



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



Miroslav Rebernik
Polona Tominc
Katja Crnogaj
Karin Širec
Barbara Bradač Hojnik

Nezaznane priložnosti

GEM Slovenija 2012



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



Miroslav Rebernik
Polona Tominc
Katja Crnogaj
Karin Širec
Barbara Bradač Hojnik

Nezaznane priložnosti

GEM Slovenija 2012

Naslov monografije: Nezaznane priložnosti: GEM Slovenija 2012

Avtorji: prof. dr. Miroslav Rebernik, prof. dr. Polona Tominc, dr. Katja Crnogaj,
prof. dr. Karin Širec, doc. dr. Barbara Bradač Hojnik

Vrsta: znanstvena monografija

Strokovna recenzenta: prof. dr. Slavica Singer, prof. dr. Aleš Vahčič

Lektorica: mag. Darja Gabrovšek Homšak

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

Leto izida: 2013

Oblikovanje in tisk: Tiskarna Koštomaj, Elizabeta Koštomaj s.p.

Naklada: 200 izvodov

ISSN 1854-8040

ISBN 978-961-6802-20-8



CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Univerzitetna knjižnica Maribor

658(497.4)«2012»

NEZAZNANE priložnosti : GEM Slovenija 2012 /
Miroslav Rebernik ... [et al.]. - Maribor :
Ekonomsko-poslovna fakulteta, 2013. - (Slovenski
podjetniški observatorij, ISSN 1854-8040)

ISBN 978-961-6802-20-8

1. Rebernik, Miroslav
COBISS.SI-ID 73829121

Izšlo v knjižni zbirki »Slovenski podjetniški observatorij«.

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

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

© Copyright Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta,
Maribor, 2013

Kazalo

UVODNI POVZETEK	9
EXECUTIVE SUMMARY	21
1 UVOD	33
1.1 Pomen podjetništva in podjetniške dimenzije	33
1.2 Spodbujanje podjetništva v razvojno raznolikih državah	34
1.3 Raziskovanje podjetništva z GEM	37
2 GEM-OVA PREGLEDNICA ZNAČILNOSTI PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI	45
3 NAGNjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu	51
3.1 Opredelitev nagnjenosti odraslega prebivalstva k podjetništvu	51
3.2 Dojemanje priložnosti, sposobnost za podjetništvo ter strah pred neuspehom	55
3.3 Podjetniške namere	62
3.4 Dojemanje podjetništva kot poklicne izbire in družbeni status podjetnika	64
4 PODJETNIŠKA AKTIVNOST V LETU 2012	71
4.1 Faze podjetniške aktivnosti	71
4.2 Zgodnja podjetniška aktivnost	73
4.3 Ustaljeni podjetniki	79
4.4 Prenehanje poslovanja	83
4.5 Motivacija za podjetništvo	85
4.6 Podjetniška aktivnost zaposlenih v obstoječih podjetjih	91
5 DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA	95
5.1 Starost	95
5.2 Spol	98
5.3 Dohodek	102
5.4 Izobrazba	104
5.5 Nekatere demografske značilnosti notranjih podjetnikov	105

6	PODJETNIŠKE ASPIRACIJE IN KONKURENČNOST	109
6.1	Merjenje podjetniških aspiracij in navezava na konkurenčnost	109
6.2	Konkurenčnost in demografija	110
6.3	Konkurenčnost in usmerjenost v rast	112
6.4	Konkurenčnost in inovativnost	116
6.5	Konkurenčnost in internacionalizacija	119
7	MEDNARODNE MIGRACIJE IN PODJETNIŠTVO	123
7.1	Podjetniška aktivnost in motiviranost za podjetništvo	124
7.2	Značilnosti podjetništva priseljencev	126
8	PODJETNIŠKO OKOLJE	129
8.1	Podjetniško okolje in njegov pomen	129
8.2	Model/način ocenjevanja podjetniškega okolja	130
8.3	Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo	132
8.4	Vpogled v najvišje in najnižje ocenjene okvirne pogoje za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji	138
8.5	Prednosti in slabosti slovenskega podjetniškega okolja po mnenju izvedencev ter nujnost ukrepanja	142
	SLOVENSKI IZVEDENCI V LETU 2012	145
	LITERATURA	147
	PRILOGA 1: KLJUČNE MERE GEM	153
	PRILOGA 2: PODVOJENI VZORČNI OKVIR	157
	PRILOGA 3: RAZISKOVALNI TIMI IN SPONZORJI GEM V LETU 2012	159
	AVTORJI	171

Kazalo slik

Slika 1: Značilne skupine gospodarstev in ključna razvojna usmerjenost (Kelley idr. 2011).....	35
Slika 2: GEM-ov model proučevanja podjetništva	38
Slika 3: Elementi podjetniške zmogljivosti glede na razvitost držav (v odstotkih odraslega prebivalstva).....	56
Slika 4: Zaznavanje poslovnih priložnosti, vse države GEM	57
Slika 5: Zaznavanje poslovnih priložnosti, evropske države GEM	58
Slika 6: Zmogljivosti in znanje za ustanovitev podjetja, vse države GEM	59
Slika 7: Zmogljivosti in znanje za ustanovitev podjetja, evropske države GEM	60
Slika 8: Strah pred podjetniškim neuspehom.....	61
Slika 9: Strah pred podjetniškim neuspehom – primerjava Slovenije s povprečjem skupin držav ..	62
Slika 10: Podjetniške namere po tipih gospodarstva	63
Slika 11: Podjetniške namere po skupinah držav	64
Slika 12: Spoštovanje podjetniškega poklica in karierna izbira	65
Slika 13: Družbeni status podjetnika, vse države GEM	66
Slika 14: Družbeni status podjetnika, evropske države GEM	67
Slika 15: Faze in profil podjetništva	71
Slika 16: Delež odraslega prebivalstva v Sloveniji, vključenega v podjetništvo.....	72
Slika 17: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost, vse države GEM 2012	76
Slika 18: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi	77
Slika 19: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost po tipih gospodarstev – intervalne ocene	78
Slika 20: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v evropskih državah GEM	80
Slika 21: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v vseh državah GEM	81
Slika 22: Vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo v Sloveniji v letih od 2007 do 2012 ...	82
Slika 23: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom	83
Slika 24: Razvrstitev držav glede na opustitev poslovanja	84
Slika 25: Razlogi za prenehanje poslovanja	85
Slika 26: Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo	88
Slika 27: Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti.....	89
Slika 28: Opredelitev podjetniške aktivnosti zaposlenih.....	91
Slika 29: Pobudniki notranjepodjetniške aktivnosti	93

Slika 30: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost.....	96
Slika 31: Odstotek ustaljenih podjetnikov, ki so mlajši od 34 let	97
Slika 32: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami	99
Slika 33: Ustaljena podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami	100
Slika 34: Odnos do žensk v podjetništvu, evropske države GEM.....	102
Slika 35: Podjetniška aktivnost glede na dohodek	102
Slika 36: Dohodkovni razredi in podjetništvo.....	103
Slika 37: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo.....	104
Slika 38: Zgodnja podjetniška aktivnost in stopnja konkurenčnosti.....	110
Slika 39: Zgodnja podjetniška aktivnost, pričakovana rast števila zaposlenih po geografskih regijah	113
Slika 40: Pričakovano zaposlovanje zgodnjega podjetništva (več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih).....	114
Slika 41: Podpora za rast podjetij, inovacijska gospodarstva	115
Slika 42: Zgodnja podjetniška aktivnost z novimi izdelki in uporabo novih tehnologij	116
Slika 43: Interes za inovacije z vidika podjetja in potrošnika, inovacijska gospodarstva	117
Slika 44: Zgodnja podjetniška aktivnost inovacijskih gospodarstev z mednarodno usmerjenostjo	119
Slika 45: Vrednosti indeksov TEA med pripadniki prve in druge generacije priseljencev ter nepriseljencev v posameznih skupinah gospodarstev ter v Sloveniji	124
Slika 46: Delež podjetnikov zaradi nujne potrebe med vsemi podjetniki v zgodnjih fazah podjetništva med priseljenci in nepriseljenci v posameznih skupinah gospodarstev ter v Sloveniji.....	125
Slika 47: Delež podjetnikov zaradi priložnosti med vsemi podjetniki v zgodnjih fazah podjetništva med priseljenci in nepriseljenci v posameznih skupinah gospodarstev ter v Sloveniji	126
Slika 48: Struktura vzorca po primarnem izvedenstvu	131
Slika 49: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna ter inovacijska gospodarstva.....	135
Slika 50: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva.....	136
Slika 51: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo – primerjava Slovenije s povprečjem skupin držav	137
Slika 52: Elementi vladnih politik v Sloveniji v primerjavi z državami GEM	139
Slika 53: Elementi fizične infrastrukture v Sloveniji v primerjavi z državami GEM	139
Slika 54: Prednosti in slabosti okolja za nastanek in razvoj podjetništva po mnenju izvedencev in njihova priporočila.....	143

Kazalo tabel

Tabela 1: Države GEM leta 2012 po tipih gospodarstev.....	35
Tabela 2: Pomembnost različnih vrst pogojev za ekonomski razvoj (Bosma in Levie 2010)	37
Tabela 3: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2012.....	41
Tabela 4: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav, GEM 2012.....	41
Tabela 5: GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2012.....	46
Tabela 6: Elementi podjetniške zmogljivosti (v odstotkih odraslega prebivalstva), GEM 2012	52
Tabela 7: Elementi podjetniške zmogljivosti po skupinah držav (v odstotkih odraslega prebivalstva), GEM 2012.....	54
Tabela 8: Dojemanje podjetništva v Sloveniji 2006–2012, GEM Slovenija	65
Tabela 9: Vključenost prebivalstva v podjetništvo, GEM 2012	73
Tabela 10: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom, GEM Slovenija 2012	82
Tabela 11: Podjetništvo zaradi priložnosti ter podjetništvo zaradi nuje, GEM 2012.....	86
Tabela 12: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti in priložnosti, GEM Slovenija 2012.....	87
Tabela 13: Podjetniška aktivnost zaposlenih v letih 2011 in 2012, GEM Slovenija 2012.....	92
Tabela 14: Vključenost podjetnih zaposlenih v posamezne faze razvoja notranjepodjetniških aktivnosti v zadnjih treh letih (kot % zaposlenih), GEM Slovenija 2012	93
Tabela 15: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2012	96
Tabela 16: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2012	97
Tabela 17: Odstotek podjetnic med vsemi podjetniki v letih 2011 in 2012, GEM Slovenija 2012....	98
Tabela 18: Vključenost in vodilna vloga pri notranjepodjetniških aktivnostih po starostnih skupinah, GEM Slovenija 2012	106
Tabela 19: Izobrazbena struktura podjetnih zaposlenih, vključenih v notranjepodjetniške aktivnosti, GEM Slovenija 2012	106
Tabela 20: Konkurenčnost in spol – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012	110
Tabela 21: Konkurenčnost in spol – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012.....	111
Tabela 22: Konkurenčnost in starost – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012	111
Tabela 23: Konkurenčnost in starost – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012.....	111

