7%).

Ocenjujemo torej, da je bilo leta 2004 v Sloveniji okrog 35.000 nastajajočih in novih podjetnikov. To so posamezniki, ki poskušajo sami ali skupaj z drugimi ustanoviti novo podjetje ali pričeti z novo poslovno dejavnostjo, vključujoč kakršnokoli samozaposlitev ali prodajo proizvodov ali storitev, ter posamezniki, ki so lastniki/managerji podjetja, ki je mlajše od treh let in pol. Nekateri se podjetništva lotijo, ker zaznajo dobro poslovno priložnost, drugi ker nimajo nobene druge boljše možnosti za delo. V Sloveniji znaša TEA indeks zaradi priložnosti 2,17% in TEA indeks zaradi nujnosti 0,43%, kar pomeni, da se v povprečju vsak 46. odrasli prebivalec odloči za podjetniško pot zaradi priložnosti in vsak 232. zaradi nujnosti.

Čeravno je bila podjetniška aktivnost v zgodnjih fazah podjetniškega procesa leta 2004 zaskrbljujoče nizka in je od 58.000 posameznikov, ki so se lotili novih podjetij leta 2002, upadla na 35.000, pa je dobra novica, da

je v primerjavi s preteklim letom porasel delež tistih, ki so se podjetništva lotili zaradi izkoriščanja priložnosti. Štiri petine tistih, ki so se leta 2004 uvrstili med nove in nastajajoče podjetnike, so želeli izkoristiti obetavno poslovno priložnost. V tem oziru se Slovenija uvršča v gornjo polovico evropske in svetovne GEM lestvice.

Letošnja raziskava je še bolj kot predhodne opozorila na velike razlike v začetnih podjetniških aktivnostih med posameznimi državami. V manj razvitih državah je tudi nadpovprečno dosti podjetništva zaradi nujnosti. Medtem ko na Danskem na enega podjetnika iz nujnosti pride skoraj 17 podjetnikov zaradi priložnosti, je v Braziliji ali Ugandi to razmerje skoraj povsem izenačeno. V Sloveniji je to razmerje 5:1, kar nas uvršča v sredino GEM lestvice.

Večletno spremljanje TEA indeksa kaže, da se razmerja med posameznimi državami bistveno ne spreminjajo. Relativna stabilnost TEA indeksa zato navaja k sklepanju, da so razlike v zgodnji podjetniški aktivnosti med državami v veliki meri tudi posledica strukturnih in kulturnih dejavnikov. Raziskave na temelju podatkov GEM in podatkov OECD kažejo jasno negativno korelacijo med podjetništvom zaradi nujnosti in socialno varnostjo. Enostavno povedano, v državah, ki namenjajo večji odstotek BDP za socialno varnost, je vključevanje ljudi v podjetništvo manjše.

Že v predhodnih poročilih GEM smo ugotavljali, da je stopnja preživetja slovenskih nastajajočih podjetnikov nizka. Ugotavljali smo jo tako, da smo izračunali razmerje med novimi in nastajajočimi podjetji. Kvocient smrtnosti, ki govori o »izkoristku« podjetniškega procesa, je v Sloveniji leta 2004 v primerjavi s predhodnim letom ponovno upadel. Znaša 2,72, kar pomeni, da se v Sloveniji izmed 2,72 nastajajočih podjetij v povprečju uveljavi le eno. Leta 2002 je bil kvocient 2,14.

Delež moškega in ženskega odraslega prebivalstva, ki se vključuje v začetne faze podjetništva, se med državami znatno razlikuje. V svetovnem merilu so v podjetništvu najbolj enakopravno zastopani v Peruju, kjer je razmerje med moškimi in ženskami 1:1,06 za moške, najslabše pa na Hrvaškem, kjer je razmerje 1:3,3 v korist moških. Delež novih in nastajajočih podjetnikov med moškim in ženskim prebivalstvom je v Evropi najbolj izenačen na Portugalskem, kjer je na 100 podjetnikov 93 podjetnic. V Sloveniji se je v primerjavi z letom 2003, ko je bilo razmerje med moškimi in ženskami najslabše med vsemi sodelujočimi državami, stanje leta 2004 precej izboljšalo. Leta 2003 je TEA indeks za moške znašal 6,36%, za ženske pa samo 1,66% ali 3,8:1 v korist moških. Leta 2004 pa je v Sloveniji TEA indeks za moške 3,6 in za ženske 1,6 ali 2,25:1. Če primerjamo obe leti, torej vidimo, da je delež podjetniške aktivnosti med ženskami ostal na enaki ravni kot lani, da pa je podjetništvo med moškimi upadlo s 6,36% na 3,6%.

V svetovnem merilu je največ podjetništva med moškimi v starostni dobi med 25. in 34. letom. To podjetniško najbolj aktivno obdobje prevladuje ne samo v celotnem TEA indeksu, ampak tudi v vseh drugih kategorijah – podjetništvu iz nuje, podjetništvu zaradi priložnosti, pri nastajajočih in pri novih podjetnikih. Tudi v Sloveniji je starostno obdobje med 25. in 34. letom najbolj aktivno, a le za moške. Podobno kot leta 2003 tudi leta 2004 izkazujejo ženske največjo podjetniško aktivnost v starostnem obdobju med 35. in 44. letom.

Podjetniška aktivnost raste z višino izobrazbene ravni. Med podjetniško aktivnim prebivalstvom, ki ga spremlja GEM, se v Sloveniji za podjetništvo odloči največ ljudi s srednješolsko (3,18%) in več kot srednješolsko izobrazbo (3,26%). Med prebivalstvom, ki ima manj kot srednješolsko izobrazbo, najdemo samo odstotek nastajajočih in novih podjetnikov. Slovenija ima, relativno gledano, sicer že danes zadovoljiv delež podjetnikov s srednješolsko izobrazbo, znatno premalo pa ima tistih z višjo izobrazbo, kar opozarja na nujnost spodbuditi več ljudi s postsekundarno izobrazbo za podjetništvo. Pozornost se zato ponovno usmerja na okostenele slovenske univerze, kjer pa je prisotna močna protipodjetniška kultura, kajti na znanju temelječe družbe ne bo možno doseči brez nenehnega rojevanja novih podjetij, ki sledijo novim idejam in novim poslovnim priložnostim.

Družina, prijatelji in sosedje so zdaleč največji vir neformalnega kapitala in skupaj s podjetnikovim lastnim vložkom predstavljajo največji delež potrebnih virov za začetek poslovanja. Za vse GEM države, za katere so bili na voljo podatki, se je izkazalo, da obstaja jasna povezava med obsegom neformalnega investiranja in davčnimi obremenitvami. Države, kjer so posamezniki obremenjeni z višjimi davki, imajo manjši delež neformalnih investorjev. V Sloveniji je leta 2004 manj kot odstotek in pol prebivalstva starejšega od 18 let investiral v podjetja, ki so v lasti družinskih članov, sodelavcev, prijateljev in znancev. V primerjavi z letom 2003, ko je bil ta odstotek 2,6, so postali bolj oprezni.

V GEM so vključene države z zelo različno stopnjo razvitosti merjeno z BDP na prebivalca. V nizko razvitih državah, kot so Peru, Ekvador ali Uganda, je stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti visoka, potem pa z rastjo BDP na prebivalca upada in na določeni razvojni stopnji države prične ponovno naraščati. Pri analiziranju povezanosti med TEA indeksom in BDP na prebivalca ugotovljamo, da njuno povezanost najbolje opisuje U-krivulja oziroma parabola, ki ima teme pri 30.000 USD družbenega domačega proizvoda na prebivalca. Do te vrednosti TEA indeks v povprečju pada, nato pa narašča. Slovenija spada v skupino držav s srednje visokim BDP na prebivalca in leži pod krivuljo (manjši TEA kot velja v povprečju za države, vključene v analizo). Pri tolmačenju položaja posameznih držav glede na U-krivuljo je zato treba upoštevati stopnjo njihove razvitosti in glede na njo tudi oblikovati pospeševalne ukrepe.

Ko smo podatke iz raziskave GEM primerjali s podatki, ki smo jih pridobili v raziskavi Slovenski podjetniški observatorij, smo ugotovili, da nastajajoči/novi podjetniki izkazujejo v povprečju veliko višje razvojne ambicije ter oceno svojih razvojnih možnosti, kot pa tisti podjetniki, ki so v podjetništvu že dalj časa. Po številu podjetnikov, ki pričakujejo povprečno povečanje števila delovnih mest za 20 ali več v prihodnjih petih letih, so se leta 2004 nastajajoča/nova podjetja v Sloveniji uvrstila v zgornjo polovico evropskih GEM držav. V primerjavi z letom 2003 so pričakovanja upadla. Leta 2003 je bilo takšnih podjetnikov 16,79%, leta 2004 pa 11,12%. Skupina ustaljenih podjetnikov je v svojih napovedih precej bolj skromna. Skoraj polovica ustaljenih podjetnikov v naslednjih petih letih ne namerava zaposlovati.

Glede na delež nastajajočih/novih podjetij, pri katerih njihovi nosilci ocenjujejo, da je izdelek ali storitev nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce in je hkrati malo ali nič konkurenčnih podjetij, se je Slovenija med evropskimi GEM državami leta 2004 s 33,68% podjetij uvrstila na najvišje mesto. Pri tem pa obstaja statistično značilna razlika ($p=0,00$) med nastajajočimi in novimi podjetji, saj je v povprečju samo 4,74% takih podjetij med novimi podjetji in kar 30,53% takih podjetij med nastajajočimi podjetji. Tisti, ki so povsem na začetku podjetniške poti, imajo o svojih proizvodih in storitvah, ki jih največkrat še ni trgu, torej izjemno visoko mnenje. Predvidevamo, da je vzrok za to v slabem poznavanju gospodarske in podjetniške stvarnosti, kar je po eni strani posledica izobraževalnega sistema, ki ljudi ni seznanil z zakonitostmi delovanja kapitalističnega sistema, po drugi strani pa odsotnost zgodovinskega spomina o resničnem delovanju trga, ki so ga zabrisala desetletja socializma. Ustaljena podjetja so v tem oziru dosti bolj realna, saj jih v povprečju samo 15,2% meni, da imajo takšen izdelek (ali storitev), ki je nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce in je hkrati malo ali nič konkurenčnih podjetij na tržišču.

Glede uporabe najnovejših tehnologij za proizvodnjo oziroma izvedbo izdelka ali storitve so slovenski podjetniki bolj skromni – 13,16% nastajajočih/novih podjetnikov je ocenilo, da uporabljajo (ali bodo uporabljali) najnovejše tehnologije, kar jih uvršča približno na sredino evropske lestvice. Med ustaljenimi podjetniki je ta odstotek bistveno nižji, le 4,01%.

Medtem ko so se slovenski nastajajoči/novi podjetniki po sestavljenem kriteriju, ki upošteva vse tri vidike hkrati (izdelek ali storitev poznan nobenemu ali le malo kupcem; konkurenčnih podjetij je malo ali jih ni; uporaba najnovejših tehnologij), z 9,52% takšnih podjetij uvrstili v vrh evropske lestvice, takoj za Francijo in Islandijo, je med ustaljenimi takšnih v povprečju le 1,43%.

Različni segmenti kulturnih in družbenih norm, kot so spodbujanje k individualnim uspehom in k osebni iniciativi, vzpodbujanje podjetniškega prevzemanja rizika, želja po enakem življenjskem standardu vseh, spoštovanje uspešnih podjetnikov v družbi ipd., lahko motivirajo ali pa tudi zavirajo posameznike pri njihovih podjetniških idejah. Tako kot že v raziskavi iz leta 2003, tudi v tej ugotovljamo, da v Sloveniji prevladuje med ljudmi mnenje, da naj imamo vsi podobno raven življenjskega standarda. Med odraslim prebivalstvom je ta odstotek enak 83,34, kar nas postavlja v sam vrh evropskih držav. To žal kaže na močno egalitaristično težnjo, ki je v svojem bistvu protipodjetniško naravnana.

Pričakovano je med nastajajočimi/novimi podjetniki v Sloveniji podjetniški poklic cenjen, kar izkazuje visok odstotek tistih, ki se strinjajo s trditvami, da v Sloveniji večina ljudi smatra ustanovitev podjetja za primerno izbiro kariere, da so uspešni ustanovitelji novega podjetja v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status ter da lahko v Sloveniji v javnih medijih pogosto zasledimo zgodbe o uspešnih novih podjetnikih. Ustaljeni podjetniki se s prvima dvema navedenima trditvama strinjajo v bistveno manjši meri kot nastajajoči/novi.

Slovinci imajo v primerjavi z drugimi GEM državami dokaj visoko mnenje predvsem o visokem družbenem statusu uspešnih podjetnikov. Boljše mnenje v Evropi imajo o tem še samo Finci in Irci. Vendar pa se s stališčem, da je ustanovitev podjetja primerna izbira kariere, v povprečju v Sloveniji strinja manj ljudi, kot v enajstih drugih evropskih GEM državah. Da se ljudje v večji meri strinjajo s tem, da imajo uspešni podjetniki visok družbeni status, kot pa s tem, da je ustanovitev podjetja primerna izbira kariere, kaže na težavnost slovenskega podjetniškega okolja in na zavedanje o tem, da je podjetniška pot težka.

Področje kulturnih in družbenih norm so ocenjevali tudi nacionalni izvedenci. Po njihovem mnenju kulturne in družbene norme ne spodbujajo podjetniških lastnosti, saj nas njihova ocena uvršča na sam rep evropske lestvice, za nami sta le Hrvaška in Portugalska. Višjo povprečno oceno so izvedenci prisodili pomenu, ki ga imajo kulturne in družbene norme v Sloveniji pri spodbujanju motivacije za podjetništvo. V obeh primerih pa sta najvišji oceni med evropskimi državami zabeležili Irska in Islandija, ki sta po več merilih tudi podjetniško najuspešnejši državi v Evropi.

Kot kažejo odgovori nacionalnih izvedencev, so kulturne in družbene norme, ki vladajo v Sloveniji, manj naklonjene spodbujanju podjetniških lastnosti. Visoke podjetniške aspiracije po rasti, ki jih imajo nastajajoči/novi podjetniki, se s časom nižajo in so pri ustaljenih podjetnikih bistveno nižje. Vzrok za to bi prav lahko bil razkorak med visokimi željami, ki jih lahko ustvari visoka stopnja motivacije za podjetništvo v družbi, če hkrati družba v zelo visoki meri ni naklonjena tudi spodbujanju podjetniških lastnosti, kot so spodbujanje individualnih uspehov, neodvisnosti, avtonomnosti in osebne iniciative, spodbujanje prevzemanja tveganja, kreativnosti, inovativnosti ter poudarjanje odgovornosti posameznika in ne skupnosti, da obvladuje lastno življenje. Takšen zaključek je podprt tudi z dejstvom o visoki stopnji umrljivosti nastajajočih podjetij v Sloveniji.

Podjetniško okolje v Sloveniji so slovenski izvedenci ocenili zelo kritično: na lestvici od 1 do 5 so podjetniškim okvirom dodelili povprečno oceno 2,63. Najvišje so izvedenci ocenili dostop do fizične infrastrukture (povprečna ocena 3,61), najnižje pa vladne politike na področju regulative (povprečna ocena 1,69). Med najboljše urejenimi podjetniškimi okviri sta v Sloveniji še odnos do žensk v podjetništvu (3,35) in hitrost sprememb na notranjem trgu (3,09), med najslabše urejeni pa so prenos raziskav in razvoja (2,10), kulturne in družbene norme (2,18) ter izobraževanje v osnovnih in srednjih šolah (2,21). Rezultati se ne razlikujejo bistveno od izsledkov raziskav GEM 2002 in GEM 2003.

Na področju vladnih politik je v Sloveniji kritik deležna predvsem vladna regulativa na področju podjetništva: izvedenci ne štejejo podpiranja novih in rastočih podjetij za stvarno prioriteto niti na nacionalni niti na lokalni ravni. Prav tako menijo, da Slovenija ni prijazna do novih podjetij, da je pridobivanje potrebnih dovoljenj in koncesij zamudno, davčna in ostala vladna regulativa pa so nepredvidljivi in nekonsistentni, pri čemer višina davkov predstavlja znatno breme za nova in rastoča podjetja.

Na področju prenosa raziskav in razvoja se Slovenija tudi v letu 2004 uvršča v zaledje. Razlogi za to so v institucionalnih, kulturnih in infrastrukturnih ovirah. Premike na tem področju je mogoče pričakovati s spremembo financiranja visokošolskih institucij, ki se bodo pri iskanju virov financiranja prisiljene povezovati v skupnih projektih z gospodarstvom, ter z uresničevanjem iniciativ za hitrejši prenos raziskovalnih dosežkov v gospodarsko prakso. Vendar pa je učinkovitost iniciativ za zdaj še zmeraj majhna.

Pregled prednosti in slabosti podjetniškega okolja navaja k sklepu, da v Sloveniji ni družbenega konsenza o pomembnosti podjetništva in njegovi vlogi za gospodarsko rast in družbeno blaginjo. Zavedanje vloge, ki jo ima podjetništvo za družbeno blaginjo, je še vedno relativno nizko in ne dovoljuje hitrejšega napredka pri uveljavljanju podjetništva. Številni programi vlade so primerni in usklajeni s programi in aktivnostmi v razvitih evropskih državah, vendar pa slovenska vlada doslej vseh programov in aktivnosti ni znala ustrezno izvajati, promovirati in zagotoviti usklajenega delovanja ministrstev, direktorátov, uradov, agencij in številnih drugih institucij.

Letošnje globalno poročilo GEM je jasno izpostavilo spoznanje, da je stopnja vključevanja v podjetniške aktivnosti različna glede na razvojno raven posamezne države in da morajo biti ukrepi ekonomske politike prilagojeni tej razvojni stopnji, saj lahko neprimerna politika pospeševanja podjetništva, ki ne upošteva specifičnih pogojev, v katerih se razvija podjetništvo, negativno vpliva na ekonomsko rast. Spodbujanje podjetništva in ustvarjanje podjetniške klime za nastajanje novih ter rast obstoječih podjetij je dolgoročen proces

in izsledki raziskav tudi kažejo, da je vključevanje v podjetništvo posledica dejavnikov, ki so v veliki meri strukturne narave in kulturno pogojeni. Nedvomno je vlada v preteklosti dosegla nekatere pomembne rezultate na področju vodenja industrijske politike, vendar danes težko govorimo o celoviti in transparentni podjetniški politiki pri uresničevanju razpoložljivih instrumentov in sprejetih ukrepov za spodbujanje podjetništva.

Rezultati GEM tudi opozarjajo, da je treba temeljito spremeniti odnos do procesov uveljavljanja podjetništva. Pred vlado je resen izziv, kako z usklajeno akcijo preobrniti trend padanja podjetniške aktivnosti in vzpostaviti pogoje, v katerih se bo čimveč ljudi odločalo za podjetniško pot, obstoječa in ustaljena podjetja pa bodo kakovostno rastla. Zato bomo morali vzpostaviti kriterije, s pomočjo katerih bomo lahko v rednih intervalih in na transparenten način ocenjevali uspešnost slovenske ekonomske politike na področju podjetništva. Zgornje bodo med temi kriteriji morali imeti osrednje mesto višanje TEA indeksa, bolj enakovredno vključevanje žensk v podjetništvo, manjša stopnja smrtnosti nastajajočih podjetij, večja družbena priznanost podjetništva, višanje podjetništva zaradi priložnosti, večanje števila podjetnikov s postsekundarno izobrazbo, povečan prenos raziskav in razvoja, spodbujanje in ohranjanje realističnih razvojnih ambicij, večanje števila neformalnih investorjev ter višine zneskov, ki jih vlagajo ter kakovostna in trajnostna rast podjetij izražena z višanjem dodane vrednosti.

1 KAJ JE GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR?

1.1 ZGODOVINA IN CILJ PROJEKTA

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) je zdaleč največja raziskava podjetništva na svetu.¹ Izvaja jo ne-profitni akademski raziskovalni konzorcij, katerega cilj je ustvariti zanesljive mednarodno primerljive podatke o podjetniški aktivnosti ter s temi podatki seznaniti čim širšo javnost. Harmonizirani kvalitativni in kvantitativni podatki za veliko število držav so zanimivi tako za oblikovalce ekonomske politike kot za akademsko sredino, saj zagotavljajo bogat vir za komparativno proučevanje podjetniškega obnašanja. Ker raziskava poteka že šesto leto, so na voljo tudi že časovne serije. Slovenija se je svetovnemu raziskovalnemu konzorciju pridružila leta 2002, tako da se lahko danes primerjamo z več kot štiridesetimi državami in ugotavljamo, kam se na področju podjetništva umeščamo v svetovnem merilu.

Raziskovalni program GEM se osredotoča na tri temeljne cilje:

- ugotoviti razlike v ravni podjetniške aktivnosti med posameznimi državami,
- odkriti dejavnike, ki vodijo k primerni ravni podjetniške aktivnosti,
- predlagati ukrepe, ki bi lahko izboljšali podjetniško aktivnost v državi.

Proučujemo številne dejavnike, ki bi utegnili vplivati na razlike v stopnji podjetništva ter skušamo podati nove vpoglede v obseg in pomen podjetniškega procesa, da bi bolje razumeli, kako je mogoče z izoblikovanjem ustreznega podpornega okolja pospeševati podjetništvo. GEM je svoje prve rezultate raziskovanja podjetništva v svetovnem merilu podal leta 1999, ko je sodelovalo 10 držav. Število sodelujočih držav se je krepko povečalo in poročilo o raziskavi za leto 2004, ki je pred vami, zajema 34 držav.

1.2 TEORETIČNI MODEL GEM

Ker nas ne zanima število registriranih podjetij ali pravnih subjektov, temveč podjetniški proces v najzgodnejših fazah, je pomembno, da je model zgrajen tako, da lahko zajemamo podjetniške aktivnosti in najdemo podjetne posameznike. Za potrebe raziskave uporabljamo široko definicijo podjetništva, ki pomeni *kakršenkoli poskus posameznika, skupine posameznikov ali obstoječega podjetja, da bi ustvarili novo podjetje ali poslovno dejavnost, bodisi da gre za samozaposlitev, novo podjetje ali razširitev že obstoječega podjetja*.

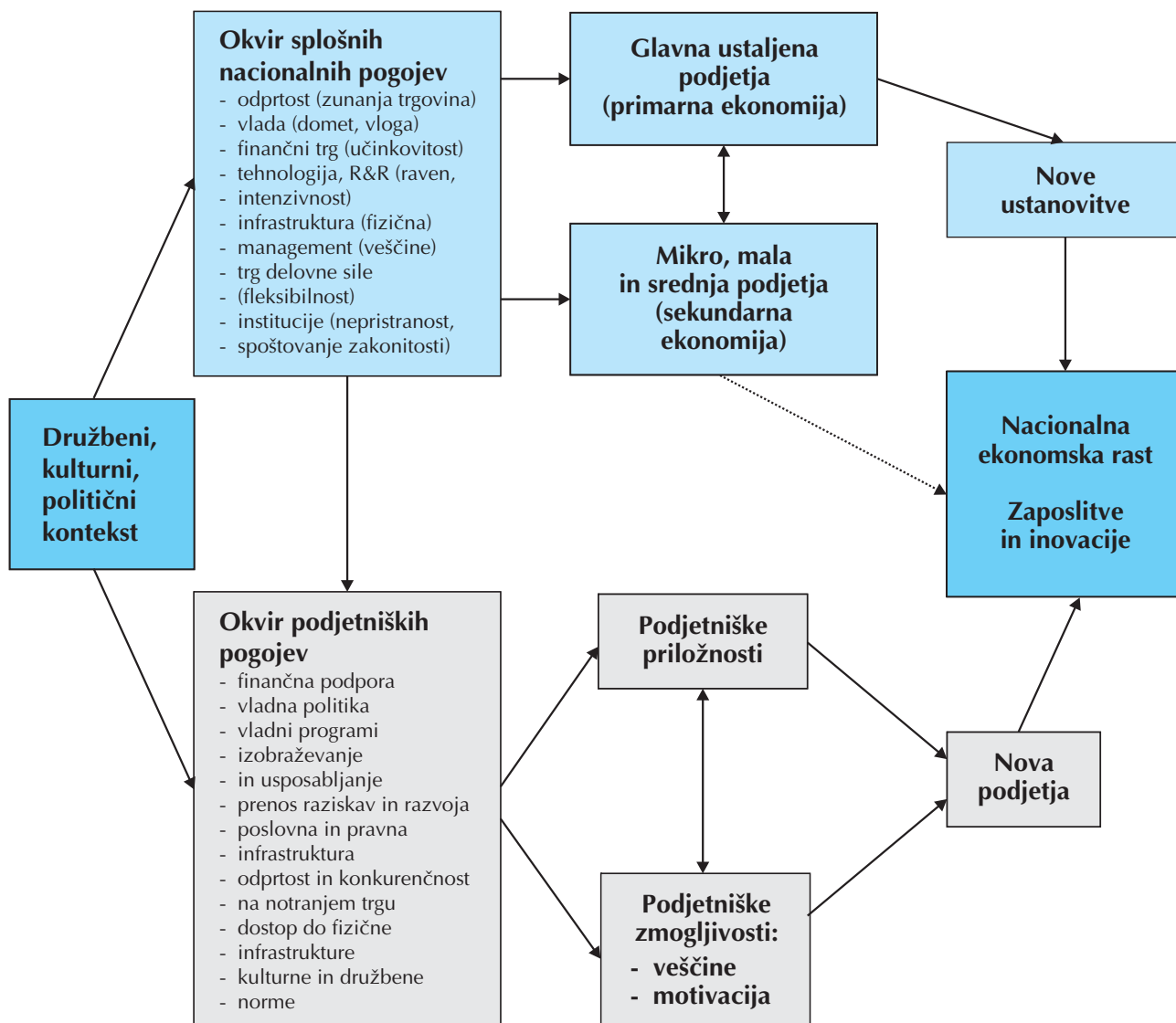
Konceptualni GEM model (*Slika 1*), s pomočjo katerega poskušamo razumeti čim več o podjetniških procesih, temelji na sklepanju, da specifične okoliščine za izvajanje podjetniške aktivnosti v posamezni državi vplivajo na velikost in obseg podjetništva, ki vpliva na ekonomsko rast in razvoj. Te soodvisnosti pa niso enosmerne – tudi obstoječa raven ekonomskega razvoja vpliva na podjetništvo in na podjetniške okoliščine.

Na ustaljena podjetja odločilno vplivajo splošni pogoji poslovanja, ki podjetja zavirajo ali spodbujajo v njihovi rasti. Z rastjo in novimi ustanovitvami 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.

Predpostavljamo torej, 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, takoimenovani 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 prispeva k ekonomski rasti.



Slika 1: Konceptualni GEM model

Oba procesa prispevata k ekonomski rasti. Na *Sliki 1* je prikazan celoten model, iz katerega sta razvidna oba mehanizma ekonomske rasti. Za razliko od drugih svetovnih analiz, ki se osredotočajo na dejavnike, ki vplivajo na konkurenčnost obstoječih ustaljenih podjetij, se GEM osredotoča na spodnji del slike, to je na zgodnje faze podjetniškega procesa in njegovo povezanost z ekonomsko rastjo. Splošno okolje v katerikoli državi vpliva na ustaljena podjetja in panoge, prav tako pa tudi na nastajajoča in nova podjetja. Vendar na nastajanje novih podjetij poleg splošnega okolja vpliva še dodatni okvir podjetniških pogojev, kamor spadajo:

- razpoložljivost različnih vrst finančne podpore (bančni sistem, rizični kapital, neformalno investiranje, poslovni angeli),
- zasnova in vodenje vladne politike, ki je lahko bolj ali manj naklonjena podjetništvu,
- izvajanje vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva,
- razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo,
- obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso,
- kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja,
- odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, to je velikost vstopnih pregrad oziroma, kako težko se nova podjetja uveljavijo na trgu,

- dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij,
- kulturne in družbene norme, ki podpirajo ali zavirajo podjetniško aktivnost.

Ti pogoji vplivajo na obstoj in zaznavanje podjetniških priložnosti ter na podjetniško zmogljivost odraslega prebivalstva. Zaznavanje podjetniških priložnosti ter veščine in motivacija odraslega prebivalstva, da te priložnosti izkoristijo, pa predstavljajo bolj ali manj plodna tla za rojevanje in rast podjetij.

GEM se ne ukvarja z ustaljenimi podjetji, ki so starejša od treh let in pol. Predvsem nas zanima relativna podjetniška naravnost odraslega prebivalstva in stopnja nastajanja novih in rastočih podjetij ter razlike, ki nastajajo med posameznimi državami.

1.3 VIRI PODATKOV

Pri raziskovanju uporabljamo štiri temeljne mehanizme zbiranja podatkov. Trije od teh zagotavljajo primarne podatke, ki jih zberemo posebej za GEM in jih zatem kombiniramo s podatki iz sekundarnih virov. Podatke nam dajejo:

- raziskava vzorca odrasle populacije,
- osebni intervjuji z nacionalnimi izvedenci za posamezne sklope iz podjetniškega okvira pogojev,
- podroben vprašalnik, ki ga izpolnijo nacionalni izvedenci ter
- uveljavljeni mednarodni viri standardiziranih podatkov.

Raziskava odraslega prebivalstva: V vsaki državi usposobljena strokovna organizacija izvede telefonsko raziskavo odraslega prebivalstva, ki temelji na vzorcu najmanj 2000 odraslih.² V Sloveniji je raziskavo izvedel Gral-Iteo, primerno utežen vzorec pa je leta 2004 zajel 2003 ljudi. Podjetniške aktivnosti odraslega prebivalstva ugotavljamo s pomočjo intervjujev, njihova dolžina pa je odvisna od tega, koliko je posamezen intervjuvanec podjetniško aktiven. Prvi del vprašalnika se nanaša na poizvedovanje o ustanavljanju in vodenju podjetja ter neformalnem investiranju v nova podjetja. Posameznikom, ki izkažejo podjetniško aktivnost, se zatem postavljajo dodatna, bolj poglobljena vprašanja. Z drugim delom vprašalnika ugotavljamo odnos intervjuvancev do podjetništva.

Osebni intervjuji z izvedenci: Leta 2004 smo opravili 18 osebnih intervjujev s skrbno izbranimi posamezniki, za katere smo po njihovi dosednji podjetniški aktivnosti, profesionalnosti, znanju in ugledu sodili, da lahko prispevajo k razumevanju podjetništva v Sloveniji. V osebnih intervjujih so nam predstavili svoj pogled na:

- temeljne slabosti, ki zavirajo razvoj podjetništva v Sloveniji,
- temeljne prednosti, ki jih ima Slovenija in bi jih lahko izkoristili za pospeševanje podjetništva ter
- predloge, kaj bi bilo treba udejaniti, da bi se čim več ljudi vključilo v podjetniške aktivnosti.

Vse intervjuje smo posneli, naredili transkripcije, jih obenem z osebnimi zapiski povzeli in kodirali, tako da jih je bilo možno primerjati z ugotovitvami izvedencev iz drugih GEM držav.

Standardiziran vprašalnik za izvedence: Vsi intervjuvani izvedenci in še dodatnih 37 strokovnjakov je izpolnilo obširen standardiziran vprašalnik. Dobljene odgovore 55 izvedencev smo kodirali in posredovali koordinacijskemu timu GEM, ki je pripravil skupne datoteke za vse sodelujoče države. S pomočjo tega vprašalnika, ki je bil preveden v jezike udeleženk GEM, lahko delamo številne in bogate primerjave med državami.

Nacionalni ekonomski in demografski podatki: Da bi bilo možno delati kakršnekoli primerjave nacionalnih značilnosti posameznih držav (npr. glede na rast BDP), se je treba opreti na zanesljive in poenotene mednarodne vire. Ti viri so podatkovne baze, s katerimi razpolagajo Združeni narodi, Eurostat, Svetovna banka, ILO, Mednarodni denarni sklad, OECD. Obdelava tako velike količine podatkov terja zelo skrbno organizacijo, ki jo zagotavlja koordinacijski tim GEM.

1.4 MERE PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI

Za ocenjevanje zgodnje podjetniške aktivnosti odraslega prebivalstva uporablja GEM šest meril in sicer:

1. delež odraslega prebivalstva (18 – 64 let), ki se aktivno loteva vzpostavitve novih podjetij (**nastajajoči podjetniki** – »nascent entrepreneurs«),
2. delež odraslega prebivalstva, ki je zaposlen kot lastnik/manager novih podjetij, ki niso starejša od 42 mesecev (**novi podjetniki** – »new entrepreneurs«),

3. indeks celotne zgodnje podjetniške aktivnosti, ki predstavlja vsoto nastajajočih in novih podjetnikov kot delež odraslega prebivalstva (**celotni TEA** – »Total Early-stage Entrepreneurial Activity«),
4. delež odraslega prebivalstva, ki je osebno investiral v nova in nastajajoča podjetja (**neformalni investitorji** – »informal investors«),
5. indeks podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti (**TEA-priložnost** – »TEA Opportunity«), ki predstavlja delež odraslega prebivalstva, ki se je lotil vzpostavitve novega podjetja, ker se mu je za to ponudila priložnost,
6. indeks podjetniške aktivnosti zaradi nuje (**TEA-nuja** – »TEA necessity«), ki predstavlja delež odraslega prebivalstva, ki se je lotil vzpostavitve novega podjetja zaradi nuje, ker ni imel druge boljše možnosti za delo.

Ko v GEM govorimo o podjetniško aktivnem prebivalstvu, mislimo torej na, prvič, tiste posameznike, ki so osebno vpleteni v nastajanje novih podjetij, ali so, drugič, zaposleni kot lastniki/managerji novih podjetij, ki niso starejša od 42 mesecev, ali so, tretjič, osebno investirali v nove podjetje. TEA indeks tvorijo samo nastajajoči in novi podjetniki. Tiste posameznike, ki se pojavljajo v obeh vlogah, štejemo samo enkrat. Pri izračunavanju TEA indeksa neformalnih investorjev ne upoštevamo.