Tabela 24: Konkurenčnost in izobrazba – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012	112
Tabela 25: Konkurenčnost in izobrazba – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012	112
Tabela 26: Konkurenčnost in motivacija – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012	112
Tabela 27: Konkurenčnost in rast števila zaposlenih – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012	114
Tabela 28: Konkurenčnost in rast števila zaposlenih – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012	115
Tabela 29: Konkurenčnost in inovativnost – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012	118
Tabela 30: Konkurenčnost in inovativnost – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012	118
Tabela 31: Konkurenčnost in internacionalizacija – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012	120
Tabela 32: Nekateri značilnosti podjetij in podjetnikov, ki so pripadniki prve ali druge generacije priseljencev ter nepriseljencev po skupinah gospodarstev, GEM 2012.....	127
Tabela 33: GEM-ovi okvirni pogoji za podjetništvo, GEM NES 2012.....	130
Tabela 34: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo glede na stopnjo razvitosti, GEM NES 2012	132
Tabela 35: Najvišje ocenjeni okvirni pogoji za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji, GEM NES Slovenija 2012.....	140
Tabela 36: Najnižje ocenjeni okvirni pogoji za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji, GEM NES Slovenija 2012.....	141
Tabela A1: Statistična značilnost razlik za izbrane kazalnike podjetniške aktivnosti za prebivalstvo, dostopno preko fiksnih in preko mobilnih telefonskih priključkov, Slovenija 2012	158
Tabela A2: Struktura anketiranih v slučajnem vzorcu za Slovenijo za leto 2012 po starosti in spolu v obeh skupinah anketiranih	158



Uvodni povzetek

Podjetništvo ima pomembno družbeno in ekonomsko funkcijo. Uresničevati se začne z odločitvijo posameznika, da bo podjetniško aktiven, na kar vplivajo številni osebni in družbeni dejavniki. Podjetniki ne samo, da prevzemajo tveganja, ustvarjajo tudi nove kombinacije proizvodnih tvorcev in revitalizirajo ekonomsko aktivnost. Njihovo delovanje je močno odvisno od institucionalnega konteksta in stopnje razvoja posameznega gospodarstva, v veliki meri pa tudi od okolja, v katerem ti posamezniki delujejo, saj lahko ovira ali spodbuja njihovo naklonjenost in sposobnost za uresničevanje podjetniških pobud. Na nekatere dejavnike, ki vplivajo na podjetniško aktivnost, posameznik lahko vpliva, na številne pa ne. Ljudje pa ne izkazujejo podjetništva samo z ustanavljanjem novih podjetij, podjetni so tudi zaposleni posamezniki, ki svojo podjetnost uresničujejo v podjetju, v katerem so zaposleni, če sta za takšno delovanje ustvarjena potrebna organizacijska kultura in primerno vodenje. Zato pravo vprašanje ni, ali zaposlitev ali podjetniška kariera, ampak kdaj je posameznikov podjetniški potencial bolje izkoriščen: ko se angažira kot samostojni podjetnik ali ko svoje kreativne sposobnosti produktivno izrablja kot zaposleni v podjetju, ki je v lasti in upravljanju nekoga drugega.

Globalni podjetniški monitor (GEM), ki raziskuje podjetništvo že vse od leta 1998, je bil ustvarjen prav zato, da bi usklajeno raziskovali podjetništvo, še zlasti zato, ker se njegov pomen in vpliv spreminjata glede na razvojno stopnjo gospodarstva in družbe. Različne razvojne stopnje družb pa nosijo s seboj različne zahteve tako glede najučinkovitejšega načina gospodarjenja kot tudi glede najracionalnejše odločitve posameznika o vstopanju v podjetniško kariero. Zato tudi ni možno podati enotnega napotka, kako v teh državah spodbujati podjetništvo. Tako na strani ponudbe podjetniškega talenta kot na strani povpraševanja po njem je treba upoštevati konkretne razmere v državi, ki pa so lahko močno različne. Temu se mora prilagajati tudi ekonomska politika, da bi lahko čim učinkoviteje podpirala razvoj podjetništva, z njim pa tudi ekonomski in družbeni razvoj. Seveda sta tudi v slabo razvitih gospodarstvih pomembna večanje učinkovitosti in vzpostavljanje primernih podjetniških pogojev za podjetništvo, vendar tovrstni ukrepi ne morejo dati potrebnih učinkov in prispevati k razvoju, če niso prej zagotovljeni temeljni pogoji za poslovanje.

Raziskovalni konzorcij GEM je leta 2012 narasel že na 69 sodelujočih držav, v vseh letih skupaj pa je število sodelujočih držav doseglo številko 99. Podatkovna podlaga raziskave GEM se oblikuje letno, sestavljata pa jo dva temelja vira primarnih podatkov: anketiranje odraslih prebivalcev ter intervjuvanje in anketiranje nacionalnih izvedencev. Reprezentativni slučajni vzorci približno 2.000 anketiranih odraslih ljudi v posamezni državi so bili v večini držav pridobljeni v času od aprila do junija 2012. V Sloveniji je od konca maja do začetka junija 2012 v anketni raziskavi sodelovalo skupaj 2.010 odraslih ljudi v starosti od 18 do 64 let. Skupaj je bilo tako anketiranih 186.143

odraslih posameznikov, države, ki so bile zajete, pa predstavljajo 74 % svetovne populacije in 87 % svetovnega BDP. Anketiranje odraslega prebivalstva vsako leto dopolnjuje tudi anketiranje nacionalnih izvedencev oziroma osebni intervjuji z njimi. To so skrbno izbrani posamezniki iz različnih družbenih sfer, ki imajo znanje in izkušnje na področjih, pomembnih za razumevanje podjetniške kompleksnosti in pogojev za njegovo uveljavljanje. Ta dva ključna podatkovna vira nam pomagata bolje razumeti številne plati podjetništva, kot so količina podjetniške aktivnosti, lastnosti podjetniško aktivnih ljudi in njihovih demografskih značilnosti, motiviranost, raznolikost ustvarjenih podjetij, aspiracije po rasti, pa tudi vplivne elemente družbenega okolja ter kulturnih in družbenih norm v družbi, ki lahko podpirajo ali zavirajo podjetniške procese.

NAGNENOST ODRASLEGA PREBIVALSTVA K PODJETNIŠTVU

Posameznikova nagnjenost k podjetništvu vključuje razpoznavanje poslovnih priložnosti, podjetniške kompetence, strah pred neuspehom in odločenost, da bo ustanovil podjetje. Elementi podjetniške zmogljivosti se z razvojno stopnjo podjetništva spreminjajo. Medtem ko v učinkovitostnih gospodarstvih več kot 60 % posameznikov, ki še niso podjetniki, zaznava poslovne priložnosti, pa je v inovacijskih gospodarstvih takšnih samo nekaj nad 30 %. V skupini inovacijskih gospodarstev so percepcije dobrih poslovnih priložnosti v skromnem obsegu zlasti v državah, ki jih je svetovna gospodarska kriza močno prizadela, v Grčiji (13 %), Španiji (14 %) in na Portugalskem (16 %); v tej skupini je tudi Slovaška z 18 % in Slovenija z 20 %. Nizka stopnja zaznavanja podjetniških priložnosti v Sloveniji je nizka tudi primerjalno s celotnim inovacijskim gospodarstvom (30,9 %), z vsemi evropskimi državami in tudi s skupino držav v jugovzhodni Evropi. V svetovnem merilu se po tem elementu Slovenija uvršča na 60. mesto. Na drugem koncu lestvice sta med evropskimi državami najvišje Švedska, ki je na 8. mestu s 66 %, in Norveška, ki je na 13. mestu in kjer 64 % prebivalcev meni, da se bodo v naslednjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti.

Na podjetniško vedenje vpliva in je zanj pomembno tudi posameznikovo zaupanje v lastno znanje, veščine in sposobnosti za podjetniško aktivnost. V faktorskih gospodarstvih je v to, da imajo potrebno znanje in kompetence za podjetniško pot, prepričanih in povprečju več kot 70 % odraslih prebivalcev in v učinkovitostnih polovica, v inovacijskih gospodarstvih pa je takšnih v povprečju nekaj manj kot 40 %. Slovenija se v tem pogledu v vseh letih, kar sodelujemo v GEM, uvršča relativno visoko. Več kot polovica odraslega prebivalstva (51 %) meni, da ima znanje, izkušnje in sposobnosti za opravljanje podjetniškega poklica, kar uvršča Slovenijo na 30. mesto na lestvici 67 držav, med evropskimi državami pa na tretje mesto, za Makedonijo (s 55 %) in Poljsko (s 54 %). Med vsemi sodelujočimi državami je ta delež najnižji v Rusiji (24 %) in na Japonskem (9 %). Kljub tako visoko izraženemu prepričanju odraslega prebivalstva, da so se sposobni podati na podjetniško pot, pa podjetniške namere in tudi dejanska stopnja podjetništva v Sloveniji ostajajo nizke.

Začenjanje podjetniške poti lahko prepreči tudi strah pred neuspehom, ki ga je več v bolj razvitih gospodarstvih, verjetno zato, ker je tip podjetniške aktivnosti v visokorazvitih gospodarstvih lahko precej zahtevnejši in terja več znanja in veščin kot enostavnejše podjetniške aktivnosti, ki jih je najti več v državah faktorskega in učinkovitostnega gospodarstva. Upoštevati pa je treba tudi, da določeni kulturni vzorci, ki veljajo v številnih državah, tudi v Sloveniji, stigmatizirajo vsak neuspeh, tudi podjetniškega. V Sloveniji strahu pred neuspehom sicer ni veliko, saj je samo dobra četrtina (27 %) prebivalstva mnenja, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od podjetniške poti. V svetovnem merilu to Slovenijo uvršča na 14. mesto, med evropskimi pa na prvo. Žal se to ne izteče tudi v uspešno rojevanje novih podjetij, saj tako podjetniške namere kot

tudi dejanska stopnja podjetništva v Sloveniji ostajajo nizke. Del razlogov za ta razkorak je lahko tudi v napačnem razumevanju zahtevnosti podjetniškega poklica, torej zmotnem prepričanju, da je imeti svoje lastno podjetje pravzaprav preprosto.

Na posameznikovo odločitev za podjetništvo vpliva splet dejavnikov na ravni posameznika, podjetja in podjetniškega okolja, kulturne in družbene norme imajo pri tem pomemben vpliv. Povezanost med družbenim okoljem in podjetniško nagnjenostjo v GEM proučujemo tako, da med delovno aktivnim prebivalstvom ugotavljamo delež tistih, ki menijo, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira, delež tistih, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani, ter delež tistih, ki menijo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjetjih. Čeravno je pri vseh treh indikatorjih opaziti zmanjšanje v primerjavi s povprečjem preteklih let, pa je to, kar bode v oči, stalen in velik razkorak med tem, da ljudje spoštujejo podjetniški poklic (75 %), in tem, da menijo, da je podjetništvo dobra poklicna izbira (55 %). Podoben razkorak zasledimo v celotni Evropski uniji, kjer približno polovica respondentov meni, da je podjetništvo dobra poklicna izbira, čeprav jih dve tretjini med njimi pripisuje podjetniški aktivnosti visok status. Sicer pa delež posameznikov, ki podjetništvo razumejo kot dobro poklicno izbiro, upada s stopnjo razvitosti. V faktorskih gospodarstvih je v to prepričanih v povprečju 76 % odraslih prebivalcev, v učinkovitostnih 70 %, v inovacijskih pa le 55 %. V slednjih je razkorak med spoštovanjem podjetnikov in mnenjem, da je biti podjetnik dobra poklicna izbira, tudi največji. Status podjetnika v družbi so na temelju petih komponent ocenjevali tudi nacionalni izvedenci, ki so na lestvici od 1 do 5 to področje ocenili s povprečno oceno 2,99, kar pa Slovenijo še vedno uvršča na rep lestvice vseh sodelujočih držav. Družbeni status podjetnika je najbolje ocenjen v Izraelu in ZDA, slabe ocene pa imajo, podobno kot leta 2011, Iran, Madžarska in Hrvaška.

PODJETNIŠKA AKTIVNOST V LETU 2012

Podjetniški proces se začne s potencialnimi podjetniki, ki menijo, da imajo potrebne podjetniške sposobnosti, ki vidijo poslovne priložnosti in jih tudi želijo realizirati. Naslednjo fazo predstavljajo *nastajajoči podjetniki* – to so posamezniki, ki so bodisi začeli nekatere aktivnosti, da bi ustanovili podjetje, ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece. Tiste, ki imajo aktivno podjetje in plače izplačujejo že dlje kot tri mesece, imenujemo *novi podjetniki*. Skupaj z nastajajočimi podjetniki tvorijo *indeks zgodnje podjetniške aktivnosti* TEA, ki kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom starosti, ki se vključuje v podjetništvo. Kaže torej obseg zgodnjih faz podjetniškega procesa in je še zlasti občutljiv za dejavnike okolja, ki posameznike bodisi spodbujajo bodisi odvrčajo od podjetništva. Posameznike, ki imajo podjetje že dlje kot tri leta in pol, imenujemo *ustaljeni podjetniki*. Leta 2012 je v Sloveniji slabih 15 % odraslih prebivalcev menilo, da se bodo v prihodnjih treh letih začeli ukvarjati s podjetništvom. Ta delež je visok, če ga primerjamo z deležem prebivalcev, ki so leta 2012 dejansko kaj storili za začetek svoje podjetniške poti in realizacijo svojega podjetja – takšnih je bilo v povprečju manj kot 3 % (2,95 %). Skupaj s posamezniki, katerih podjetje je staro od 3 do 42 mesecev (2,53 %), so upoštevani v deležu zgodnjega podjetništva (indeks TEA).

Največ zgodnje podjetniške aktivnosti je bilo leta 2012 v afriških državah Zambija (41,5 %), Gana (36,5 %) in Uganda (35,8 %), najmanj pa v Rusiji (4,34 %), Italiji (4,32 %) in na Japonskem (3,99 %). Med evropskimi državami sta se najvišje zavihteli Estonija s 14,3 % (23. mesto) in Latvija s 13,4 % (24. mesto). Slovenija je v svetovnem merilu na 59. mestu, v evropskem pa na 23. Po treh letih upadanja se je tako zgodnja podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva v Sloveniji lani vendarle povečala, in sicer na obetavnih 5,42 %. Vendar je pot do optimizma še dolga, saj indeks TEA

zajema tudi posameznike, ki so šele na začetku procesa nastajanja podjetja. Številnim med njimi podjetniške zamisli ne uspe pripeljati tudi do zagona podjetja ali pa novo podjetje usahne že na začetku. V kolikšni meri bo to veljalo tudi za podjetniške pobude in ustanovitve iz leta 2012, je odvisno tudi od tega, ali bo država zagotovila stabilnejše davčne, finančne in pravne okvire poslovanja, pa tudi primerno odgovorno ravnanje politike.

Večina držav v Evropi, ki so leta 2012 sodelovale v raziskavi GEM, se uvršča v skupino inovacijskih držav, v katerih je stopnja podjetniške aktivnosti v povprečju nižja kot v skupini učinkovitostnih ali faktorskih držav, kar je odraz možnosti, ki jih imajo posamezniki, ko si prizadevajo zagotoviti eksistenco zase in družino. V razvitih inovacijskih gospodarstvih ima posameznik več možnosti ne samo za zaposlitev, ampak tudi za sproščanje svoje ustvarjalnosti in podjetnosti na delovnem mestu. To je možno sklepati po podjetniški aktivnosti zaposlenih, ki za svojega delodajalca razvijajo nove proizvode in podjetje, česar je v inovacijskih gospodarstvih bistveno več.

PRENEHANJE POSLOVANJA

Podjetniški proces zajema tudi prenehanje poslovanja, ki je poleg rojevanja podjetij in njihovega aktivnega delovanja indikator dinamičnosti podjetniškega procesa. Primerjava deleža prebivalstva, ki je v preteklem letu opustilo podjetje, s celotno podjetniško aktivnostjo v določenem letu, nam da *opustitveni indeks*, ki je najvišji v Malaviju (64,54 %), Palestini (62,59 %), Angoli (52,17 %) in Alžiriji (57,9 %), najnižji pa na Tajskem (6,06 %), Barbadosu (9,89 %), na Nizozemskem (11,26 %) ter v Veliki Britaniji (11,27 %). Med evropskimi državami sta najvišje uvrščeni Bosna in Hercegovina (52,53 %) ter Hrvaška (37,45 %), med državami EU pa Italija (31,8 %).

V Sloveniji se je s podjetništvom prenehalo ukvarjati v povprečju 1,4 % odraslega prebivalstva, kar predstavlja 14,4 % celotne podjetniške aktivnosti in je primerljivo z letom poprej (17,4 %). Temeljni razlog, zaradi katerega so v Sloveniji posamezniki leta 2012 opustili svoje podjetje, je bil finančne narave, saj je bilo takšnih primerov 21 %, kar je bistveno manj kot leto poprej (43 %) in povsem primerljivo z letom 2010 (21 %). Ker podjetje ni bilo dobičkonosno, ga je v Sloveniji opustilo 11 % posameznikov – bistveno manj kot v povprečju v drugih primerjanih skupinah (v EU v povprečju kar 30 %). Struktura razlogov za prenehanje poslovanja je v Sloveniji po nekaterih značilnostih drugačna od povprečja primerjanih skupin držav. V vseh primerjanih skupinah držav je bil ključni razlog za opustitev poslovanja nedobičkonosnost podjetja, v Sloveniji pa so na prvem mestu finančni razlogi. Še po enem razlogu Slovenija močno izstopa: kar 11 % jih je opustilo poslovanje zaradi upokojitve (leta 2011 18 %). Tako v inovacijskih gospodarstvih kot v povprečju v državah EU je opustitev poslovanja zaradi upokojitve v povprečju manj (7 %).

MOTIVI ZA PODJETNIŠTVO

Nekateri se vključujejo v podjetništvo zaradi nujnosti, drugi zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti. V Sloveniji se zelo majhen delež prebivalstva odloča za podjetništvo zaradi nuje. Leta 2012 je bil indeks TEA za te samo 0,40 %, leto poprej povsem primerljivih 0,44 %. Kar pa se tiče podjetništva zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti, lahko motive razvrstimo v tri glavne skupine: da bi bili pri svojem delu neodvisni, da bi ohranili raven svojih dohodkov ali da bi raven svojih dohodkov povečali. Izkaže se, da je bilo v Sloveniji leta 2012 podjetništva, ki ga je spodbudila želja po večji neodvisnosti in povečanju dohodka, v povprečju 65,68 %. To uvršča Slovenijo v zgornjo tretjino proučevanih držav, kjer na najvišjih mestih najdemo Norveško in Nizozemsko z 72,31 % oziroma 71,93 % podjetništva iz priložnosti zaradi želje po večji neodvisnosti in povečanju

dohodka. Na drugi strani lestvice je z najvišjim deležem podjetništva iz nujnosti ter podjetništva zaradi ohranjanja ravni dohodka pri podjetništvu iz priložnosti Bosna in Hercegovina, kjer je takih skoraj 80 % podjetnikov (79,48 %). Med državami EU ponovno izstopa Italija, kjer je podjetništva iz nujnosti ter podjetništva zaradi ohranjanja ravni dohodka pri podjetništvu iz priložnosti kar 74,55 % celotne zgodnje podjetniške aktivnosti.

V Sloveniji so bili leta 2012 torej prevladujoči motivi večja neodvisnost in osebna svoboda pri delu ter povečanje ravni dohodka – podobno kot tudi v preteklih dveh letih. Podjetništvo, ki je nastalo zaradi izkoriščanja obetavnih poslovnih priložnosti, se po svojih značilnostih razlikuje od podjetništva ljudi, ki so bili potisnjeni na podjetniško pot, ker niso imeli boljše možnosti za pridobitev dohodka in za preživetje. Zato je razumevanje motivacijske strukture podjetništva pomembno: pričakujemo lahko na primer različne aspiracije po rasti ter zaposlovanju in širjenju poslovanja, pa tudi različne demografske ter izobrazbene značilnosti posameznikov v obeh skupinah podjetnikov. Politika pospeševanja podjetništva bi morala to razumeti in upoštevati.

NOTRANJEPODJETNIŠKA AKTIVNOST

Ob nastajanju novih podjetij je za doseganje konkurenčnosti in inovativnosti podjetij in z njo konkurenčnosti posamezne države pomembna tudi notranjepodjetniška aktivnost zaposlenih, ki jo GEM definira kot aktivnost, pri kateri *»zaposleni za svojega glavnega delodajalca razvijajo nove dejavnosti, kot so razvoj in uvedba novega izdelka oziroma storitve ali vzpostavitev nove poslovne enote, novega podjetja ali podružnice.«* Analiza podatkov GEM 2012 je pokazala, da je notranjepodjetniška aktivnost zaposlenih relativno visoka v primerjavi s klasično podjetniško aktivnostjo v Sloveniji. Tako je bilo v zadnjih treh letih aktivno vključenih in imelo vodilno vlogo v vsaj eni fazi razvoja in uvajanja novih dejavnosti 10,5 % zaposlenih, trenutno pa takšne vloge prevzema 8,7 % zaposlenih. Podjetni zaposleni v okviru notranjepodjetniških aktivnosti prevzemajo različne vloge in niso nujno tudi iniciatorji idej. Teh je bilo med podjetnimi zaposlenimi le 28 %, medtem ko je bilo 33 % iniciativ rezultat kombinacije predlogov delodajalca, podjetnih zaposlenih in sodelavcev, kar kaže na visoko stopnjo sodelovanja in vključevanja različnih udeležencev v procesu podajanja predlogov za izboljšave in spremembe. Delodajalci so bili iniciatorji v 29 %, drugi sodelavci pa le v 10 % podanih iniciativ. Največ zaposlenih je vključenih in prevzema vodilne vloge pri notranjepodjetniških aktivnostih v starostni skupini med 35. in 44. letom (33 %), sledi pa jim starostna skupina med 45. in 54. letom (27 %). V notranjepodjetniške aktivnosti so v več kot polovici primerov vključeni posamezniki, ki imajo univerzitetno izobrazbo. Pomembneje se v podjetniške dejavnosti vključujejo zaposleni, ki imajo končano najmanj srednješolsko izobrazbo, nižje izobraženi zaposleni pa v tovrstne dejavnosti praktično niso vključeni.

DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA

Tako kot ustvarjalnost lahko tudi podjetniško aktivnost in ustanavljanje podjetij zaznamo v vseh starostnih skupinah. V preteklih letih je bila v Sloveniji v povprečju najvišja stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti med prebivalstvom v starostni skupini od 25 do 34 let. Leta 2011 jih je bilo v tej starostni skupini 31 %, leto poprej pa celo 39 %. Leta 2012 je bila za spoznanje bolj zastopana starostna skupina od 35 do 44 let, v kateri je bil delež podjetnikov 32 %. Ti dve skupini skupaj predstavljata največji delež vseh nastajajočih in novih podjetnikov v vseh državah, ki sodelujejo pri raziskavi GEM. Mlajša struktura podjetnikov prevladuje predvsem v državah zunaj Evropske unije. V teh državah je polovica nastajajočih in novih podjetnikov mlajša od 34 let, izstopa pa Kitajska, kjer je delež zgodnjih podjetnikov, mlajših od 34 let, kar 57 %. Relativna mladost podjetniške

populacije je sicer povezana tudi s tem, da je v teh državah v primerjavi z Evropo prebivalstvo mlajše, a vseeno nakazuje, da se bo dolgoročno podjetniška aktivnost v teh državah uveljavljala, in če bodo države vodile še ustrezno podjetniško politiko, bodo tudi vse bolj mednarodno konkurenčne in tekmovalne. Starajoče se prebivalstvo v Evropi obenem z relativno majhnim zanimanjem za podjetniško kariero zato tako v Sloveniji kot v Evropski uniji terja resne premisleke o industrijski in podjetniški politiki ter mehanizmi za spodbujanje podjetnosti in podjetništva.