Da bi identificirali tisti del populacije, ki je angažirana v zgodnjih fazah podjetništva, je GEM razvil niz vprašanj, s katerimi poskušamo ugotoviti, če je posameznik podjetniško aktiven:

1. Da bi se posameznik kvalificiral kot **nastajajoči podjetnik**, je moral na vprašanje **a)** ali na vprašanje **b)** odgovoriti z »da«:
 - a. Trenutno poskušate sami ali skupaj z drugimi ustanoviti novo podjetje ali pričeti z novo poslovno dejavnostjo, vključujoč kakršnokoli samozaposlitev ali prodajo proizvodov ali storitev – naloga, ki ni v okviru vaše redne zaposlitve.
 - b. Trenutno poskušate sami ali skupaj z drugimi ustanoviti novo podjetje ali se lotiti nove poslovne dejavnosti za vašega delodajalca – naloga, ki je v okviru vaše redne zaposlitve.
Pozitivni odgovor je vodil do nadaljnjih treh vprašanj, s katerimi smo preverjali, če gre res za nastajajoče podjetje:
 - c. Ali ste v zadnjih 12 mesecih kakorkoli pomagali pri zagonu nove poslovne dejavnosti ali ustanavljanju novega podjetja, na primer iskali ustrezno opremo, lokacijo, sestavili začetno ekipo ljudi, delali na poslovnem načrtu, začeli varčevati denar ali delali kakorkoli drugega, kar bi pomagalo zagnati novo poslovno dejavnost oziroma ustanoviti podjetje?
 - d. Ali boste vi osebno lastnik tega podjetja v celoti, dela tega podjetja ali sploh ne boste lastnik?
 - e. Ali je novo podjetje že izplačalo kakršnekoli plače, dohodke ali nadomestila, vključno z vašo plačo, za obdobje daljše od treh mesecev?
Da bi ga označili kot nastajajočega podjetnika, je moral vprašani odgovoriti z »da« na vprašanje **c)**, »v celoti« ali »delno« na vprašanje **d)** ter z »ne« na vprašanje **e)**. Če je bil odgovor na e) pritrdilen, potem je bil to kandidat za novega podjetnika.
2. Da bi se posameznik kvalificiral kot **novi podjetnik**, je moral pritrditi, da je trenutno sam ali skupaj z drugimi lastnik podjetja, ki ga pomaga voditi, oziroma da je samozaposlen ter da podjetje ni bilo ustanovljeno prej kot leta 2001 (junija 2004 ni bilo starejše od 42 mesecev).
3. Da bi lahko posameznika označili kot **neformalnega investitorja**, je moral v zadnjih treh letih osebno vložiti sredstva v novo podjetje, ki ga je ustanovil nekdo drug, pri tem pa se ne upoštevajo nakupi delnic, obveznic ali vlaganj v vzajemne sklade.
4. Stopnjo **celotne zgodnje podjetniške aktivnosti** ali **TEA** indeks določimo kot seštevek nastajajočih in novih podjetnikov, pri čemer tiste, ki se pojavljajo v obeh vlogah, štejemo samo enkrat.
5. Indeks podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti (**TEA-priložnost**) smo določili tako, da smo upoštevali posameznike, ki so zadostili naslednjima kriterijema:
 - posameznik se je moral kvalificirati kot nastajajoči ali novi podjetnik;
 - moral je povedati, da se je lotil vzpostavitve novega podjetja, ker se mu je za to ponudila priložnost.
6. Indeks podjetniške aktivnosti zaradi nuje (**TEA-nuja**) smo določili tako, da smo upoštevali posameznike, ki so zadostili naslednjima kriterijema:
 - posameznik se je moral kvalificirati kot nastajajoči ali novi podjetnik;
 - moral je povedati, da se je lotil vzpostavitve novega podjetja zaradi nuje, ker ni imel druge boljše možnosti za delo.

TEA indeks odraža število posameznikov v državi, ki so vpleteni v podjetniško vrenje, bodisi kot nastajajoči ali novi podjetniki, in je temeljni kazalnik podjetniške aktivnosti, ki omogoča primerjavo med državami, ki so udeležene v GEM.

1.5 GEM SLOVENIJA 2004

Slovenija leta 2004 tretjič sodeluje v GEM. Nosilec raziskave je Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. S pomočjo GEM si v Sloveniji soustvarjamo bolj zanesljivo sliko podjetniške stvarnosti, da bi lahko bili ukrepi ekonomske politike in mehanizmov pospeševanja podjetništva v Sloveniji usmerjeni tja, kjer si lahko dolgoročno obetamo največje učinke. Rezultati iz raziskave GEM Slovenija za leto 2002³ in za leto 2003,⁴ še zlasti pa letošnji rezultati, kažejo, da v Sloveniji podjetništvo ni razumljeno kot pomemben mehanizem za ustvarjanje družbenega in zasebnega bogastva.

Slovenski GEM so leta 2004 podprli Ministrstvo za gospodarstvo, Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport, podjetje Smart Com ter časopis Finance.

1 Globalno poročilo in poročila sodelujočih držav so na www.gemconsortium.org, slovenska poročila o raziskavi so na www.gemslovenija.org oziroma na internetni strani Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij na EPF <http://epfip.uni-mb.si>.

2 Nekatere države imajo znatno večji vzorec, tudi prek 15.000 odraslih, kot denimo Nemčija, kjer obenem z GEM raziskujejo tudi razlike med pokrajinami, ali Velika Britanija, kjer so anketirali 26.000 ljudi.

3 Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Miroslav Glas, Viljem Pšeničny, (2003), GEM Slovenija 2002: Kako podjetna je Slovenija. IPMMP, Maribor.

4 Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Miroslav Glas, Karin Širec Rantaša, (2004), GEM Slovenija 2003: Spodbujati in ohraniti razvojne ambicije. IPMMP, Maribor.

2 PODJETNIŠTVO V SVETU IN V SLOVENIJI

2.1 SLOVENIJA NA REPU PODJETNIH DRŽAV

Od leta 1999 se je v vsakoletni pregled zgodnjih podjetniških aktivnosti vključilo že 43 držav. V 34 državah, ki so v letu 2004 sodelovale v GEM, živi nekaj manj kot 800 milijonov ljudi v starosti od 18 do 64 let. Ocenjujemo, da jih dobrih 73 milijonov poskuša ustanoviti podjetje ali pa so že lastniki podjetja starega manj kot tri leta. Razlike med razprostranjenostjo podjetniškega procesa v svetu pa so velike: od 1,5% delovno aktivnega prebivalstva na Japonskem do 40,3% v Peruju, od 25.000 ljudi v Islandiji do 20 milijonov ljudi v Združenih državah Amerike.

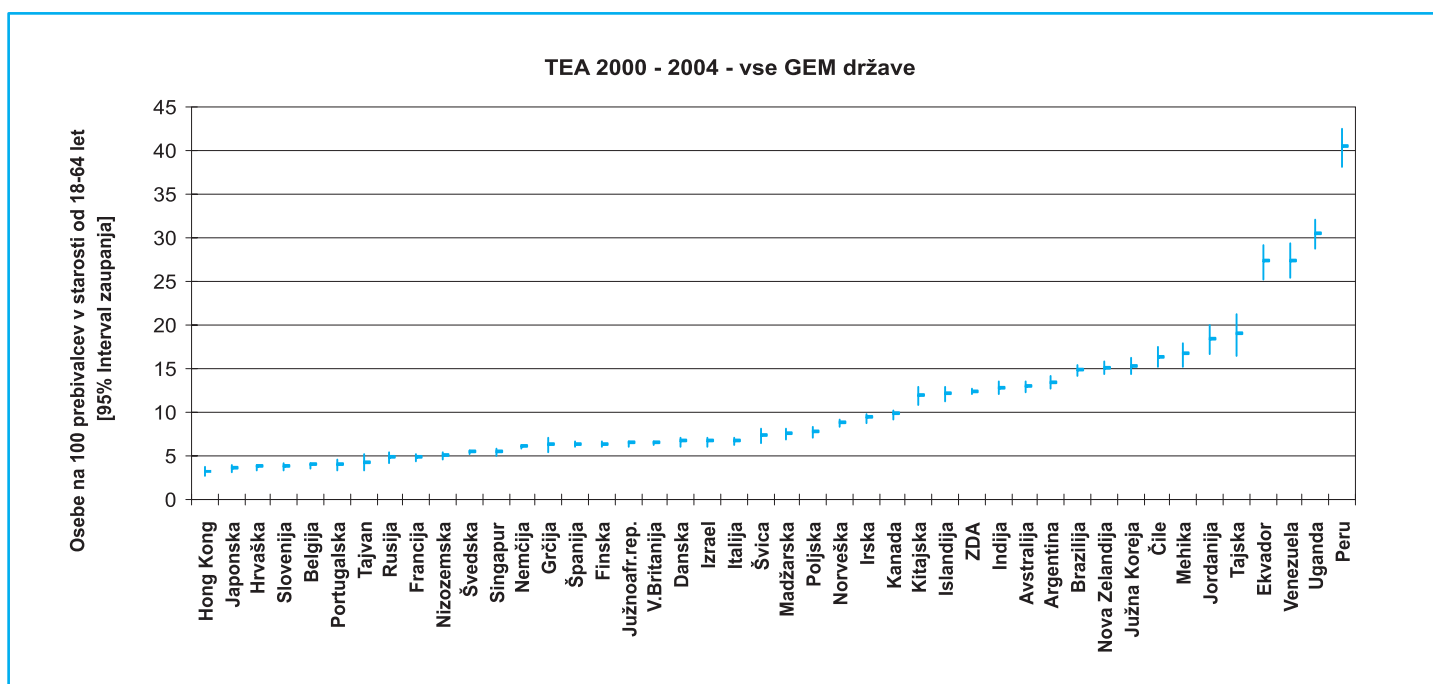
Po podjetniški aktivnosti v letu 2004 izrazito izstopajo Peru, Ekvador in Uganda, pri čemer je treba upoštevati, da gre bolj za "količino" podjetniške aktivnosti in manj za njeno "kakovost". Široka definicija podjetništva, ki pomeni *kakršenkoli poskus posameznika, skupine posameznikov ali obstoječega podjetja, da bi ustvarili novo podjetje ali poslovno dejavnost, bodisi da gre za samozaposlitev, novo podjetje ali razširitev že obstoječega podjetja*, namreč omogoča zajeti številne podjetniške aktivnosti, zato tudi najdemo tako veliko število podjetnih posameznikov.

Kot smo razložili v uvodnem poglavju, s TEA indeksom merimo delež odraslega prebivalstva med 18 in 64 leti, ki so bodisi v procesu ustanavljanja podjetja bodisi so lastniki/managerji mladega podjetja, ki ne izplačuje plač dlje kot 42 mesecev. Zanima nas torej najzgodnejša faza podjetniškega procesa. Tistih podjetnikov, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol, TEA indeks ne zajema. V skladu s *Sliko 1*, so to že ustaljena podjetja (gornji krak vzročno-posledične povezave med podjetništvom in gospodarsko rastjo), ki so za uspešnost gospodarskega sistema izjemno pomembna, niso pa predmet raziskovanja v okviru GEM.⁵

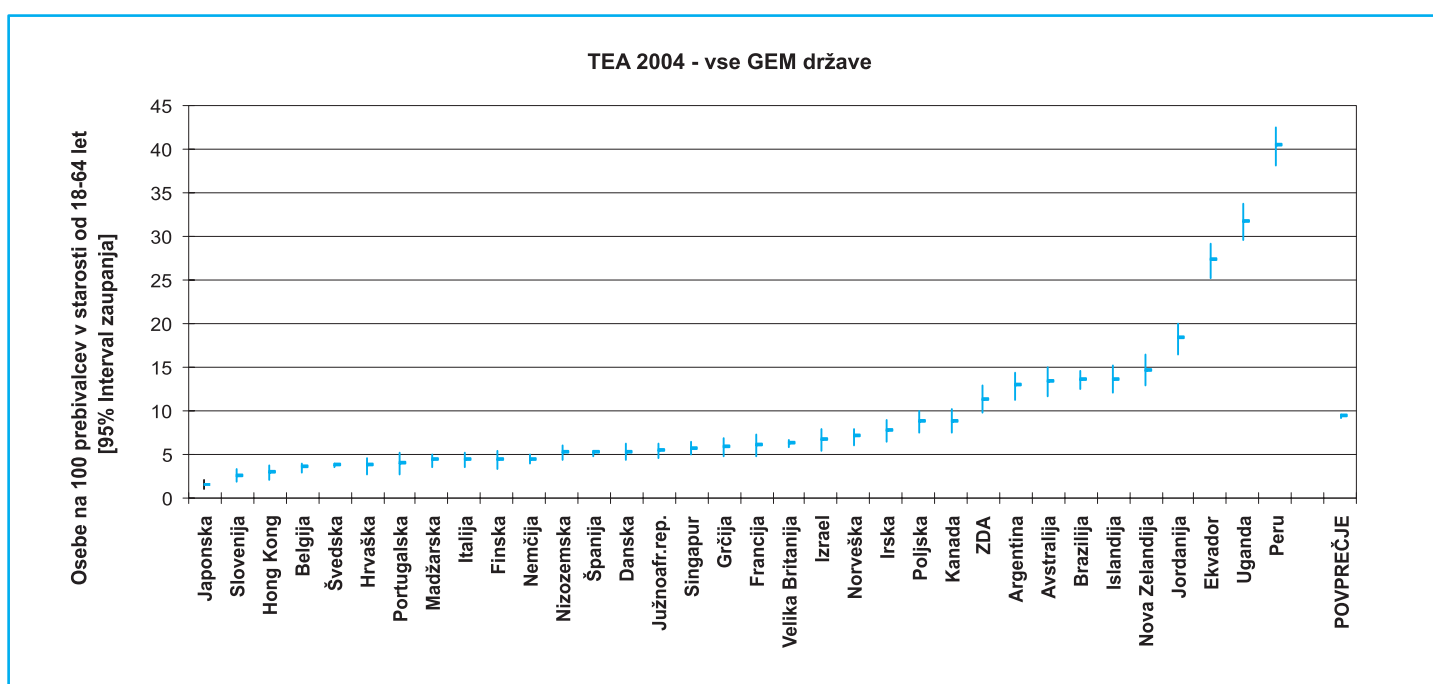
V Sloveniji je bilo leta 2004 v začetne faze podjetniškega procesa vključenih samo 2,6% delovno aktivnega prebivalstva ali okrog 35.000 ljudi, s čemer se Slovenija po zgodnji podjetniški aktivnosti uvršča še slabše kot v prejšnjih letih: v letu 2002 je bila na 25. mestu med 37 GEM državami, leta 2003 je padla na 24. mesto med 31 GEM državami in leta 2004 na 33. mesto med 34 GEM državami. Če podatke, zbrane zadnja štiri leta trajanja projekta, konsolidiramo v eno bazo, dobimo vzorec 44 držav, med katerimi bi se Slovenija s povprečjem let 2002, 2003 in 2004 uvrstila na 41. mesto (*Slika 2*).

Raven zgodnje podjetniške aktivnosti med 34 GEM državami je leta 2004 zelo različna. Število nastajajočih in novih podjetnikov v populaciji delovne sile se giblje od 1,48% (eden izmed 67) na Japonskem do 40,34% (dva od petih) v Peruju. Najvišjo raven podjetniške aktivnosti v Evropi izkazuje Islandija – vsak sedmi prebivalec je aktiven v podjetniškem procesu. V Sloveniji se komaj vsak osemindeseti prebivalec v starosti od 18 do 64 let ukvarja s podjetniško aktivnostjo: bodisi da je pričel s podjetjem, ali pa ima v lasti in vodi mlado podjetje. Navpične črte v slikah predstavljajo 95-odstotni interval zaupanja oziroma velikost statistične napake. Dolžina črtic odraža zanesljivost ocene – več kot je bilo anketiranih prebivalcev, bolj zanesljiva je ocena in krajša je črtica.

⁵ Ta podjetja proučujemo v raziskavi Slovenski podjetniški observatorij, ki je dostopen na internetni strani Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij <http://epfip.uni-mb.si/slo/razisk/razisk.htm>.



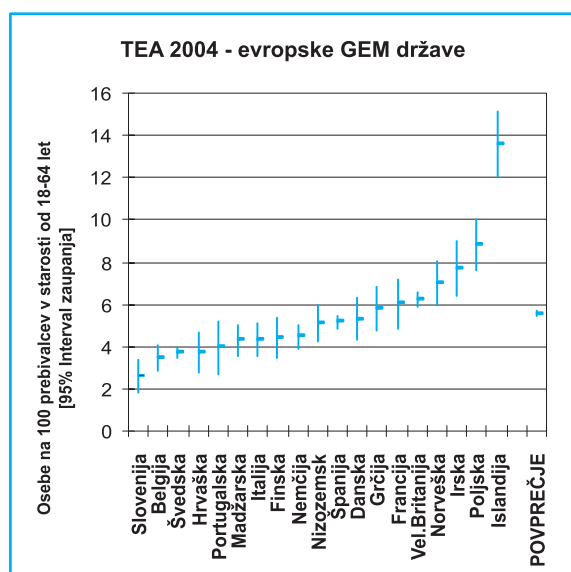
Slika 2: Petletno povprečje TEA indeksa



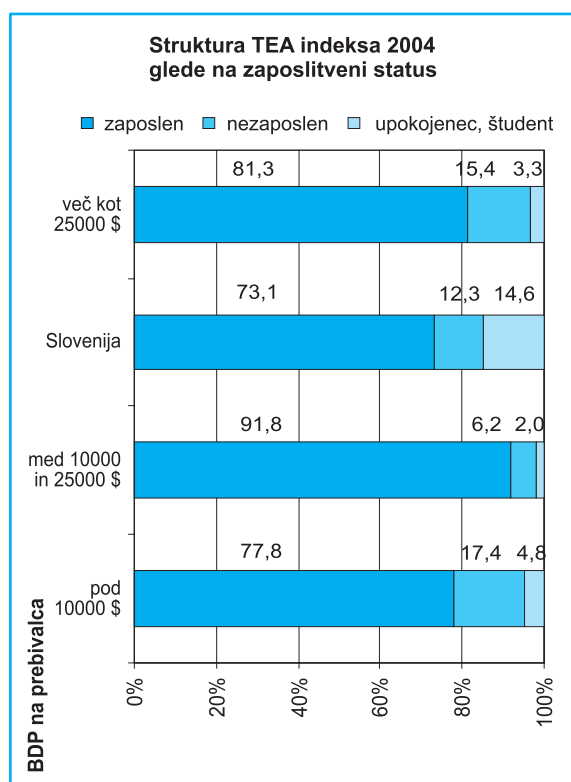
Slika 3: Stopnja celotne podjetniške aktivnosti – TEA indeks 2004

Med evropskimi državami je Slovenija glede na povprečno vrednost TEA indeksa na zadnjem mestu, vendar pa ni statističnih razlik med Slovenijo ter Belgijo, Hrvaško in Portugalsko ($p > 0,05$). Statistično gledano si Slovenija s temi državami deli štiri zadnja mesta na lestvici evropskih držav. Bistveno višje indekse TEA od evropskih držav (z izjemo Islandije) izkazujejo predvsem manj razvite države v južni Ameriki, Jordanija na Bližnjem vzhodu in Uganda v Afriki ter med razvitimi državami Nova Zelandija, Avstralija, Kanada in ZDA.

Na Sliki 3 so razvrščene države ne glede na njihovo geografsko, kulturno in razvojno raznolikost. Ker je seveda sila težko primerjati Slovenijo s Perujem ali Japonsko, na Sliki 4 podajamo pregled pod-



Slika 4: Stopnja celotne podjetniške aktivnosti v Evropi



Slika 5: Struktura TEA indeksa glede na zaposlitveni status

jetniške aktivnosti samo za evropske države. Slovenija, ki je bila v lanskem letu med 17 evropskimi državami na 12. mestu, se je letos med 19 evropskimi državami uvrstila na zadnje mesto. Svojo uvrstitev si je poslabšala absolutno (s 4,1% na 2,6%) in primerjalno z drugimi državami (z 12. mesta na 19. mesto).

2.2 PODJETNIŠTVO ZARADI PRILOŽNOSTI IN ZARADI NUJNOSTI

Posamezniki se podjetništva lotevajo, ker zaznajo dobro poslovno priložnost, ki jo želijo izkoristiti, ali pa je podjetniška pot zanje nujnost, ker nimajo nobene druge boljše možnosti za delo. Primerjava med podjetništvom zaradi priložnosti in podjetništvom zaradi nujnosti kaže velike razlike med posameznimi državami v deležu tistih, ki se odločajo za podjetništvo iz enega ali drugega razloga.

Ocenjujemo, da je bilo leta 2004 v Sloveniji okrog 35.000 nastajajočih in novih podjetnikov. To so posamezniki, ki poskušajo sami ali skupaj z drugimi ustanoviti novo podjetje ali pričeti z novo poslovno dejavnostjo, vključujoč kakršnokoli samozaposlitev ali prodajo proizvodov ali storitev ter posamezniki, ki so lastniki/managerji podjetja, ki je mlajše od treh let in pol.

V Sloveniji znaša TEA indeks zaradi priložnosti 2,17% in TEA indeks zaradi nujnosti 0,43%, kar pomeni, da se v povprečju vsak 46. odrasli prebivalec odloči za podjetniško pot zaradi priložnosti in vsak 232. zaradi nujnosti.

Čeravno je bila podjetniška aktivnost v zgodnjih fazah podjetniškega procesa leta 2004 zaskrbljujoče nizka in je od 58.000 posameznikov, ki so se lotili novih podjetij leta 2002, upadla na 35.000, pa je dobra novica, da je v primerjavi s preteklim letom porasel delež tistih, ki so se podjetništva lotili zaradi izkoriščanja priložnosti. V tem oziru se Slovenija uvršča v gornjo polovico evropske in svetovne GEM lestvice. Štiri petine tistih, ki so se leta 2004 uvrstili med nove in nastajajoče podjetnike, so želeli izkoristiti obetavno poslovno priložnost.

V Tabeli 1 so za vsako udeleženko prikazani indeks celotne podjetniške aktivnosti, indeks podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti in indeks podjetniške aktivnosti zaradi nujnosti. Vidimo, da med državami obstajajo velike razlike. Relativno gledano je največ ljudi prisiljenih v podjetništvo v Južnoafriški republiki, Braziliji in Ugandi, v Evropi pa na Hrvaškem, Madžarskem in na Poljskem. Največji delež podjetništva zaradi priložnosti najdemo na Danskem, v Islandiji in Španiji.

Zakaj se nekdo odloči za podjetništvo, je pomembno. Kot kažejo spoznanja iz predhodnih GEM raziskav, podjetniki iz priložnosti predvidevajo večje širjenje poslovanja in večje število zaposlenih v prihodnjih letih kot pa podjetniki, ki so se za podjetništvo odločili, ker jim je to bil skrajni izhod v sili.

Iz Slike 5 je razvidno, da je med tistimi, ki se v Sloveniji ukvarjajo s podjetništvom v zgodnjih fazah, v povprečju 73,08% iz vrst zaposlenih, 12,31% iz vrst nezaposlenih in 14,61% ostalih (upokojenec, študenti). Upošteva starostno distribucijo, lahko s precejšnjo gotovostjo sklepamo, da predstavljajo večino teh "ostalih" upokojenec. Primerjava z drugimi državami v GEM (razvrščenimi v skupine glede na BDP) pokaže, da Slovenija izrazito izstopa po visoki stopnji upokojenec med tistimi, ki se vključujejo v podjetniške aktivnosti, kar bo najbrž

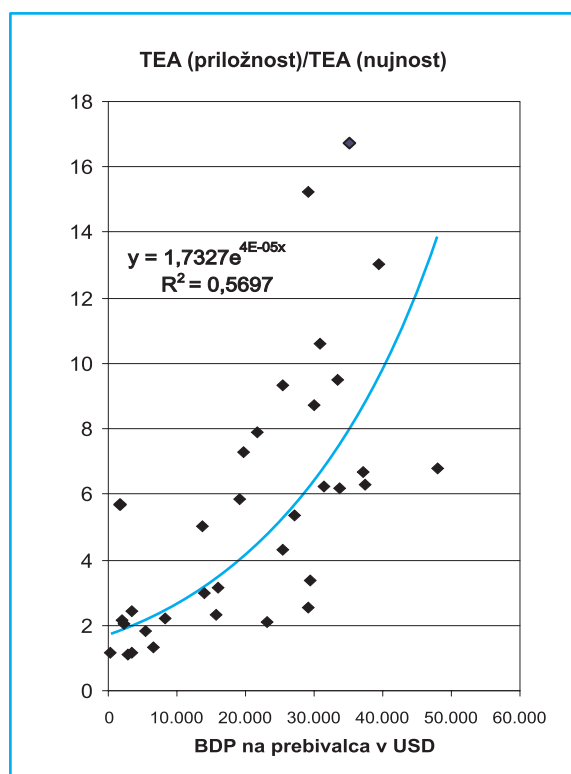
Država	TEA	Rang	TEA-priložnost	Rang	TEA-nujnost	Rang
Peru	40,34	1	26,92	1	13,09	2
Uganda	31,64	2	16,52	3	14,4	1
Ekvador	27,24	3	18,24	2	8,44	3
Jordanija	18,26	4	14,53	4	2,56	7
Nova Zelandija	14,67	5	12,31	5	2,11	10
Islandija	13,57	6	12,04	6	0,72	23
Braziliija	13,48	7	7,04	11	6,22	4
Avstralija	13,38	8	10,65	7	2,48	8
Argentina	12,84	9	9,08	9	3,72	5
ZDA	11,33	10	9,53	8	1,51	14
Kanada	8,85	11	7,27	10	1,36	16
Poljska	8,83	12	5,71	14	3,11	6
Irska	7,7	13	6,64	12	0,99	20
Norveška	6,98	14	5,76	13	0,85	22
Izrael	6,62	15	4,78	18	1,53	13
V.Britanija	6,25	16	5,49	15	0,63	25
Francija	6,03	17	4,55	19	1,36	15
Grčija	5,77	18	3,82	22	1,65	11
Singapur	5,69	19	4,99	16	0,63	26
Južnoafr.rep.	5,4	20	2,8	29	2,44	9
Danska	5,31	21	4,82	17	0,37	29
Španija	5,15	22	4,53	20	0,62	27
Nizozemska	5,11	23	4,32	21	0,69	24
Nemčija	4,47	24	3,13	25	1,22	18
Finska	4,39	25	3,5	23	0,33	32
Italija	4,32	26	3,08	26	0,33	31
Madžarska	4,29	27	2,75	30	1,24	17
Portugalska	3,95	28	2,96	27	0,99	19
Hrvaška	3,73	29	2,04	32	1,57	12
Švedska	3,71	30	3,26	24	0,33	30
Belgija	3,47	31	2,9	28	0,19	33
Hong Kong	2,97	32	2,01	33	0,96	21
Slovenija	2,6	33	2,17	31	0,43	28
Japonska	1,48	34	1,11	34	0,18	34

Tabela 1: Indeksi podjetniške aktivnosti

posledica politike upokojevanja v preteklem desetletju, ki je pripeljala k relativno mladi strukturi upokojencev. Vprašanje je, če morda ravno ti tudi ne prispevajo svoj nadpovprečni delež k nizki obstojnosti podjetniških pobud, o čemer govorimo v naslednjem poglavju.

Zanimivo je, da je tudi med posamezniki, ki so se opredelili, da so se podjetništva lotili zaradi nujnosti, velika večina zaposlenih. V Sloveniji nezaposlenost očitno ni motivator za podjetništvo.

Letošnja raziskava je še bolj kot predhodne opozorila na velike razlike v začetnih podjetniških aktivnostih med posameznimi državami. V manj razvitih državah je nadpovprečno dosti podjetništva zaradi nujnosti. V Tabeli 2 smo nanizali prvih in zadnjih šest držav glede na razmerje med podjetništvom iz nujnosti in zaradi priložnosti. Medtem ko, recimo, na Danskem na enega podjetnika iz nujnosti pride skoraj 17 podjetnikov zaradi priložnosti, je v Braziliji ali Ugandi to razmerje skoraj povsem izenačeno. V Sloveniji je to razmerje 5:1, kar nas uvršča v sredino lestvice.



Slika 6: Razmerje med priložnostjo in nujnostjo ter BDP na prebivalca

Država	TEA	TEA - priložnost	TEA - nujnost	Razmerje priložnost: nujnost	Rang
Islandija	13,57	12,04	0,72	16,72	1
Belgija	3,47	2,9	0,19	15,26	2
Danska	5,31	4,82	0,37	13,03	3
Finska	4,39	3,5	0,33	10,61	4
Švedska	3,71	3,26	0,33	9,88	5
Italija	4,32	3,08	0,33	9,33	6
Slovenija	2,6	2,17	0,43	5,05	18
Peru	40,34	26,92	13,09	2,06	29
Poljska	8,83	5,71	3,11	1,84	30
Hrvaška	3,73	2,04	1,57	1,30	31
Južnoafriška rep.	5,4	2,8	2,44	1,15	32
Uganda	31,64	16,52	14,4	1,15	33
Brazilijska	13,48	7,04	6,22	1,13	34

Tabela 2: Rangiranje držav glede na razmerje med priložnostjo in nujnostjo

Bogatejše države torej izkazujejo znatno manj podjetništva zaradi nujnosti. V teh državah se ljudje soočajo z bolj diverzificiranim trgom delovne sile, ki ponuja več možnosti za raznolike zaposlitve, istočasno pa je močnejša tudi »varnostna mreža« različnih socialnih zaščit. Slika 6 nazorno kaže, da se z dvigom BDP dviga tudi odstotek podjetništva zaradi priložnosti ter da je možno velik delež razlik med državami ($R^2 = 0,57$), zakaj se ljudje lotevajo podjetništva, pojasniti z razlikami v bruto domačem proizvodu na prebivalca.⁶

Kot smo že omenili, relativna stabilnost TEA indeksa navaja k razmišljanju, da so razlike v zgodnji podjetniški aktivnosti med državami v veliki meri tudi posledica kulturnih dejavnikov, kar ugotavljajo tudi v EU, kjer želijo z akcijskim planom za podjetništvo spodbuditi več podjetniškega duha in povečati evropsko konkurenčnost.⁷

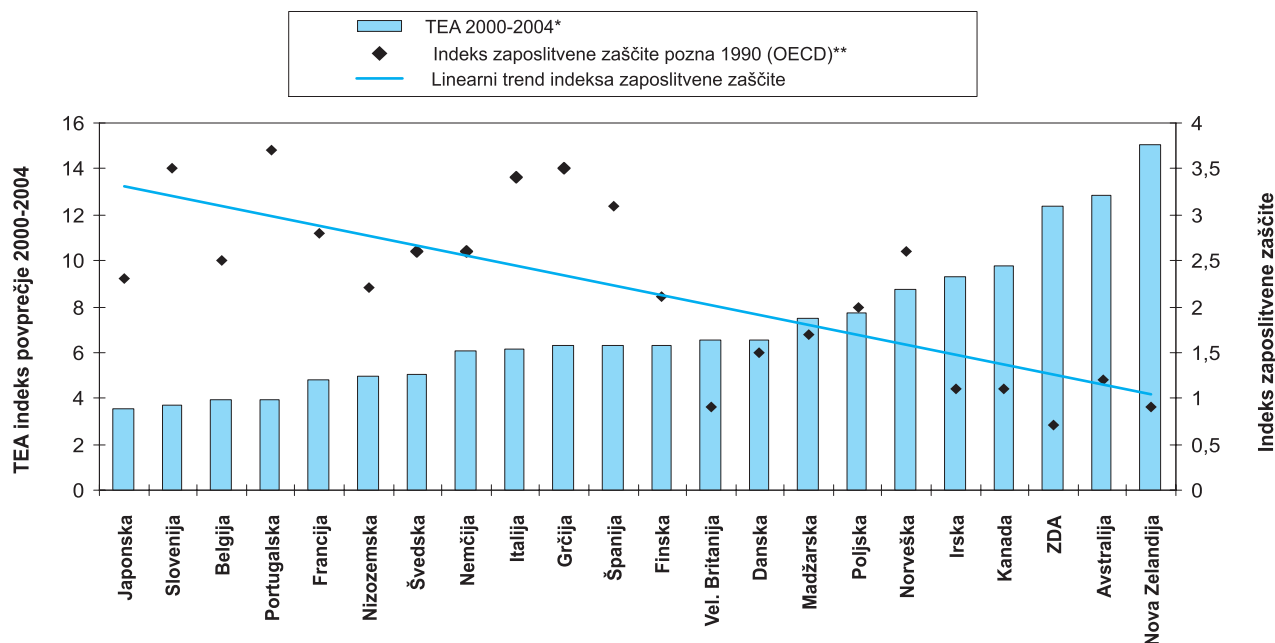
Kot ugotavlja globalno poročilo, sta tako zaščita delovnih mest kot nadomestila za brezposelnost v Evropi v primerjavi z ostalim svetom relativno darežljiva, kar zvišuje oportunitetne stroške podjetniške kariere, obenem pa znižuje potrebo po podjetništvu iz nujnosti. Ta ugotovitev je relevantna, saj tudi znotraj Evropske unije velja, da imajo države z nižjo stopnjo zaposlitvene zaščite višji TEA indeks.⁸ Slika 7 kaže razvrstitev držav glede na udeležbo delovno aktivnega prebivalstva v zgodnjih podjetniških aktivnostih v obdobju 2000 – 2004 ter indeks zaposlitvene zaščite (Employment Protection Index) v poznih devetdesetih letih.

Tudi druge raziskave na temelju podatkov GEM in podatkov OECD (Stel, Wennekers, Reynolds, Thurik, Witt, 2003) kažejo jasno negativno korelacijo med podjetništvom zaradi nujnosti in socialno varnostjo. Enostavno povedano, v državah, ki namenjajo večji odstotek BDP za socialno varnost, je vključevanje ljudi v podjetništvo manjše.

⁶ Acs et al., (2004), Global Entrepreneurship Monitor 2004 – Executive Report, Babson College and London Business School.

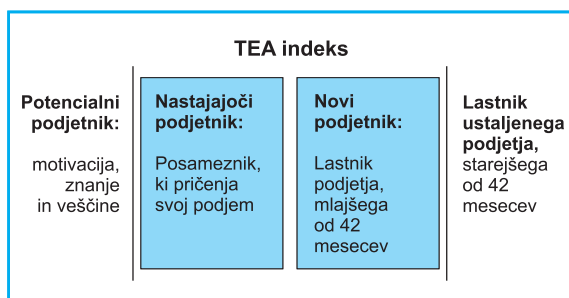
⁷ Glej dokumente Evropske komisije kot so Lisbonska deklaracija, Green paper on Entrepreneurship, Entrepreneurship Action Plan, ali februarjsko Working together for Growth and jobs – A new start for the Lisbon Strategy, Communication to the spring European Council.

⁸ Bosma, N., Wennekers, S., (2004), Illustration of the Relationship between Employment Protection and Total Entrepreneurial Activity in the European Union. In: Acs et al., GEM 2004, str. 44.



** TEA indeks je izračunan kot povprečje iz obdobja 2000-2004, razen za Nizozemsko (od 2001 do 2004), Madžarsko in Poljsko (2001, 2003 in 2004), Portugalsko (2001 in 2004), Slovenijo (od 2002 do 2004) in Grčijo (2003 in 2004)
 ** za Slovenijo smo indeks zaposlitvene zaščite povzeli po Ribaud et al. (2002) in Casez, Nesporova (2002)

Slika 7: TEA indeks in zaposlitvena zaščita



Slika 8: Sestav TEA indeksa

2.3 NASTAJAJOČI IN NOVI PODJETNIKI

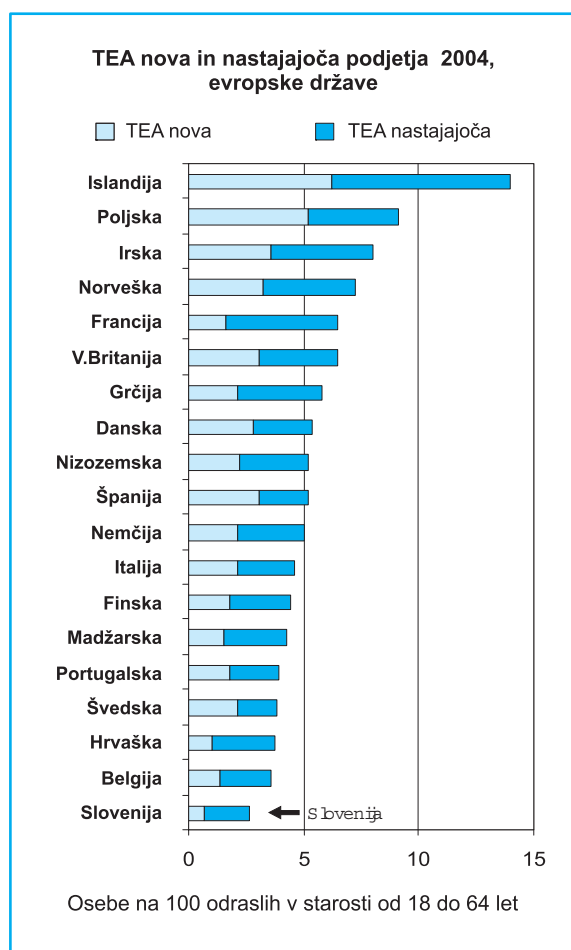
Raziskava upošteva, da je podjetniški talent redka dobrina, ki jo ima samo del delovno aktivne populacije. Izmed teh, ki imajo podjetniški potencial in talent, se samo manjši del odloči za podjetniško kariero. Indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA predstavlja odstotek odrasle delovno aktivne populacije v posamezni državi, ki se vključuje v podjetništvo. Razlikujemo med podjetniki, ki so v najzgodnejši fazi podjetniškega procesa, in tistimi, ki že poslujejo kot novo podjetje. Prve imenujemo **nastajajoči** podjetniki, druge pa **novi** podjetniki (kot lastniki ali solastniki podjetja, ki ga pomagajo voditi).

Med nastajajoče podjetnike zajemamo vse tiste, ki poskušajo sami ali skupaj z drugimi ustanoviti novo podjetje, ali pričeti z novo poslovno dejavnostjo in še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece. To so podjetniki, ki so zdaleč najbolj ranljivi in ki potrebujejo največ spodbudnega okolja.

Povprečna vrednost TEA indeksa za nastajajoča podjetja v državah GEM je najvišja v Peruju (31,36%), najnižja pa na Japonskem (0,44%). TEA indeks za nastajajoča podjetja v Sloveniji znaša 1,9%.

Da bi se posameznik kvalificiral kot **novi podjetnik**, je moral pritrditi, da je trenutno sam ali skupaj z drugimi lastnik podjetja, ki ga pomaga voditi, oziroma da je samozaposlen ter da podjetje ni bilo ustanovljeno prej kot leta 2001 (junija 2004 ni bilo starejše od 42 mesecev). Povprečna vrednost TEA indeksa za nova podjetja v državah GEM je najvišja v Ugandi (18,02%) med evropskimi državami pa v Islandiji (6,24%). Najmanj novih podjetnikov je v Sloveniji (0,69%).

Analiza strukture nastajajočih in novih podjetnikov v Sloveniji leta 2004 po zaposlitvenem statusu kaže, da je med nastajajočimi podjetniki 66,05% zaposlenih, 16,76% nezaposlenih in 17,19% upokojen-



Slika 9: TEA za nova in nastajajoča podjetja, evropske države

cev/študentov. Med novimi podjetniki je 92,86% zaposlenih, 0% nezaposlenih in 7,14% upokojencev/študentov. Da med novimi podjetniki ni nezaposlenih, je razumljivo, saj v to skupino spadajo podjetniki, ki imajo podjetje več kot tri mesece.

Že v predhodnih poročilih GEM smo ugotavljali, da je stopnja preživetja slovenskih nastajajočih podjetnikov nizka. Ugotavljali smo jo tako, da smo izračunali razmerje med novimi in nastajajočimi podjetji. Pregled nastajajočih in novih podjetij ter razmerja med njimi prikazujemo za evropske države v Tabeli 3.

Država	TEA nova	TEA nastajajoča	Indeks smrtnosti
Španija	3,09	2,08	0,67
Poljska	5,2	3,92	0,75
Švedska	2,16	1,69	0,78
Danska	2,81	2,54	0,91
V.Britanija	3,09	3,37	1,09
Italija	2,13	2,51	1,17
Norveška	3,28	4	1,22
Irska	3,59	4,39	1,22
Islandija	6,24	7,7	1,23
Portugalska	1,77	2,18	1,23
Nemčija	2,12	2,87	1,36
Nizozemska	2,18	3,02	1,39
Finska	1,78	2,66	1,49
Belgija	1,36	2,21	1,63
Grčija	2,16	3,66	1,69
Madžarska	1,56	2,73	1,75
Hrvaška	1,05	2,69	2,56
Slovenija	0,7	1,9	2,72
Francija	1,64	4,85	2,96

Tabela 3: Kvocienti smrtnosti podjetniških pobud

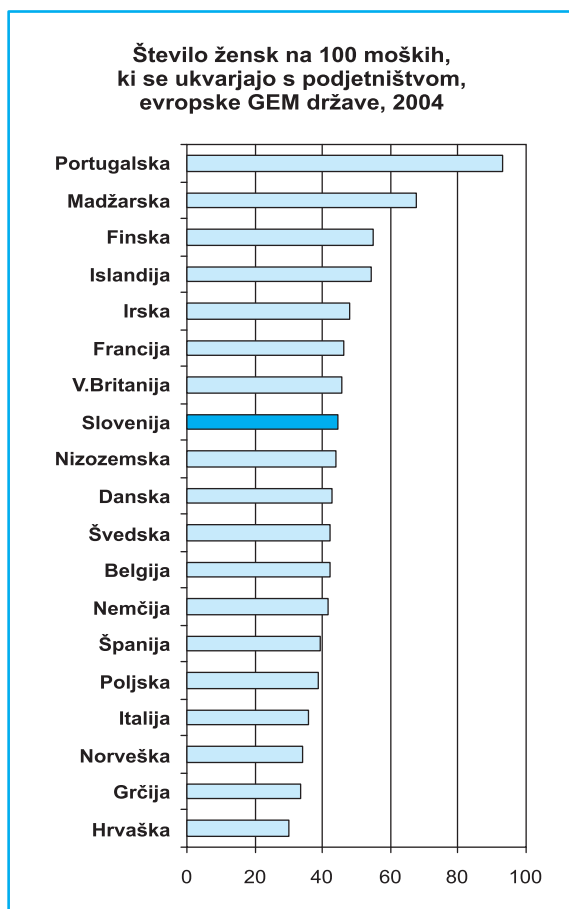
Kvocient smrtnosti⁹ nam govori o »izkoristku« podjetniškega procesa in je v Sloveniji v primerjavi z lanskim letom ponovno upadel. Znaša 2,72, kar pomeni, da v Sloveniji izmed 2,72 nastajajočih podjetij v povprečju preživi le eno. Leta 2002 je bil 2,14.

Rojevanje novih podjetij vnaša v ekonomsko strukturo potrebno dinamiko in konkurenčnost, zato je zaželeno, da je nastajajočih podjetij čim več. Vendar pa podjetniški proces stane, vanj so investirani ne samo denar in čas podjetnikov, veliki so lahko tudi oportunistni stroški, to je nerealizirani donosi, ki bi jih lahko dosegli drugje. Zato je pomembno zagotoviti uspešnost tega procesa, ki se kaže najprej v čim višji stopnji preživetja nastajajočih podjetnikov, takoj zatem pa v njihovem uspešnem poslovanju in kakovostni rasti.

2.4 DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSКИH IN EVROPSKIH PODJETNIKOV

Delež moškega in ženskega odraslega prebivalstva, ki se vključuje v začetne faze podjetništva, se med državami znatno razlikuje. V svetovnem merilu so v podjetništvu najbolj enakopravno zastopani v Peruju, kjer je razmerje med moškimi in ženskami 1:1,06 za moške, najslabše pa na Hrvaškem, kjer je razmerje 1:3,3 v korist moških.

⁹ Kvocient smrtnosti izračunamo kot $\frac{TEA\ nastajajoča}{TEA\ nova}$



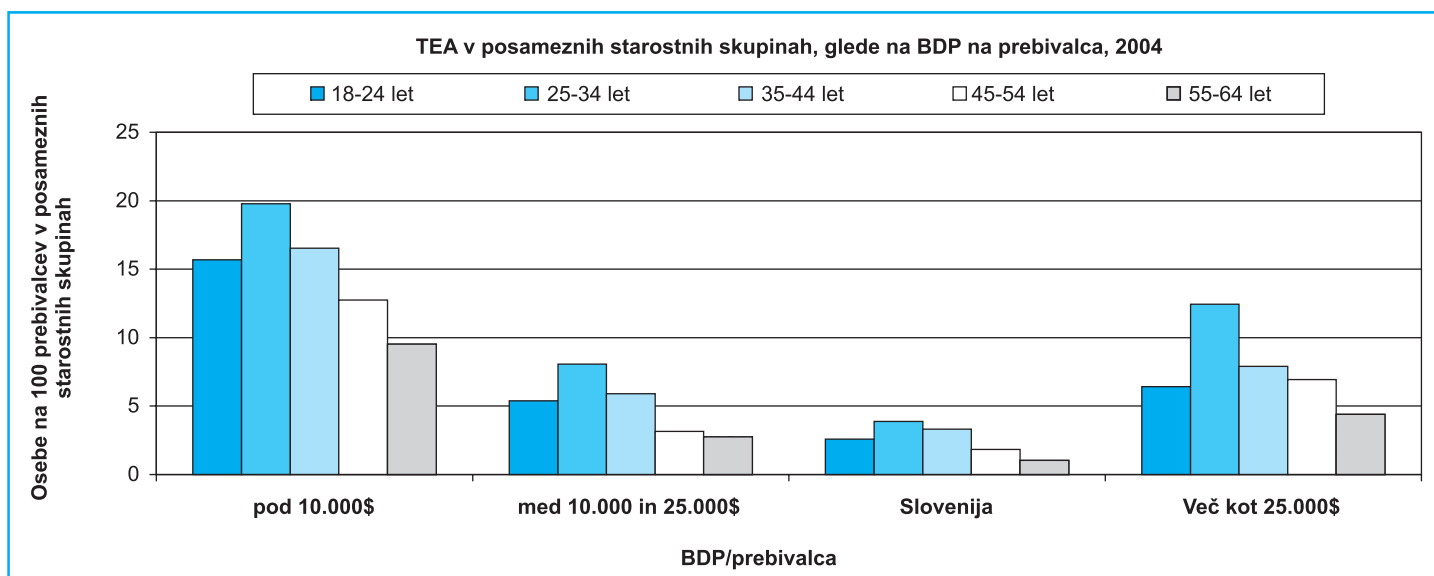
Slika 10: Moški in ženske v evropskem podjetništvu

Delež novih in nastajajočih podjetnikov med moškimi in ženskim prebivalstvom je v Evropi najbolj izenačen na Portugalskem, kjer je na 100 podjetnikov 93 podjetnic. V Sloveniji se je v primerjavi z letom 2003, ko je bilo razmerje med moškimi in ženskami najslabše med vsemi sodelujočimi državami, stanje letos precej izboljšalo. Lani je TEA indeks za moške znašal 6,36%, za ženske pa samo 1,66% ali 3,8:1 v korist moških. Letos je v Sloveniji TEA indeks za moške 3,6 in za ženske 1,6 ali 2,25:1. Če primerjamo obe leti, torej vidimo, da je delež podjetniške aktivnosti med ženskami ostal na enaki ravni kot lani, da pa je podjetništvo med moškimi upadlo s 6,36% na 3,6%.

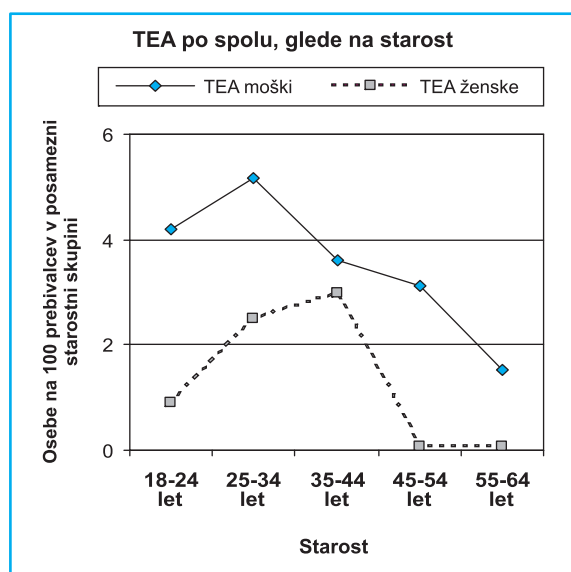
V svetovnem merilu je največ podjetništva med moškimi v starostni dobi med 25. in 34. letom. TEA indeks v tej skupini je 10,7%. Ta starostna skupina prevladuje tudi med ženskami, kjer jih je 6,2%. To podjetniško najbolj aktivno obdobje prevladuje ne samo v celotnem TEA indeksu, ampak tudi v vseh drugih kategorijah – podjetništvu iz nuje, podjetništvu zaradi priložnosti, pri nastajajočih in pri novih podjetnikih. Ugotovitev velja tudi ne glede na to, kakšna je višina bruto domačega proizvoda na prebivalca, kar je lepo razvidno iz Slike 11.

Tudi v Sloveniji (Slika 12) je starostno obdobje med 25. in 34. letom najbolj aktivno, a le za moške. Podobno kot leta 2003 tudi leta 2004 izkazujejo ženske največjo podjetniško aktivnost v starostnem obdobju med 35. in 44. letom.

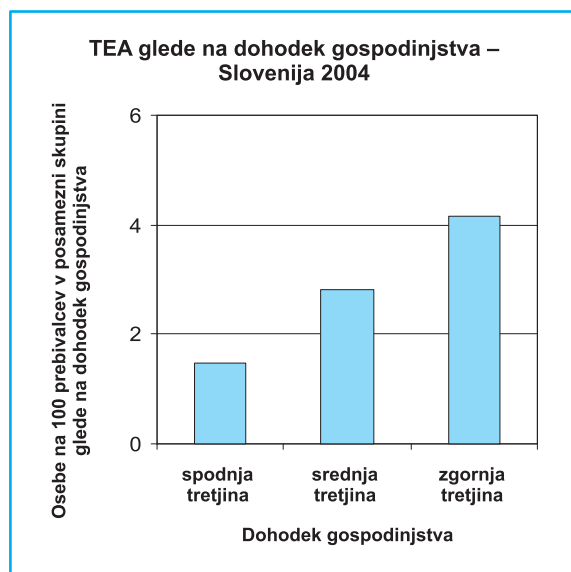
Razdelitev respondentov v tri dohodkovne razrede pokaže, da se največ podjetnikov regrutira iz zgornjega dohodkovnega razreda. Med ljudmi, kjer je dohodek gospodinjstva v zgornji tretjini, se jih 4,14% v povprečju vključuje v podjetništvo, med tistimi z dohodkom gospodinjstva v srednji tretjini pa 2,8%.



Slika 11: TEA v posameznih starostnih skupinah glede na BDP/prebivalca



Slika 12: TEA po spolu, glede na starost



Slika 13: Podjetniška aktivnost glede na dohodek gospodinjstva

Podjetniška aktivnost raste z višino izobrazbene ravni. Med podjetniško aktivnim prebivalstvom, ki ga spremlja GEM, se v Sloveniji za podjetništvo odloči največ ljudi s srednješolsko (3,18%) in več kot srednješolsko izobrazbo (3,26%). Med prebivalstvom, ki ima manj kot srednješolsko izobrazbo, najdemo samo odstotek nastajajočih in novih podjetnikov (Slika 14).

Izobrazbena raven podjetnikov je statistično značilno povezana z razvitostjo države, merjene z BDP/prebivalca. Slika 15 kaže, da imajo v državah z visokim bruto domačim proizvodom na prebivalca med podjetniki statistično značilno nižji delež ljudi z manj kot srednješolsko izobrazbo, kot v državah z nižjim BDP/prebivalca. Podobno velja, da je v državah z višjim BDP/prebivalca med podjetniki statistično značilno višji delež ljudi z več kot srednješolsko izobrazbo, kot v državah z nižjim BDP/prebivalca. Delež ljudi s srednješolsko izobrazbo med podjetniki pa se v proučevanih državah med seboj statistično ne razlikuje.

Slovenija ima, relativno gledano, že danes zadovoljiv delež podjetnikov s srednješolsko izobrazbo, znatno premalo pa ima tistih z višjo izobrazbo, kar opozarja na nujno, da je treba povečati dotok podjetnikov iz sfere s postsekundarno izobrazbo. Pozornost se nam zato ponovno usmerja na okostenele slovenske univerze, ki zaostajajo za podjetniškim izobraževanjem v razvitem svetu in kjer je prisotna tudi močna protipodjetniška kultura.¹⁰

Na znanju temelječe družbe ni možno doseči brez nenehnega rojevanja novih podjetij, ki sledijo novim idejam in novim poslovnim priložnostim. Podjetništvo je ključna sestavina take družbe, saj je potencialna vrednost ideje in znanja vselej negotova in je ni mogoče vnaprej določiti.

Zato še zdaleč ni vseeno, kakšno podjetništvo podpiramo: samozaposlitveno z nizkoizobraženimi in neambicioznimi podjetniki v tradicionalnih panogah, ali pa inovativno z izobraženimi in ambicioznimi podjetniki, ki bodo delovali v panogah, ki zahtevajo dosti vloženega znanja in zagotavljajo visoko dodano vrednost.

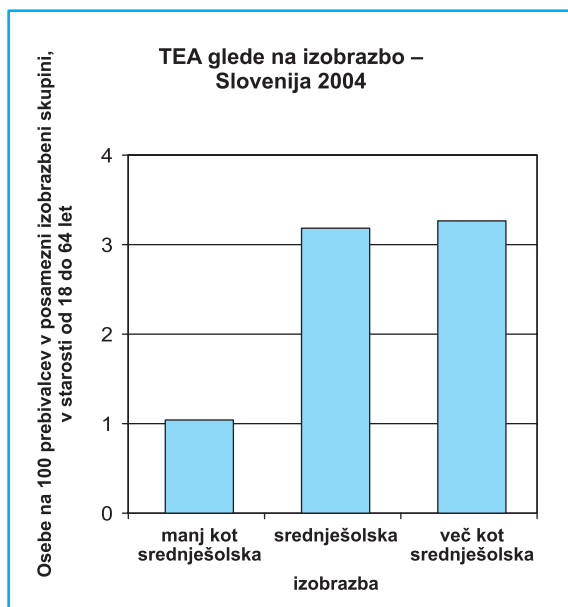
2.5 TVEGANI KAPITAL IN NEFORMALNO INVESTIRANJE

Med ključnimi ovirami, s katerimi se srečujejo posamezniki, ki začnejo svojo podjetniško pot, so finance skorajda vedno povsem na vrhu – bodisi da gre za kreditiranje in odnose z bankami ali za tvegani kapital. GEM nam omogoča pridobiti podrobnejši vpogled v razprostranjenost tveganega kapitala in v financiranje, ki ga zagotavljajo posamezniki. Informacije o tem zberemo na dva načina. Z anketiranjem odraslega prebivalstva izvemo, koliko sredstev so posamezniki vložili v podjetja, ki niso v njihovi lasti. Posebej zbrani sekundarni podatki o aktivnosti tveganega kapitala v GEM državah pa nam omogočijo vpogled v ta segment podjetniškega procesa.

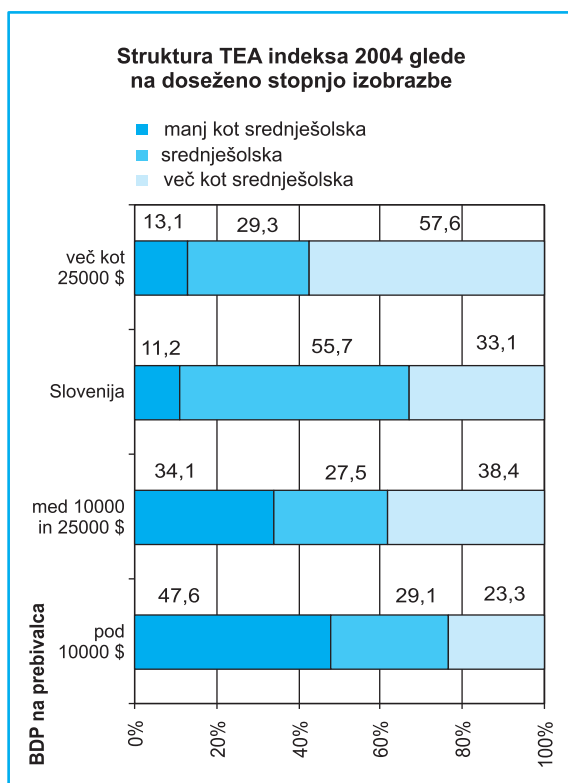
V Sloveniji predstavlja tvegani kapital še vedno zanemarljiv dejavnik v podjetniškem življenju. Zato tudi ne preseneča, da se je po deležu naložb tveganega kapitala, izraženim kot odstotek od bruto domačega proizvoda, Slovenija uvrstila povsem na rep (Slika 16). V svetovnem merilu na tem področju izrazito izstopa Izrael, med evropskimi državami pa Finska in Švedska.

Takšna uvrstitev je za Slovenijo seveda zaskrbljujoča, saj je tvegani kapital zelo pomemben za rast podjetij. Treba pa je znova poudariti, da

¹⁰ Rebernik, M., (2003), From innovation to entrepreneurship. V Schwarz, Erich (ur.): Technologieorientiertes Innovationsmanagement. Gabler, Wiesbaden, str. 139-160.



Slika 14: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo



Slika 15: TEA indeks in BDP/prebivalca

je za zgodnje faze podjetniškega procesa (ob potrebnih bančnih virih) in za veliko večino podjetij bolj kot rizični kapital dejansko pomembno neformalno investiranje. Ena izmed izstopajočih ugotovitev lanske GEM raziskave na tem področju je bila prav ugotovitev glede neformalnega investiranja. Ocenjeno je bilo, da je leta 2002 v svetovnem merilu klasični rizični kapital investiral 32 milijard USD v 12.446 podjetij, kar je komaj slaba desetina tistega, kar so investirali neformalni investitorji: 359 milijard USD v 33.655.116 podjetij. Neformalni investitorji so tako zagotovili 91 odstotkov vseh sredstev in s kapitalom oskrbeli 99,96% vseh podjetij. Na vsakih 100.000 novih podjetij je bilo manj kot 37 podjetij podprtih s tveganim kapitalom.¹¹

To torej pomeni, da je tvegani kapital angažiran v zelo ozkem segmentu podjetniškega procesa. Bygrave (2004) ocenjuje, da je od prej omenjenih 37 podjetij od 100.000, ki so prejela tvegani kapital, manj kot 10 takih, kjer je šlo za semenski kapital, in le nekatera med njimi so bila novoustanovljena podjetja. Kadar govorimo o novih in nastajajočih podjetjih, odsotnost tveganega kapitala zato le neznatno vpliva na nastajanje novih podjetij. Obtožiti tvegani kapital, da njegova odsotnost povzroča premajhno podjetniško aktivnost, je nesmisel in pomeni odvratanje pozornosti od pravih problemov. V vsakem primeru je velika večina investiranja, ki jih izpelje tvegani kapital, usmerjena v rast podjetij, ki že poslujejo.

To pa seveda še zdaleč ne pomeni, da tvegani kapital ni zelo pomemben, ali da zaradi tega ni nujno, da bi Slovenija na tem področju čimprej sprejela primerne ukrepe, da bi se povečal njegov delež. Odsotnost tveganega kapitala sicer ne zmanjšuje nastajanja novih podjetij, vendar pa povzroča izgubo potencialov, ki bi jih lahko predstavljala hitro rastoča podjetja. Pomeni tudi onemogočanje nastajanja tehnoloških podjetij, ki potrebujejo večji semenski in zagonski kapital in za katere zaradi njihove inovativnosti, in s tem rizičnosti, drugi viri financiranja niso zadostni.

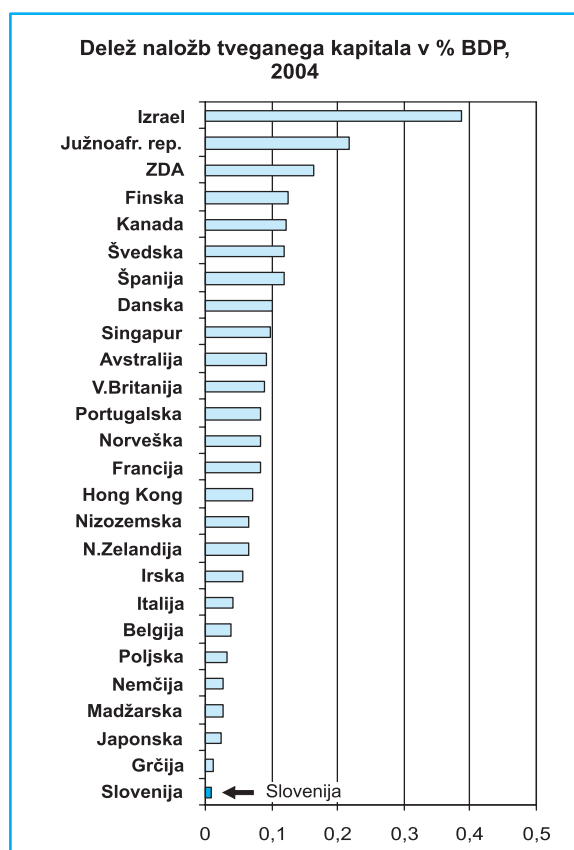
Kot piše ekonomska zgodovinarica Carlotta Perez¹², je v zadnjih 300 letih vsaki tehnološki revoluciji sledil finančni kolaps. Po zadnji tehnološki revoluciji je do njega prišlo na prelomu tisočletja, ko se je v ZDA razpočil investicijski mehurček NASDAQ-a in so investirana sredstva rizičnega kapitala upadla z rekordnih 80 milijard dolarjev leta 2000 na 8 milijard leta 2004. Če to drži, bo v naslednjih desetletjih tvegani kapital še naprej izjemno pazljiv in v svetovnem merilu ni mogoče pričakovati pomembnejšega porasta. Zato so pričakovanja, da bo tvegani kapital prišel v Slovenijo sam od sebe, povsem zgrešena.

Tudi med izvedenci, ki so na lestvici od 1 do 5 presojali različne elemente podjetniškega okolja v Sloveniji, sta finančno okolje in finančna podpora dobila zelo nizko oceno (2,25).

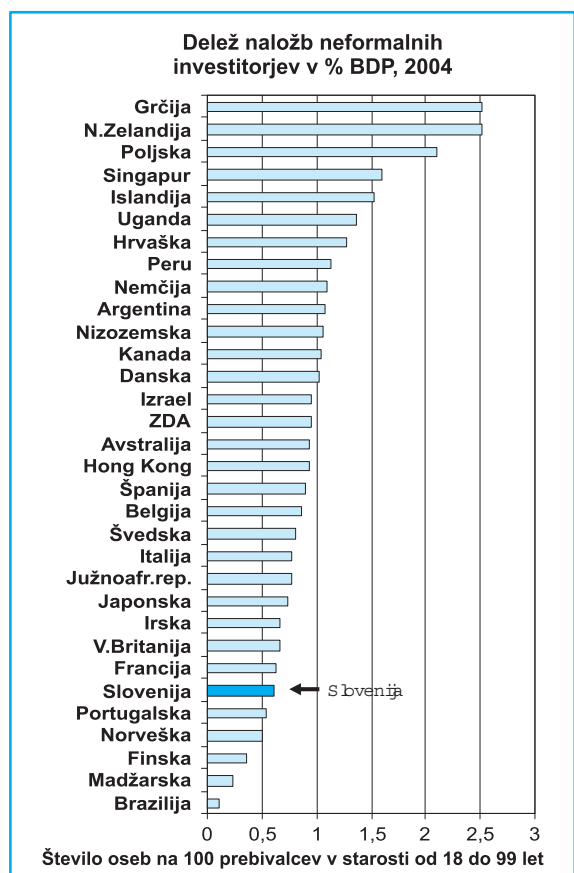
Slovenci smo se za spoznanje bolj kot pri tveganem kapitalu odrezali pri neformalnem investiranju. Če pogledamo, koliko posameznikov je osebno vložilo sredstva v novo podjetje, ki ga je ustanovil nekdo drug (pri tem se ne upoštevajo nakupi delnic, obveznic ali vlaganj v vzajemne sklade), se Slovenija znajde na 28. mestu med 34. državami (Slika 17). Največji delež neformalnih investorjev med odraslim prebivalstvom v Evropi najdemo na Islandiji (8,12%), najnižjega pa na Hrvaškem (0,48%).

¹¹ Reynolds, Bygrave, Autio et al., GEM 2003 Global Report – Initial Complete Version, 2. 2. 2004, str. 84.

¹² Perez, Carlota, (2002), Technological Revolutions and Financial Capital: The Dynamics of Bubbles and Golden Ages, Edward Elgar.



Slika 16: Delež naložb tveganega kapitala v BDP



Slika 17: Neformalni investitorji

V Sloveniji je leta 2004 manj kot odstotek in pol prebivalstva starejšega od 18 let investiral v podjetja, ki so v lasti družinskih članov, sodelavcev, prijateljev in znancev. V primerjavi z letom 2003, ko je bil ta odstotek 2,6, so postali bolj oprezni. Pri oblikovanju spodbudnega podjetniškega okolja, katerega pomemben del je tudi davčno okolje, bi zato morali upoštevati pomen neformalnih investitorjev ter jih tudi prek davčnega sistema motivirati za tovrstno produktivno potrošnjo.

Podjetniška družba potrebuje čim večje število podjetnikov, ki ustvarjajo poslovne priložnosti ali jim sledijo, ter zadostne vire, med katerimi so finance izjemno pomembne. Družina, prijatelji in sosedje so zdaleč največji vir neformalnega kapitala in skupaj s podjetnikovim lastnim vložkom predstavljajo največji delež potrebnih virov za začetek poslovanja. Neformalno investiranje in podjetništvo sta odvisna drug od drugega: neformalno investiranje omogoča razvoj podjetništva, podjetništvo pa rojeva potrebo po investiranju. Za vse GEM države, za katere so bili na voljo podatki, se je izkazalo, da obstaja jasna povezava med obsegom neformalnega investiranja in davčnimi obremenitvami. Države, kjer so posamezniki obremenjeni z višjimi davki, imajo manjši delež neformalnih investitorjev.¹³

2.6 UPADANJE ZGODNJE PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI

Čeravno smo v zadnjem letu s številnih forumov in govorniških pultov pogosto slišali mnenja, da mora slovensko podjetništvo napredovati hitreje kot evropsko, če se želimo uvrstiti med najbolj razvite države, se to ni zgodilo. Očitno motivacijski mehanizmi za vključevanje ljudi v podjetništvo, individualno ali znotraj podjetij, ne delujejo. Žal opozorila slovenskega GEM tima v poročilih za leto 2002 in 2003, da ni možno prisiliti ljudi, da bi bili podjetni, lahko se jih samo motivira, v Sloveniji niso bila upoštevana.

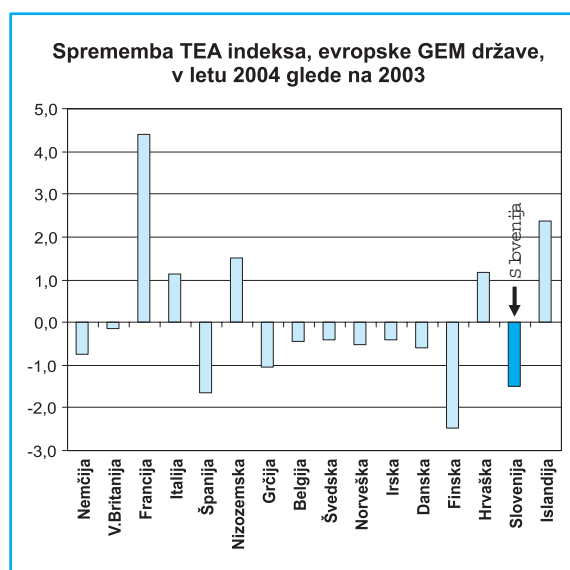
Slovenija ni edina država v Evropi, kjer smo leta 2004 zaznali padec TEA indeksa. Primerjava povprečne podjetniške aktivnosti leta 2003 in 2004 (Slika 18) kaže, da je le-ta upadla v enajstih evropskih državah, najbolj na Finskem, v Španiji in Sloveniji. Finski TEA indeks je upadel s 6,9% leta 2003 na 4,4% leta 2004, španski s 6,8% na 5,2%, slovenski s 4,1% na 2,6% ter grški s 6,8% na 5,8%.

Nekatere države se lahko pohvalijo z močnim porastom zgodnje podjetniške aktivnosti, predvsem Francija, Islandija, Nizozemska, pa tudi sosednja Hrvaška. V Franciji je povprečni TEA indeks zrasel z 1,6% na 6,0% in se približal letu 2001, ko je bil 7,4%. To pomeni, da je tam število nastajajočih in novih podjetnikov s 602.000 naraslo na 2.235.000.

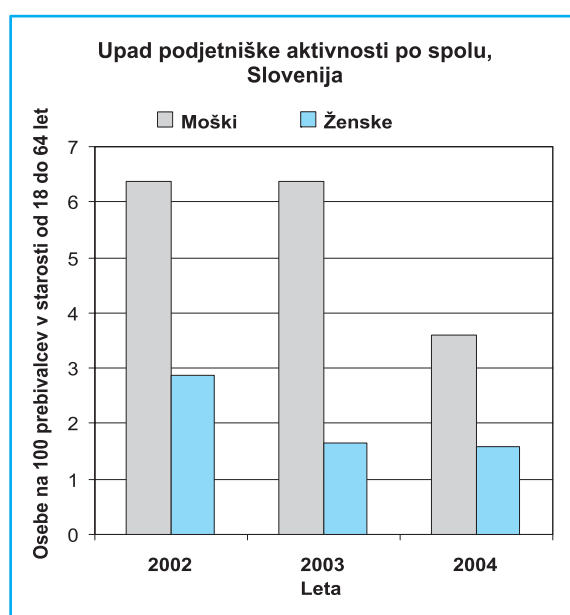
Slovenski TEA indeks pada že drugo leto zapored. Lani je upadel za dobrih deset odstotkov s 4,6% na 4,1%, letos še za četrtno – na 2,6%. Za temi odstotki pa so seveda ljudje, ki se lotevajo podjetniških aktivnosti: leta 2002 jih ocenjujemo na 58.000, leta 2003 na 51.000 in leta 2004 še samo na 35.000. Številke so gotovo dovolj zgovorne, da terjajo primerno ukrepanje.

Z vidika spola lahko padec TEA indeksa leta 2003 (s 4,6% na 4,1%) skorajda v celoti pripišemo znižanju podjetniške aktivnosti med ženskami, medtem ko je letošnji upad nastal predvsem med moškimi.

¹³ Bygrave, B., Hunt, S. (2005), Global Entrepreneurship Monitor 2004 – Financing Report. Dostopen na www.gemconsortium.org.



Slika 18: TEA indeks 2003 in 2004



Slika 19: Upad podjetniške aktivnosti glede na spol

V primerjavi z letom 2002 je k padcu TEA indeksa v Sloveniji leta 2004 največ prispeval močan upad podjetniške aktivnosti zaradi nujnosti, kar je prikazano v Sliki 20. V primerjavi z letom 2002 je podjetniška aktivnost zaradi priložnosti upadla za tretjino (s 3,26 na 2,17), aktivnost zaradi nujnosti pa za dve tretjini (z 1,53 na 0,7).