Tudi med ustaljenimi podjetniki je najbolj zastopana starostna skupina med 35. in 54. letom. Pri tem izstopa Slovenija z 68 % deležem, ki opozarja na to, da se bodo slej ko prej morali oblikovati primerni mehanizmi za prenos tako lastništva kot tudi managementa. Tudi dejstvo, da imamo v Sloveniji 40 % podjetnikov v starostni skupini od 45 do 54 let in 20 % v starostni skupini od 55 do 64 let, govori v prid tezi, da je na tem področju potrebna ustrezna politika. Ne samo zato, ker bodo v prihodnjih letih podjetja starajočih se podjetnikov brez ustreznega pomlajevanja vse manj učinkovita in prodorna, ampak morda še bolj pomembno zato, ker so starejši, prekaljeni podjetniki izjemno dragocen vir izkušenj, znanja in mrežnega povezovanja.

Leto 2012 se je za žensko podjetništvo v Sloveniji pokazalo kot izrazito neugodno. Medtem ko sta med odraslim prebivalstvom v Evropi po deležu odraslih žensk, ki se vključujejo v zgodnje podjetništvo, na prvih mestih Estonija z 9,7 % in Latvija z 8,18 %, se Slovenija z 2,6 % uvršča na zadnje mesto v Evropi, v svetovnem merilu pa tudi sramotno nizko, šele na 63. mesto. Največ zgodnje podjetniške aktivnosti med ženskami je bilo sicer v Zambiji (40 %), Gani (38 %) in Nigeriji (35,6 %), najmanj pa v Koreji (2,3 %), na Japonskem (2,1 %) in v Pakistanu (1,2 %). Slovenija je za spoznanje manj neprijeten vtis v letu 2012 pustila pri ustaljenih podjetnicah, to je tistih, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol, pri čemer se je naša država uvrstila na 51. mesto (2,9 %). Indeks podjetniške aktivnosti žensk v okviru ustaljenih podjetij je sicer najvišji v Gani (35,8 %) in na Tajskem (29,5 %), najnižji pa v Palestini (0,7 %) in Egiptu (0,6 %). Med evropskimi državami je na prvem mestu Švica (7,1 %), ki je hkrati na 13. mestu med 67 sodelujočimi državami, za njo pa je Grčija (6,8 %). Zadnja med evropskimi državami je bila lani Italija (1,6 %), ki je na 61. mestu na lestvici.

Že v prejšnjih letih smo ugotavljali, da so mnoge spremenljivke, ki so se pokazale kot pomembne pri odločanju za podjetniško kariero, za ženske manj ugodne kot za moške. Manj žensk kot moških verjame, da imajo znanje, veščine in izkušnje za podjetništvo. Manj jih meni, da se bodo v naslednjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti, ženske se tudi bolj bojijo neuspeha kot moški in poznajo manj ljudi, ki so v zadnjih dveh letih ustanovili podjetje. To seveda pomeni, da bo treba za povečanje prisotnosti žensk v podjetništvu sprejemati učinkovitejše ukrepe, ki bodo posegali globlje od kratkoročnih in enkratnih akcij ali pozivov.

Zanimivo pa je, da je po siceršnjem odnosu do žensk v podjetništvu Slovenija v evropskem in tudi v svetovnem merilu vselej visoko uvrščena. To področje so po petih komponentah ocenjevali nacionalni izvedenci in ga na lestvici od 1 do 5 ocenili s povprečno oceno 3,62, s katero zaseda Slovenija 12. mesto med vsemi državami GEM in 8. mesto v evropskem merilu ter se s tem postavlja ob bok Danski in Estoniji. To pomeni, da imajo formalno in pravno ženske v Sloveniji enakovredno izhodišče za podjetništvo kot moški. Zlasti v nekaterih manj razvitih državah njihovi izvedenci splošni odnos družbe do ženskega podjetništva ocenjujejo precej slabše, med evropskimi državami pa je na repu lestvice mogoče najti Madžarsko, Hrvaško, Italijo ter Bosno in Hercegovino, medtem ko so skandinavske države tudi leta 2012 na tem področju zasedale najvišja mesta.

Največji delež nastajajočih in novih podjetnikov prispeva odraslo prebivalstvo, ki se uvršča v zgornji dohodkovni razred, prav tako tudi ustaljenih podjetnikov. Iz tega dohodkovnega razreda je bilo leta 2012 podjetniško aktivnih dobrih 6 % odraslega prebivalstva (2,51 % zgodnjih in 3,95 % ustaljenih podjetnikov); v srednjem dohodkovnem razredu so bili podjetniško aktivni dobri 4 %

prebivalstva, v spodnjem dohodkovnem razredu pa nekaj manj kot 3 %. Za takšno vključevanje prebivalstva v podjetništvo je več razlogov, začenši z izobrazbo, ki je v gornjem dohodkovnem razredu v povprečju višja, nanjo pa so vezana tudi določena znanja in izkušnje, ki so za podjetniško kariero v inovacijskem gospodarstvu, kamor se uvršča Slovenija, primernejša. Večji je tudi spekter poslovnih priložnosti, ki je na razpolago, brez prevelikega tveganja pa lahko tudi predpostavimo, da so v tem dohodkovnem razredu ovire finančne narave manjše.

Izobrazba, tako neformalna kot formalna, je za podjetništvo izjemnega pomena, saj povečuje zalogo informacij in veščin posameznika, ki so pomembne za zaznavanje in izrabo poslovne priložnosti. Obenem je izobrazbena struktura podjetnikov eden izmed pomembnih dejavnikov, ki vplivajo na kakovost podjetništva in njegovo zmožnost za rast in razvoj. Prav zato so nekateri podatki o izobrazbi podjetnikov za leto 2012 zaskrbljujoči, saj ugotavljamo, da je med nastajajočimi podjetniki upadel delež tistih z visokošolsko izobrazbo s 44,3 % leta 2011 na 39,2 %. Med novimi podjetniki je bil upad še večji – z 52,1 % na 44,9 %. Medtem ko se pri nastajajočih podjetnikih ta upad do določene mere vsaj delno kompenzira s povečanim deležem podjetnikov z višješolsko strokovno izobrazbo (s 5,2-odstotnega deleža na 13,1-odstotni delež), pa je pri novih podjetjih tukaj še večji upad, in sicer s 23,5 % na 10,7 %. Upad deleža podjetnikov z visokošolsko izobrazbo smo zabeležili tudi pri ustaljenih podjetnikih, kjer se je delež v primerjavi z letom 2011 zmanjšal s 37 % na 29,2 %.

Zmanjševanje števila podjetnikov z visokošolsko izobrazbo je resno opozorilo, da je bilo premalo narejeno za to, da bi se visoko izobraženi posamezniki odločali za podjetniško kariero, čemur pritrdjujejo tudi rezultati analize Evropske komisije, ki kažejo, da več kot polovica evropskih študentov na visokošolski ravni nima dostopa do podjetniškega izobraževanja. Podjetniško izobraževanje pa prispeva k razvoju znanj in spretnosti, s pomočjo katerih bodo študentje razvili tehnično-poslovne veščine za uspešno podjetniško kariero. Pri tem še zdaleč ni nujno, da mora podjetniško izobraževanje voditi v ustanovitev lastnega podjetja, saj gre tudi za pridobitev številnih veščin in lastnosti, ki so lahko uporabne in potrebne tudi v drugih vrstah poklicnega udejstvovanja – od zaznavanja priložnosti, povezovanja in sodelovanja do zdrave ambicioznosti in zavedanja samoodgovornosti. Če posamezniki med šolanjem ne pridobijo zavedanja o tem, da je treba biti podjeten oziroma da je podjetniška kariera dobra izbira, bo vključevanje v podjetništvo seveda manjše.

Boljšo izobrazbeno strukturo imamo pri notranjih podjetnikih, za katere je na splošno značilno, da so visoko izobraženi in imajo v povprečju univerzitetno ali višjo izobrazbo, velikokrat kot kombinacijo različnih usmeritev, ki med seboj povezujejo različna znanja, od tehničnih do poslovnih. V Sloveniji je največ zaposlenih vključenih in prevzema vodilne vloge pri notranjepodjetniških aktivnostih v starostni skupini med 35. in 44. letom, sledi jim starostna skupina med 45. in 54. letom. Najmanj vključenih v notranjepodjetniške aktivnosti je med najmlajšimi zaposlenimi v starostni skupini med 18. in 24. letom (le 2 %), kar je glede na starosti primerne manjše delovne izkušnje in strokovno znanje tudi razumljivo. V notranjepodjetniške aktivnosti je bilo v zadnjih treh letih vključenih in je imelo vodilno vlogo 64 % moških in 36 % žensk, v času raziskave pa 60 % moških in 40 % žensk.

PODJETNIŠKE ASPIRACIJE IN KONKURENČNOST

Aspiracijske ravni podjetnikov glede razvoja njihovih podjetij so zelo različne. V raziskavi GEM jih merimo s predvideno rastjo števila zaposlenih, inovativnostjo njihovih izdelkov ali storitev ter z internacionalizacijo poslovanja. Podjetniki lahko s svojimi proizvodi in/ali storitvami konkurirajo

na bolj ali manj konkurenčnih trgih. Podatki GEM za leto 2012 kažejo, da slovenski nastajajoči in novi podjetniki vstopajo na oba tipa trgov: 59 % jih vstopa na trge z omejeno konkurenčnostjo in 41 % na trge z visoko stopnjo konkurenčnosti. Med nastajajočimi in novimi podjetniki predstavniki najmlajše skupine (od 18 do 34 let) v največji meri iščejo priložnosti na novih, nižnih trgih. Nasprotno pa v skupini ustaljenih podjetnikov vse starostne skupine v večji meri konkurirajo na trgih z veliko konkurenco. Med nastajajočimi in novimi podjetniki više izobraženi posamezniki v večji meri (66 %) načrtujejo svoje poslovanje na bolj konkurenčnih trgih. Ustaljeni podjetniki so ne glede na izobrazbeno raven intenzivneje prisotni na trgih z veliko konkurenco (okrog 60 %). Med nastajajočimi in novimi podjetniki, ki se podajajo na podjetniško pot zaradi zaznane podjetniške priložnosti, jih 60 % načrtuje poslovanje na tržiščih z malo oziroma nič konkurenco. Takšen rezultat potrjuje dejstvo, da podjetniki iz nuje poslujejo na manj konkurenčnih trgih, s proizvodi in/ali storitvami, ki za potencialne kupce niso novost.

Analiza povezav med stopnjo konkurenčnosti in aspiracijami po rasti števila zaposlenih kaže, da namerava večina ambicioznih zgodnjih podjetnikov svoje ambicije uresničevati z večanjem tržnih deležev na novih, nižnih trgih. Tako lahko sklepamo, da večina ambicioznih zgodnjih podjetnikov verjame, da za realizacijo njihovih pričakovanj po rasti obstaja dovolj neizkoriščenih trgov oziroma jih je moč ustvariti. Ugotovili smo, da je inoviranje proizvodov in/ali storitev na strani zgodnjih podjetnikov običajnejše na trgih z malo ali nič konkurenco. Zaskrbljujoč je podatek o majhnem deležu tistih zgodnjih in ustaljenih podjetnikov, ki uporabljajo nove tehnologije (npr. tehnologije, ki so na voljo od preteklega leta). Teh je med nastajajočimi in novimi podjetniki le 6 %, med ustaljenimi pa le še 4 %. Vzorec njihovega konkuriranja je podoben (71 % v primerjavi s 60 % jih konkurira na trgih z malo ali nič konkurenco). Analiza konkurenčnosti in mednarodne usmerjenosti zgodnjih podjetnikov tudi kaže, da kar 32 % slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov načrtuje močno usmerjenost na mednarodne trge (več kot 25 % kupcev v tujini). Intenzivneje mednarodno usmerjena podjetja načrtujejo poslovanje na manj konkurenčnih – nižnih trgih (72 %), medtem ko dobri dve petini šibko mednarodno usmerjenih podjetij namerava poslovati na trgih z veliko obstoječo konkurenco (43 %) – predvidevamo, da s posnemanjem strategij obstoječih konkurentov.