Upad podjetništva zaradi nujnosti bi lahko bil sicer delno tudi posledica dolgoročnega upadanja nezaposlenosti v Sloveniji, kakor tudi upadanja delovno aktivnega prebivalstva. Vendar pa analiza pokaže, da je med nezaposlenimi posamezniki malo takih, ki se vključujejo v podjetniške aktivnosti. Prav tako pa se je leta 2004 tudi nadaljeval trend rasti delovno aktivnega prebivalstva. Brezposelnost, merjena po metodologiji ILO v Sloveniji upada vse od leta 1999 in se je po zastoju leta 2003 v letu 2004 ponovno znižala. Po ocenah Urada RS za makroekonomske analize in razvoj¹⁴ je bila povprečna letna stopnja registrirane brezposelnosti leta 2004 6,4% in je v primerjavi z letom 2003 upadla za 0,3 odstotne točke.

Ob zmanjševanju brezposelnosti se spreminja tudi njena sestava: znižujeta se deleža starejših in dolgotrajno brezposelnih, zaradi povečane ponovne vključenosti brezposelnih v izobraževanje pa tudi delež brezposelnih brez srednje šole. Po drugi strani pa se povečuje delež mladih in brezposelnih s srednjo, višjo in visoko izobrazbo. Število brezposelnih in stopnje brezposelnosti naj bi se ob nadaljnji rasti zaposlovanja in uresničevanju ukrepov aktivne politike zaposlovanja ob pričakovani ugodni konjunkturi nižale tudi v naslednjih dveh letih: leta 2005 naj bi stopnja brezposelnosti bila 6,1%, leta 2006 pa 5,9%.

Če bi upad podjetniške aktivnosti poskušali razložiti z morebitnimi spremembami v gospodarski strukturi, bi prav tako ugotovili, da v Sloveniji v gospodarskih dejavnostih ni zaznati takšnih strukturnih sprememb, ki bi lahko vplivale na upad podjetniške aktivnosti.

Zato se zdi razumno predpostaviti, da postopoma naraščajo oportunitetni stroški podjetniške kariere, kar ima za posledico manjše odločanje za podjetništvo. V modelu t.i. zaposlitvene izbire, posameznik tehta med riziki in nagradami, ki mu jih prinaša odločitev. V okolju, v katerem podjetništvo ni zaželeno in kjer je poslovno okolje neurejeno in tvegano, so riziki tolikšni, da pretehtajo nad morebitnimi nagradami, saj so oportunitetni stroški odločitve za podjetništvo preveliki.

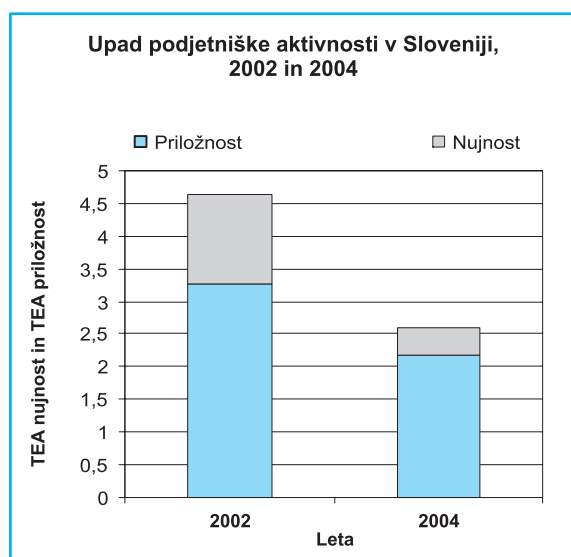
2.7 GOSPODARSKA RAST IN PODJETNIŠTVO

Podjetništva seveda ne smemo opazovati samo v luči ustanavljanja novih podjetij. Za uspešno gospodarstvo je pomembno, da so uspešna in konkurenčna tudi ustaljena podjetja. Razvita gospodarstva, kot je npr. japonsko ali belgijsko, si lahko »privoščijo« nižji TEA indeks, ker se gospodarska rast napaja iz uspešnega delovanja nacionalnih in multinacionalnih podjetij. Po drugi strani še tako visok TEA indeks ne more pospešiti gospodarske rasti, kot je to primer z Ugando ali Ekvadorjem, če ni uspešnih velikih in srednje velikih podjetij, ki so sposobna konkurirati v mednarodni menjavi.

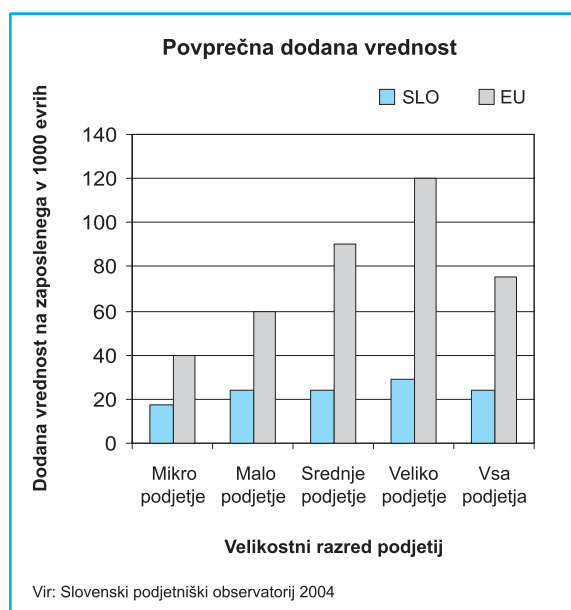
Raziskava Slovenski podjetniški observatorij,¹⁵ ki se ukvarja z ustaljenimi podjetji, je pokazala veliko zaostajanje Slovenije za EU. Povprečna dodana vrednost na zaposlenega v EU znaša 75.000 evrov, v Sloveniji pa samo 24.180 evrov. Še zlasti zaskrbljuje, da se z velikostjo podjetja pogloblja razlika med slovenskimi podjetji in njihovimi konkurenti v EU. Medtem ko pri evropskih podjetjih z njihovim večanjem raste tudi

¹⁴ Glej publikacije Jesensko poročilo 2004 in Ekonomsko ogledalo december 2004 Urada RS za makroekonomske analize in razvoj na www.sigov.si/zmar.

¹⁵ Rebernik, M., Močnik, D., Rus, M., Dajčman, S. (2004), Slovenski podjetniški observatorij 2004, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij. Dostopno na <http://epfip.uni-mb.si>



Slika 20: Primerjava podjetniške aktivnosti 2002-2004



Slika 21: Dodana vrednost na zaposlenega v gospodarstvu

povprečna dodana vrednost, pri slovenskih podjetjih ni tako (Slika 21). Razlika v dodani vrednosti na zaposlenega, ki je pri mikro podjetjih nekaj nad 1:2 (18.000 evrov proti 40.000 evrov), je pri velikih podjetjih že več kot 1:4 (29.000 evrov proti 120.000 evrov).

Nizka podjetniška aktivnost v Sloveniji, še zlasti pa njen upad, zaskrbljujejo, ker so tudi ustaljena podjetja primerjalno precej slabša od evropskega povprečja. Slovensko gospodarstvo nikakor ne zmore dohiteti evropskega, čeravno le-to črpa svojo komparativno prednost še vedno v največji meri iz masovne proizvodnje srednje tehnološko zahtevnih izdelkov v tradicionalnih panogah. Ne dosegamo prednosti ekonomije obsega in imamo znatno slabšo tehnologijo kot evropsko. Zaradi socialnega miru Slovenija ni pripravljena žrtvovati plač, zaradi potratne države, zastarele tehnologije in izdelkov pa ni sposobna znižati proizvodnih stroškov. Ker za ustvarjanje višje dodane vrednosti nimamo visoko produktivne opreme in zmogljive tehnologije, prav tako pa ne želimo seliti proizvodnje na lokacije z nižjimi proizvodnimi stroški, je nujno, da se gospodarstvo preusmeri v ekonomske aktivnosti z visoko vsebnostjo znanja.

Na nagnjenost posameznikov k podjetništvu vplivajo številni dejavniki. Raziskava na velikem vzorcu podatkov iz GEM 2001 (okrog 60.000) je dokazala, da so ključni dejavniki za vključevanje v podjetništvo (a) zavedanje lastnih sposobnosti za podjetništvo, (b) predhodni osebni stiki s podjetniki, ki zagotavljajo zglede in omogočajo vključevanje v družbene mreže (c) dojemanje priložnosti in (d) odsotnost strahu pred morebitnim neuspehom¹⁶. Tudi analiza slovenskih podatkov za leto 2002 in 2003 je pokazala visoko korelacijo med temi atributi in podjetniško aktivnostjo.¹⁷

To pa je le ena raven. Pri proučevanju odnosov med podjetništvom in ekonomsko rastjo je treba upoštevati tri ravni analize:

- raven individualnega podjetnika, ki deluje sam ali s timom in partnerji,
- raven podjetja,
- agregatna raven panog, regij in nacionalnih ekonomij.¹⁸

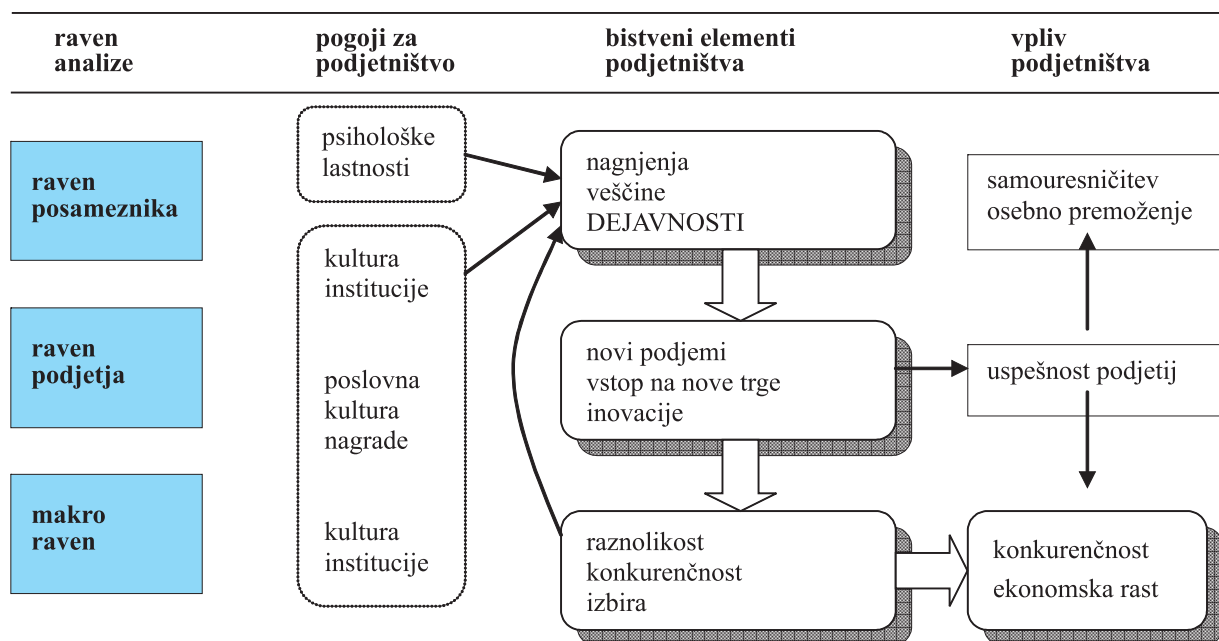
To pomeni, da je pri proučevanju odnosov med podjetništvom in ekonomsko rastjo treba vselej povezovati posameznika, podjetje in makroekonomsko raven. Gre za prepletenost, ki jo premalo upoštevamo pri oblikovanju gospodarske politike, ki želi pospeševati podjetništvo. Ukrepi so lahko učinkoviti le, če upoštevajo prežemanje vseh treh ravni. Zato bi morali tudi presojanje makroekonomskih ukrepov naravnati tako, da bi ugotavljali, koliko so našli svoj odziv na individualni ravni. Slika 22 ponazarja to prepletenost.

Pri analiziranju povezanosti med TEA indeksom in BDP/prebivalca ugotavljamo, da njuno povezanost najbolje opisuje U-krivulja oziroma parabola (Slika 23). Parabola, izračunana na osnovi podatkov za 34 sodelujočih držav leta 2004, ima teme pri BDP/prebivalca, ki je enak 30.555,5 USD. Do te vrednosti namreč TEA indeks v povprečju pada, nato pa narašča. Slovenija spada v skupino držav s srednje visokim BDP/prebivalca in leži pod krivuljo (manjši TEA kot velja v povprečju za države, vključene v analizo). Močno pod krivuljo so tudi države z višjim BDP/prebivalca, kot so na primer Hong Kong, Japonska, Danska in Norveška.

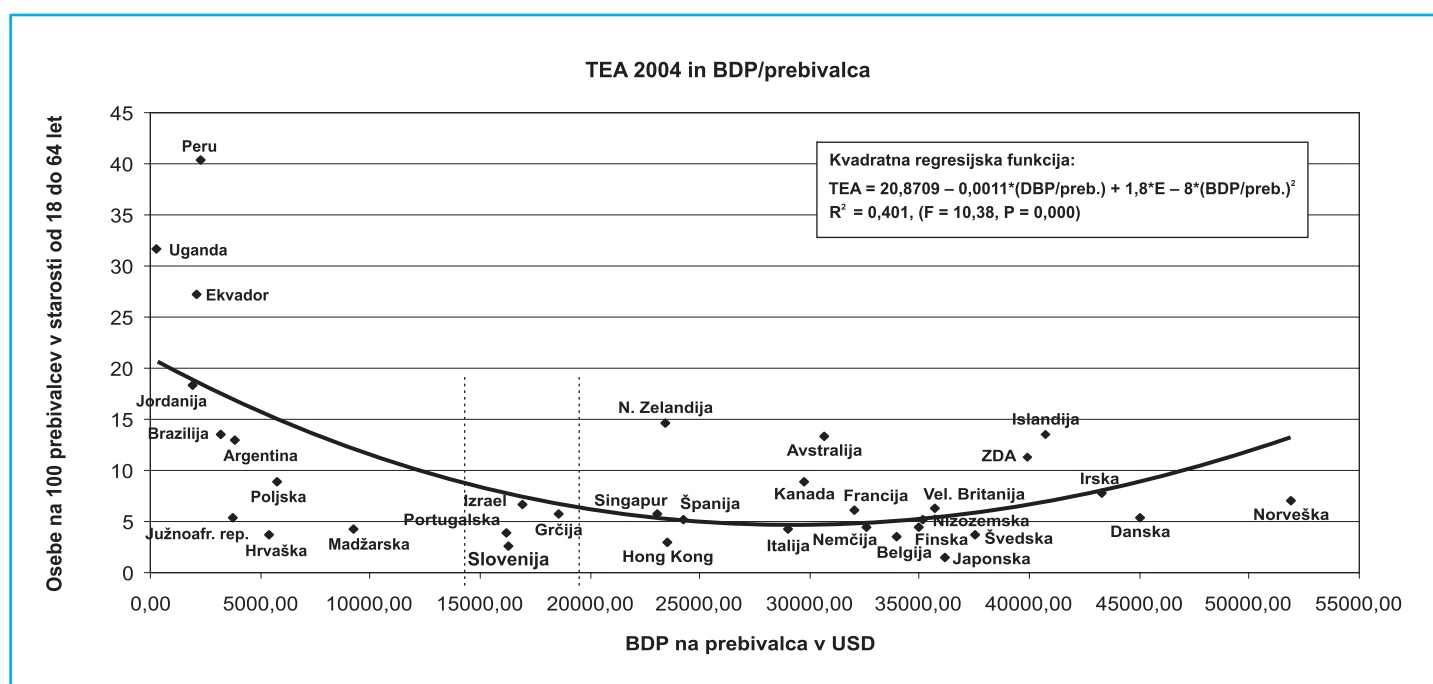
¹⁶ Lee, L., Wong, P., Ho, Y., (2004), Entrepreneurial Propensities: The Influence of Self-Efficacy, Opportunity Perception and Social Network. First GEM Research Conference. Berlin, 1. - 3. april 2004.

¹⁷ Glej publikacijo GEM Slovenija 2002 (str. 39-44) in GEM Slovenija 2003 (str. 38-40) na <http://epfip.uni-mb.si>.

¹⁸ Wennekers, S., Thurik, R., (1999), Linking Entrepreneurship and Economic Growth. Small Business Economics, 13 (1), str. 27-55.



Slika 22: Povezanost med podjetništvom in ekonomsko rastjo (Wennekers in Thurik, 1999, 50)



Slika 23: Povezanost med razvitostjo države (BDP/prebivalca) in podjetniško aktivnostjo

V GEM so vključene države z zelo različno stopnjo razvitosti merjeno z BDP na prebivalca. V nizko razvitih državah kot je Peru, Ekvador ali Uganda je stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti visoka, potem pa z rastjo BDP/prebivalca upada in na določeni razvojni stopnji države prične ponovno naraščati.

Stopnja vključevanja v podjetniške aktivnosti je različna glede na razvojno raven posamezne države. Zato morajo biti ukrepi ekonomske politike prilagojeni razvojni stopnji, saj lahko neprimerna politika pospeševanja podjetništva, ki ne upošteva specifičnih pogojev, v katerih se razvija podjetništvo, negativno vpliva na ekonomsko rast.

	Dohodkovna raven (BDP/prebivalca)		
	Nizka	Srednja	Visoka
Nad krivuljo	Peru Uganda Ekvador	Nova Zelandija	Kanada Avstralija Islandija ZDA
Na krivulji	Jordanija Brazilija Argentina	Izrael Grčija Singapur Španija	Francija Nemčija Nizozemska Belgija Velika Britanija Finska Irska Italija
Pod krivuljo	Poljska Ju noafriška republika Hrvaška Madarska	Slovenija Portugalska Hong Kong	Japonska Švedska Danska Norveška

Tabela 4: Pozicioniranje držav ob U-krivulji

Zdi se, da razvite države prehajajo iz modela managerske ekonomije v model podjetniške ekonomije.¹⁹ Pri tem velja omeniti Schumpetrov salto mortale, ko je v svojem delu o teoriji ekonomskega razvoja²⁰ leta 1911 dokazoval, da je temeljno gonilo razvoja decentralizirana in turbulentna panožna gospodarska struktura, v kateri podjetniška aktivnost spodbuja nenehno kreativno destrukcijo. Do leta 1942 se je gospodarsko okolje tolikanj preoblikovalo, da je svoje mnenje spremenil in v svojem drugem epohalnem delu²¹ dokazoval, da ekonomski rasti bolj koristi centralizirana in stabilna panožna struktura.

Raziskava,²² 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 ter navedeni 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 na ekonomsko rast. Presenetljiva ugotovitev najnovejše raziskave,²³ ki je proučevala učinek podjetniške aktivnosti na gospodarsko rast, je negativna korelacija med ustanavljanjem novih podjetij in rastjo v državah z nizkim BDP na prebivalca. To ne pomeni, da podjetništvo ni potrebno, postavlja pa vprašanje, ali je v teh državah dovolj velikih podjetij, ki bi omogočila uspešno delovanje malih podjetij in ali imajo podjetniki v revnih državah enak človeški in socialni kapital kot v razvitih državah.

Pri tolmačenju položaja posameznih držav glede na U-krivuljo je zato treba upoštevati stopnjo njihove razvitosti. Res je, da Slovenija nevarno zaostaja po rojevanju novih podjetij. Res pa je tudi, da je nesmiselno kar tako poprek spodbujati ljudi, naj se lotevajo podjetništva. Tri argumente lahko navedemo za naš dvom v smiselno prepričevanje ko-

19 Audretsch, D., Thurik, R., (2000), Capitalism and Democracy in The 21st Century: from the managed to the entrepreneurial economy. Journal of Evolutionary Economics, 10 (1), str. 17-34.

20 Schumpeter, J., (1911), Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Ducker und Humboldt, Berlin.

21 Schumpeter, J. (1942), Capitalism, Socialism and Democracy. Harper and Row, New York.

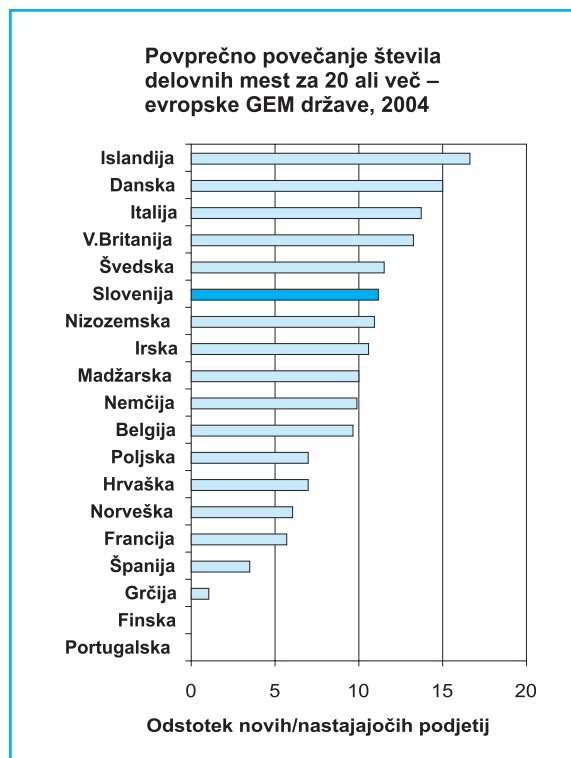
22 Carree, M., Stel van, A., Thurik, R., Wennekers, S., (2002), Economic Development and Business Ownership: An Analysis using Data of 23 OECD Countries in the Period 1976 – 1996. Small Business Economics, 19 (3), str. 271-290.

23 Stel van, A., Carree, M., Thurik, R., (2005), The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. Max Planck Institute for Research into Economic Systems, Jena.

garkoli in vsakogar naj se loti podjetništva. Prvič, podjetništvo zahteva nekaj podjetniškega talenta ter specifična znanja in veščine, ki jih nima vse prebivalstvo. Podjetniška sposobnost je redka dobrina, samo manjši del prebivalstva je obdarjen s podjetniškim talentom. Drugič, ekonomska rast nacionalnega gospodarstva je največja, ko je vzpostavljeno ravnovesje med številom lastnikov/podjetnikov in delovno silo. Ni torej pomembno maksimiranje števila podjetnikov/lastnikov, ampak njihovo optimiranje. Tretjič, princip tirne pogojenosti nas uči, da imajo nekatere odločitve dolgoročne posledice. Zato ni smiselno nagovarjati posameznikov, da naj se lotijo podjetništva na področjih, ki ga lahko opravljajo z malo znanja, ki je nizko produktivno, in kjer se bodo "zaklenili v resurse" in bodo težko prešli v panoge z visoko dodano vrednostjo. Pa ne gre samo za pomanjkanje znanja nizko izobraženih podjetnikov, gre tudi za krivdo države, ki ni vzpostavila hitrih in učinkovitih mehanizmov za transfer lastništva ali opustitev dejavnosti.

Ne samo, da bo treba na novo premisliti razmerja med podjetništvom in družbo znanja. Premisliti bo treba tudi razmerja med podjetništvom in zaposlovanjem. Res je, podjetništvo je še vedno pomembno tudi zaradi (samo)zaposlitve. Vendar pa ta nekdanji primarni razlog postopoma izgublja na pomenu. V družbi znanja je podjetništvo pomembno predvsem zaradi komercializacije novih idej.

3 PODJETNIŠKA PRIČAKOVANJA



Slika 24: Povprečni odstotek podjetnikov na začetku podjetniške poti, ki pričakujejo povprečno povečanje števila delovnih mest za 20 ali več v prihodnjih petih letih

3.1 AMBICIJE PO RASTI

Tako nastajajoči in novi podjetniki, kot tudi tisti, ki se s podjetništvom ukvarjajo že dalj časa, imajo določena pričakovanja o rasti svojih podjetij in podjetij v prihodnosti. Vsak podjetnik prav gotovo nima ambicij po rasti svojega podjetja oziroma podjetja, saj se v podjetništvu vključujejo ljudje z zelo različnimi cilji. Rast podjetja ni nujno skladna s cilji vsakega podjetnika, ker so lahko njegovi pričakovani opurtinitetni stroški ter negativne posledice rasti podjetja preveliki.²⁴ Svoja pričakovanja oblikujejo na osnovi različnih dejavnikov v okolju, ki vplivajo na njihovo oceno možnosti za rast, hkrati pa so tudi zmožnosti podjetnikov - njihovo znanje, sposobnosti, izkušnje in motivacija - različni.

Treba je upoštevati tudi spoznanja takoimenovanih psiholoških šol raziskovanja podjetništva, po katerih ni pomembna osebnost podjetnika, ampak podjetnik kot oseba,²⁵ ter da je vedenje podjetnika posledica interakcije oseba – situacija. Zato je za razumevanje, zakaj se več posameznikov ne odloča za podjetništvo, treba iskati tudi v tej smeri. Pomembno je razumeti, da na posameznikovo odločitev za podjetništvo ne vpliva samo stvarnost po sebi, ampak odločitev izhaja iz njegovega doživetja stvarnosti. Treba bi bilo torej vedeti, kakšne so protipodjetniške ovire in kako je poslovni svet reprezentiran v doživetju ljudi, ki se odločijo za podjetništvo in kako pri tistih, ki take odločitve ne sprejmejo. Tovrstnih raziskav pa v Sloveniji še nimamo.

V središču podjetniške aktivnosti je posameznik, zato je treba mehanizme pospeševanja podjetništva zgraditi za tega posameznika. Pred desetletjem in pol sta Shaver in Scott (1991, str. 39) zapisala: »Ekonomske okoliščine so pomembne, družbene mreže so pomembne, podjetniški timi so pomembni, trženje je pomembno, finance so pomembne, tudi podpora državnih agencij je pomembna. Toda ničesar od tega ne bo samo po sebi ustvarilo novega podjetja. Za kaj takega potrebujemo posameznika, ki v svoji glavi poveže vse možnosti, ki verjame, da je inovacija možna in ki je motiviran, da vztraja, dokler delo ni končano«.

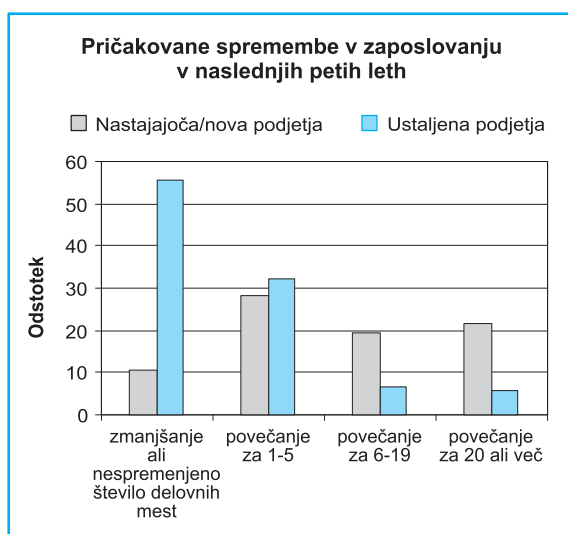
Obnašanje in delovanje nastajajočih podjetnikov se oblikuje pod vplivom norm, ki obstajajo v njihovem okolju.²⁶ Višjo stopnjo motiviranosti podjetnikov za rast lahko pričakujemo v okoljih, kjer je po uveljavljenih normah v družbi podjetništvo »občudovano« in kjer okolje spodbuja ljudi k izkoriščanju poslovnih priložnosti. Družbene in kulturne norme so povezane tudi s samozavestjo ljudi glede njihovega podjetniškega znanja, s strahom pred neuspehom, z zaznavanjem in zmožnostjo izkoriščanja poslovnih priložnosti ter s povezovanjem in poznavanjem podjetnikov med seboj.

V nadaljevanju zato analiziramo nekatere okoliščine, ki vplivajo na stopnjo družbene motivacije ljudi za podjetništvo. Gre za nekatere vidike kulturnih in družbenih norm, ki po eni strani lahko motivirajo ali pa zavirajo posameznike pri njihovih podjetniških idejah, kot so na primer spodbujanje k individualnim uspehom in k osebni iniciativi, vzpodbujanje podjetniškega prevzemanja rizika, želja po enakem življenjskem standardu vseh, spoštovanje uspešnih podjetnikov v družbi ipd.

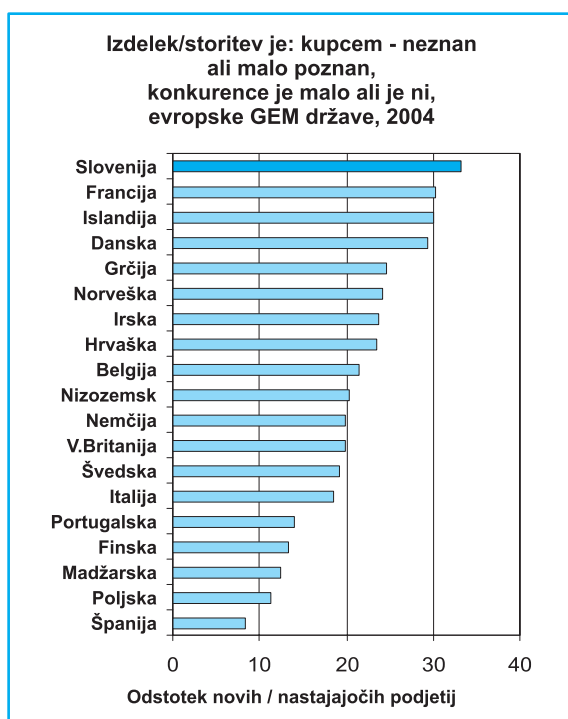
²⁴ Wilklund, J., Davidsson, P., Delmar, F., (2003), What do they think and feel about growth? An expectancy-value approach to small business managers' attitudes towards growth. Entrepreneurship Theory and Practice, Spring 2003.

²⁵ Shaver, K. G., Scott, L. R., (1991), Person, process, choice: the psychology of new venture creation. Entrepreneurship Theory and Practice, 16 (2), str. 23-45

²⁶ Liao, J., Welsch, H., (2003), Social capital and entrepreneurial growth aspiration: a comparison of technology- and non-technology-based nascent entrepreneurs, Journal of High Technology Management Research, 14, 2003, str. 149-170.



Slika 25: Nastajajoča/nova in ustaljena slovenska podjetja glede na pričakovano spremembo števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih



Slika 26: Povprečni odstotek podjetnikov na začetku podjetniške poti, pri katerih je izdelek ali storitev nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce IN HKRATI obstaja malo ali nič konkurenčnih podjetij – evropske GEM države 2004

Pri tem upoštevamo spoznanja nekaterih raziskav,²⁷ da starost podjetja oziroma podjetja negativno vpliva na razvojne ambicije. Podjetniške aspiracije po rasti so v povprečju višje pri nastajajočih podjetnikih ter nižje pri novih, predvsem pa pri ustaljenih podjetjih, ki obstajajo že daljši čas. Zato ločeno analiziramo ter nato primerjamo nastajajoče/nove podjetnike na eni strani ter ustaljene podjetnike na drugi strani.

3.2 DVE SKUPINI PODJETNIKOV

Kaj se dogaja z ambicijami slovenskih podjetnikov, smo ugotovljali tako, da smo primerjali dve skupini podjetnikov: skupino nastajajočih in novih podjetnikov²⁸ ter skupino ustaljenih podjetnikov. Potrebne podatke za prvo skupino podjetnikov smo dobili iz raziskave GEM, podatke za drugo skupino pa iz raziskave Slovenski podjetniški observatorij.

V treh letih sodelovanja v GEM smo pridobili že 3 zaporedne letne vzorce odrasle populacije, ki sicer ne omogočajo spremljanja istih podjetnic in podjetnikov skozi čas, omogočajo pa analizo in predvsem primerjavo razvojnih ambicij nastajajočih/novih podjetnikov z drugimi GEM državami, predvsem pa primerjavo nastajajočih/novih podjetnikov z že ustaljenimi podjetniki v Sloveniji.

Razvojne ambicije so v veliki meri pogojene s kulturnim in družbenim okoljem ter s splošnim okvirom poslovanja. Oboje se spreminja zelo počasi, s tem tudi razvojne ambicije, zato smo predpostavili, da ne prihaja do bistvenih medletnih sprememb in smo za nekatere izračune podatke iz GEM vzorcev odrasle populacije združili v enotno bazo za tri zaporedna leta: 2002, 2003 in 2004.

Zanimali so nas tisti ljudje, ki se ukvarjajo z nastajajočim/novim podjetjem – tako je v tej enotni bazi skupno 190 ljudi in sicer:

- leto 2002: 79 nastajajočih in novih podjetnikov (55 nastajajočih in 26 novih, dva sta hkrati v obeh kategorijah)
- leto 2003: 66 nastajajočih in novih podjetnikov (49 nastajajočih in 18 novih, eden je hkrati v obeh kategorijah)
- leto 2004: 45 nastajajočih in novih podjetnikov (32 nastajajočih in 13 novih).

Podatke za ustaljena podjetja smo pridobili iz vzorca slovenskih podjetij s pomočjo IPIS-ove baze podjetij. Primerno strukturiran vzorec (glede na velikost podjetja, regionalnost in dejavnost po SKD klasifikaciji v Sloveniji) za 350 podjetij, je bil pridobljen septembra 2004. Na vprašanja so odgovarjali lastniki oziroma solastniki podjetja, ki ga pomagajo voditi.

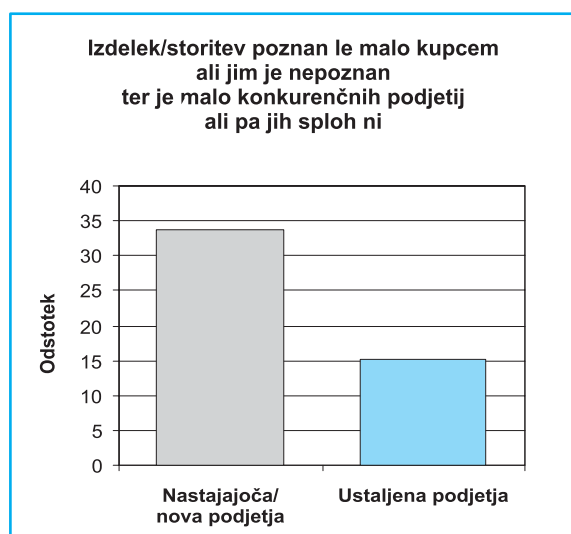
3.3 ZAPOSILITVENA PRIČAKOVANJA PODJETNIKOV

Pričakovanja podjetnikov o rasti njihovih podjetij smo presojali glede na njihovo načrtovano povečevanje števila zaposlenih. Po številu podjetnikov, ki pričakujejo povprečno povečanje števila delovnih mest za 20 ali več v prihodnjih petih letih, so se leta 2004 nastajajoča/nova podjetja v Sloveniji uvrstila v zgornjo polovico evropskih GEM držav. V primerjavi z letom 2003 so pričakovanja upadla. Leta 2003 je bilo takšnih podjetnikov 16,79%, leta 2004 pa 11,12% (Slika 24).

Kolikšna so sicer zaposlitvena pričakovanja, smo ugotovljali s pomočjo vzorca GEM za pretekla tri leta. Nastajajoči/novi podjetniki pričakujejo naslednje zaposlovanje:

²⁷ Schøtt, T., Bager, T., (2004), Growth expectations by entrepreneurs in nascent firms, baby businesses and mature firms. The Danish Entrepreneurial Situation, GEM 2003, Denmark

²⁸ Nastajajoča podjetja so definirana kot tista, v katerih še niso izplačevali plač ali pa so plače izplačevali manj kot tri mesece, nova podjetja so tista, v katerih plač niso izplačevali dalj kot 42 mesecev.



Slika 27: Nastajajoča/nova podjetja ter ustaljena podjetja, pri katerih je izdelek ali storitev nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce in hkrati je malo ali nič konkurenčnih podjetij

Število novih delovnih mest	Vzorčni %	95%-ni interval zaupanja
Nič	10,53%	(6,12%; 14,93%)
Povečanje za 1 do 5	28,42%	(21,95%; 34,89%)
Povečanje za 6 do 19	19,47%	(13,79%; 25,16%)
Povečanje za 20 ali več	21,58%	(15,68%; 27,48%)

Med nastajajočimi in novimi podjetji ni glede te strukture nobenih statistično značilnih razlik (za vse 4 skupine povečanja števila delovnih mest je $p > 0,05$ in sicer: $p = 0,170$, $p = 0,530$, $p = 0,66$, $p = 0,79$).

Ko si na enak način ogledamo ustaljena podjetja, vidimo, da so njihova pričakovanja precej nižja. Skoraj polovica podjetnikov v naslednjih 5 letih ne namerava zaposlovati. Glede na pričakovan porast števila zaposlenih so ustaljena podjetja porazdeljena tako:

Število novih delovnih mest	Vzorčni %	95%-ni interval zaupanja
Zmanjšanje števila zaposlenih	5,62%	(2,74%; 8,50%)
Nič	49,80%	(43,55%; 56,05%)
Povečanje za 1 do 5	32,13%	(26,29%; 37,97%)
Povečanje za 6 do 19	6,83%	(3,67%; 9,98%)
Povečanje za 20 ali več	5,62%	(2,74%; 8,50%)

Na Sliki 25 je prikazana primerjava povprečnega odstotka podjetnikov med nastajajočimi/novimi ter med ustaljenimi podjetji, glede na vse 4 skupine (pri ustaljenih podjetjih sta kategoriji »zmanjšanje« ter »nič združeni).

Očitno je, da ustaljeni podjetniki z večjo mero previdnosti napovedujejo prirast števila delovnih mest, kot pa nastajajoča/nova podjetja oziroma podjetniki. Zelo podoben je v obeh skupinah podjetnikov edino delež tistih, ki napovedujejo zelo zmerno povečanje – od 1 do 5 novih delovnih mest.

V literaturi obstajajo različne razlage za to, da so podjetniške aspiracije po rasti višje pri nastajajočih/novih podjetnikih, kot pa pri tistih, ki so v podjetništvu že daljši čas.²⁹ Dva osnovna razloga bi lahko bila velik delež novih podjetij, ki ne preživi, in proces učenja. V Sloveniji je razmerje med številom nastajajočih in novih podjetij še posebej neugodno, saj v povprečju preživi le tretjina nastajajočih podjetij. Sprejemljiva pa je tudi razlaga, da posamezniki, ki se vključujejo v podjetništvo, postopoma pridobivajo znanje o podjetništvu in o okolju, ki zniža, »postavi na realna tla«, njihove ambicije. S časom podjetnik pridobiva tako izkušnje kot informacije, ki ga lahko vodijo k zaključku, da odločitve, ki jih je sprejel v preteklosti, niso več primerne in jih torej spremeni.³⁰

Še posebej bi tak »proces učenja« lahko bil tudi vzrok bistveno višjih ocen nastajajočih/novih podjetnikov kot pa ustaljenih podjetnikov, o razvojnih možnostih njihovih podjetij in podjetij glede na razmere na tržišču in na uporabljeno tehnologijo, kar je prikazano v naslednjem poglavju.

3.4 OCENE RAZVOJNIH MOŽNOSTI

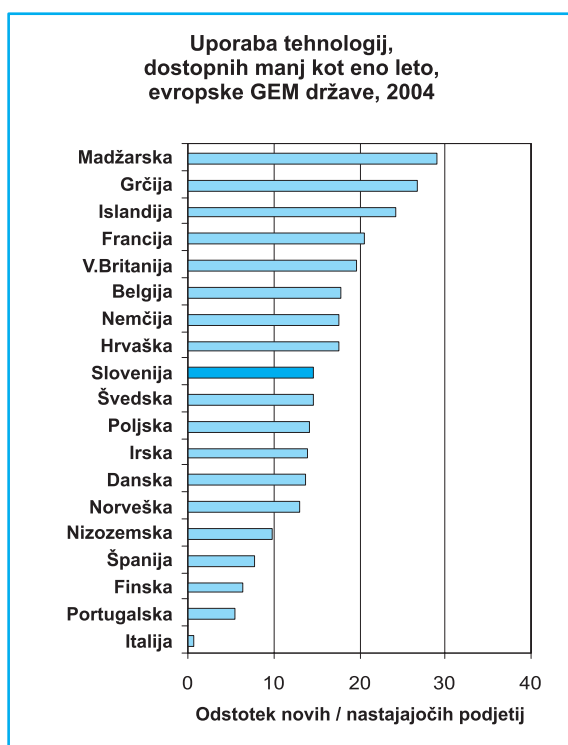
Medtem ko pričakovano povečevanje števila delovnih mest odraža bolj podjetnikove osebne ambicije po rasti, je objektivna možnost podjetij in podjetij za rast povezana tudi z značilnostmi njihovih izdelkov in storitev ter uporabo tehnologij za njihovo izdelavo oziroma izvedbo.

Kriteriji za to, ali ima podjetje oziroma podjetje razvojni potencial, so opredeljeni kot tisti, ki obetajo ustvarjanje novega tržišča oziroma širjenje tržišča in sicer:

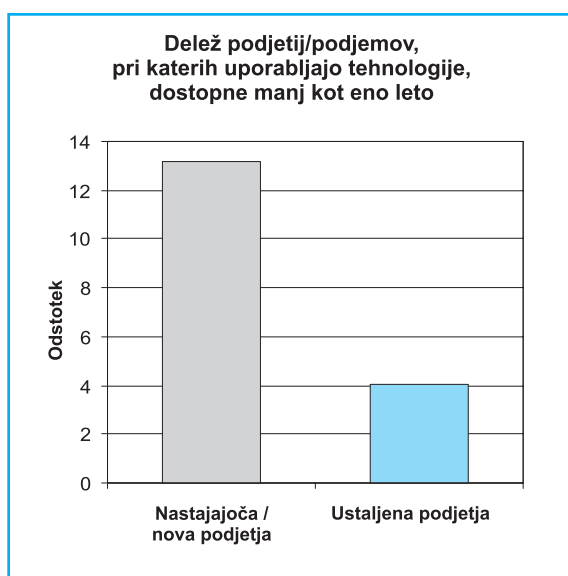
²⁹ Carter, N., Gartner, W.B., Reynolds, P.D., (1997), "Exploring start-up sequences", Journal of Business Venturing, 11, str. 151-166.

Brown, T.E., Kirschhoff, B.A., (1997), "The effects of resource availability and entrepreneurial orientation on firm growth", Frontiers of Entrepreneurship Research, str. 32-46.

³⁰ Delmar, F., Davidsson P., (2003), Firm Size Expectations of nascent Entrepreneurs, Working paper, Joenkeoping International Business School.



Slika 28: Povprečni odstotek podjetnikov na začetku podjetniške poti, pri kateri za proizvodnjo oziroma izvedbo izdelka ali storitve uporabljajo najnovejše tehnologije – evropske GEM države 2004



Slika 29: Nastajajoča/nova podjetja ter ustaljena podjetja, pri katerih uporabljajo tehnologije, dostopne manj kot eno leto – Slovenija

- a) se odvijajo na tržišču, na katerem je malo konkurenčnih ponudnikov, oziroma jih ni
- b) so ponujeni izdelki/storitve med odjemalci novi ali nepoznani
- c) so tehnologije oziroma postopki za njihovo proizvodnjo oziroma izvedbo na voljo manj kot eno leto.

V skladu s tem smo analizirali delež nastajajočih/novih podjetmov in ustaljenih podjetij:

1. pri katerih je njihov izdelek (izdelki) ali storitev (storitve) nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce, HKRATI pa je na tržišču malo ali nič konkurenčnih podjetij;
2. pri katerih pred enim letom še ni bilo na voljo tehnologij za proizvodnjo oziroma izvedbo njihovega izdelka;
3. pri katerih je njihov izdelek (izdelki) ali storitev (storitve) nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce, HKRATI pa je na tržišču malo ali nič konkurenčnih podjetij, HKRATI pa pred enim letom še ni bilo na voljo tehnologij za proizvodnjo oziroma izvedbo njihovega izdelka.

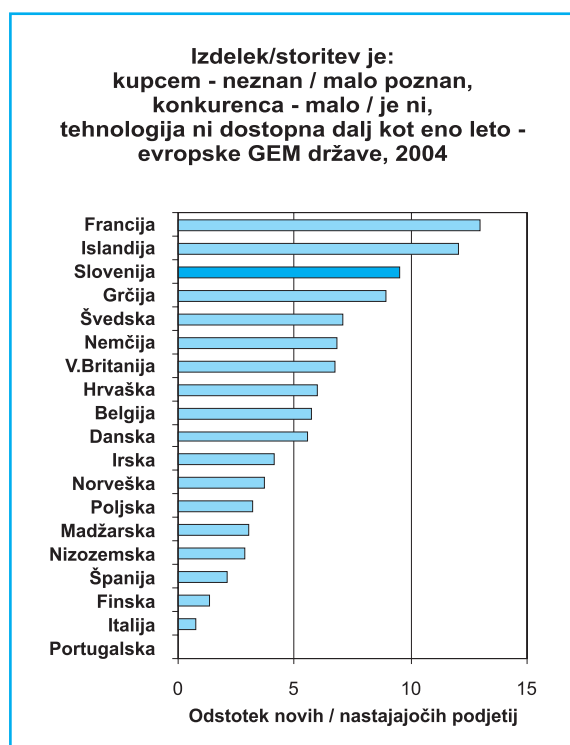
Glede na delež nastajajočih/novih podjetmov, pri katerih njihovi nosilci ocenjujejo, da je izdelek ali storitev nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce in je HKRATI malo ali nič konkurenčnih podjetij, se je Slovenija med evropskimi GEM državami leta 2004 uvrstila na najvišje mesto.

Tako visok odstotek dosežemo tudi, če analiziramo konsolidirane baze nastajajočih/novih podjetnikov za leta 2002, 2003 in 2004 skupaj. V povprečju je 33,68% podjetmov med nastajajočimi in novimi takih, da zgornja trditev velja, s 95% verjetnostjo pa lahko trdimo, da jih je med 26,90% in 40,47%.

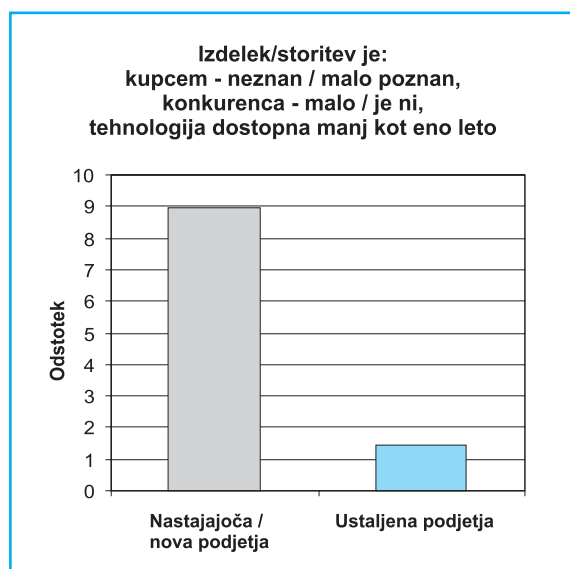
Pri tem pa obstaja statistično značilna razlika ($p=0,00$) med nastajajočimi in novimi podjetji, saj je v povprečju samo 15,79% takih podjetmov med novimi podjetji in kar 41,35% takih podjetmov med nastajajočimi podjetji. Tisti, ki so povsem na začetku podjetniške poti, imajo o svojih produktih in storitvah, ki jih največkrat še ni na trgu, torej izjemno visoko mnenje. Predvidevamo, da je temu tako zaradi slabega poznavanja gospodarske in podjetniške stvarnosti, kar je po eni strani posledica izobraževalnega sistema, ki ljudi ni seznanil z zakonitostmi delovanja kapitalističnega sistema, po drugi strani pa odsotnost zgodovinskega spomina o resničnem delovanju trga, ki so ga zbrisala desetletja socializma.

Ustaljena podjetja so v tem oziru dosti bolj realna, saj jih v povprečju samo 15,2% meni, da imajo takšen izdelek (ali storitev), ki je nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce in je hkrati malo ali nič konkurenčnih podjetij na tržišču, s 95% verjetnostjo pa lahko trdimo, da je takih podjetij med 11,40% in 18,97%. Ustaljena podjetja po tem kriteriju tako izkazujejo statistično značilno nižji ($p=0,000$) razvojni potencial kot nastajajoča/nova podjetja. Razlika med nastajajočimi/novimi ter ustaljenimi podjetji je prikazana na *Sliki 27*.

Slovenski podjetniki so glede uporabe najnovejših tehnologij za proizvodnjo oziroma izvedbo izdelka/storitve bolj kritični. Ocena nastajajočih/novih podjetnikov uvrsti Slovenijo leta 2004 v povprečje evropskih držav, kar je prikazano na *Sliki 28*. Podobno oceno dobimo tudi, če uporabimo podatke iz triletna baze. V povprečju je 13,16% podjetij, pri katerih za izdelek oziroma storitev, ki ga vključujejo, velja, da tehnologije pred enim letom še ni bilo na razpolago, 95% interval zaupanja pa je med 8,31% in 18,01%.



Slika 30: Povprečni odstotek podjetnikov na začetku podjetniške poti, pri katerih je njihov izdelek ali storitev nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce, HKRATI pa je malo ali nič konkurenčnih podjetij, HKRATI pa tehnologije niso dostopne dalj kot eno leto – evropske GEM države 2004



Slika 31: Nastajajoča/nova podjetja ter ustaljena podjetja, pri katerih je njihov izdelek ali storitev nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce, hkrati pa je malo ali nič konkurenčnih podjetij, tehnologije pa niso dostopne dalj kot eno leto – Slovenija

Tako kot pri prejšnjih indikatorjih razvojnega potenciala podjetij, je tudi tukaj odstotek ustaljenih podjetij, ki za proizvodnjo oziroma izvedbo izdelka ali storitve uporabljajo najnovejše tehnologije, precej nižji. V povprečju znaša samo 4,01%, s 95% verjetnostjo pa lahko sklepamo, da je med 1,94% in 6,08%. Ustaljena podjetja tudi po tem kriteriju izkazujejo statistično značilno nižjo ($p=0,000$) oceno razvojnega potenciala kot nastajajoča/nova podjetja. Razlika med nastajajočimi/novimi ter ustaljenimi podjetji je prikazana na *Sliki 29*.

Oglejmo si sedaj še tretjo primerjavo, to je delež podjetij, pri katerih je njihov izdelek ali storitev nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce, hkrati pa je na tržišču malo ali nič konkurenčnih podjetij in pri katerih pred enim letom še ni bilo na voljo tehnologij za proizvodnjo oziroma izvedbo njihovega izdelka.

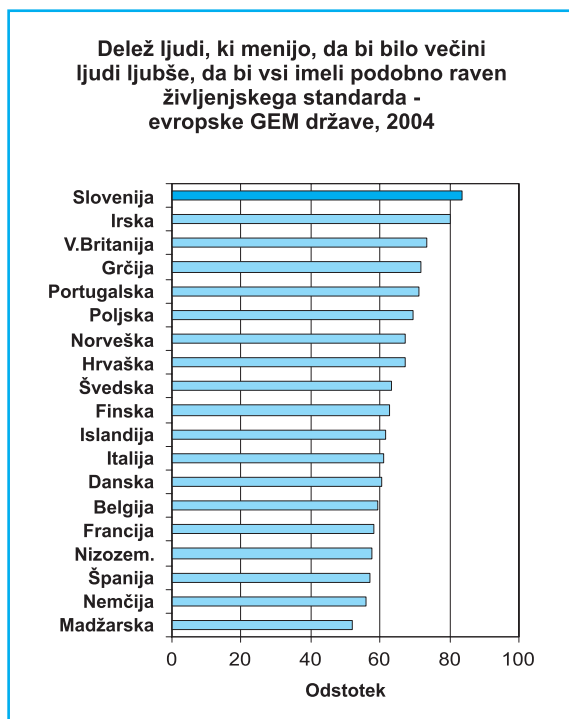
Tudi po tem sestavljenem kriteriju se je Slovenija leta 2004 s povprečjem 9,52% uvrstila tik pod vrh evropskih GEM držav, pred njo sta samo Islandija in Francija (*Slika 30*).

Iz podatkov za vsa tri leta skupaj izhaja, da je med nastajajočimi/novimi podjetji v povprečju 8,95% takih, s 95% verjetnostjo pa lahko sklepamo, da je med 4,85% in 13,01% podjetnikov med nastajajočimi/novimi takih, pri katerih je njihov izdelek ali storitev nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce, hkrati pa je na tržišču malo ali nič konkurenčnih podjetij ter hkrati pred enim letom še ni bilo na voljo tehnologij za proizvodnjo oziroma izvedbo njihovega izdelka.

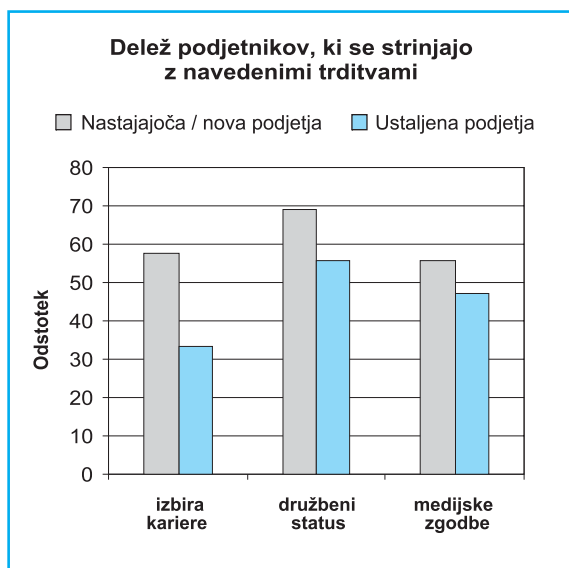
Tako kot pri vseh doslej opisanih kriterijih razvojnega potenciala podjetij, je tudi pri tem kriteriju odstotek podjetij med ustaljenimi podjetji nižji, kot pa je med nastajajočimi/novimi. Odstotek podjetij med ustaljenimi podjetji, pri katerih je njihov izdelek ali storitev nov za nekaj ali za vse stranke oziroma odjemalce, hkrati pa je na tržišču malo ali nič konkurenčnih podjetij, pri čemer pred enim letom še ni bilo na voljo tehnologij za proizvodnjo oziroma izvedbo njihovega izdelka, je namreč v povprečju enak samo 1,43%, s 95% verjetnostjo pa lahko sklepamo, da je med 0,18% in 2,69%.

Ustaljena podjetja tudi po tem kriteriju izkazujejo statistično značilno nižjo ($p=0,000$) oceno razvojnega potenciala kot nastajajoča/nova podjetja. Razlika med nastajajočimi/novimi ter ustaljenimi podjetji je prikazana na *Sliki 31*.

Zaključimo torej lahko, da nastajajoči/novi podjetniki izkazujejo v povprečju veliko višje razvojne ambicije ter oceno svojih razvojnih možnosti, kot pa tisti podjetniki, ki so v podjetništvu že dalj časa. Nujni so torej razmisleki ne samo, kako dvigniti aspiracijske ravni slovenskih podjetnikov, ampak tudi, kako pripomoči k temu, da bodo njihova pričakovanja realna. Vendar pa je treba pri tem vselej računati na to, da je v vsaki sredini določeno število podjetnikov, ki imajo omejene aspiracijske ravni in nikoli ne bodo del prizadevanj za bolj uspešno in učinkovito poslovanje in gospodarsko rast.



Slika 32: Povprečni odstotek prebivalstva v evropskih GEM državah, ki se strinja s trditvijo, da bi bilo večini ljudi v državi ljubše, da bi vsi imeli podobno raven življenjskega standarda – evropske GEM države 2004



Slika 33: Delež podjetnikov, ki se strinjajo z navedenimi trditvami T2, T3 in T4

3.5 VPLIV KULTURNEGA IN DRUŽBENEGA OKOLJA

Osebnostna motiviranost posameznika za vključevanje v podjetništvo, kakor tudi za njegove ambicije na podjetniški poti, je v veliki meri povezana z družbenim in kulturnim okoljem, v katerem te svoje aktivnosti izvaja. Zato smo v raziskavi analizirali mnenja podjetnikov o različnih segmentih kulturnih in družbenih norm, ki bodisi spodbujajo, motivirajo ali pa odvrčajo, zavirajo posameznike pri uresničevanju njihovih podjetniških idej.

V Tabeli 5 je prikazan povprečni odstotek nastajajočih/novih podjetnikov ter ustaljenih podjetnikov, ki so se strinjali s trditvami glede enakosti standarda, primernosti podjetniške kariere, družbenega statusa podjetnikov in odnosa medijev do uspešnih podjetnikov. Podjetniki so z DA ali NE odgovarjali na naslednje trditve:

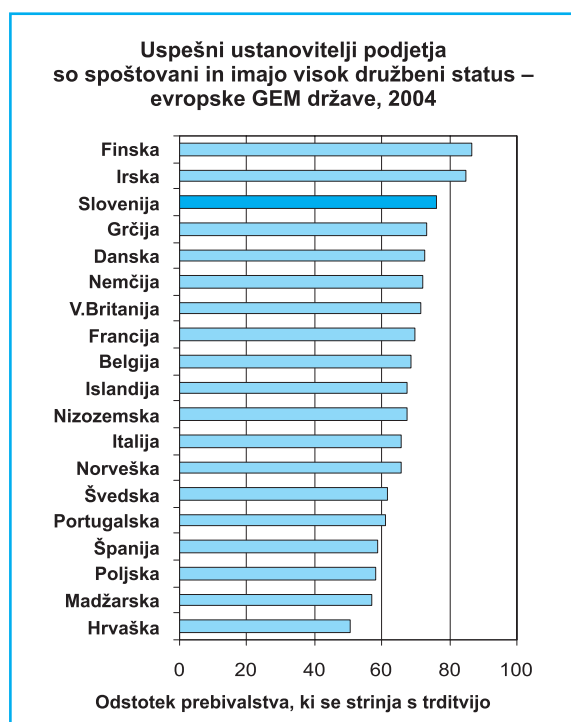
- T1: V Sloveniji bi bilo večini ljudi ljubše, da bi vsi imeli podobno raven življenjskega standarda.
- T2: V Sloveniji večina ljudi smatra ustanovitev novega podjetja za primerno izbiro kariere.
- T3: V Sloveniji so posamezniki, ki so uspešni ustanovitelji podjetja, spoštovani in imajo visok družbeni status.
- T4: V Sloveniji lahko v javnih medijih pogosto vidite zgodbe o uspešnih novih podjetnikih.

	Nastajajoči/novi podjetniki		Ustaljeni podjetniki	
	Vzorčna vrednost	95% intervalna ocena	Vzorčna vrednost	95% intervalna ocena
T1: Enakost standarda	82,69%	72,06%; 93,33%	50,14%	44,87%; 55,41%
T2: Izbira kariere	57,69%	43,80%; 71,58%	33,24%	28,27%; 38,20%
T3: Družbeni status	69,23%	56,26%; 82,21%	55,59%	50,35%; 60,83%
T4: Odnos medijev	55,77%	41,81%; 69,73%	46,99%	41,73%; 52,25%

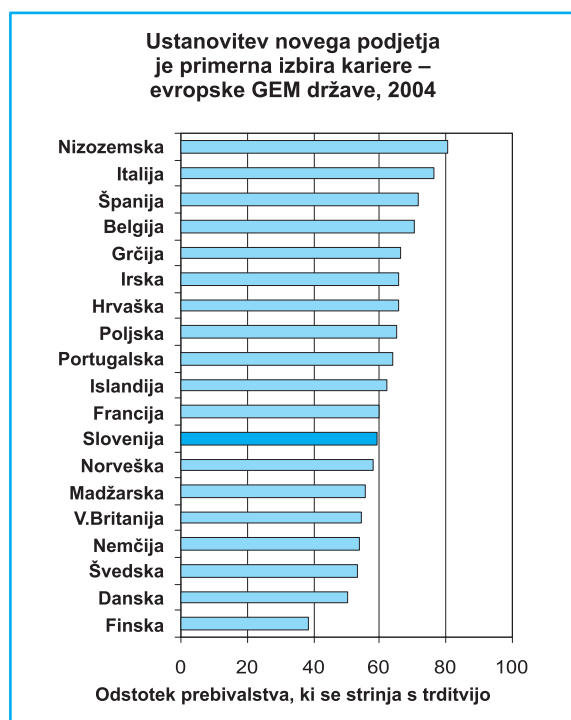
Tabela 5: Strinjanje podjetnikov s trditvami T1 do T4

Visok odstotek tistih med nastajajočimi/novimi podjetniki, ki se strinjajo s trditvijo T1, žal kaže na močno egalitaristično težnjo po izenačenju življenjskega standarda, ki je protipodjetniško naravnana. Ne samo nastajajoči/novi podjetniki, ljudje v Sloveniji so na splošno močno nagnjeni k egalitarizmu glede življenjskega standarda ljudi. Podobno smo ugotavljali že v poročilu o lanskem raziskavi. Leta 2004 se je Slovenija ponovno uvrstila v sam vrh evropskih GEM držav glede odstotka prebivalstva (83,34%), ki se strinja s trditvijo T1, kar je prikazano na Sliki 32.

Da je v Sloveniji podjetniški poklic med nastajajočimi/novimi podjetniki cenjen, izkazuje visok odstotek tistih, ki se strinjajo s trditvami T2, T3 in T4. Ustaljeni podjetniki se v manjši meri kot nastajajoči/novi strinjajo z navedenimi trditvami, kar je prikazano na Sliki 33. Kaže, da tisti, ki se podajajo na podjetniško pot, z večjo mero idealizma gledajo na podjetniško kariero, kot pa ustaljeni podjetniki. Tudi ti rezultati podpirajo tezo o prilagajanju odnosa ljudi do podjetništva, potem ko se dejansko začnejo ukvarjati s podjetništvom (podobno kot to velja za proces pridobivanja novih informacij in izkušenj, ki vodi nastajajoče/nove podjetnike k prilagajanju svojih razvojnih ambicij).



Slika 34: Povprečni odstotek prebivalstva v evropskih GEM državah, ki se strinja s trditvijo, da so posamezniki, ki so uspešni ustanovitelji podjetja, spoštovani in imajo visok družbeni status – evropske GEM države 2004



Slika 35: Povprečni odstotek prebivalstva v evropskih GEM državah, ki se strinja s trditvijo, da večina ljudi smatra ustanovitev podjetja za primerno izbiro kariere – evropske GEM države 2004

Ustaljeni podjetniki v statistično značilnem manjšem deležu kot nastajajoči/novi menijo, da bi bilo večini ljudi ljubše, da bi vsi imeli podobno raven življenjskega standarda ($p=0,000$). Enako velja za trditev, da v Sloveniji večina ljudi smatra ustanovitev novega podjetja za primerno izbiro kariere ($p=0,001$), in za trditev, da so v Sloveniji posamezniki, ki so uspešni ustanovitelji podjetja, spoštovani in imajo visok družbeni status ($p=0,0325$). Ustaljeni podjetniki so najbrž v večji meri srečujejo s situacijami, ki negirajo to trditev, še posebej, če so uspešni. Nastajajoči/novi podjetniki pa ravno nasprotno morda vidijo v tej trditvi pravzaprav cilj, ki ga želijo doseči: imeti uspešno kariero, biti spoštovan, z visokim družbenim statusom. Pri trditvi T4 med obema skupinama podjetnikov ni statističnih razlik ($p=0,150$).

Nastajajoči/novi podjetniki v povprečju zaznavajo večjo družbeno naklonjenost podjetništvu, kot pa ustaljeni podjetniki v Sloveniji, kar je prav tako lahko tudi eden od vzrokov za tako visoke razvojne ambicije in visoko ocenjene razvojne zmožnosti njihovih podjetij, v primerjavi z drugimi GEM državami.

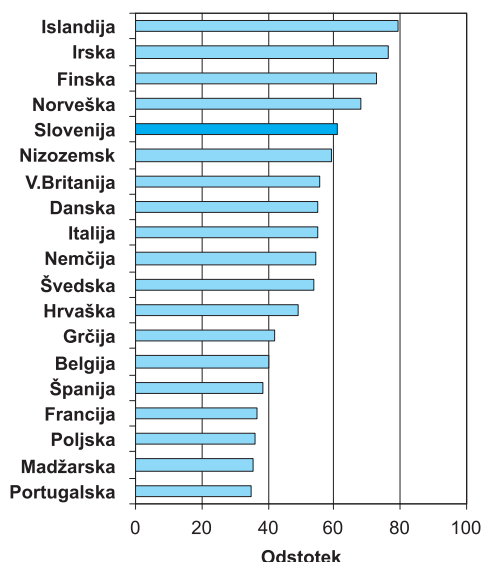
Ko analiziramo mnenja celotnega prebivalstva iz vzorca odrasle populacije, lahko ugotovimo, da imajo ljudje v Sloveniji v primerjavi z drugimi GEM državami dokaj visoko mnenje predvsem o visokem družbenem statusu uspešnih podjetnikov (trditev T3), kar je prikazano na *Sliki 34*. S tem, da je ustanovitev podjetja primerna izbira kariere, pa se v povprečju v Sloveniji strinja manj ljudi, kot v enajstih drugih evropskih GEM državah, kar je prikazano na *Sliki 35*. To, da se ljudje v večji meri strinjajo s tem, da imajo uspešni podjetniki visok družbeni status, kot pa da je ustanovitev podjetja primerna izbira kariere, morda kaže na težavnost slovenskega podjetniškega okolja in na zavedanje o tem, da je podjetniška pot težka.

Visok je tudi odstotek ljudi, ki se v povprečju strinjajo s trditvijo, da so v medijih pogoste zgodbe o uspešnih novih podjetnikih, kjer se je Slovenija med evropskimi GEM državami uvrstila na peto mesto, kar je prikazano na *Sliki 36*. Vendar pa to vprašanje žal ne dopušča zaključka o tem, ali so zgodbe o neuspešnih podjetjih, podjetjih in podjetnikih v medijih prav tako pogosto ali še pogostejše izpostavljene, kot zgodbe o uspešnih.

Vir primarnih podatkov, ki jih pridobiva GEM, so tudi mnenja nacionalnih izvedencev (v Sloveniji jih je leta 2004 sodelovalo 54), ki smo jih pridobili na osnovi vprašalnikov. Nacionalni izvedenci so odgovarjali na vprašanja, ki so se dotikala vseh podjetniških okvirov. S področja kulture, družbenih norm in družbeno zaželenega načina obnašanja in delovanja v slovenski družbi v povezavi s podjetništvom so odgovarjali na dva sklopa vprašanj in sicer:

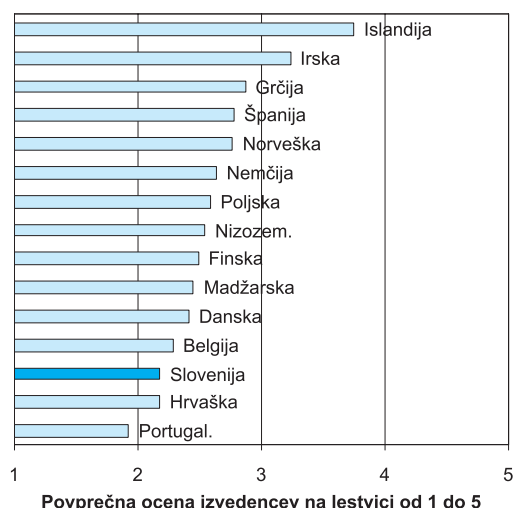
- kulturne in družbene norme – dejavnik spodbujanja podjetniških lastnosti: ali nacionalna kultura podpira individualne uspehe, neodvisnost, avtonomnost in osebno iniciativo, podjetniško prevzemanje rizika, kreativnost in inovativnost ter odgovornost posameznika in ne skupnosti, da obvladuje lastno življenje;
- kulturne in družbene norme – dejavnik spodbujanja motivacije za podjetništvo: ali se ustanovitev novih podjetij razume kot primeren način kako obogateti, ali večina ljudi meni, da je biti podjetnik zaželen izbira kariere, ali so uspešni podjetniki spoštovani in imajo visok družbeni status, ali so v javnih medijih pogoste zgodbe o uspešnih podjetnikih ter ali večina ljudi meni, da so podjetniki strokovni in sposobni posamezniki.

V javnih medijih pogosto vidite zgodbe o uspešnih novih podjetnikih – evropske GEM države, 2004



Slika 36: Povprečni odstotek prebivalstva v evropskih GEM državah, ki se strinja s trditvijo, da je mogoče v javnih medijih pogosto zaslediti zgodbe o uspešnih novih podjetnikih – evropske GEM države 2004

Kulturne in družbene norme – spodbujanje podjetniških lastnosti, evropske GEM države, 2004



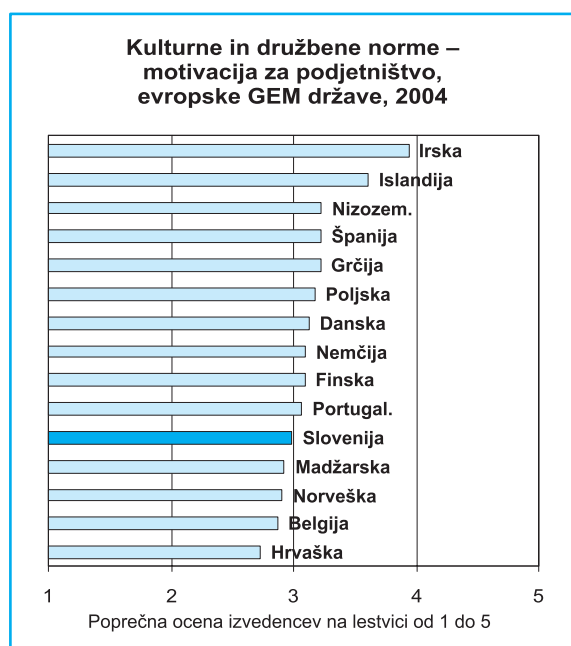
Slika 37: Kulturne in družbene norme – dejavnik spodbujanja podjetniških lastnosti, evropske GEM države 2004

Povzetki odgovorov izvedencev v obliki povprečne ocene izvedencev (strinjanje s trditvijo od 1-popolnoma neresnično do 5-popolnoma resnično) so v Tabeli 6, kjer je za GEM države, ki so v letu 2004 sodelovale v raziskavi, prikazana največja ter najmanjša vrednost ocene, povprečje vseh GEM držav ter vrednost, ki so jo Sloveniji dosodili slovenski nacionalni izvedenci.