MEDNARODNE MIGRACIJE IN PODJETNIŠTVO

Raziskave kažejo, da so podjetniki, ki so priseljenci ali njihovi potomci, lahko pomemben vir gospodarske rasti in konkurenčnosti gospodarstva tako v državi, v katero so se priselili, kot v državi, iz katere izhajajo.

Zato jih je leta 2012 raziskava GEM vključila kot posebno temo, analiza pa je zajemala predvsem učinke podjetniške aktivnosti priseljencev v državah, v katerih podjetniško delujejo, zlasti rast, inovativnost in mednarodno usmerjenost njihovih podjetij. Zaradi nizkega števila vključenih posameznikov in zato, ker gre zgolj za enoletne podatke, je treba rezultate jemati zadržkom, ugotavljamo pa, da se stopnje podjetniške aktivnosti tako prve kot druge generacije priseljencev v treh skupinah držav razlikujejo podobno, kot to velja za zgodnjo podjetniško aktivnost v celoti, kar kaže na to, da imajo dejavniki okolja, kot so ekonomski, institucionalni ter kulturno-družbeni, ki so značilni za posamezno fazo gospodarske razvitosti, podoben vpliv na podjetniško aktivnost priseljencev in nepriseljencev.

V inovacijskih in faktorskih gospodarstvih so pripadniki prve generacije priseljencev v povprečju bolj podjetniško aktivni kot pripadniki druge generacije ter nepriseljenci. V učinkovitostnih gospodarstvih se kaže nasproten vzorec: v povprečju so najbolj podjetniško aktivni neprise-

ljenci, pripadniki prve generacije priseljencev pa najmanj. Po teh značilnostih je Slovenija bolj podobna učinkovitostnim gospodarstvom kot inovacijskim, kamor spada glede na stopnjo BDP na prebivalca. Pripadniki prve generacije priseljencev so v povprečju najmanj podjetniško aktivni (3,34 %), pripadniki druge generacije priseljencev ter nepriseljenci pa kažejo večjo podjetniško aktivnost (5,78 % in 5,55 %).

Med podjetniki, ki so pripadniki prve ali druge generacije priseljencev, jih je v povprečju petina začela s podjetništvom zato, ker so na tak način ustvarili vir dohodka za preživetje zase ali za svojo družino. Med podjetniki nepriseljenci je v povprečju v Sloveniji takih le dobrih 5 %. Toda pri analizi agregiranih podatkov po skupinah držav glede na stopnjo gospodarske aktivnosti takšna razporeditev ne velja. Povprečne stopnje podjetniške aktivnosti zaradi nuje med podjetniki priseljenci in podjetniki nepriseljenci so v vseh treh skupinah gospodarstev zelo podobne, v učinkovitostnih gospodarstvih pa je podjetništvo zaradi nuje med nepriseljenci celo nekoliko pogostejše kot med podjetniki priseljenci. Rezultati tudi kažejo, da so podjemi priseljencev v inovacijskih gospodarstvih bolj usmerjeni v rast števila delovnih mest in tudi na mednarodno tržišče, kot to velja za podjetniško aktivnost nepriseljencev. V ukrepih ekonomske politike v državi, v kateri se priseljenci vključujejo v podjetniško aktivnost, bi bilo zato te možnosti zaposlovanja in globalizacije poslovanja treba spodbujati. V državah, iz katerih izvirajo, pa je ukrepe ekonomske politike smiselno graditi na utrjevanju povezav s tistimi podjetniško aktivnimi ljudmi, ki so se odselili v druge dele sveta.

PODJETNIŠKO OKOLJE

Podjetništvo je tesno vpeto v konkretno družbeno okolje, ki se razlikuje med državami in celo med posameznimi regijami. Raziskovalna metodologija GEM se podobno kot nekatere druge raziskave pri ocenjevanju podjetniškega okolja opira na mnenja strokovnjakov, da bi ocenili specifične pogoje določenega nacionalnega gospodarstva. Pri tem se osredotočamo zgolj na temeljne pogoje, ki imajo pomemben vpliv na podjetniški sektor, in na ta način pridobimo ustrezen vpogled v okvirne pogoje, v katerih podjetniki začenjajo in razvijajo svojo aktivnost.

Analiza izvedeniških odgovorov je pokazala, da so izvedenci v faktorskih gospodarstvih največkrat najbolje ocenili predvsem dinamičnost na notranjem trgu ter dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij, ki je hkrati tudi največkrat najbolje ocenjen okvirni pogoj za podjetništvo v učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstvih. Izvedenci v faktorskih gospodarstvih so najpogosteje najslabše ocenili okvirni pogoj, ki se nanaša na razširjenost in kakovost izobraževanja ter usposabljanja za podjetništvo v osnovni in srednji šoli, ter okvirni pogoj, ki se nanaša na obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso. Podjetniško izobraževanje na osnovni ravni je še vedno največkrat najslabše ocenjen okvirni pogoj tudi v učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstvih, čeprav številne raziskave opozarjajo, da je naklonjenost izobraževalnega sistema podjetniškemu izobraževanju osnova, s pomočjo katere se oblikujejo ključni elementi za podjetništvo, kar je podlaga ekonomske rasti in razvoja. To potrjujejo tudi povprečne ocene omenjenega okvirnega pogoja, ki so ga izvedenci v faktorskih gospodarstvih ocenili v povprečju z oceno 1,91 (na lestvici od 1 do 5), v učinkovitostnih gospodarstvih z oceno 2,05 in v inovacijskih z oceno 2,14.

Dostop do fizične infrastrukture tudi v Sloveniji v povprečju dosega najvišjo oceno (3,83). Najslabše je bil v Sloveniji v povprečju ocenjen okvirni pogoj, ki se nanaša na zasnovanost in vodenje vladne politike – regulative za nova in rastoča podjetja (2,09), kar lahko nedvomno pripišemo tudi domačim političnim in gospodarskim razmeram v letu 2012. V splošnem so

leta 2012 slovenski izvedenci podjetniško okolje v Sloveniji ocenili zelo kritično. Kar 7 okvirnih pogojev za podjetništvo od 12 je bilo ocenjenih slabše kot leto poprej. Kot stimulaturna za podjetništvo (ocena nad 3) so v letu 2012 izvedenci ocenili zgolj dva okvirna podjetniška pogoja: dostop do fizične infrastrukture in hitrost sprememb na notranjem trgu. Relativno dobro so ocenjeni kakovost in dostopnost poslovne in strokovne infrastrukture, razširjenost in kakovost izobraževanja za podjetništvo po srednji šoli ter izvajanje vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva. Na lestvici okvirnih podjetniških pogojev z najnižjimi povprečnimi ocenami pa so zasnovanost in vodenje vladne politike (regulativa), razširjenost in kakovost izobraževanja za podjetništvo v osnovni in srednji šoli, kulturne in družbene norme, zasnovanost in vodenje vladne politike (podpora), razpoložljivost finančnih virov za nova in rastoča podjetja, obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso ter odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu.

Številne najnižje ocenjene trditve o poslovnem okolju v Sloveniji leta 2012 po večini niso novost, saj so se nekatere pogosto pojavljale že v preteklih letih. Slovenija je po kakovosti večine okvirnih pogojev za podjetništvo še vedno oddaljena od skupine inovacijskih gospodarstev, kamor se prištevamo. Slovensko podjetniško okolje namreč generalno še vedno beleži podpovprečne rezultate. Potencial za večjo podporo podjetništvu ter s tem pogoje za gospodarsko rast in družbeni napredek je še le treba ustvariti, tega pa ni mogoče narediti brez resnih intervencij na področjih, ki primerjalno z drugimi najrazvitejšimi državami najbolj pešajo.

Večina nacionalnih izvedencev, ki so leta 2012 sodelovali v raziskavi, poglobitno slabost za razvoj podjetništva v Sloveniji pripisuje kulturnim in družbenim normam (54,80 %). Izvedenci pretežno poudarjajo slabšalni odnos javnosti do podjetništva, netolerantnost do nadpovprečnih in uspešnih. Kot dominantni vrednoti v družbi, ki zavirata podjetniško aktivnost, omenjajo predvsem zavist in nevoščljivost. Po mnenju nacionalnih izvedencev širša družba v Sloveniji še vedno ne razume podjetniške aktivnosti in njene vloge pri razvoju in napredku ter jo pogosto podcenjuje. Na drugi strani pa nacionalni izvedenci pogosto kot slabost v okviru kulturnih in družbenih norm izpostavljajo strah in nepripravljenost posameznikov za prevzemanje tveganja, strah pred neuspehom, ki v slovenski družbi ni sprejemljiv, ter vse pogostejša koruptivna nagnjenja v poslovanju. Na drugem mestu se je leta 2012 kot zaviralni dejavnik za razvoj podjetništva v Sloveniji pojavil dostop do finančnih sredstev za zagon ter rast podjetja (35,50 %), pri čemer nekateri izvedenci ocenjujejo, da je sistem financiranja podjetniških aktivnosti v Sloveniji še vedno premalo razvit, kritični pa so predvsem do nepovratnih sredstev ter kreditne politike bank. Glede poslovne in strokovne infrastrukture izvedenci kot slabost največkrat izpostavljajo (32,50 %) birokratske ovire ter dolge administrativne postopke. K temu lahko priključimo tudi zmožljivosti za podjetništvo (29 %), ki so po mnenju izvedencev prav tako pogosto razlog za zaviranje razvoja podjetništva v Sloveniji. Druge slabosti se v manjši meri nanašajo tudi na vladne politike, soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom, izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu ter druge dejavnike.

Poglobitno prednost, ki najbolj pospešuje podjetniško aktivnost v Sloveniji, izvedenci v okviru poslovne in strokovne infrastrukture pripisujejo predvsem (50 %) preprostim postopkom ustanovitve podjetja ter aktivnostim inkubatorjev in tehnoloških parkov. Izvedenci menijo, da med kulturnimi in družbenimi normami (40 %) podjetništvo v Sloveniji najbolj spodbujajo primeri podjetniških uspehov. Poudarjajo tudi tržne niše in poslovne priložnosti na enotnem trgu, geografsko lego Slovenije ter veliko željo posameznikov po neodvisnosti in novih izzivih. Izvedenci hkrati menijo, da trenutna ekonomska klima (26,7 %) na podjetniško aktivnost lahko deluje stimulatивно, saj kriza in negotova gospodarska situacija pogosto pospešujeta podjetniško obnašanje posameznikov. Prednost okolja izvedenci vidijo prav tako v kakovostnem izobraževalnem sistemu

(26,7 %) in finančni podpori (23,3 %), pri čemer izpostavljajo jamstva Slovenskega podjetniškega sklada, poslovne angele in druge podporne sheme na ravni države. V Sloveniji je ugodna tudi sestava delovne sile (20 %), za katero sta po mnenju izvedencev značilni delavnost in zavzetost, ter trenutna visoka stopnja brezposelnosti, ki posameznike sili v podjetništvo. Druge prednosti se v nekoliko manjši meri nanašajo še na nekatere druge okvirne pogoje.