Podjetniške lastnosti	max	povprečje	min	Slovenija
V1- V vaši državi nacionalna kultura močno podpira individualne uspehe, ki so bili doseženi z lastnimi napor.	4,70	2,89	1,94	1,98
V2- V vaši državi nacionalna kultura poudarja neodvisnost, avtonomnost in osebno iniciativo.	4,63	2,94	1,92	2,21
V3- V vaši državi nacionalna kultura vzpodbuja podjetniško prevzemanje rizika.	4,63	2,54	1,61	2,00
V4- V vaši državi nacionalna kultura vzpodbuja kreativnost in inovativnost.	4,60	2,90	1,97	2,24
V5- V vaši državi nacionalna kultura poudarja odgovornost posameznika (in ne skupnosti), da obvladuje lastno življenje.	4,33	2,85	2,00	2,51
Motivacija za podjetništvo	max	povprečje	min	Slovenija
U1- V vaši državi se ustanovitev novih podjetij razume kot primeren način kako obogateti.	4,47	3,34	2,29	3,51
U2- V vaši državi večina ljudi meni, da je biti podjetnik zaželena izbira kariere.	4,13	2,99	1,71	3,07
U3- V vaši državi so uspešni podjetniki spoštovani in imajo visok družbeni status.	4,40	2,49	2,64	2,89
U4- V vaši državi lahko v javnih medijih pogosto zasledite zgodbe o uspešnih podjetnikih.	4,44	3,36	2,45	2,57
U5- V vaši državi večina ljudi misli, da so podjetniki strokovni in sposobni posamezniki.	4,48	3,43	2,26	2,96

Tabela 6: Mnenja nacionalnih izvedencev o spodbujanju podjetniških lastnosti in vzpodbujanju motivacije za podjetništvo v družbi.

Posebej na področju kulturnih in družbenih norm kot spodbujevalcev ali zaviralcev podjetniških lastnosti, so ocene slovenskih izvedencev izrazito neugodne – pri vseh trditvah je njihova ocena bistveno nižja od povprečja, ki velja za vse GEM države. V primerjavi z evropskimi GEM državami (podatki za 15 sodelujočih držav) se je Slovenija pri treh trditvah (V1, V2 in V4) uvrstila na predzadnje mesto (pri vseh treh trditvah je na zadnjem mestu Portugalska). Pri trditvah V3 in V5 pa se je Slovenija uvrstila na 15. mesto. Tudi v primerjavi z državami, s katerimi delimo komunistično preteklost, je položaj v Sloveniji večinoma ocenjen slabše. Tako Madžarska kot Poljska sta pri večini trditev uvrščeni v zgornjo polovico evropskih GEM držav, medtem ko je Hrvaška pri prvih štirih trditvah uvrščena tik pred Slovenijo, le pri trditvi V5 je Hrvaška na zadnjem mestu med evropskimi GEM državami. Pri ocenjevanju celotnega sklopa kulturnih in družbenih norm (tvorili smo sestavljeno spremenljivko z metodo glavnih komponent) se je Slovenija uvrstila na rep evropskih GEM držav, kar je prikazano na Sliki 37, v



Slika 38: Kulturne in družbene norme – dejavnik spodbujanja motivacije za podjetništvo, evropske GEM države 2004

vrh pa Islandija in Irska, ki sta po več merilih tudi podjetniško najuspešnejši državi v Evropi.

Nekoliko drugačno sliko pa kažejo ocene izvedencev glede spodbujanja družbe in okolja v Sloveniji za motiviranost za podjetništvo. V svetovnem merilu je pri trditvah U1 in U2 Slovenija uvrščena v zgornjo polovico držav, v evropskem merilu pa na 3. oziroma 6. mesto, pred Madžarsko in Hrvaško, ter deloma tudi pred Poljsko. Pri trditvah U3, U4 in U5 je Slovenija uvrščena na 13., 12. oziroma 11. mesto med evropskimi GEM državami, vendar pred Hrvaško in Madžarsko, pri vseh treh trditvah pa za Poljsko. Vrednost sestavljene spremenljivke, ki ocenjuje celoten sklop kulturnih in družbenih norm kot dejavnika spodbujanja motivacije za podjetništvo, je za evropske GEM države prikazana na *Sliki 38*.

Med evropskimi GEM državami so nacionalni izvedenci najvišji oceni ponovno prisodili Irski in Islandiji.

Po mnenju slovenskih izvedencev so prav opisane kulturne in družbene norme najšibkejši člen razvoja slovenskega podjetništva, saj jih je kar 44,4% v osebnih razgovorih navedlo kot prvi najpomembnejši dejavnik, ki zavira podjetniško aktivnost v Sloveniji. Prednosti in slabosti podjetniškega okolja v Sloveniji na tem področju, kot tudi pomembnost ustvarjanja pozitivnega odnosa do podjetništva, so opisani tudi v četrtem in petem poglavju.

Kulturne in družbene norme ter vrednote, ki vključujejo pozitiven in spodbuden odnos do podjetnikov v družbi, so močno povezane s podjetniškimi aspiracijami po rasti. V Sloveniji so nastajajoči/novi podjetniki zelo visoko ocenili tiste komponente kulturnih in družbenih norm, ki spodbujajo motivacijo za podjetniško delovanje (T2 - izbira kariere, T3 - družbeni status, T4 - odnos medijev), tako da lahko del njihovih zelo visokih ambicij (v primerjavi z ustaljenimi slovenskimi podjetniki ter v primerjavi z nastajajočimi/novimi podjetniki v drugih evropskih GEM državah) gotovo pripišemo tudi temu dejstvu. Kot kažejo odgovori nacionalnih izvedencev, pa so kulturne in družbene norme, ki vladajo v Sloveniji, manj naklonjene spodbujanju podjetniških lastnosti. Visoke podjetniške aspiracije po rasti, ki jih imajo nastajajoči/novi podjetniki, se s časom nižajo in so pri ustaljenih podjetnikih bistveno nižje. Vzrok za to bi prav lahko bil prav razkorak med visokimi željami, ki jih lahko ustvari visoka stopnja motivacije za podjetništvo v družbi, če hkrati družba v zelo visoki meri ni naklonjena tudi spodbujanju podjetniških lastnosti, kot so spodbujanje individualnih uspehov, neodvisnosti, avtonomnosti in osebne iniciative, spodbujanje prevzemanja tveganja, kreativnosti, inovativnosti ter poudarjanje odgovornosti posameznika in ne skupnosti, da obvladuje lastno življenje. Takšen zaključek je podprt tudi z dejstvom o visoki stopnji umrljivosti nastajajočih podjetij v Sloveniji.

4 PODJETNIŠKO OKOLJE V SLOVENIJI

Na podjetniško aktivnost vpliva vrsta dejavnikov, ki posredno ali neposredno oblikujejo razmere za ustanavljanje novih podjetij in njihovo rast. Okvirne pogoje za podjetništvo sestavljajo (1) razpoložljivost različnih finančnih virov za nova in rastoča podjetja, (2) zasnovanost in vodenje vladne politike, (3) izvajanje vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva, (4) razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo, (5) obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso, (6) kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja, (7) odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, (8) dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij, ter (9) kulturne in družbene norme, ki podpirajo ali zavirajo podjetniško aktivnost.

V raziskavi GEM proučujemo kakovost omenjenih pogojev na osnovi osebnih razgovorov z nacionalnimi izvedenci in standardiziranega vprašalnika, ki ga prav tako izpolnjujejo izvedenci. Leta 2004 je vprašalnik izpolnilo 54 izvedencev, razgovore pa smo opravili z 18 izvedenci, za katere smo na osnovi njihovih dosedanjih podjetniških aktivnosti, profesionalnosti, znanja in ugleda sodili, da lahko prispevajo k razumevanju podjetništva v Sloveniji.

4.1 POGOJI ZA PODJETNIŠTVO

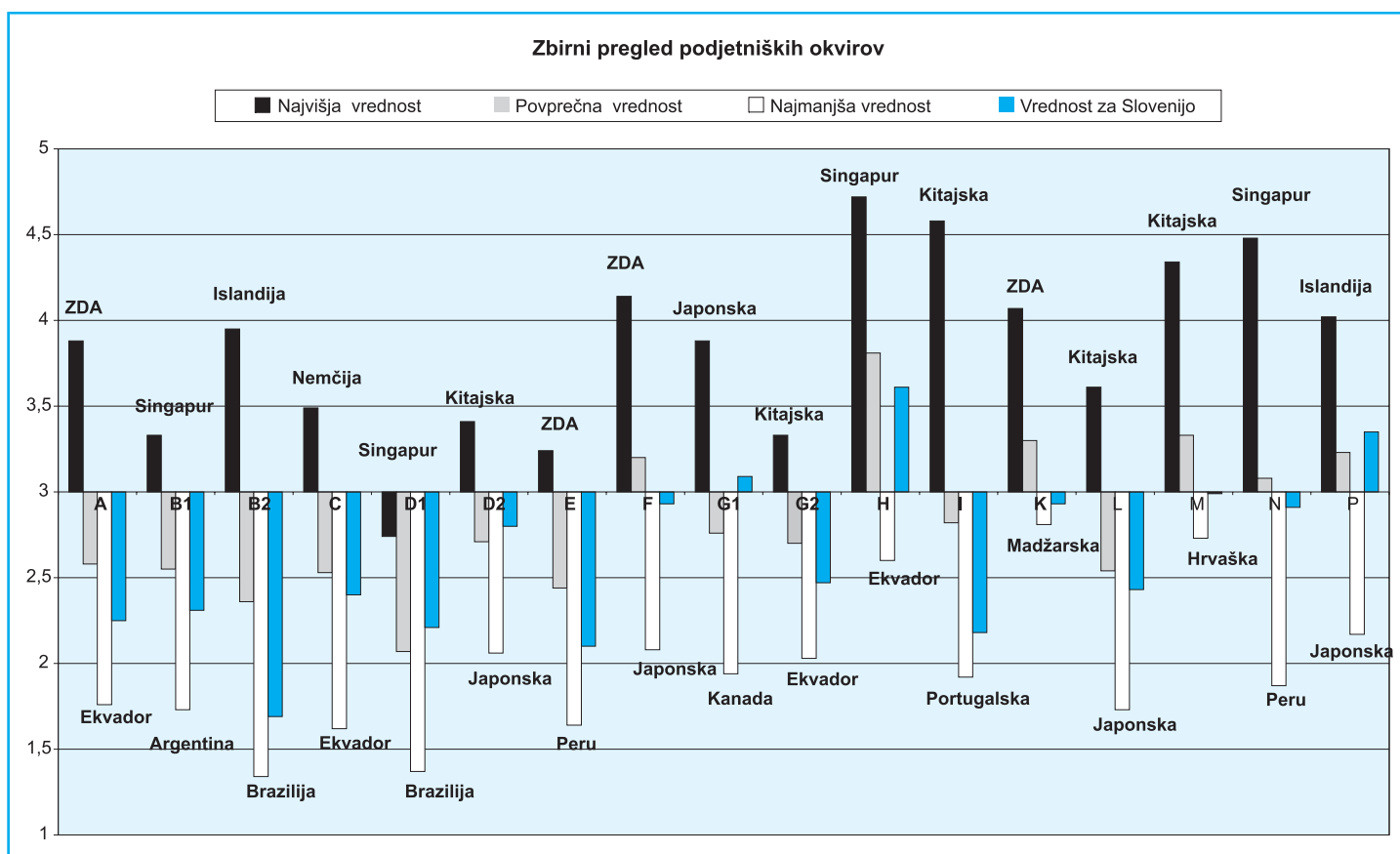
Oceno podjetniških okvirov smo dobili tako, da smo z vprašalnikom proučili, kako so se izvedenci na lestvici od 1 do 5 strinjali s 77 trditvami, ki opisujejo podjetniške okvire. Kot je razvidno iz *Slike 39*, ki prikazuje povprečne ocene posameznih podjetniških okvirov v Sloveniji ter njihove največje in najmanjše vrednosti v GEM državah, so izvedenci zelo kritično ocenili podjetniško okolje v Sloveniji: podjetniškim okvirom so na lestvici od 1 do 5 dodelili povprečno oceno 2,63. Najnižjo oceno (1,69) so si prislužile vladne politike na področju regulative, najvišjo (3,61) pa dostop do fizične infrastrukture.

V Sloveniji so sodeč po rezultatih vprašalnika najbolj urejeni podjetniški okviri dostop do fizične infrastrukture (povprečna ocena 3,61), odnos do žensk v podjetništvu (3,35) in hitrost sprememb na notranjem trgu (3,09), najslabše urejeni podjetniški okviri pa so vladne politike na področju regulative (1,69), prenos raziskav in razvoja (2,10), kulturne in družbene norme (2,18) ter izobraževanje v osnovnih in srednjih šolah (2,21). Rezultati se ne razlikujejo bistveno od izsledkov raziskav GEM 2002 in GEM 2003.

Tudi v številnih drugih GEM državah izvedenci kritično ocenjujejo pogoje za podjetništvo v svoji državi. Povprečna ocena podjetniških okvirov je v celotnem GEM vzorcu 2,82 od možnih 5,00, pri čemer se ocene gibljejo med 1,37 za izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah v Braziliji in 4,72 za dostop do fizične infrastrukture v Singapurju.

Če primerjamo mnenja slovenskih izvedencev o posameznih okvirih za podjetništvo v Sloveniji z mnenji izvedencev drugih GEM držav o podjetniških okvirjih v njihovi državi,³¹ vidimo, da so slovenski izvedenci najbolj kritični do vladnih politik na področju regulative, kulturnih in družbenih norm, zaznavanja poslovnih priložnosti, podjetniških zmogljivosti na področju motivacije ter prenosa raziskav in razvoja v Sloveniji.

31 Pri soočanju ocen, pridobljenih na osnovi mnenj nacionalnih izvedencev v GEM državah, je treba vedeti, da te niso neposredno primerljive, kadar gre za rangiranje držav. So pa odličen kazalnik kritičnosti nacionalnih izvedencev do določenega podjetniškega okvira v njihovi državi.



Slika 39: Ocene podjetniških okvirov v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2004

Opomba: A–Financijska podpora, B1–Vladne politike (podpora), B2–Vladne politike (regulativa), C–Vladni programi, D1–Izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah, D2–Izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli, E–prenos raziskav in razvoja, F–Poslovna in strokovna infrastruktura, G1–Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu (hitrost sprememb), G2–Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu (vstopne ovire), H–Dostop do fizične infrastrukture, I–Kulturne in družbene norme, K–Zaznavanje poslovnih priložnosti, L–Podjetniške zmogljivosti – usposabljanje, M–Podjetniške zmogljivosti – motivacija, N–zaščita intelektualne lastnine, P–Odnos do žensk v podjetništvu

Slovenski izvedenci vrednotijo višje odnos do žensk v podjetništvu, izobraževanje ter hitrost sprememb pri odprtosti in konkurenčnosti na notranjem trgu v Sloveniji kot v povprečju nacionalni izvedenci v drugih GEM državah. Najmanj kritično so slovenski izvedenci ocenili hitrost sprememb pri odprtosti in konkurenčnosti na notranjem trgu, saj je povprečna ocena v Sloveniji 3,09, medtem ko je povprečje v GEM državah 2,76. Manj kritično kot slovenski izvedenci v Sloveniji so ta okvir v svoji državi ocenili le izvedenci na Japonskem, Kitajskem, na Hrvaškem, v Argentini in na Madžarskem.

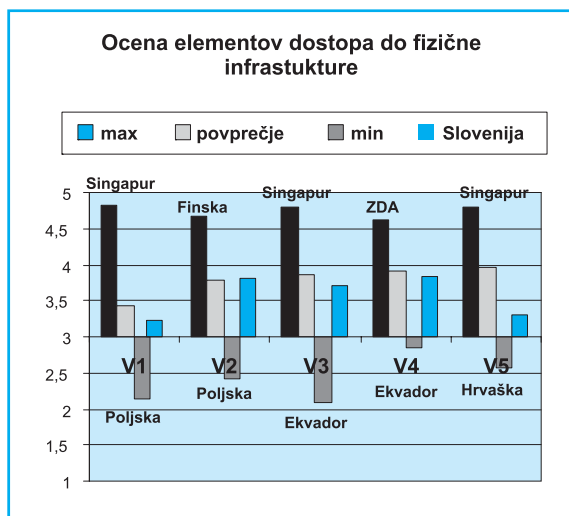
Čprav izvedenci kritično ocenjujejo podjetniško okolje v Sloveniji, pa pregled rezultatov standardiziranega vprašalnika kaže na relativno velik razpon ocen, ki so jih izvedenci dodelili posameznim trditvam, ki opisujejo posamezen podjetniški okvir. Razpon ocen se giblje od 1,33, da lahko v Sloveniji nova in rastoča podjetja pridobijo različne vrste vladne podpore pri eni agenciji, na enem mestu, in do 4,15 za trditev, da imajo ženske enako raven znanja in veščin za ustanovitev novega podjetja kot moški. To je razvidno iz *Tabele 7*, kjer smo zbrali deset trditev, ki so jim slovenski izvedenci v povprečju dodelili najvišjo oceno, in deset trditev, ki so jim dodelili najnižjo oceno.

Sodeč po podatkih v *Tabeli 7* je najbolje urejen podjetniški okvir v Sloveniji dostop do fizične infrastrukture: med desetimi trditvami, s katerimi so se izvedenci najbolj strinjali, najdemo štiri takšne, ki so povezane z razpoložljivostjo in težavnostjo dostopa do fizičnih virov po cenah, ki ne diskriminirajo novih, malih in rastočih podjetij (glejte tudi *Sliko 40*).

	Deset najvišje ocenjenih trditev v Sloveniji	Najvišja vrednost	Povprečna vrednost GEM	Najmanjša vrednost	Vrednost za Slovenijo
P05	V Sloveniji imajo ženske enako raven znanja in veščin za ustanovitev novega podjetja kot moški.	4,24 (Hrvaška)	3,67	2,13 (Japonska)	4,15
H04	V Sloveniji nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške osnovnih potrebščin (plin, voda, elektrika, kanalizacija).	4,62 (ZDA)	3,91	2,86 (Ekvador)	3,83
H02	V Sloveniji dober dostop do komunikacij (telefon, Internet ipd.) za nova ali rastoča podjetja ni predrag.	4,67 (Finska)	3,79	2,41 (Poljska)	3,80
H03	V Sloveniji potrebuje novo ali rastoče podjetje za dober dostop do komunikacij (telefon, Internet ipd.) približno teden dni.	4,81 (Singapur)	3,86	2,08 (Ekvador)	3,71
P02	V Sloveniji je ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva kariera za žensko.	4,36 (Islandija)	3,50	2,38 (Japonska)	3,54
M01	V Sloveniji se ustanovitev novih podjetij razume kot primeren način kako obogateti.	4,47 (Kitajska)	3,34	2,29 (Japonska)	3,51
F04	V Sloveniji nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre in strokovne pravne ter računovodske storitve.	4,52 (ZDA)	3,64	2,33 (Japonska)	3,36
P04	V Sloveniji imajo ženske dostop do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja kot moški.	4,00 (Kitajska)	3,07	2,25 (Japonska)	3,35
F05	V Sloveniji nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre bančne storitve (transakcijski računi, plačilni promet s tujino, kreditne garancije ipd.)	4,36 (Finska)	3,5	1,67 (Japonska)	3,32
H05	V Sloveniji lahko novo ali rastoče podjetje pridobi dostop do priključkov na plin, vodo, elektriko in kanalizacijo v približno mesecu dni.	4,81 (Singapur)	3,95	2,58 (Hrvaška)	3,31

	Deset najnižje ocenjenih trditev v Sloveniji	Najvišja vrednost	Povprečna vrednost GEM	Najmanjša vrednost	Vrednost za Slovenijo
B04	V Sloveniji lahko nova podjetja dobijo večino potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni.	4,13 (Islandija)	1,98	1,11 (Brazilija)	1,33
B05	V Sloveniji višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja.	3,77 (Singapur)	2,41	1,17 (Brazilija)	1,64
A06	V Sloveniji je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic.	3,90 (ZDA)	2,35	1,52 (Argentina)	1,70
C01	V Sloveniji lahko nova in rastoča podjetja pridobijo različne vrste vladne podpore pri eni agenciji, na enem mestu.	3,45 (Španija)	2,25	1,22 (Ekvador)	1,81
A05	V Sloveniji je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, ki jih zagotavljajo rizični kapitalisti.	3,90 (ZDA)	2,51	1,53 (Ekvador)	1,90
B06	V Sloveniji se davčna in ostala vladna regulativa za nova in rastoča podjetja uporablja na predvidljiv in konsistenten način.	4,23 (Singapur)	2,68	1,69 (Poljska)	1,91
E01	V Sloveniji se nova tehnološka, znanstvena in druga znanja uspešno prenašajo z univerz in javnih raziskovalnih centrov v nova in rastoča podjetja.	3,71 (ZDA)	2,31	1,68 (Nizozemska)	1,94
E02	V Sloveniji imajo nova in rastoča podjetja povsem enako možnost dostopa do novih raziskovalnih spoznanj in tehnologij kot velika uveljavljena podjetja.	3,32 (Kitajska)	2,27	1,53 (Brazilija)	1,98
A04	V Sloveniji je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, ki jih zagotavljajo zasebniki (ki niso tudi ustanovitelji podjetja).	4,14 (ZDA)	2,43	1,69 (Poljska)	1,98
I01	V Sloveniji nacionalna kultura močno podpira individualne uspehe, ki so bili doseženi z lastnimi napori.	4,70 (Kitajska)	2,89	1,94 (Portugalska)	1,98

Tabela 7: Deset najvišje in najniže ocenjenih trditev o podjetniškem okolju v Sloveniji leta 2004



- V1** V Sloveniji fizična infrastruktura (ceste, zgradbe, komunikacije, zbiranje odpadkov) zagotavlja dobro podporo za nova in rastoča podjetja.
- V2** V Sloveniji dober dostop do komunikacij (telefon, Internet ipd.) za nova ali rastoča podjetja ni predrag.
- V3** V Sloveniji potrebuje novo ali rastoče podjetje za dober dostop do komunikacij (telefon, Internet ipd.) približno teden dni.
- V4** V Sloveniji nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške osnovnih potrebščin (plin, voda, elektrika, kanalizacija).
- V5** V Sloveniji lahko novo ali rastoče podjetje pridobi priključek na plin, vodo, elektriko in kanalizacijo v približno mesecu dni.

Slika 40: Ocene elementov dostopa do fizične infrastrukture v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2004

Med desetimi trditvami z najvišjimi povprečnimi ocenami v Sloveniji najdemo še odnos do žensk v podjetništvu, podjetniške zmogljivosti (motivacija) ter dostop do poslovne in strokovne infrastrukture. Izvedenci menijo, da načeloma drži, da je v Sloveniji ustanovitev podjetja za žensko družbeno sprejemljiva kariera, da imajo ženske dostop do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja kot moški, da se ustanovitev novih podjetij v Sloveniji razume kot primeren način, kako obogateti ter, da nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre bančne storitve.

Med desetimi trditvami z najnižjimi povprečnimi ocenami v Sloveniji pa najdemo tiste, ki se nanašajo na vladne politike, finančno podporo, vladne programe, prenos raziskav in razvoja ter na kulturne in družbene norme. Med njimi so izvedenci najpogostejše (3-krat) izpostavili elemente vladne politike - regulativa (glejte tudi *Slika 43*) in finančne podpore (*Slika 41*). Pri slednji so ocene pod povprečjem GEM držav pri vseh elementih finančne podpore, razen pri trditvi, da je v Sloveniji dovolj dolžniških virov financiranja za nova in rastoča podjetja. Najbolj kritični so izvedenci do trditve, da v Sloveniji višina davkov ne predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja, da je za ta podjetja dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic, in dovolj finančnih virov, ki jih zagotavljajo rizični kapitalisti.

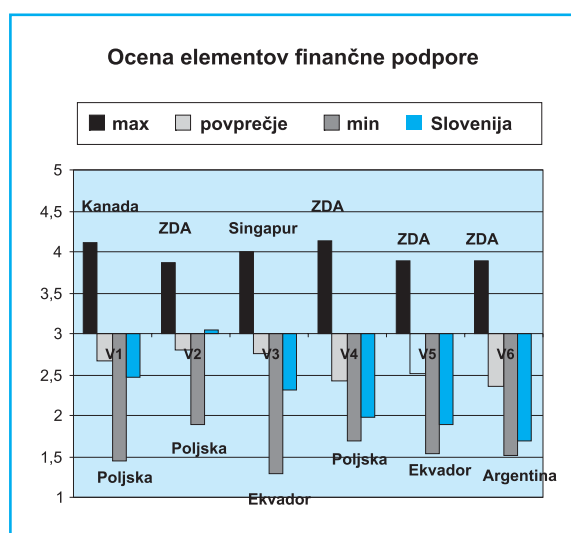
Če primerjamo mnenja slovenskih izvedencev o resničnosti trditve v Sloveniji z mnenji drugih nacionalnih izvedencev o resničnosti trditve v njihovi državi (*Tabela 8*), lahko zaključimo, da slovenski izvedenci bistveno bolj kritično ocenjujejo resničnost naslednjih trditve za Slovenijo: nacionalna kultura močno podpira individualne uspehe, ki so bili doseženi z lastnimi napor, višina davkov ne predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja, nacionalna kultura poudarja neodvisnost, avtonomnost in osebno iniciativo ter uspešni podjetniki so spoštovani in imajo visok družbeni status.

Slovenski izvedenci se bolj kot izvedenci v drugih GEM državah strinjajo s trditvijo, da imajo ženske v njihovi državi enako raven znanja in veščin za ustanovitev novega podjetja kot moški: tej trditvi so dodelili četrto najvišjo oceno med vsemi državami GEM. Med ostalimi trdit-

Deset najvišje ocenjenih trditve glede na ocene ostalih držav		Povprečna ocena za Slovenijo	Rang Slovenije
P05	V Sloveniji imajo ženske enako raven znanja in veščin za ustanovitev novega podjetja kot moški.	4,15	4/30
D03	V Sloveniji poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij.	2,08	5/30
G02	V Sloveniji se medpodjetniški trg blaga in storitev dramatično spreminja iz leta v leto.	3,12	5/30
D05	V Sloveniji je poslovno in managersko izobraževanje na ravni, ki zagotavlja dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in rast novih podjetij.	3,15	7/30
G01	V Sloveniji se trg potrošniškega blaga in storitev dramatično spreminja iz leta v leto.	3,02	7/30
P04	V Sloveniji imajo ženske dostop do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja kot moški.	3,35	8/30
C04	V Sloveniji so ljudje, ki delajo za vladne institucije, strokovno usposobljeni in uspešni pri podpiranju novih in rastočih podjetij.	2,72	9/30
D02	V Sloveniji poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno poznavanje načel tržnega gospodarstva.	2,31	9/30
A02	V Sloveniji je na razpolago dovolj dolžniških virov financiranja za nova in rastoča podjetja.	3,04	10/30
M01	V Sloveniji se ustanovitev novih podjetij razume kot primeren način kako obogateti.	3,51	10/30

Deset najnižje ocenjenih trditev glede na ocene ostalih držav		Povprečna ocena za Slovenijo	Rang Slovenije
I01	V Sloveniji nacionalna kultura močno podpira individualne uspehe, ki so bili doseženi z lastnimi napori.	1,98	29/30
B05	V Sloveniji višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja.	1,64	28/30
I02	V Sloveniji nacionalna kultura poudarja neodvisnost, avtonomnost in osebno iniciativo.	2,21	28/30
M03	V Sloveniji so uspešni podjetniki spoštovani in imajo visok družbeni status.	2,89	28/30
A05	V Sloveniji je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, ki jih zagotavljajo rizični kapitalisti.	1,9	27/30
G03	V Sloveniji nova in rastoča podjetja z lahkoto vstopajo na nova tržišča.	2,44	27/30
H05	V Sloveniji lahko novo ali rastoče podjetje pridobi priključek na plin, vodo, elektriko in kanalizacijo v približno mesecu dni.	3,31	27/30
K04	V Sloveniji lahko posamezniki brez težav izkoriščajo poslovne priložnosti.	2,52	27/30
M04	V Sloveniji lahko v javnih medijih pogosto zasledite zgodbe o uspešnih podjetnikih.	2,57	27/30
E01	V Sloveniji se nova tehnološka, znanstvena in druga znanja uspešno prenašajo z univerz in javnih raziskovalnih centrov v nova in rastoča podjetja.	1,94	26/30

Tabela 8: Deset najvišje in najnižje ocenjenih trditev o podjetniškem okolju v Sloveniji leta 2004 glede na mesto med GEM državami



- V1 V Sloveniji je na razpolago dovolj lastniških virov financiranja za nova in rastoča podjetja.
V2 V Sloveniji je na razpolago dovolj dolžniških virov financiranja za nova in rastoča podjetja.
V3 V Sloveniji je na razpolago dovolj državnih subvencij za nova in rastoča podjetja.
V4 V Sloveniji je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, ki jih zagotavljajo zasebniki (ki niso tudi ustanovitelji podjetja).
V5 V Sloveniji je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, ki jih zagotavljajo rizični kapitalisti.
V6 V Sloveniji je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic.

Slika 41: Ocene elementov finančne podpore v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2004

vami, ki jim slovenski izvedenci priznavajo večjo veljavnost v Sloveniji kot drugi GEM izvedenci v njihovi državi, sta še trditvi, da zagotavlja poučevanje v osnovnih in srednjih šolah v Sloveniji primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij in da se medpodjetniški trg blaga in storitev pri nas dramatično spreminja iz leta v leto, ter trditve o ustreznosti poslovnega in managerskega izobraževanja managerjev za ustanovitev in rast novih podjetij ter o dramatičnem spreminjanju trga potrošniškega blaga in storitev.

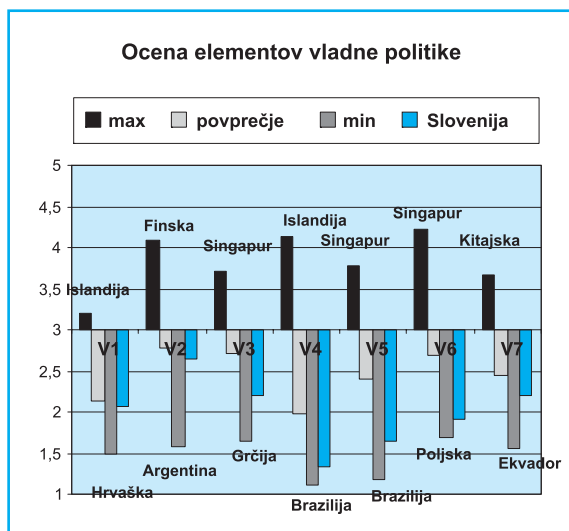
Ker smo podjetniškimi okvirom veliko pozornost namenili v poročilih raziskav GEM 2002 in GEM 2003, bomo v nadaljevanju izpostavili tiste, ki so bili leta 2004 po mnenju izvedencev v Sloveniji najslabše urejeni. Pozornost bomo posvetili vladnim politikam, prenosu raziskav in razvoja ter izobraževanju v osnovnih in srednjih šolah, saj o kulturnih in družbenih normah podrobno pišemo v tretjem poglavju tega poročila.

Vladne politike

Po oceni izvedencev so najšibkejši člen pri razvoju podjetništva v Sloveniji vladne politike. Kritičen je deležna predvsem vladna regulativa na področju podjetništva, saj so izvedenci trditvam, ki jih opisujejo (to so trditve V4-V7 s *Slike 42*), dodelili najnižje ocene: od 1,33 (za trditev V4) do 2,19 (trditev V7). Izvedenci ne štejejo podpiranja novih in rastočih podjetij za stvarno prioriteto niti na nacionalni niti na lokalni ravni. Prav tako menijo, da Slovenija ni prijazna do novih podjetij, ki ne morejo dobiti večine potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni, da davčna in ostala vladna regulativa nista predvidljivi in konsistentni, ter da višina davkov predstavlja breme za nova in rastoča podjetja.

Z nekoliko višjimi ocenami ocenjujejo izvedenci vladno podporo (trditve V1-V3 na *Sliki 42*). Tukaj najvišje ocenjujejo trditev, da postavlja nacionalna državna politika v Sloveniji podpiranje novih in rastočih podjetij za svojo bistveno prioriteto (s povprečno oceno 2,65).

Oceno vladne podpore in vladne regulative v Sloveniji je mogoče razumeti na eni strani kot priznanje nekaterim dosežkom vlade pri vodenju industrijske politike ter na drugi strani kot kritiko zaradi



- V1** V Sloveniji državne politike (npr. javni razpisi) dosledno favorizirajo nova podjetja.
- V2** V Sloveniji nacionalna državna politika postavlja podpiranje novih in rastočih podjetij kot svojo bistveno prioriteto.
- V3** V Sloveniji politika v občinah in upravnih enotah postavlja podpiranje novih in rastočih podjetij za svojo bistveno prioriteto.
- V4** V Sloveniji lahko nova podjetja dobijo večino potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni.
- V5** V Sloveniji višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja.
- V6** V Sloveniji se davčna in ostala vladna regulativa za nova in rastoča podjetja uporablja na predvidljiv in konsistenten način.
- V7** V Sloveniji so državne politike, ki podpirajo nova in rastoča podjetja, uspešne.

Slika 42: Ocene elementov vladne politike v Sloveniji leta 2004 v primerjavi z GEM državami

odsotnosti celovite politike podjetništva in nedoslednosti pri uresničevanju razposlojljivih instrumentov in sprejetih ukrepov za spodbujanje podjetništva.

V Sloveniji težko govorimo o celoviti in transparentni podjetniški politiki. Težišče nosilcev ekonomske politike je na makroekonomski politiki, kar je z vidika reševanja makroekonomskih problemov tranzicije ter izpolnjevanja kriterijev za vključitev Slovenije v Evropsko unijo in Evropsko monetarno unijo sicer pričakovano. Vendar pa lahko zanemarjanje podjetništva (posredno) pomembno vpliva tudi na izpolnjevanje teh kriterijev, saj številne raziskave in praksa držav s spodbujanjem podjetništva jasno poudarjajo pomen podjetništva za gospodarsko rast in razvoj ter družbeno blaginjo v državi. Zato ni dovolj, da so se nosilci ekonomske politike za podporo nastajanju novih podjetij oziroma pospeševanja podjetništva opredelili na deklarativni ravni. Bolj pomembno je, da postane spodbujanje podjetništva prioriteta pri izvajanju vsakodnevnih ukrepov na nacionalnem in lokalnem nivoju. Korak v tej smeri lahko pomeni leta 2004 sprejeti nov *Zakon o podpornem okolju za podjetništvo*, ki zdaj služi kot podlaga za vodenje podjetniške politike.

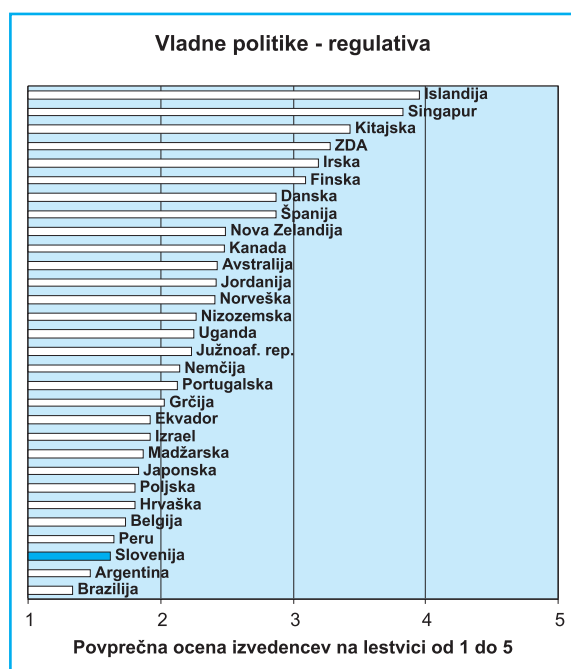
Pereč problem Slovenije pa niso sprejeta zakonodaja in programi za podporo podjetništva, saj so ti po količini in vsebini povečini podobni tistim, ki jih izvajajo v (razvitih) evropskih državah. Tako imamo v Sloveniji dokumente, ki priznavajo podjetništvu mesto pri zagotavljanju razvoja, uvajanju strukturnih sprememb in izboljševanju konkurenčne sposobnosti slovenskega gospodarstva. Naj naštejemo nekatere:

- *Strategija razvoja MSP in podjetništva* (2001) in *Strategija gospodarskega razvoja Slovenije 2001-2006* navajata številne ukrepe, ki bi jih za spodbujanje MSP in podjetništva morala izvajati država.
- S podpisom *Mariborske deklaracije* je Slovenija leta 2002 pristopila k izvajanju *Večletnega programa za podjetja in podjetništvo, predvsem za mala in srednje velika podjetja 2001-2005* ter se tako vključila v programe Evropske unije za ustvarjanje stimulativenega podjetniškega okolja, mrežo Euro-info centrov, izmenjavo praks med državami članicami s področja spodbujanja MSP ter v evropske finančne programe za spodbujanje razvoja podjetništva.³²
- *Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2002-2006* naj bi služil kot osnova pri usmerjanju dejavnosti in porabi proračunskih sredstev za krepitev konkurenčnih spodbud gospodarstva in predstavlja integracijo ukrepov in instrumentov tudi na področju pospeševanja podjetništva in razvoja malega gospodarstva.

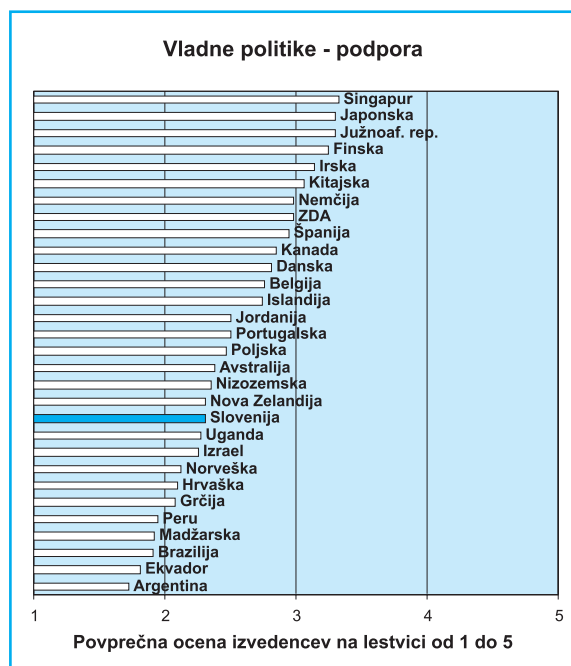
Problem Slovenije je tudi nedoslednost uresničevanja podjetniške politike. Naj omenimo le Antibirokratski program, ki ga podobno kot Evropska unija izvaja Slovenija in ki, kot kaže, še nima vidnih učinkov, ki bi jih priznala javnost oziroma podjetniki. Administrativni postopki za ustanavljanje podjetij in pridobivanja dovoljenj so namreč še vedno predolgi, pa tudi projekt »Vse na enem mestu« še ni zaživel. Čeprav naj bi bile administrativne ovire za tuje investitorje odpravljene, so ostali problemi ekonomske in prostorske narave, ki so povezane s pomanjkanjem ustrezno opremljenih stavbnih zemljišč, industrijskih con in parkov.

Problem podpore podjetništva se na drugi strani kaže tudi v zaostajanju razvoja mreže podjetniških centrov. Razlog je mogoče iskati v dejstvu, da se država sprva ni uspela odločiti za primeren koncept ustanavljanja in financiranja lokalnih ter regionalnih centrov oziroma razvojnih agencij, ter da je upravska reforma s trikratnim povečanjem

³² S članstvom v EU so se Sloveniji odprle tudi nove možnosti za črpanje sredstev iz evropskih strukturnih skladov in drugih programov za podporo podjetništva.



Slika 43: Ocene vladnih politik na področju regulative v GEM državah leta 2004



Slika 44: Ocene vladnih politik na področju podpore podjetništvu v GEM državah leta 2004

števila občin po letu 1995 otežila formalne postopke ter razpršila razvojna sredstva, ki ne zadostujejo za izvedbo večjih regionalnih projektov. Regionalni razvoj je bil prav tako ob reševanju makroekonomskih problemov tranzicije zapostavljen, Slovenija pa še vedno nima regionalne administrativne oblasti.

Primerjava z GEM državami pokaže, da vrednotijo slovenski izvedenci vladno politiko v Sloveniji nižje kot vrednotijo vladno politiko drugi GEM izvedenci v svoji državi: povprečna ocena je v Sloveniji nižja od GEM povprečja tako na področju vladne regulative, kot na področju vladne podpore. Posebej so slovenski izvedenci kritični do vladne regulative, saj so jo nižje kot v Sloveniji ocenili le še izvedenci v Argentini in Braziliji (Slika 43). V vseh evropskih državah vrednotijo izvedenci to področje vladne politike v svoji državi bistveno višje kot slovenski v Sloveniji.

Podpore za podjetništvo vrednotijo slovenski izvedenci v Sloveniji nekoliko višje kot izvedenci na Norveškem, v Hrvaški, Grčiji in na Madžarskem (Slika 44), še vedno pa v povprečju nižje kot ostali GEM izvedenci v njihovih državah.

Prenos raziskav in razvoja

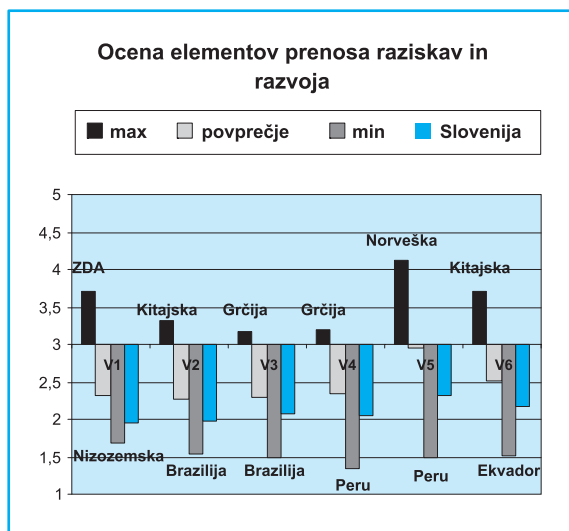
Drugi najslabše ocenjeni podjetniški okvir je v Sloveniji prenos raziskav in razvoja. V Sloveniji se nova tehnološka, znanstvena in druga znanja ne prenašajo uspešno z univerz in javnih raziskovalnih centrov v nova in rastoča podjetja. Izvedenci se tudi strinjajo, da ta podjetja nimajo povsem enakih možnosti dostopa do novih raziskovalnih spoznanj in tehnologij kot velika uveljavljena podjetja, da je v Sloveniji zanje premalo državnih subvencij za pridobivanje najnoveše tehnologije ter da si ne morejo zlahka privoščiti najnoveše tehnologije (Slika 45).

Prav tako menijo, da znanstvena in tehnološka baza neučinkovito podpira podjetje, ki temeljijo na v svetovnem merilu najnoveši tehnologiji, ter da inženirji in znanstveniki nimajo na razpolago dobrih podpornih mehanizmov, da bi lahko s pomočjo novih in rastočih podjetij komercializirali ideje.

Razloge za skromno raven prenosa raziskav in razvoja v podjetniško prakso je v Sloveniji mogoče iskati v institucionalnih, kulturnih in infrastrukturnih ovirah. Dejstvo je, da sedanji mehanizem funkcioniranja slovenske univerze ne usmerja raziskovalcev in visokošolskih sodelavcev v komercializacijo raziskovalnih dosežkov. Obveze, ki jih morajo za sistematizacijo svojega delovnega mesta izpolniti visokošolski sodelavci, so še zmeraj predvsem pedagoške.

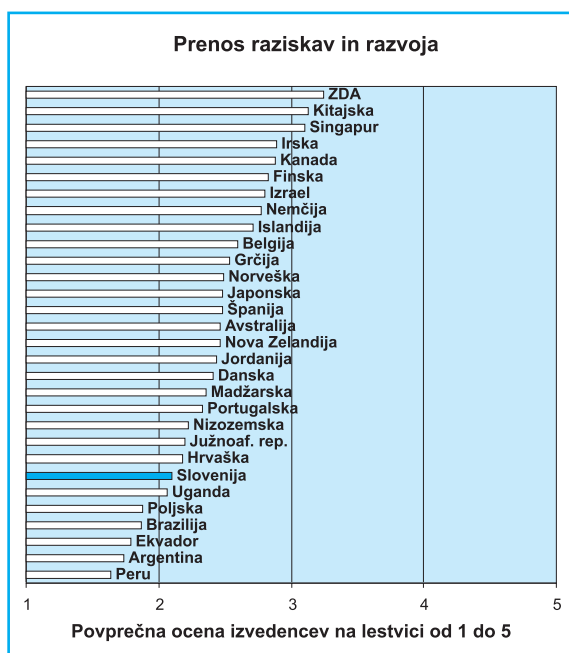
Na univerzah in raziskovalnih institucijah je še vedno močno zakoninjena miselnost, da je temeljno poslanstvo univerze predvsem produkcija in pedagoška diseminacija vrhunskega znanja in ne tudi prenos raziskav ter razvoja oziroma komercializacija znanja/tehnologije. Vrednostni sistem, ki trenutno prevladuje v visokošolskih institucijah, podjetništvu še zmeraj ni naklonjen.

Na univerzah tudi še niso v večji meri uveljavljeni mehanizmi, ki podpirajo sodelovanje univerze in gospodarstva, kot so različni inkubatorji, tehnološki parki, centri odličnosti, centri za prenos tehnologije ipd. Čeprav so na tem področju v Sloveniji bili opravljeni premiki (v povezovanju podjetij in visokošolskih zavodov v razvojne institucije – tehnološke centre in mreže, nastanek univerzitetnih inkubatorjev, tež-



- V1** V Sloveniji se nova tehnološka, znanstvena in druga znanja uspešno prenašajo z univerz in javnih raziskovalnih centrov v nova in rastoča podjetja.
- V2** V Sloveniji imajo nova in rastoča podjetja povsem enako možnost dostopa do novih raziskovalnih spoznanj in tehnologij kot velika uveljavljena podjetja.
- V3** V Sloveniji si lahko nova in rastoča podjetja privoščijo najnovejšo tehnologijo.
- V4** V Sloveniji je dovolj državnih subvencij, da si nova in rastoča podjetja lahko pridobijo novo tehnologijo.
- V5** V Sloveniji znanstvena in tehnološka baza učinkovito podpira podjetje, ki temeljijo na tehnologiji, najnovejši v svetovnem merilu, in sicer na vsaj enem področju.
- V6** V Sloveniji imajo inženirji in znanstveniki na razpolago dobre podporne mehanizme, da lahko s pomočjo novih in rastočih podjetij komercializirajo ideje.

Slika 45: Ocene elementov prenosa raziskav in razvoja v Sloveniji leta 2004 v primerjavi z GEM državami



Slika 46: Ocene prenosa raziskav in razvoja v GEM državah leta 2004

nja po decentralizaciji visokošolskih zavodov), pa še niso uspeli v zadostni meri spremeniti odnosa raziskovalnih institucij do sodelovanja s podjetji.

Premike je mogoče pričakovati s spremembo financiranja visokošolskih institucij, ki se bodo pri iskanju virov financiranja prisiljena povezovati v skupnih projektih z gospodarstvom, ter z uresničevanjem iniciativ za hitrejši prenos raziskovalnih dosežkov v gospodarsko prakso. Vendar pa je učinkovitost iniciativ za zdaj še zmeraj majhna.

Slovenija po vseh elementih prenosa raziskav in razvoja občutno zaostaja za svetovnim povprečjem, še zlasti za vrsto razvitih držav (Slika 46). Od evropskih izvedencev vrednotijo to področje v svoji državi nižje kot slovenski le izvedenci na Poljskem. Kanado, ki je bila leta 2002 po učinkovitosti prenosa raziskav in razvoja na prvem mestu in 2003 na drugem mestu (za ZDA), so v GEM 2004 prehiteli ZDA, Kitajska, Singapur in Irska. V Evropi najvišje ocenjujejo prenos raziskav in razvoja v svoji državi finski in irski izvedenci, kar je zaradi mreže tehnoloških parkov in sodelovanja z akademsko sfero pričakovano.

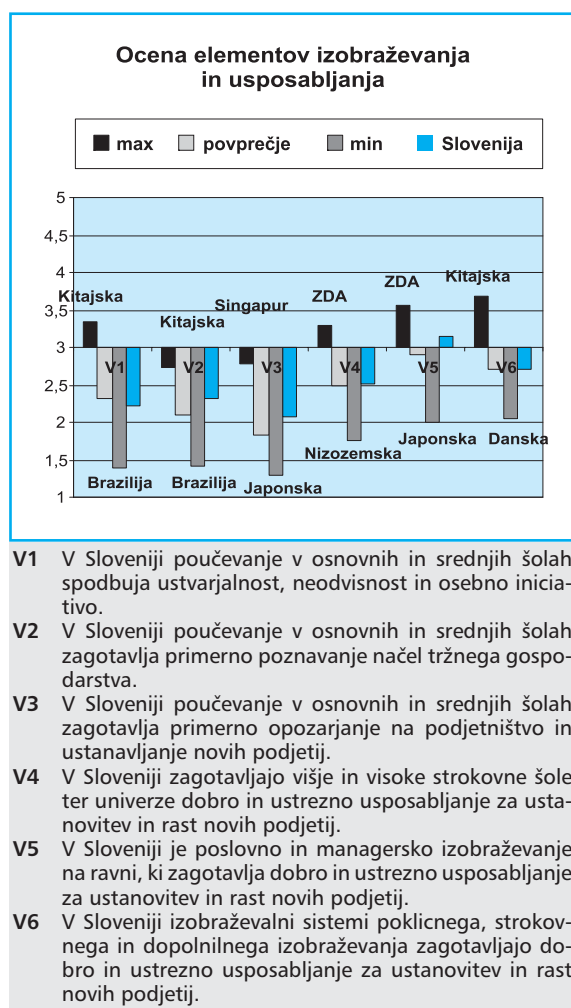
Izobraževanje in usposabljanje

Izobraževanje in usposabljanje je področje, ki ga izvedenci v Sloveniji med podjetniškimi okviri ne ocenjujejo najvišje. Nizko so ocenili predvsem izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah - s povprečno oceno 2,21, medtem ko so izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli ocenili z oceno 2,80. Najbolje je po mnenju izvedencev v Sloveniji urejeno poslovno in managersko izobraževanje (V5 na Sliki 47). V Sloveniji je konkurenca zasebnih iniciativ na majhnem slovenskem prostoru zagotovila široko paleto kvalitetnih programov, tudi ob podpori vladnih programov in interesnih skupin (gospodarske in obrtne zbornice).

Bolj kritični so izvedenci do kakovosti formalnega izobraževanja za podjetništvo v poklicnih, strokovnih, višjih in visokih šolah ter na univerzah. Najbolj kritično pa izvedenci ocenjujejo osnovne in srednje šole, in sicer predvsem pri opozarjanju na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij. Čeprav so se na številnih osnovnih šolah uveljavili podjetniški krožki, splošna naravnost na šolah, sodeč po rezultatih raziskave, še ne ustreza stvarnim potrebam podjetniškega okolja.

Premike je na tem področju mogoče pričakovati z uveljavljanjem novih programov in metod dela z učenci v osnovnih šolah, ki dajejo večji poudarek pridobivanju znanj in veščin, ki spodbujajo ustvarjalnost, inovativnost in samoiniciativnost. To so komunikacijske spretnosti, vodenje razgovorov, delo v skupinah ipd. Premike v visokošolskem izobraževanju pa si ometamo z uresničevanjem prenove programov, ki poteka v skladu z Bolonjsko deklaracijo.

Če primerjamo mnenje slovenskih izvedencev o izobraževanju in usposabljanju v Sloveniji z mnenji GEM izvedencev o izobraževanju in usposabljanju v njihovi državi, bode v oči podatek, da so leta 2002 izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah vrednotili višje kot slovenski v Sloveniji nacionalni izvedenci v Avstraliji, Novi Zelandiji in Irski, leta 2003 pa tudi v Islandiji. Leta 2004 pa so slovenski izvedenci to področje v Sloveniji vrednotili višje kot izvedenci v omenjenih državah. Rezultati ponujajo razpravo o tem, ali je izobraževanje v osnovnih in srednjih šolah v Sloveniji res boljše kot v razvitih državah z relativno visoko ravniyo podjetniške aktivnosti, kot sta Nova Zelandija



Slika 47: Ocene elementov izobraževanja in usposabljanja v Sloveniji leta 2004 v primerjavi z GEM državami

(TEA indeks 14,7) in Avstralija (TEA indeks 13,4) ter res slabše kot, na primer, v Singapuru in na Kitajskem. Menimo, da ni tako, temveč se v teh državah, kjer je podjetniško okolje bistveno drugačno, njihovi izvedenci bolj zavedajo velikega pomena izobraževanja za podjetništvo in so veliko bolj kritični od slovenskih. Bolj kritične ocene nacionalnih izvedencev v evropskih državah od slovenskih v Sloveniji pa tudi kažejo na visoka pričakovanja izvedencev evropskih držav, ki štejejo izredno kakovostno izobrazbo za ključ evropske konkurenčnosti ter na neprilagodljivost evropskih študijskih sistemov na spremembe v potrebah družbe in podjetij.

4.2 PREDNOSTI IN SLABOSTI PODJETNIŠKEGA OKOLJA

O značilnostih podjetniškega okolja lahko sodimo tudi na osnovi osebnih razgovorov z izvedenci, ki smo jih zaprosili, da so navedli tri najpomembnejše slabosti, ki zavirajo razvoj podjetništva v Sloveniji, in tri prednosti, ki jih ima Slovenija in bi jih lahko izkoristila za pospeševanje podjetništva. Poleg predhodno opisanih devetih podjetniških okvirov smo proučevali še zmogljivosti za podjetništvo, ekonomsko klimo, (12) značilnosti delovne sile, (13) sestavo populacije ter (14) soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom. Dobljene rezultate smo nato primerjali z GEM državami, ki so leta 2004 opravile osebne intervjuje³³ (Slika 48 in Slika 49).

Po mnenju izvedencev so najšibkejši člen razvoja slovenskega podjetništva kulturne in družbene norme, saj jih je 44,4% izvedencev navedlo kot prvi najpomembnejši dejavnik, ki v Sloveniji zavira podjetniško aktivnost. Pri zaviranju podjetništva imajo pomembno vlogo še vladne politike, saj so jih izvedenci najpogosteje navedli kot drugi (27,8%) in tretji najpomembnejši zaviralec podjetništva v Sloveniji (33,3%) ter 22,2% izvedencev kot prvi najpomembnejši dejavnik. Med pomembne zaviralne dejavnike izvedenci uvrščajo še področje soodvisnosti med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom, izobraževanje in usposabljanje ter raziskave in razvoj.

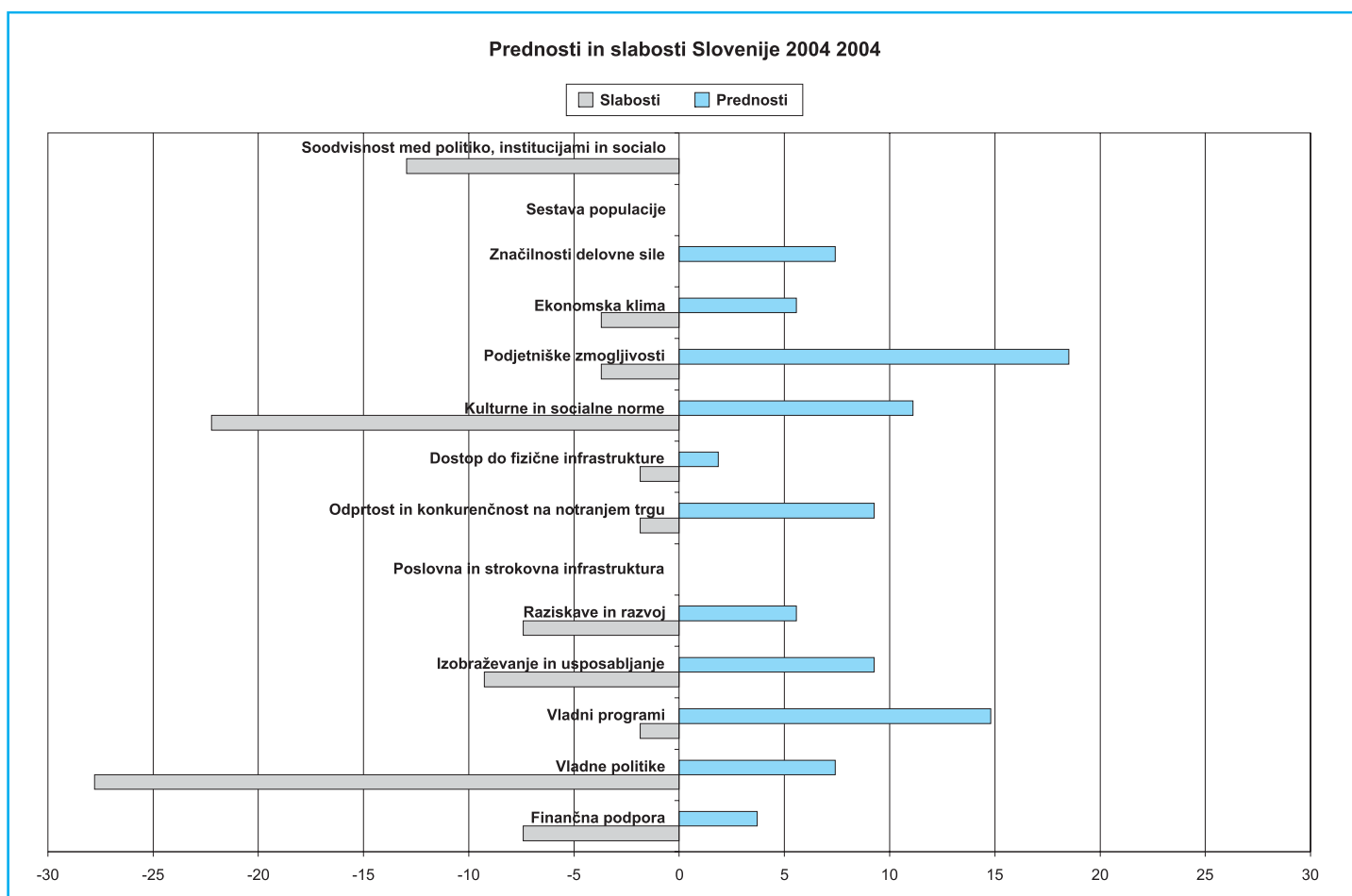
Slovenija ima temeljne prednosti, ki bi jih po mnenju izvedencev veljalo izkoristiti za pospeševanje podjetništva, na področjih podjetniških zmogljivosti, izobraževanja in usposabljanja ter vladnih programov. Omenjena področja so izvedenci omenili kot prvi (27,8% izvedencev), drugi (22,2% izvedencev) in tretji (22,2% izvedencev) najpomembnejši pospeševalni dejavnik podjetništva v Sloveniji.

V Sloveniji so prednosti in slabosti bolj neenakomerno razporejene kot v GEM državah in v EU vzorcu. Vrednosti pri posameznih pospeševalnih dejavnikih podjetništva nihajo v Sloveniji med 0 in 27,8 %, v GEM vzorcu med 0,3 in 18% in v EU vzorcu med 0,6 in 17,4%. Še večja so nihanja pri slabostih, kjer se vrednosti v Sloveniji gibljejo med 0 in 44,4%, v GEM vzorcu med 0,2 in 24% ter v EU vzorcu med 0,9 in 26,1% izvedencev, ki so dejavnik omenili kot prvi, drugi oziroma tretji najpomembnejši dejavnik zaviranja podjetništva Sloveniji.

Na Sliki 48 smo prikazali pogostost vseh dejavnikov, ki so jih izvedenci omenili med najpomembnejšimi dejavniki, ki zavirajo podjetniško aktivnost v Sloveniji (slabosti), in dejavnikov, ki jo pospešujejo (prednosti).

Med najpomembnejšimi prednostmi, ki jih ima Slovenija in bi jih lahko izkoristila za pospeševanje podjetništva, so izvedenci največkrat navedli podjetniške zmogljivosti in vladne programe. Med zaviralnimi dejavniki podjetništva pa posebej izstopajo vladne politike, kulturne in

³³ Leta 2004 so nacionalni timi opravili intervjuje s 595 izvedenci v petnajstih državah: Avstralija, Brazilija, Ekvador, Hong Kong, Irsko, Jordanija, Peru, Poljska, Portugalska, Singapur, Slovenija, Španija, Uganda, Velika Britanija.



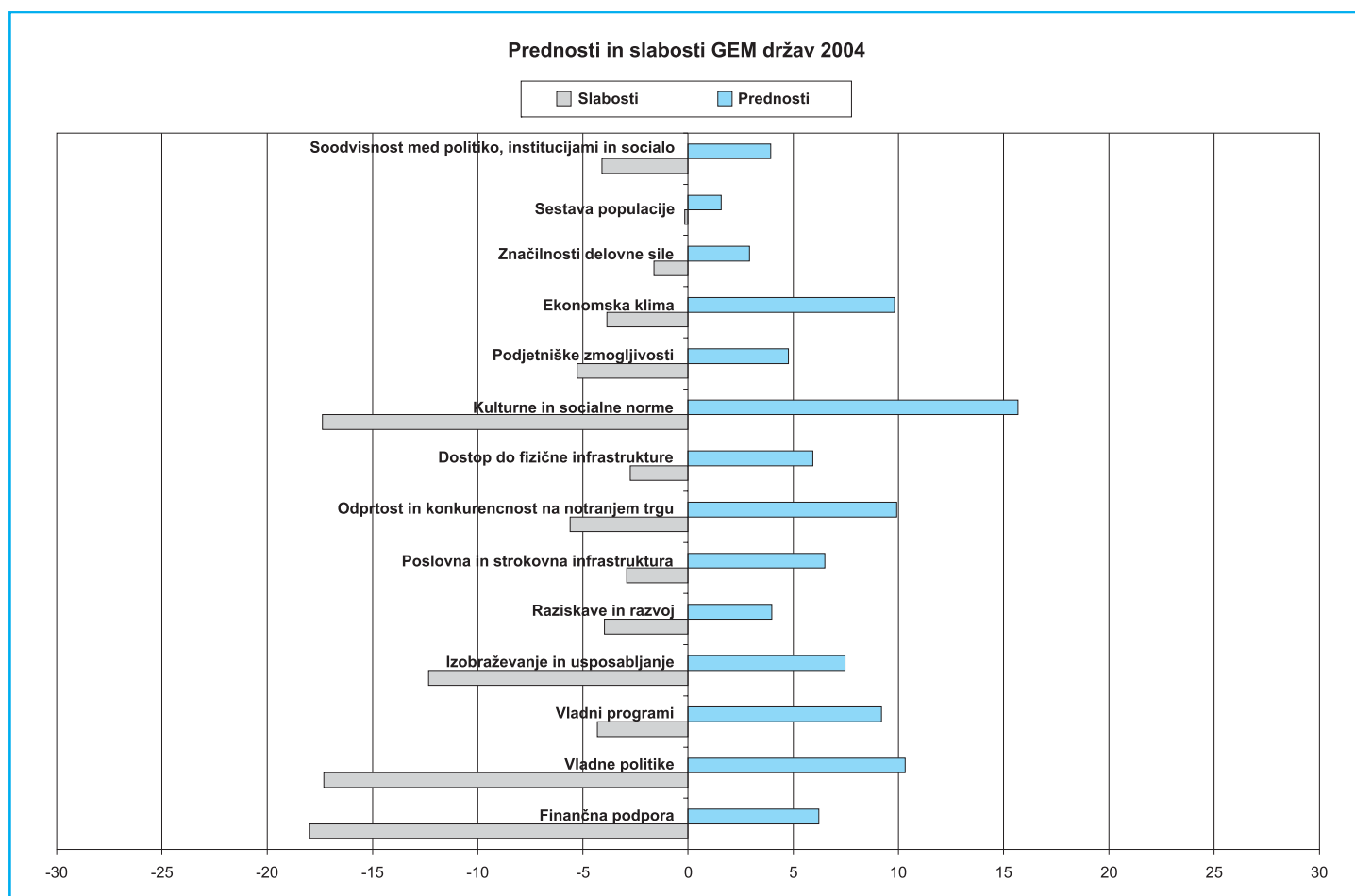
Slika 48: Prednosti in slabosti Slovenije 2004

družbene norme ter soodvisnost med političnim, inštitucionalnim in socialnim okvirom.

Izvedenci menijo, da je v Sloveniji določen podjetniški potencial, saj se mnogi zaposleni v podjetjih in na univerzah v prostem času tako ali drugače ukvarjajo s podjetništvom, in ki bi se lahko v koncentracijskih procesih in procesih restrukturiranja gospodarstva ob primerni (vladni) spodbudi vključili v podjetništvo. Velik podjetniški potencial je predvsem v dejavnostih visokih tehnologij, turizma, alternativne medicine in zdravilstva.

Podjetniške zmogljivosti so tesno povezane s kulturnimi in družbenimi normami, ki jih izvedenci tako kot v preteklih letih vidijo hkrati kot prednost in pomanjkljivost Slovenije. Osemnajst izvedencev, s katerimi smo opravili osebne razgovore, so kot prednosti največkrat omenili naslednje:

- Slovenci smo podjetniško motivirani – so posamezniki, ki imajo željo, znanje in sposobnosti ustanoviti svoje podjetje;
- v naravi slovenskega naroda je, da smo zaradi dobre izobrazbe, znanja tujih jezikov in sposobnosti, da se hitro prilagajamo, usmerjeni v mednarodno okolje;
- zgodovinske izkušnje so Slovence utrdile in jih tako usposobile tudi za podjetništvo;
- Slovenci imamo tradicionalne vrednote (družina), ki so lahko osnova podjetništva;
- v naravi Slovencev je, da želimo biti samostojni, tudi poslovno.



Slika 49: Prednosti in slabosti GEM držav 2004

Po drugi strani pa podjetništvo zavirajo naslednje značilnosti:

- biti podjetnik ni vrednota – uspešen podjetnik je v očeh javnosti špekulant, ki do uspeha ni prišel po legalni poti;
- Slovenci napačno dojemamo podjetništvo – ne vidimo njegove vloge za ekonomski razvoj in družbeno blaginjo;
- Slovenci težijo k varni in zanesljivi zaposlitvi ter niso pripravljeni tvegati;
- Slovencem manjka podjetniških znanj in veščin.

Protislovnost je lahko posledica pomanjkanja širše družbene razprave o problemih podjetništva ter njegovem pomenu za družbeno blaginjo.

Zelo neugodno so izvedenci ocenili vladne politike, ki jih vidijo izključno kot slabost, medtem ko vladne programe navajajo prej med prednostmi kot med slabostmi. Kritike ekonomske politike so povezane predvsem z naslednjimi najpogostejšimi ugotovitvami:

- dosedanje vlade v svojem praktičnem delovanju v podjetništvu niso prepoznale prevladajočega dejavnika, ki pospešuje ekonomsko stabilnost in konkurenčnost ter ima posledično pozitivne učinke na družbeno blaginjo;
- birokratizacija je relativno visoka, zlasti pri ustanavljanju podjetij in pridobivanju dovoljenj;
- vlada ni sposobna zagotoviti delovanja pravne države, kar škoduje predvsem malim in srednje velikim podjetjem, saj so bolj odvisni od delovanja pravne države (na primer na področju davčnega sistema, plačilnega sistema, pravnega varstva), kot velika podjetja;
- pozornost države je bolj usmerjena k velikim in srednjim podjetjem, manj pa k malim podjetjem;

- antibirokratski program nima pričakovanih učinkov, saj so administrativni postopki za ustanavljanje podjetij še zmeraj predolgi, podjetniki pa le redko dobijo vse potrebne informacije na enem mestu;
- spodbujevalni državni ukrepi so naravnani na tiste, ki zaradi svoje velikosti to zmorejo, za mala podjetja pa je prehod v podjetje v rasti skoraj nemogoč, razkorak pa je vse širši.

Izvedenci priznavajo dosežke vlade pri snovanju in tudi uresničevanju vladnih programov, vendar pa opozarjajo, da so ti parcialni, niso dolgoročno usmerjeni in pogosto ne nudijo pravih spodbud za nova in rastoča podjetja. Manjkajo predvsem neposredne spodbude za podjetništvo na lokalni, regijski in nacionalni ravni. Na lokalni ravni je podpora podjetnikom pogosto odvisna od vladajoče oblasti.

Izvedenci so pozdravili tudi možnost občin, da kandidirajo za sredstva strukturnih skladov, s katerimi bodo lahko uredila industrijsko-poslovna področja na takšen način, da bodo zanimiva za investitorje. Pozitivno ocenjujejo tudi možnost podjetij, da kandidirajo na raznih razpisih za financiranje različnih razvojnih projektov, vendar opozarjajo, da so razpisi (ministrstev, skladov za malo gospodarstvo, strukturnih skladov ipd.) pogosto pisani na kožo uveljavljenim velikim podjetjem in ne novim, majhnim in rastočim podjetjem. Poleg tega je ponudba bančnih virov financiranja za mala in rastoča podjetja še vedno relativno draga, pa tudi pogoji za pridobivanje tovrstnih sredstev zanje še vedno niso ugodni.

Na področju izobraževanja in usposabljanja so izvedenci pohvalili premike v osnovnih šolah, ki že uvajajo programe in metode dela z učenci, kjer učenci pridobivajo veščine in tudi znanja, ki jih potrebuje uspešen podjetnik. Tukaj poudarjajo predvsem pomen metod dela z učenci, kjer je poudarek na ustvarjalnosti, inovativnosti in samoiniciativnosti ter na učenju raznih poslovnih veščin.

Izvedenci opažajo tudi pozitivne premike na področju visokega šolstva, ki so posledica konkurence zasebnih (poslovnih) šol, ki nudijo programe izobraževanja in usposabljanja. Z reformo izobraževalnega sistema se spreminja tudi zavedanje o pomenu podjetništva: izobraževanje za podjetništvo je eden od najpomembnejših dejavnikov za graditev kompetenc in podjetniških zmogljivosti, spodbujanje vseživljenjskega učenja ipd. Vendar pa še vedno najpogosteje navajajo naslednje slabosti:

- izobraževalni sistem ne spodbuja kreativnosti, inovativnosti in tehnološkega napredka,
- izobraževalni sistem ne vrednoti posameznika, temveč skupino,
- srednje šole in univerze ne nudijo znanj s področja podjetništva v zadostni meri,
- v srednjih šolah še ni napredka v programih in metodah poučevanja, univerze pa dajajo poudarek managerskim in ne podjetniškim vsebinam.

Tudi prenos raziskav in razvoja po mnenju izvedencev ni učinkovit. Med dejavniki, ki bi jih Slovenija lahko izkoristila za spodbujanje tega področja, so izvedenci navedli, da imamo v Sloveniji potenciale in vire (človeške vire, raziskovalno opremo in orodje) za prenos raziskav in razvoja, vendar niso izkoriščeni.