Priporočila za pospeševanje podjetniške aktivnosti v Sloveniji, ki so jih podali izvedenci, se v največji meri nanašajo na spodbujanje inovativnosti ter podjetniško izobraževanje in usposabljanje na vseh ravneh formalnega izobraževanja ter tudi po njem (43,8 %). Temu sledijo priporočila, ki se nanašajo na vladne politike (37,5 %); med temi so najpogosteje poudarjene davčne olajšave, oblikovanje dolgoročne in jasne politike za spodbujanje podjetništva ter tudi potreba po zmanjšanju javne porabe. Med izvedenci prevladuje mnenje, da bi bilo v Sloveniji treba izboljšati predvsem dostop do ugodnih virov financiranja (28,1 %) ter odpraviti administrativne omejitve in okrepiti svetovalne mreže za podjetnike, kar se nanaša na poslovno in strokovno infrastrukturo (28,1 %). Kar nekaj priporočil je bilo podanih tudi na področju kulturnih in družbenih norm (25 %), pri čemer bi bilo za pospeševanje podjetništva po mnenju izvedencev nujno bolj ozaveščati mlade in širšo javnost o pomenu podjetništva. Izvedenci priporočajo tudi več medijske podpore in promocije inovacij ter podjetništva, favoriziranje uspešnih podjetniških zgodb, nagrajevanje in dodeljevanje priznanj uspešnim podjetnikom ter s tem postopno spreminjanje vrednot in kulture v smeri stimulatивnejšega podjetniškega okolja.



Executive Summary

Entrepreneurship has an important social and economic function. It is initiated by the decision of an individual to become entrepreneurially active, which is, in turn, affected by a number of personal and socio-economic factors. Entrepreneurs not only take risks, but also create new combinations of production factors and revitalize economic activity. On the one hand, their activities are highly dependent on the institutional framework and the level of economic development of an individual country. On the other hand, entrepreneurs depend on the environment in which they function since this environment can either hinder or stimulate their attitudes towards and the ability to pursue entrepreneurial initiatives. Although individuals can influence some of the factors that have an impact on entrepreneurial activity, there are also many others which are beyond their control. Individuals do not exhibit entrepreneurial activity only by establishing new companies – they can also exhibit their entrepreneurial activity within the existing companies provided that the organisation culture and adequate management of a business enable such behaviour. For that reason, the real question is not whether it is better to seek employment within existing companies or have an independent entrepreneurial career but rather how one's entrepreneurial potential will be best exploited: being self-employed or when one productively exploits his/her creative abilities by working as an employee.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) has been researching entrepreneurship since 1998 and its aim is to provide a consistent framework for the research of entrepreneurship, particularly because the role and the significance of entrepreneurship vary depending on the level of economic and social development. Different levels of socio-economic development of countries mean different requirements as regards the most efficient ways of management as well as the most rational decisions of an individual to enter entrepreneurship. For that reason, it is impossible to give a unified advice about how to encourage entrepreneurship in all countries. That is, when assessing the availability of and the demand for entrepreneurial potential, specific socio-economic conditions of individual countries, which vary substantially across different countries, have to be taken into consideration. Economic policy measures should be thus adapted to best support the development of entrepreneurship and, consequently, economic and social development. Of course, the increase of efficiency and the creation of relevant entrepreneurial conditions are important even in the less developed economies; however, such measures cannot provide adequate results and cannot contribute to economic growth if fundamental entrepreneurial framework conditions are not in place.

In 2012, GEM research consortium grew to 69 participating countries whereas the overall number of the countries that have participated in the research over the years has risen to as many as 99.

GEM database is formed on an annual basis and includes two main sources of primary data: the survey of the adult population and the questionnaire interviews of national experts. The representative random samples of approximately 2,000 adults surveyed in each participating country were obtained between April and June 2012. In Slovenia, the total number of 2,100 adults aged 18-64 took part in the survey between the end of May and the beginning of June 2012. Globally, the overall number of the surveyed adult individuals was 186,143, and the countries involved in the research present 74% of the world population and 87% of the world GDP. The annual survey of the adult population is supplemented by the questionnaires completed by national experts or personal interviews with national experts, i.e. carefully chosen individuals from different social spheres who possess the knowledge and the experience in the fields relevant for the understanding of the complexity of entrepreneurship and the conditions for its establishment. These two key sources of data help us better understand various aspects of entrepreneurship, such as the level of entrepreneurial activity, personal and demographic characteristics of entrepreneurially active individuals, motivation, different types of new ventures, growth aspirations as well as the influential features of socio-economic environment as well as cultural and social norms that either support or hinder entrepreneurial processes in a society.

ENTREPRENEURIAL ATTITUDES OF ADULT POPULATION

An individual's attitude towards entrepreneurship includes his/her perception of business opportunities, entrepreneurial capacities, fear of failure and intentions to start a new business. The elements of entrepreneurial capacity change with different levels of entrepreneurship. While in efficiency-driven economies, more than 60% of non-entrepreneurially active individuals perceive business opportunities, only 30% of such individuals in innovation-driven economies perceive them. In the group of innovation-driven economies, the perceptions of good business opportunities are particularly low in the countries that have been badly impacted by the global economic crisis, i.e. in Greece (13%), Spain (14%) and in Portugal (16%); this group of countries also includes Slovakia and Slovenia with 18% and 20% respectively. The low level of perceived entrepreneurial opportunities in Slovenia is also low in comparison to the entire group of innovation-driven economies (30.9%), to all other participating European countries as well as to the group of South-Eastern European countries. Globally, Slovenia ranks 60th regarding this variable. On the other end of this scale, Sweden ranks 8th with 66% and Norway ranks 13th with 64% of adult population believing that good opportunities for starting a business will have developed in the next six months.

Entrepreneurial behaviour is also affected by and is important for the individual's trust in his/her knowledge, skills and abilities for entrepreneurial activity. On average, more than 70% of adult population in factor-driven economies believe that they have the required knowledge and skills to start a new business whereas in efficiency-driven economies one half of adult population share this opinion and slightly less than 40% of adult population in innovation-driven economies claim so. Since the beginning of its participation in GEM research, Slovenia has always ranked relatively high concerning this criterion. More than half of adult population in Slovenia (51%) believe that they have the knowledge, experience and skills for an entrepreneurial career, which ranks Slovenia 30th among the 67 participating countries and 3rd among the European countries following Macedonia (55%) and Poland (54%). Russia and Japan are ranked the lowest among all participating countries with 24% and 9% respectively. However, despite the fact that a very high proportion of adult population in Slovenia believe that they are capable of pursuing an entrepreneurial career, entrepreneurial intentions and the actual rate of entrepreneurship in Slovenia remain low.

Fear of failure, which is more common in more developed economies, often prevents individuals from starting a new business. This is probably the result of the fact that the types of entrepreneurial activities in highly developed countries are more demanding and require more knowledge than simple entrepreneurial activities which are prevalent in factor- and efficiency-driven economies. It also has to be taken into account that certain cultural values common to a number of countries (including Slovenia) stigmatize all failure, not just entrepreneurial one. Fear of failure is not very common in Slovenia as only a good quarter (27%) of adult population believe that it would prevent them from starting a business, which ranks Slovenia 14th on a global scale and 1st in Europe. Unfortunately, this does not result in a successful formation of new firms because both entrepreneurial intentions and the actual level of entrepreneurship in Slovenia remain low. Some of the reasons for this discrepancy lie in the misunderstanding about the difficulty of entrepreneurial profession, i.e. in the misconception that having one's own business is something simple. The individual's decision for entrepreneurship is influenced by a mixture of individual factors (personal characteristics and skills) and contextual factors (i.e. entrepreneur's environment) with culture and social norms playing an important role.

GEM studies the relationship between the socio-economic environment and the attitudes towards entrepreneurship by establishing the proportion of working age population who believe that entrepreneurship is a desirable career choice, the proportion of adult population who agree with the statement that successful entrepreneurs are awarded high status in a society and the proportion of adult population who claim that there is a good media attention for entrepreneurship (i.e. that they will often see stories in the public media about successful new businesses). Although all three measures exhibit a decrease in comparison to the average scores in previous years, the most striking feature regarding the entrepreneurial attitudes is a permanent and wide gap between people's respect for entrepreneurship as a profession (75%) and their belief that entrepreneurship is a good career choice (55%). There is a similar gap across the entire European Union, where approximately one half of respondents agree that entrepreneurship is a good career choice despite the fact that two-thirds of them attribute high status to entrepreneurial activity. The percentage of individuals who believe that entrepreneurship is a good career choice actually decreases with the increasing level of economic development. The average of 76% of adult population in factor-driven economies and 70% in efficiency-driven economies agree with this claim and in the innovation-driven ones only 55% percent of adult population claim so. The latter group of countries also exhibits the highest gap between the respect for entrepreneurs and the belief that being an entrepreneur is a good career choice. Based on the five items in the questionnaire concerning the status of entrepreneurs in a society, Slovenian national experts gave in 2012 this variable an average score of 2.99 (on a 1 to 5 scale), which ranks Slovenia at the lower end among all participating countries. Social status of entrepreneurs received the highest scores in Israel and the USA whereas Iran, Hungary and Croatia received low scores (similar to 2011).

ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN 2012

Entrepreneurial process begins with potential entrepreneurs who believe that they have adequate entrepreneurial skills, who perceive business opportunities and who wish to exploit these opportunities. The next stage is represented by *nascent entrepreneurs*, i.e. individuals who are actively involved in setting up a business or who already own a business but whose business has not paid any wages or salaries for more than three months. The individuals that are owners/managers of an active business are called *new entrepreneurs*. These two types of entrepreneurs combined make the Total Entrepreneurial Activity (TEA) Index, which shows the percentage of population

aged 18-64 involved in entrepreneurship. It thus shows the scope of early stage entrepreneurial activity and is particularly sensitive to socio-economic factors, which either promote or hinder entrepreneurship. The individuals who own and manage an established business that has been in operation for more than 42 months are *established business owners*.

In 2012, a bit less than 15% of adult population in Slovenia expected to start a new business in the next three years. This percentage is rather high if compared to the percentage of adult population that actually began to pursue their entrepreneurial careers and began to implement their start-up businesses. The percentage of such individuals was a bit less than 3% (2.95%) and together with individuals whose businesses have paid wages between 3 and 42 months (2.53%) they account for the early-stage entrepreneurial activity (TEA Index).

The highest TEA rates in 2012 were in African countries Zambia (41.5%), Ghana (36.5%) and Uganda (35.8%), while in Russia (4.34%), Italy (4.32%) and in Japan (3.99%) these rates were the lowest. The European countries Estonia (14.3%) and Latvia (13.4%) were ranked the highest on a global scale (23rd and 24th place respectively). Among all GEM countries, Slovenia ranked 59th while among the European countries it ranked 23rd. After the decreasing trend in three preceding years, the early-stage entrepreneurial activity in Slovenia in 2012 rose to a promising 5.42%. However, it is still too early to feel optimistic as the TEA Index includes also those individuals whose entrepreneurial activity is still in the pre-start-up phase. Many of these individuals will not be able to launch their companies or their nascent businesses will discontinue already in their initial stages. The degree to which this will apply to entrepreneurial initiatives and establishments from 2012 also depends on whether the government will ensure more stable taxation, financial and legal frameworks for business operations as well as on adequate and responsible government policies.

The majority of European countries that participated in GEM 2012 research are classified into the group of innovation-driven economies in which the level of entrepreneurial activity is, on average, lower than in the groups of efficiency- and factor-driven economies. This fact reflects the options which individuals have for earning a living for themselves and their families. In developed innovation-driven economies individuals have not only more job opportunities but also more opportunities to realize their creativity and enact their entrepreneurial ambitions as employees. This is evident from the intrapreneurship activity where employee entrepreneurs develop new products and start-ups for their employers, which is far more frequent in innovation-driven economies.

BUSINESS DISCONTINUANCE

Entrepreneurial process also includes business discontinuance, which is together with the birth of new firms and their active operations the indicator of entrepreneurial dynamics. The ratio between the percentage of adult population who discontinued their business operations in a previous year and total entrepreneurial activity in a given year is called *Business Discontinuance Index*. In 2012, this index was the highest in Malawi (64.54%), Palestine (62.59%), Angola (52.17%) and Algeria (57.9%), and the lowest in Thailand (6.06%), Barbados (9.89%), the Netherlands (11.26%) and in the United Kingdom (11.27%). Among the European countries, Bosnia and Herzegovina (52.53%) and Croatia (37.45%) were ranked the highest while Italy (31.8%) was the highest ranking EU country.

In Slovenia, the average of 1.4% of adult population discontinued their businesses in 2012, which represents 14.4% of total entrepreneurial activity and is comparable with the year before

(17.4%). The main reason (21%) why individuals discontinued their businesses was financial one (i.e. problems getting finance). However, this is substantially less than in 2011 (43%) and totally comparable with the year 2010 (21%). Lack of profitability was the reason why 11% of individuals discontinued their businesses, which is considerably less than the average of other comparable groups (the EU average was 30%). The structure of reasons for business discontinuance in Slovenia is rather different from the average on comparable groups of countries. In all of these comparable groups, the key reason for business discontinuance was unprofitability of the businesses whereas in Slovenia the main reasons were the problems of obtaining finance. Slovenia also stands out as respects another reason, i.e. as many as 11% of individuals discontinued their operations because of retirement (2011 - 18%). Both in innovation-driven economies and as regards the EU average, business discontinuance due to retirement was much lower (7%).

ENTREPRENEURSHIP MOTIVES

Some individuals become engaged in entrepreneurial activity out of necessity while others enter entrepreneurship to exploit a business opportunity. In Slovenia, only a small proportion of adult population became entrepreneurially active out of necessity. In 2012, necessity TEA rate was only 0.40%, which is fully comparable with 0.44% in 2011. As regards the motives for opportunity-based entrepreneurial activity, they can be grouped into three main categories: independence in one's work, maintaining one's income or improving one's income. The results of our study show that in Slovenia the average rate of the opportunity-motivated entrepreneurial activity in 2012 was 65.68%. This ranks Slovenia into the highest third of the surveyed countries with Norway (72.31%) and the Netherlands (71.93%) at the top of the improvement-driven opportunity motivated entrepreneurship. On the other hand, Bosnia and Herzegovina ranks highest as regards necessity-driven entrepreneurship and opportunity-motivated entrepreneurship in terms of maintaining income levels with almost 80% of such entrepreneurs (79.48%). In the group of the EU countries, Italy stands out with as much as 74.55% of the total early-stage entrepreneurial activity being either necessity-driven or opportunity-motivated (maintenance of income levels).

Similar to previous two years, the prevailing motives for entrepreneurship in Slovenia in 2012 were thus greater personal independence in one's work and the improvement of one's income. The entrepreneurship of those individuals whose intention is to exploit a business opportunity is different from the entrepreneurship of individuals who are pushed into starting a business because they have no better sources of income and means of making a living. For that reason, it is important to understand the motivation behind entrepreneurial activity as we may expect different growth aspirations and expansions of businesses as well as different demographic characteristics and educational profiles of individuals in both groups of entrepreneurs. Entrepreneurship policy should not only understand these facts but also take them into account.

ENTREPRENEURIAL EMPLOYEE ACTIVITY

Alongside the establishment of new businesses, entrepreneurial employee activity is an important factor of business competitiveness and innovativeness and, consequently, of the competitiveness of individual countries. GEM defines this type of entrepreneurial activity as the activity in which *»employees develop new activities for their main employer, such as developing or launching new goods or services, or setting up a new business unit, a new establishment or subsidiary«*. The analysis of GEM 2012 data has shown that entrepreneurial employee activity in Slovenia is

rather high in comparison to traditional entrepreneurial activity. In the past three years, 10.5% of employees were actively involved in and had a leading role in at least one of the phases of development and/or preparation and implementation of new activities; in 2012, such roles were taken on by 8.7% of the employees.

Entrepreneurial employees assume various roles within these activities; however, they are not necessarily the ones who develop new ideas. Only 28% of these employees actually came up with new ideas while 33% of all initiatives were the result of a combination of suggestions by employers, entrepreneurially active employees and other co-workers, which points to a high degree of cooperation and involvement of various participants in the process of submitting suggestions for improvements and changes. The employers were the initiators of new ideas in 29% of all cases and other co-workers contributed 10% of such initiatives. The highest prevalence rate of entrepreneurial employees that assumed leading roles was in the 35–44 age group (33%), followed by the 45–54 age group (27%). Individuals with university degrees were involved in more than half of all cases of entrepreneurial employee activity. The employees with at least secondary education had an important role in entrepreneurial activities whereas less educated employees were practically not involved in them.

DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF SLOVENIAN ENTREPRENEURSHIP

Like creativity, entrepreneurial activity and the establishment of new businesses are present in all adult-population age groups. In the past few years, the early-stage entrepreneurial activity rate in Slovenia has been the highest in the 25–34 age group. In 2011, this rate was 31% and one year earlier even 39%. In 2012, the 35–44 age group was the strongest with 32% of adult population being involved in the early-stage entrepreneurial activity. In general, these two age groups combined present the highest proportion of nascent and new entrepreneurs in all GEM countries. The percentage of younger entrepreneurs prevails mainly in the countries outside the EU. In these countries, a half of all nascent and new entrepreneurs are younger than 34 years old. China stands out in this respect with as many as 57% of early-stage entrepreneurs being younger than 34. The relative young age of this entrepreneurially active population is the reflection of the fact that in these countries the percentage of young population is in general higher than in Europe. However, it nevertheless indicates that entrepreneurial activities will, in the long term, become stronger in these countries. Furthermore, if these countries decide to have adequate entrepreneurship policies, they will become globally more competitive economies. The ageing population in Europe and the relatively low interest in entrepreneurial career both in Slovenia and in the European Union require serious deliberations over the economic and entrepreneurship policies as well as over the mechanisms for the improvement of entrepreneurial aspirations and entrepreneurship.

Overall, the highest prevalence rate of established business owners is in the 35–54 year age group. Slovenia stands out in this respect with 68%, which points to the fact that sooner or later the appropriate mechanisms for the transfer of ownership and management will have to be developed. The need for an adequate policy in this field is also supported by the fact that in Slovenia 40% of entrepreneurs belong to the 45–54 year age group and 20% belong to the 55–64 year age group. Furthermore, these policies are necessary because the businesses of the increasingly older entrepreneurs will in the coming years become less and less competitive and progressive without the appropriate involvement of younger individuals and because the older, well-versed entrepreneurs are an extremely valuable source of experience, knowledge and networking.

In 2012, the state of female entrepreneurship in Slovenia was exceptionally poor. While the percentage of adult female population (ages 18-64) participating in early-stage entrepreneurial activity in European countries was the highest in Estonia (9.7%) and Latvia (8.18%), Slovenia ranked last in Europe with 2.6% and globally it took the embarrassingly low 63rd place. The highest rates of female early-stage entrepreneurial activity were in Zambia (40%), Ghana (38%) and Nigeria (35.6%) while South Korea (2.3%), Japan (2.1%) and Pakistan (1.2%) had the lowest rates. Globally, Slovenia ranked somewhat better in the category of female established business owners (2.9% – 51st place). Female established business ownership rate was the highest in Ghana (35.8%) and in Thailand (29.5%) and the lowest in Palestine (0.7%) and in Egypt (0.6%). In Europe, Switzerland ranked first with 7.1%, followed by Greece with 6.8%. Switzerland also ranked 13th among the 67 participating countries while Italy was the lowest ranking European country in the 61st place.

As it has been established in the previous years, a number of factors that play a significant role in deciding whether or not to become entrepreneurially engaged are less favourable for women than for men. Fewer women than men believe that they have skills, knowledge and experience needed for entrepreneurship. Also, fewer women than men believe that good business opportunities will have developed in the next six months; women are also more afraid of failure than men and know less people who have started a business in the last two years. Consequently, these results mean that effective measures to increase the proportion of women in entrepreneurship have to be adopted. These measures should have more far reaching effects than those of short-term and individual actions and appeals.

It is interesting that the general attitude of public towards female entrepreneurship in Slovenia is good, which ranks Slovenia high among the European countries as well as globally. Based on its five components, this dimension was rated on a five-point scale by Slovenian national experts with an average rating of 3.62, which ranks Slovenia 12th among all GEM countries and 8th among the European countries alongside Denmark and Estonia. This indicates that in Slovenia, formally and legally, women and men have equal starting base to engage in entrepreneurship, but not so in practice. In a number of less developed countries, national experts rated social attitude towards female entrepreneurship as much less favourable. As regards the European countries, Hungary, Croatia, Italy and Bosnia and Herzegovina have the lowest ratings whereas Scandinavian countries again ranked highest in 2012.

The highest proportion of nascent and new entrepreneurs as well as established business owners comes from the high household income group. In 2012, a bit more than 6% of adult population in this income group were entrepreneurially active (2.51% of early-stage entrepreneurs and 3.95% of established business owners); in the middle household income group, a good 4% of adult population were entrepreneurially active whereas in the low household income group the proportion of such individuals was slightly less than 3%. There are a number of reasons for such involvement of adult population in entrepreneurship, starting with education (which is on average higher in the high household income group) and the related adequate knowledge and experience for an entrepreneurial career in innovation-driven economies, including Slovenia. In addition, there is a wider spectrum of business opportunities and it is also safe to assume that individuals from the high-income group have fewer financial obstacles.

Both formal and informal education are crucial for entrepreneurship as they increase one's scope of information and one's skills needed to perceive and exploit a business opportunity. At the same time, the educational structure of entrepreneurs is one of the important factors that have an impact on the quality of entrepreneurship and its growth and development. That is why the data about the education of employees for 2012 is worrying as the proportion of nascent entre-

preneurs with university education dropped from 44.3% in 2011 to 39.2% while this decrease was even bigger in the group of new entrepreneurs – from 52.1% to 44.9%. However, the decrease in the education level of nascent entrepreneurs was to some extent compensated by the increased percentage of these entrepreneurs with post-secondary vocational education (from 5.2% to 13.1%). On the other hand, the education level of new business owners even further lowered due to the drop in the percentage of these entrepreneurs with post-secondary vocational education (from 23.5% to 10.7%). There was also a decrease in the proportion of established business owners with higher education as it fell from 37% in 2011 to 29.2% in 2012.

The decrease in the number of entrepreneurs with university education presents a serious warning that too little was done to pull highly-educated individuals into entrepreneurship. This is supported by the results of the analysis carried out by the European Commission, which shows that more than half of university-level European students do not have access to entrepreneurial education. Entrepreneurship education is important because it fosters the acquisition of knowledge and skills that will enable the students to develop technical and business skills for a successful entrepreneurial career. Of course, this does not mean that entrepreneurship education must necessarily lead towards the creation of new firms. It does however lead to the development of a number of skills and personal characteristics that can prove useful in other types of professional activities (e.g. the perception of opportunities, networking and cooperation, healthy ambitiousness and the awareness of personal responsibility). If individuals do not raise their awareness during their education about the importance of being entrepreneurial or to recognise that that entrepreneurship is a good career choice, there will consequently be fewer entries into entrepreneurship.

In general, entrepreneurial employees have better levels of education. Typically, these individuals are highly educated and have, on average, either a university or higher professional degrees, frequently as a combination of various study fields which comprise different technical and economic knowledge. In Slovenia, the highest prevalence rate of employees involved in or having a leading role in entrepreneurial employee activities in 2012 was in the 35-44 age group. The youngest employees, i.e. those in the 18-24 age group, were the least involved (only 2%), which is understandable because of their limited work experience and professional knowledge. In the past three years, 64% of male and 36% of female employees have been either involved or have had leading roles in entrepreneurship within organisations; in the time of this research, the proportion of male/female involvement was 60% to 40% respectively.