Med dejavniki, ki pa ne spodbujajo prenosa raziskav in razvoja, pa so izvedenci navedli:

- merila za vrednotenje dela visokošolskih učiteljev in sodelavcev upoštevajo predvsem pedagoško delo,

- davčni sistem in merila za financiranje raziskav ne spodbujata sodelovanja raziskovalcev z gospodarstvom oziroma komercializacije raziskav,
- pri napredovanju velja predvsem količina objavljenih prispevkov ter ne njihova kakovost oziroma pogostost citiranja,
- predvsem majhna podjetja ne kažejo teženj po sodelovanju z univerzami oziroma raziskovalnimi institucijami, ker ni dovolj mehanizmov, ki bi spodbujala tovrstno sodelovanje,
- raziskovanje je razdrobljeno, primanjkuje pa tudi raziskovalnih skupin, ki bi lahko učinkovito konkurirale na mednarodnem trgu.

Pregled prednosti in slabosti podjetniškega okolja na temelju poglobljenih razgovorov z 18 izvedenci navaja k sklepu, da v Sloveniji ni družbenega konsenza o pomembnosti podjetništva in njegovi vlogi za gospodarsko rast in družbeno blaginjo. Zavedanje vloge, ki jo ima podjetništvo za družbeno blaginjo, je še vedno relativno nizko in ne dovoljuje hitrejšega napredka pri uveljavljanju podjetništva. Številni programi vlade so primerni in usklajeni s programi in aktivnostmi v razvitih evropskih državah, vendar pa slovenska vlada vseh programov in aktivnosti ne zna ustrezno izvajati, promovirati in zagotoviti usklajenega delovanja ministrstev, direktorátov, uradov, agencij in drugih inštitucij.

5 PRIPOROČILA IZVEDENCEV IN SKLEPNE UGOTOVITVE

5.1 PRIPOROČILA IZVEDENCEV

Iz anketnih rezultatov in mnenj izvedencev lahko povzamemo nekaj ključnih poudarkov, ki so lahko sporočilo slovenski javnosti, nosilcem ekonomske politike in drugim interesnim skupinam, povezanim s podjetništvom. Oblikovali smo jih na osnovi podjetniških okvirov, ki so jih letošnji rezultati izpostavili kot najbolj kritične: (1) pomen ekonomske politike in programov za spodbujanje podjetništva, (2) ustvarjanje pozitivnega odnosa do podjetništva, (3) povečevanje ravni podjetniških znanj in veščin ter (4) sodelovanje med izobraževalnim sistemom, raziskovalnimi institucijami in gospodarstvom.

Pomen ekonomske politike in programov za spodbujanje podjetništva

Vladne politike so tiste, na katere se največkrat nanašajo predlogi izvedencev o tem, kaj bi bilo treba storiti, da bi se čim več ljudi vključevalo v podjetništvo. Ekonomsko politiko in programe za spodbujanje podjetništva namreč izvedenci ocenjujejo kot šibko točko razvoja slovenskega podjetništva. Čeprav se je podjetništvo po letu 2000 uveljavilo v razvojnih dokumentih na sodoben evropski način, izvedenci pogrešajo na eni strani vizijo in dolgoročno strategijo razvoja slovenskega podjetništva, ki bi bila temelj učinkovite ekonomske politike, ter na drugi strani pozitivne učinke obstoječih programov za razvoj podjetništva.

Izvedenci so tako zelo kritični do dosežkov vlade pri spodbujanju podjetništva ter opozarjajo na razkorak med deklarativno opredelitvijo podjetništva v obstoječih dokumentih ter stvarnimi dosežki pri spodbujanju podjetništva, ki bi jih podjetniki prepoznali in priznali. Država bi morala zato poskrbeti za učinkovito uresničevanje sprejetih programov za spodbujanje podjetništva ter zagotoviti takšno koordinacijo ekonomskih politik, ki bodo podjetništvu dodelile ustrezno vlogo pri pospeševanju gospodarske rasti in družbene blaginje.

Predlogi izvedencev se pravzaprav nanašajo na podobna vprašanja in področja, ki jih zasledimo pri prejšnjih dveh raziskavah GEM iz let 2002 in 2003. Gre predvsem za splošne predloge o tem, kako bi lahko nosilci ekonomske politike pospešili podjetniško aktivnost v Sloveniji. Strnemo jih lahko v naslednja priporočila:

- Slovenija mora oblikovati vizijo in dolgoročno strategijo razvoja podjetništva, določiti nacionalne prioritete ter postaviti jasne cilje za spodbujanje podjetništva, s čemer bi vlada dala jasen signal o svojem odnosu do podjetništva. Poglavitno vlogo pri ustvarjanju podjetnikom naklonjenega okolja ima namreč država, ki mora prva spoznati pomen podjetništva za gospodarski razvoj in družbeno blaginjo ter ga spodbujati.
- Vlada mora zagotoviti delovanje pravne države, kar je posebej pomembno za mala in srednje velika podjetja.
- Nosilci ekonomske politike morajo zagotoviti podjetniško naravnani »policy-mix« med industrijsko, fiskalno in zaposlitveno politiko, in sicer na nacionalni, regionalni in lokalni ravni. Tovrstno ekonomsko politiko mora podpirati razvita mreža institucij za promoviranje podjetništva.
- Ekonomska politika naj bi bila jasna in bolj pregledna ter usklajena med vladnimi resorji in agencijami.
- Nosilci ekonomske politike morajo povezati obstoječe programe in aktivnosti za spodbujanje podjetništva in jih med seboj učinkovito koordinirati.

Med ekonomskimi politikami so izvedenci posebej izpostavili davčno politiko, ki naj bi spodbujala podjetništvo z večjo konkurenčnostjo, preglednostjo in davčnimi olajšavami za nova in rastoča podjetja, za spodbujanje zaposlovanja, investicij in R&R. Navedli so tudi nekaj predlogov ukrepov za nosilce ekonomske politike:

- poenostaviti in deregulirati je treba administrativne oziroma upravne postopke, predvsem pri ustanavljanju podjetij,
- odpraviti je treba različne pojave birokratskega ravnanja,
- dopolniti je treba zakonske okvire, ki naj bodo prijaznejši do podjetnika,
- uslužbenke javne uprave je treba usposobiti tako, da bodo prevzeli svetovalne in podporne naloge,
- zagotoviti je treba lažji in cenejši dostop podjetnikov do lokacij, na primer z zagotavljanjem komunalno opremljenih podjetniških con po ugodnih cenah.

Pri vladnih programih so izvedenci posebej izpostavili naslednje predloge:

- Programi za spodbujanje podjetništva naj bi vzpostavili sistem privatnih oziroma profitno usmerjenih svetovalnih inštitucij, ki bi malim in srednje velikim podjetjem nudili podporo pri pridobivanju finančnih virov za ustanovitve in rast podjetja (npr. podporo pri pripravi dokumentacije za pridobivanje bančnih posojil).
- Država mora zagotoviti delovanje regionalnih centrov, ki nudijo potencialnim podjetnikom svetovanje, usposabljanje in strokovno infrastrukturo. Na novo vzpostavljeni regionalni centri sicer imajo različne instrumente za spodbujanje podjetništva, a jim primanjkuje finančnih virov za njihovo uporabo. Zato naj bi država okrepila obstoječe instrumente (npr. garancijske sheme) in zagotovila vire financiranja (npr. sklade tveganega kapitala).

Ustvarjanje pozitivnega odnosa do podjetništva

Izvedenci se zavedajo, da kulturnih in družbenih norm ni mogoče spremeniti čez noč, lahko pa jih z različnimi ukrepi pričemo spreminjati. Odgovor na kritične ugotovitve je ustvarjanje pozitivnega odnosa do podjetništva, kar je naloga vlade, ekonomske politike, institucij za spodbujanje podjetništva, izobraževalnega sistema in medijev.

Prva, ki mora spoznati pomen podjetništva za gospodarsko rast in družbeno blaginjo, je država oziroma vlada. Njena naloga je, da prepozna podjetništvo kot vrednoto in jo kot takšno pojmuje v dolgoročni strategiji razvoja podjetništva. Takšno vlogo podjetnika morajo na vseh ravneh sprejeti in podpreti javna uprava ter vodilne politične stranke. Nosilci ekonomske politike in uslužbenci javne uprave naj z zgledom in promoviranjem podjetništva (na primer z raznimi nagradami ipd.) ustvarjajo imidž podjetnika kot »junaka«.

Podjetništvo kot vrednoto bi morali vgraditi tudi v izobraževalne programe osnovnih, srednjih in visokih šol ter z metodami poučevanja in vsebinami spodbujati veščine in znanja, ki jih potrebuje uspešen podjetnik. V tem smislu morajo izobraževalne institucije uresničevati svoje poslanstvo: kot nosilke sprememb in izboljšav.

Pomembno vlogo pri ustvarjanju pozitivnega odnosa do podjetništva in osveščanju javnosti o pomenu podjetništva za gospodarsko rast in družbeno blaginjo imajo tudi mediji. Zato morajo mediji pokrivati vsebine, ki ustvarjajo pozitivno podobo podjetnika v družbi - kot uspešnega posameznika, ki išče in odkriva nove ter učinkovite poti za zadovoljevanje svojih potreb in potreb družbe. Uspešen podjetnik je s svojim ustvarjalnim delom, vztrajnostjo in zaupanjem vzornik, predvsem mladostnikom in mladim.

Povečevanje ravni podjetniških znanj in veščin

Izobraževanje je v projektu GEM eno od ključnih področij, ki spodbuja podjetništvo, in kot takšno ostaja bistvena razvojna naloga. Tudi izvedenci v tokratni raziskavi imajo številne zamisli o izboljšavah, ki pa se predvsem nanašajo na programe formalnega izobraževanja:

- podjetniške vsebine moramo vgraditi na vse ravni izobraževanja (od vrtca dalje);
- visokošolske institucije morajo poseben poudarek nameniti vključevanju študentov v raziskovalne projekte doma in v tujini, ter opravljanju študijske prakse v podjetjih;
- študentje naj bi teme diplomskih in magistrskih del, pa tudi doktoratov, izbirali v sodelovanju s podjetji oziroma drugimi inštitucijami ter v njih proučevali realen in aktualni problem iz vsakdanje prakse (somentor predstavnik iz gospodarstva);
- Slovenija mora spodbuditi odločanje študentov za tehnične usmeritve, kjer pa morajo študentje poleg tehničnih in naravoslovnih znanj pridobiti tudi znanja s področja ekonomije oziroma podjetništva;
- veliko več pozornosti kot doslej bi morala država nameniti doizobraževanju, prestrukturiranju znanja, nadgradnji znanja in konkretnemu sodelovanju izobraževalnih institucij s podjetništvom; pri tem bi morale problemske rešitve nastajati v sodelovanju z univerzami in gospodarstvom, in sicer ne le pri aplikativnih projektih, ampak tudi pri vodenju in svetovanju, pri nastajanju tehnoloških centrov, parkov, centrov odličnosti, učeče se regije ipd.

Po mnenuju izvedencev so pomembni premiki na področju izobraževanja in usposabljanja v osnovnih šolah, ki že uvajajo programe in metode dela z učenci, kjer učenci pridobivajo veščine in tudi znanja, ki jih potrebuje uspešen podjetnik. Tukaj poudarjajo predvsem pomen metod dela z učenci, kjer je poudarek na ustvarjalnosti, inovativnosti in samoiniciativnosti ter na učenju raznih poslovnih veščin. Drugače je v srednjih in visokih šolah, kjer bistvenih premikov izvedenci niso zaznali.

Posebej so izvedenci izpostavili naloge, ki čakajo Slovenijo pri prenovi programov po Bolonjski deklaraciji. Opozorili so tudi na pomen internacionalizacije izobraževanja za spodbujanje podjetništva, kjer imajo pomembno vlogo mednarodna izmenjava študentov in učiteljev, prenos programov in učnih metod ter vključevanjem študentov v prakso v tujini.

Spodbujanje sodelovanja med izobraževalnim sistemom, raziskovalnimi institucijami in gospodarstvom

Šibek člen v razvoju slovenskega podjetništva je po mnenju izvedencev tudi področje prenosa izsledkov raziskav in razvoja v prakso. Poglavitno nalogo pri tem ima država, ki lahko spodbuja sodelovanje med raziskovalnimi inštituti in gospodarstvom predvsem na dva načina:

- s spremembo davčnega sistema, financiranja univerz in kriterijev za napredovanje bi lahko spodbudila raziskovalce, da bi tržili svoje znanje;
- z raznimi programi (na primer strukturnimi skladi) in davčnimi olajšavami za R&D bi lahko spodbudila gospodarstvo k iskanju znanja na univerzah in raziskovalnih inštitutih.

Pozitiven premik na tem področju so sicer univerzitetni inkubatorji, ki pa pomenijo šele začetek pri spreminjanju odnosa med univerzami in gospodarstvom.

Izvedenci so opozorili, da narava sodelovanja med izobraževalnimi oziroma raziskovalnimi institucijami in gospodarstvom ni enostranska. Sodelovanje nima prednosti le za podjetja, temveč tudi za izobraževalne institucije, saj jim pomaga prepoznati potrebe podjetij in jih vključiti v svoje programe z namenom, da zagotavljajo takšen profil diplomanta, ki bo sposoben uspešno konkurirati na trgu dela.

Razvoj podjetništva in Slovenije na sploh bi lahko spodbudili tudi tehnološki projekti, kjer bi skupaj sodelovali raziskovalci na univerzah in inštitutih, ki razvijajo tehnologije, majhna in srednje velika podjetja, ki proizvajajo produkte, in strokovnjaki (s področij prava, marketinga, izobraževanja, informacijskih sistemov), ki bi zagotovili trženje projekta. Sredstva za financiranje projektov naj bi zagotovili iz evropskih strukturnih skladov in privatnih virov. Tovrstni prenos izsledkov in raziskav je pravzaprav predviden v akcijskem načrtu Nacionalni sistem inovacij, v skladu s katerim bi lahko razvoj Slovenije pospešili z razvojem »zdravih« dejavnosti, ki zaposlujejo visokoizobraženo delovno silo, ustvarjajo visoko dodano vrednost in so pomemben dejavnik regionalnega razvoja (kot so zdravljenje v bolnišnicah, pa tudi turizem).

5.2 SKLEPNE UGOTOVITVE

Letošnje globalno poročilo GEM je jasno izpostavilo spoznanje, da je stopnja vključevanja v podjetniške aktivnosti različna glede na razvojno raven posamezne države in da morajo biti ukrepi ekonomske politike prilagojeni tej razvojni stopnji, saj lahko neprimerna politika pospeševanja podjetništva, ki ne upošteva specifičnih pogojev, v katerih se razvija podjetništvo, negativno vpliva na ekonomsko rast. Pri razmisleku o načinih in poteh pospeševanja podjetništva je treba upoštevati stopnjo razvitosti posamezne države in se učiti od sorodnih držav. To, kar prinaša rezultate na Finskem ali Irskem, še zdaleč ne pomeni, da bo delovalo v Sloveniji.

Slovenija se v svetovnem merilu glede na BDP na prebivalca uvršča med srednje razvite države, ki morajo močno okrepiti pogoje v podjetniških okvirih. Zanje je izjemnega pomena močno kvalitetno in uspešno izobraževanje za podjetništvo, še zlasti v osnovnih in srednjih šolah, da bi se postopoma izoblikovala podjetniška miselnost in vrednote. V družbi je treba uveljaviti spoštovanje do podjetništva ter omogočiti razvoj neformalnega investiranja. Za vse države, ne glede na njihovo razvojno stopnjo pa sicer velja, da je treba odstranjevati ovire za podjetništvo, prevetriti učinkovitost državnih inštitucij in podpornih mehanizmov, znižati regulativna bremena za mlada in rastoča podjetja ter uveljaviti hitrejšo komercializacijo idej.

Slovenija ima, relativno gledano, že danes zadovoljiv delež podjetnikov s srednješolsko izobrazbo, znatno premalo pa tistih z višjo izobrazbo, kar opozarja na to, da je treba nemudoma povečati dotok podjetnikov iz sfere s postsekundarno izobrazbo. Pozornost se nam zato ponovno usmerja na okostenele slovenske univerze, ki zaostajajo za podjetniškim izobraževanjem v razvitem svetu in kjer je prisotna tudi močna protipodjetniška kultura.

Na znanju temelječe družbe ni možno doseči brez nenehnega rojevanja novih podjetij, ki sledijo novim idejam in novim poslovnim priložnostim. Podjetništvo je ključna sestavina take družbe, saj je potencialna vrednost

ideje in znanja vselej negotova in je ni mogoče vnaprej določiti. Temu je treba prilagoditi ekonomsko politiko in namesto predpisovanja in prepovedovanja ter reguliranja ukrepe oblikovati tako, da bodo omogočali nastajanje in komercializacijo idej.

Podjetniška družba potrebuje čim večje število podjetnikov, ki ustvarjajo poslovne priložnosti ali jim sledijo, ter zadostne vire, med katerimi so finance izjemno pomembne. Družina, prijatelji in sosedje so zdaleč največji vir neformalnega kapitala in skupaj s podjetnikovim lastnim vložkom predstavljajo največji delež potrebnih virov za začetek poslovanja. Neformalno investiranje in podjetništvo sta odvisna drug od drugega: neformalno investiranje omogoča razvoj podjetništva, podjetništvo pa rojeva potrebo po investiranju. Za vse GEM države, za katere so bili na voljo podatki, se je izkazalo, da obstaja jasna povezava med obsegom neformalnega investiranja in davčnimi obremenitvami. Države, kjer so posamezniki obremenjeni z višjimi davki, imajo manjši delež neformalnih investorjev.

Podjetništva seveda ne smemo opazovati samo v luči ustanavljanja novih podjetij. Za uspešno gospodarstvo je pomembno, da so uspešna in konkurenčna tudi ustaljena podjetja. V številnih razvitih gospodarstvih se gospodarska rast napaja iz uspešnega delovanja nacionalnih in multinacionalnih podjetij in se negativne posledice nižjega TEA indeksa kompenzirajo z inovativnostjo in notranjim podjetništvom v teh podjetjih. Po drugi strani še tako visok TEA indeks ne more pospešiti gospodarske rasti, kot se je izkazalo v primeru Ugande ali Ekvadorja, če ni uspešnih velikih in srednje velikih podjetij, ki so sposobna konkurirati v mednarodni menjavi.

Raziskava *Slovenski podjetniški observatorij*, ki se ukvarja z ustaljenimi podjetji, je pokazala veliko zaostajanje Slovenije za podjetji v EU. Povprečna dodana vrednost na zaposlenega v EU znaša 75.000 evrov, v Sloveniji pa samo 24.180 evrov. Še zlasti zaskrbljuje dejstvo, da se z velikostjo podjetja pogloblja razlika med slovenskimi podjetji in njihovimi konkurenti v EU. Zato bi se bilo zelo napačno osredotočiti samo na procese ustanavljanja novih podjetij, ne da bi pri tem upoštevali nujnost podjetniških iniciativ znotraj ustaljenih podjetij, spill-over učinke ter sinergijske učinke sodelovanja med novimi in ustaljenimi močnejšimi podjetji. Pri proučevanju odnosov med podjetništvom in ekonomsko rastjo je zato treba vselej povezovati posameznika, podjetje in makroekonomsko raven. Gre za prepletenost, ki jo premalo upoštevamo pri oblikovanju gospodarske politike, ki želi pospeševati podjetništvo. Ukrepi so lahko učinkoviti le, če upoštevajo prežemanje vseh treh ravni. Zato bi morali tudi presojanje makroekonomskih ukrepov naravnati tako, da bi ugotavljali, koliko so našli svoj odziv na individualni ravni.

Res je, da Slovenija nevarno zaostaja po rojevanju novih podjetij za drugimi državami EU. Res pa je tudi, da je nesmiselno prepričevati kogarkoli in vsakogar naj se loti podjetništva. Ne samo, da bo treba na novo premisliti razmerja med podjetništvom in družbo znanja. Premisliti bo treba tudi razmerja med podjetništvom in zaposlovanjem. Res je, podjetništvo je še vedno pomembno tudi zaradi (samo)zaposlovanja. Vendar pa ta nekdanji primarni razlog postopoma izgublja na pomenu. V družbi znanja je podjetništvo pomembno predvsem zaradi komercializacije novih idej. Zato še zdaleč ni vseeno, kakšno podjetništvo podpiramo: samozaposlitveno z nizkoizobraženimi in neambicioznimi podjetniki v tradicionalnih panogah, ali pa inovativno z izobraženimi in ambicioznimi podjetniki, ki bodo delovali v panogah, ki zahtevajo dosti vloženega znanja in zagotavljajo visoko dodano vrednost.

Spodbujanje podjetništva in ustvarjanje podjetniške klime za nastajanje novih ter rast obstoječih podjetij je dolgoročen proces in izsledki raziskav tudi kažejo, da je vključevanje v podjetništvo posledica dejavnikov, ki so v veliki meri strukturne narave in kulturno pogojeni. Nedvomno je vlada v preteklosti dosegla nekatere pomembne rezultate na področju vodenja industrijske politike, vendar danes težko govorimo o celoviti in transparentni podjetniški politiki pri uresničevanju razpoložljivih instrumentov in sprejetih ukrepov za spodbujanje podjetništva. Težišče nosilcev ekonomske politike je v Sloveniji na makroekonomski politiki, kar je z vidika reševanja makroekonomskih problemov tranzicije ter izpolnjevanja kriterijev za vključitev Slovenije v Evropsko unijo in Evropsko monetarno unijo sicer pričakovano. Vendar pa lahko zanemarjanje podjetništva (posredno) pomembno vpliva tudi na izpolnjevanje teh kriterijev, saj številne raziskave in praksa držav s spodbujanjem podjetništva jasno poudarjajo pomen podjetništva za gospodarsko rast in razvoj ter družbeno blaginjo v državi. Zato ni dovolj, da so se nosilci ekonomske politike za podporo nastajanju novih podjetij oziroma pospeševanja podjetništva opredelili na deklarativni ravni. Bolj pomembno je, da postane spodbujanje podjetništva prioriteta pri izvajanju vsakodnevnih ukrepov na nacionalnem in lokalnem nivoju.

Slovenija je v čudni "coni somraka" na prehodu iz revne v srednje bogato državo in na poti iz socializma v kapitalizem. Čeravno se je formalno pravno gledano tranzicija že izpeljala in z vključitvijo v EU dobila svojo dokončno potrditev, pa tranzicija v glavah in v vrednotnih orientacijah ljudi še ni izzzvenela. Še zlasti se

tovrstna tranzicija ni končala v birokratskem aparatu od lokalne do državne ravni, ki ima v rokah vzvodja, s katerimi vpliva na delovanje podjetniških okvirov in zavira razvoj podjetniških pobud.

Pregled prednosti in slabosti podjetniškega okolja navaja k sklepu, da v Sloveniji ni družbenega konsenza o pomembnosti podjetništva in njegovi vlogi za gospodarsko rast in družbeno blaginjo. Zavedanje vloge, ki jo ima podjetništvo za družbeno blaginjo, je še vedno relativno nizko in ne dovoljuje hitrejšega napredka pri uveljavljanju podjetništva. Številni programi vlade so sicer primerni in usklajeni s programi in aktivnostmi v razvitih evropskih državah, vendar pa slovenska vlada vseh programov in aktivnosti ne zna ustrezno izvajati, promovirati in zagotoviti usklajenega delovanja ministrstev, direktorátov, uradov, agencij in drugih inštitucij.

Letošnji rezultati GEM znova opozarjajo, da je odločitev za podjetništvo osebna odločitev tistih, ki imajo za to potencial, da pa z zapletanjem poslovnega okolja, čudáško davčno politiko in zmuzljivimi ukrepi gospodarske politike Slovence naravnost odvráčamo od samostojne podjetniške poti. Podjetnost oziroma podjetniški talent je redek in dragocen vir, brez katerega je gospodarski razvoj nemogoč. Hkrati ima ta talent tudi čudovito lastnost, da ga je možno vzgajati in spodbujati, da se razcveti. Žal pa je tudi izjemno občutljiv, zato ga lahko zelo učinkovito tudi zatremo v kali.

Rezultati GEM opozarjajo tudi na to, da je treba temeljito spremeniti odnos do procesov uveljavljanja podjetništva. Pred vlado je resen izziv, kako z usklajeno akcijo preobrniti trend padanja podjetniške aktivnosti in vzpostaviti pogoje, v katerih se bo čimveč ljudi odločalo za podjetniško pot, obstoječa in ustaljena podjetja pa bodo kakovostno rastle. Le kako naj sicer uveljavljamo družbo znanja, če nimamo gospodarskega okolja, ki omogoča komercializacijo kakovostnih idej, in če ni rojevanja podjetij, ki sledijo novim poslovnim priložnostim?

Zato bomo morali vzpostaviti kriterije, s pomočjo katerih bomo lahko ocenili uspešnost slovenske ekonomske politike na področju podjetništva. Zagotovo bodo med temi kriteriji morali imeti osrednje mesto:

- višanje TEA indeksa,
- bolj enakovredno vključevanje žensk v podjetništvo,
- manjša stopnja smrtnosti nastajajočih podjetij,
- večja družbena priznanost podjetništva,
- višanje podjetništva zaradi priložnosti,
- večanje števila podjetnikov s postsekundarno izobrazbo,
- povečan prenos raziskav in razvoja,
- spodbujanje in ohranjanje realističnih razvojnih ambicij,
- večanje števila neformalnih investorjev ter višina zneskov, ki jih vlagajo ter
- kakovostna in trajnostna rast podjetij izražena z višanjem dodane vrednosti.

Ekonomska politika mora domisliti ukrepe, s katerimi bo to dosegala. Skrajni čas je že, da se pričnemo ukvarjati s pravimi stvarmi in da to, kar počnemo, delamo prav. Brez sprotnega preverjanja na temelju jasnih kriterijev pa tega nikoli ne bomo niti vedeli niti zmogli izpeljati.

LITERATURA IN VIRI

1. Acs et al. (2004), *Global Entrepreneurship Monitor 2004 Executive Report*, Babson College and London Business School. Dostopno na: www.gemconsortium.org
2. Audretsch, D., Thurik, R. (2000), Capitalism and Democracy in the 21st Century: from the managed to the entrepreneurial economy. *Journal of Evolutionary Economics*, 10 (1), 17-34.
3. Brown, T.E., Kirschhoff, B.A. (1997), The effects of resource availability and entrepreneurial orientation on firm growth. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 32-46.
4. Carre, M., Stel van, A., Thurik, R., Wennekers, S. (2002), Economic Development and Business Ownership: an analysis using data of 23 OECD countries in the period 1976-1996. *Small Business Economics*, 19 (3), 271-290.
5. Carter, N., Gartner, W.B., Reynolds, P.D. (1997), Exploring start-up sequences. *Journal of Business Venturing*, 11, 151-166.
6. Delmar, F., Davidsson P., (2003), Firm Size Expectations of nascent Entrepreneurs. *Working paper*, Joenkeoping International Business School.
7. Lee, L., Wong, P., Ho, Y. (2003), Entrepreneurial Propensities: The Influence of Self-Efficacy, Opportunity Perception and Social Network. *First GEM Research Conference*, Berlin, 1. 3. april 2004.
8. Liao, J., Welsch, H. (2003), Social capital and entrepreneurial growth aspiration: a comparison of technology- and non-technology-based nascent entrepreneurs, *Journal of High Technology Management research*, 14, 149-170.
9. Perez, C. (2002), *Technological Revolutions and Financial Capital: The Dynamics of Bubbles and Golden Ages*, Edward Elgar.
10. Rebernik, M., (2003), From innovation to entrepreneurship. V Schwarz, Erich (ur.): *Technologieorientiertes Innovationsmanagement*, Gabler, Wiesbaden, 139-160.
11. Rebernik, M., Tominc, P., Glas, M., Pšeničny, V. (2003), *GEM Slovenija 2002: Kako podjetna je Slovenija*. IPMMP, Maribor. Dostopno na: www.gemslovenia.org in <http://epfip.uni-mb.si>
12. Rebernik, M., Tominc, P., Glas, M., Širec Rantaša, K. (2004), *GEM Slovenija 2003: Spodbujati in ohraniti razvojne ambicije*. IPMMP, Maribor. Dostopno na: www.gemslovenia.org in <http://epfip.uni-mb.si>
13. Reynolds, Bygrave, Autio et al. (2004), *GEM 2003 Global Report Initial Complete Version*, 2. 2. 2004, 84.
14. Schott, T., Bager, T. (2004), Growth expectations by entrepreneurs in nascent firms, baby businesses and mature firms. The Danish Entrepreneurial Situation, *GEM 2003, Denmark*.
15. Schumpeter, J. (1911), *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Ducker und Humboldt, Berlin.
16. Schumpeter, J. (1942), *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper and Row, New York.
17. Shaver, K. G., Scott, L. R. (1991), Person, process, choice: the psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (2), 23-45.
18. Wennekers, S., Thurik, R. (1999), *Linking Entrepreneurship and Economic Growth*. *Small Business Economics*, 13 (1), 27-55.
19. Wilklund, J., Davidsson, P., Delmar, F. (2003), What do they think and feel about growth? An expectancy-value approach to small business managers' attitudes towards growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring 2003.
20. *Ekonomsko ogledalo: december 2004*, Urad RS za makroekonomske analize in razvoj. Dostopno na: www.gov.si/zmar
21. *Jesensko poročilo 2004*, Urad RS za makroekonomske analize in razvoj. Dostopno na: www.gov.si/zmar
22. *Statistični letopis 2002*, Statistični urad RS. Dostopno na: www.stat.si
23. *Statistični letopis 2003*, Statistični urad RS. Dostopno na: www.stat.si
24. *Statistični letopis 2004*, Statistični urad RS. Dostopno na: www.stat.si

NACIONALNI IZVEDENCI GEM 2004

Ime	Funkcija*	Ustanova*
Igor Antauer	Direktor	PIC Consulting d.o.o.
Prof. dr. Janez Bešter	Univerzitetni profesor	Univerza v Ljubljani, Fakulteta za elektrotehniko
Ddr. Neven Borak	Direktor	Agencija za trg vrednostnih papirjev
Dubrovka Breznik	Samostojna svetovalka direktorja	GZS – Območna zbornica Maribor
Mag. Vladimir Bukvič	Izvršni direktor	CIMOS d.d. Avtomobilska industrija
Rudi Cipot	Direktor	Zavarovalnica Triglav d.d., Območna enota Murska Sobota
Mag. Joško Čuk	Predsednik	Gospodarska zbornica Slovenije
Jasna Dominko Baloh	Direktorica	DOBA Zavod za izobraževanje Maribor
Zlatko Erlih	Direktor	SUN Erlih Zlatko s.p.
Mag. Tatjana Fink	Glavna direktorica	Trimo d.d. Trebnje
Prof. dr. Miroslav Glas	Univerzitetni profesor	Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta
Prof. dr. Vesna Godina	Univerzitetna profesorica	Univerza v Mariboru, Pedagoška fakulteta
Mag. Samo Hribar Milič	Podpredsednik	Gospodarska zbornica Slovenije
Prof. dr. Šime Ivanjko	Univerzitetni profesor	Univerza v Mariboru, Pravna fakulteta
Prof. dr. Marko Jaklič	Univerzitetni profesor	Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta
Zoran Janković	Predsednik uprave	Mercator d.d.
Prof. dr. Željko Knez	Prorektor	Univerza v Mariboru
Prof. dr. Franc Koletnik	Univerzitetni profesor	Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta
Prof. dr. Marko Kos	Univerzitetni profesor	Univerza v Ljubljani
Mag. Zdenka Kovač	Ministrica	Vlada RS, Služba vlade RS za lokalno samoupravo in regionalni razvoj
Vinko Kurent	Direktor	Mikrodata d.o.o.
Mag. Iztok Lesjak	Direktor	Tehnološki park Ljubljana
Dr. Lučka Lorber	Državna sekretarka	Vlada RS, Urad za višje strokovno in visoko šolstvo
Mag. Marija Lubšina Novak	Ravnateljica	OŠ Brežice
Mag. Branko Mayr	Namestnik generalnega direktorja	ITEO-ABECEDA d.o.o. Ljubljana
Prof. dr. Jože Mencinger	Rektor	Univerza v Ljubljani
Mag. Mateja Mešl	Državna sekretarka	Vlada RS, Ministrstvo za gospodarstvo
Dr. Aleš Mihelič	Državni podsekretar	Vlada RS, Ministrstvo za gospodarstvo
Mag. Bojan Možina	Direktor	Edil inženiring Ljubljana
Prof. dr. Mojmir Mrak	Univerzitetni profesor	Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta
Prof. dr. Dušan Mramor	Minister	Vlada RS, Ministrstvo za finance
Prof. dr. Matjaž Mulej	Univerzitetni profesor	Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta
Prof. dr. Rasto Ovin	Dekan	Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta
Mag. Igor Pavlin	Svetovalac	Mednarodni center za promocijo podjetij
Štefan Pavlinjek	Podjetnik in podpredsednik	Obrtna zbornica Slovenije
Boris Pfeifer	Direktor	Slovenski podjetniški sklad
Andrej Polenec	Glavni direktor	ISKRATEL Telekomunikacijski sistemi d.o.o.
Mag. Jože Protner	Direktor	Gospodarska zbornica Slovenije, območna zbornica Maribor
Dr. Viljem Pšeničny	Generalni sekretar	Obrtna zbornica Slovenije
Prof. dr. Danica Purg	Direktorica in dekanica	IEDC Poslovna šola Bled
Janko Razgoršek	Direktor	Razgoršek d.o.o.
Filip Remškar	Predsednik	Smart-Com d.o.o. Ljubljana
Vladimir Rukavina	Direktor	Narodni dom Maribor
Miro Senica	Odvetnik	Odvetniška pisarna Miro Senica in odvetniki

Ime	Funkcija*	Ustanova*
Karmen Sonjak	Direktorica	RRA Koroška d.o.o. Regionalna razvojna agencija za Koroško
Prof. dr. Uroš Stanič	Vodja razvoja	Bolnišnica Golnik
Dr. Peter Stanovnik	Raziskovalec in univerzitetni profesor	Inštitut za ekonomska raziskovanja, Ljubljana in Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta
Prof. dr. Maks Tajnikar	Dekan	Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta
Marta Turk	Podjetnica in državna svetnica	Državni svet RS
Mag. Jaka Vadnjal	Pomočnik v.d. direktorja	Pospeševalni center za malo gospodarstvo
Prof. dr. Jože Vogrinc	Univerzitetni profesor	Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta
Blaž Železnik	Direktor	EXPO BIRO d.o.o.
Dr. Alenka Žnidaršič Kranjc	Predsednica uprave	Prva pokojninska družba d.d.
Danila Žuraj	Srednješolska profesorica	Srednja ekonomska šola Maribor

* Navedeni sta funkcija in ustanova v času izvedbe raziskave



Univerza v Mariboru

ekonomsko-poslovna
fakulteta



INŠTITUT ZA PODJETNIŠTVO IN MANAGEMENT MALIH PODJETIJ
EKONOMSKO-POSLOVNA FAKULTETA
UNIVERZA V MARIBORU



REPUBLIKA SLOVENIJA

MINISTRSTVO ZA ŠOLSTVO, ZNANOST IN ŠPORT



REPUBLIKA SLOVENIJA

MINISTRSTVO ZA GOSPODARSTVO