ENTREPRENEURIAL ASPIRATIONS AND COMPETITIVENESS

The aspiration levels of entrepreneurs regarding the development of their companies are quite different. GEM measures them with the growth expectations, the innovation of their products or services and the internationalization of their business activities. The entrepreneurs may compete with their products and/or services in the markets with different degrees of existing competition. GEM data for 2012 show that Slovenian nascent and new entrepreneurs enter both types of markets: 59% of them enter the markets with weak competition while 41% enter the markets with a high degree of competition. Young adult nascent and new entrepreneurs (18-34 years old) mostly seek their opportunities in new, niche markets. On the other hand, the established business owners across all age groups tend to compete more in the markets with a high degree of competition. As regards the group of nascent and new entrepreneurs, those with higher education mostly plan their business activities in more competitive markets (66%). Regardless of their level of education, the established business owners are predominantly present in the

markets with a high degree of competition (approximately 60%). Among the early-stage entrepreneurs who engage in entrepreneurial activity due to the perceived entrepreneurial opportunity, 60 % plan their business activities in the markets where competition is weak or non-existent. This is consistent with the fact that necessity-driven entrepreneurs conduct their business in less competitive markets and with products and/or services that do not present a novelty for potential customers.

The analysis of the relationship between the level of competitiveness and growth aspirations shows that the majority of ambitious early-stage entrepreneurs intend to achieve their ambitions by increasing the market shares in new – niche markets. It can thus be concluded that the majority of ambitious entrepreneurs believe that there are enough unexploited markets or that the markets can be developed for the materialization of their growth aspirations. It has been established that product and/or service innovations by early-stage entrepreneurs are more common in the markets with weak or non-existent competition. The results concerning the proportion of those early-stage entrepreneurs and established business owners who utilise new technologies (e.g. the technologies not available a year ago) are quite worrying. That is, only 6% of early-stage entrepreneurs and merely 4% of established business owners use such technologies. The pattern of their competitiveness is also similar (71% and 60% respectively compete in the markets with limited or non-existent competition). The analysis of the competitiveness and international orientation of early-stage entrepreneurs shows that as many as 32% of Slovenian nascent and new entrepreneurs plan strong international orientation (more than 25% of customers coming from other countries). The businesses with strong international orientation plan their business activities in less competitive – niche markets (72%) while a bit more than two fifths of businesses with weak international orientation intends to do business in the markets with considerable competition (43%) – it is expected that they will do so by copying the existing competitors.

INTERNATIONAL MIGRATIONS AND ENTREPRENEURSHIP

The research shows that migrant entrepreneurs and their descendants can provide a significant contribution to the economic growth and economic competitiveness in both their host and home countries. That is why the 2012 GEM included migrant entrepreneurs as a special research topic and the analysis specifically focused on the impact of migrants' entrepreneurial activity on the economies in which they operate from the aspect of growth-, innovation- and internationalization-orientation of their start-ups and businesses. However, a small sample size and the existing one year's data only have to be taken into consideration when analysing the results. It can nevertheless be established that the levels of entrepreneurial activity of both first and second-generation migrants in all three groups of countries exhibit similar differences as is the case with the overall entrepreneurial activity. This clearly shows that economic, institutional and socio-cultural factors typical for individual stages of economic development influence migrant and non-migrant entrepreneurial activity in a similar way.

In innovation- and factor-driven economies, first-generation migrants are on average more entrepreneurially active than second-generation migrants and non-migrants. In efficiency-driven economies, the situation is reverse, i.e. non-migrants on average exhibit the highest rate of entrepreneurial activity while the first-generation migrants are the least entrepreneurially active. Based on these facts, Slovenia is closer to efficiency-driven economies rather than innovation-driven ones as regards migrant entrepreneurial activity although it is grouped among the innovation-driven economies on the basis of its level of GDP per capita. First-generation migrants are

on average the least entrepreneurially active (3.34%) whereas second-generation migrants and non-migrants exhibit a higher level of entrepreneurial activity (5.78 % and 5.55% respectively).

On average, one fifth of first-generation or second-generation migrant entrepreneurs and only a good 5% of non-migrant entrepreneurs in Slovenia have become entrepreneurially active out of necessity (i.e. to make a living for themselves or their families). However, the analysis of aggregate results per groups of countries in terms of their economic development shows a different distribution. The average levels of necessity entrepreneurship among migrant and non-migrant entrepreneurs are quite similar in all three groups of economies although in the efficiency-driven economies the necessity entrepreneurship is actually somewhat more frequent among non-migrant entrepreneurs than among migrant entrepreneurs. The results also show that start-ups of migrants in innovation-driven economies are more focused on growth and on international markets than is the case of non-migrant entrepreneurial activity. The economic policy measures in the economies in which migrants are entrepreneurially active (i.e. the receiving economies) should therefore support these employment options and globalization of such business operations. Also, it would be advisable that the economic policy measures in the economies of origin aim to strengthen connections with those entrepreneurially active individuals who have emigrated to other parts of the world.

ENTREPRENEURIAL ENVIRONMENT

Entrepreneurship is strongly embedded in an actual socio-economic environment, which differs not only between individual countries but also between individual geographic regions. Similar to other initiatives assessing entrepreneurial environment, GEM research methodology relies on expert opinions regarding the specific conditions of a particular national economy by focusing primarily on fundamental conditions which have a significant impact on the entrepreneurial sector. In this way the insight into the framework conditions in which entrepreneurs start and expand their businesses is gained.

The analysis of national experts' opinions shows that in factor-driven economies *Internal Market Dynamics* and the *Physical Infrastructure* were the most highly scored entrepreneurial framework conditions in 2012. The latter was also the highest ranking entrepreneurial framework condition in efficiency- and innovation-driven economies. Entrepreneurial framework conditions *Primary and Secondary Entrepreneurship Education* (i.e. its availability and quality) and *Research and Development Transfer* (i.e. existence and effectiveness of different transfer mechanisms) were given the lowest average scores in factor-driven economies. *Primary and Secondary Entrepreneurship Education* remained the worst scored framework condition in efficiency- and innovation-driven economies as well, despite a lot of research which points out that educational system that fosters entrepreneurship education forms the key foundations for entrepreneurship and, consequently, economic growth and development. This is further confirmed by the average scores of this framework condition, i.e. 1.91 in factor-driven economies, 2.05 in efficiency-driven economies and 2.14 in innovation-driven economies (on a 5-point scale).

In Slovenia, *Physical Infrastructure* received the highest average ranking (3.83) while *Government Policy Regulation* framework condition was scored the worst (2.09), which is undoubtedly the consequence of Slovenian political and economic situation in 2012. Overall, Slovenian national experts were very critical towards business environment in Slovenia. As many as 7 entrepreneurial framework conditions out of 12 were ranked lower than the year before. Slovenian national experts rated only two entrepreneurial framework conditions positively (an average

score above 3), i.e. *Physical Infrastructure and Entry Regulations-Market Dynamics*. *Commercial and Legal Infrastructure*, *Post-School Entrepreneurship Education* and *Government Entrepreneurship Programs* were rated as relatively positive. The lowest average scores were provided for the following entrepreneurial framework conditions: *Government Policy/Regulation*, *Primary and Secondary Entrepreneurship Education*, *Cultural and Social Norms*, *Government Policy-General Policy*, *Entrepreneurial Finance* (i.e. the availability of financial resources for new and expanding businesses), *Research and Development Transfer* (i.e. the existence and effectiveness of different R&D transfer mechanisms) and *Entry Regulations* (i.e. *Internal Market Openness* and *Internal Market Dynamics*).

Numerous negative responses regarding Slovenian business environment in 2012 are in general not surprising since they have been frequently expressed in the past. Although Slovenia belongs to the group of innovation-driven economies, the scores of the majority of framework conditions are far from the averages in this group. That is, Slovenian entrepreneurial environment still receives below-average overall ratings. The potential for a stronger support for entrepreneurship and, consequently, for the conditions for economic growth and social development is yet to be created. However, this cannot be done without major interventions in those areas that most lag behind in comparison to other most developed countries.

The majority of national experts who participated in 2012 research saw cultural and social norms as the main drawback for the development of entrepreneurship in Slovenia (54.80%). The experts mainly emphasised negative national attitudes towards entrepreneurship and the intolerance towards outstanding and successful individuals. Envy and resentment were seen as the two predominant social norms which hinder entrepreneurial activity. According to Slovenian national experts, Slovenian society as such still does not comprehend entrepreneurial activity and its role in the development and economic progress; in fact, it often underestimates it. On the other hand, Slovenian national experts often quote fear of risks and unwillingness to take risks, fear of failure (failure is deemed unacceptable in Slovenian society) and the increase of corrupt behaviour in business as the main weaknesses of Slovenian cultural and social norms.

The second highest ranking constraining factor for the development of entrepreneurship in Slovenia in 2012 was the access to financial resources for new and expanding businesses (35.50%). Here, some experts regarded the system of entrepreneurial financing in Slovenia as still underdeveloped and they were particularly critical towards government grants and bank credit policy. As regards commercial and legal infrastructure national experts saw bureaucratic barriers and burdensome administrative procedures as its main drawbacks (32.50%). The lack of entrepreneurial capabilities was seen as another frequent reason that hinders the development of entrepreneurship in Slovenia (29%). Other less important factors unfavourable for entrepreneurship included various aspects of government policies, co-dependence of political, institutional and social frameworks, education and training for entrepreneurship, internal market openness and competitiveness and other.

The main aspects of *Commercial and Legal Infrastructure* framework condition fostering entrepreneurial activities in Slovenia were, according to national experts, the ease of starting a business and the activities within business incubators and technology parks (50%). Regarding *Cultural and Social Norms*, the experts were of the opinion that the cases of entrepreneurial success were the most encouraging for entrepreneurship (40%). They also pointed out market niches and business opportunities in the EU Single Market, the geographic position of Slovenia and a strong desire of individuals for independence and new challenges. At the same time, the experts believed that the current economic situation is favourable for entrepreneurship as crisis and uncertain economic situation tend to stimulate entrepreneurial behaviour (26.7%). The main

advantages for entrepreneurship within Slovenian socio-economic context are the quality of the education system (26.7%) and financial support (23.3%). Here, the experts mainly emphasized bank loan guarantees by the Slovene Enterprise Fund, business angels and other support schemes at national level. Slovenia also has a favourable workforce structure (20%), which is characterized by diligent and enthusiastic workers and the current high unemployment rate which pushes individuals into entrepreneurship. Some other advantages related to a number of other framework conditions were less stated frequently.

National experts' recommendations for the increase of entrepreneurial activity in Slovenia mainly refer to the enhancement of innovativeness and entrepreneurial education and training within and after all levels of formal education (43.8%). This is followed by the recommendations concerning government policy (37.5%) mainly in terms of tax relief, the formation of a clearly defined and long-term government policy to promote entrepreneurship as well as the need for public expenditure reduction. The majority of experts believe that Slovenia should ease the access to favourable sources of finance (28.1%), eliminate administrative barriers and strengthen the consulting networks for entrepreneurs, all of which falls within the scope of commercial and legal infrastructure (28.1%). A number of recommendations were also put forward concerning cultural and social norms (25%), i.e. national experts stated that more should be done to raise awareness among young generation and general public about the importance of entrepreneurship if entrepreneurial activities are to be promoted. The experts also recommended more media attention for and promotion of innovations and entrepreneurship, giving preference to successful entrepreneurial stories, rewarding and awarding successful entrepreneurs, which would result in a gradual change in values and culture in terms of a more stimulating entrepreneurial environment.

1 Uvod

1.1 POMEN PODJETNIŠTVA IN PODJETNIŠKE DIMENZIJE

Vloga podjetništva v družbi in razumevanje, da njegova razvitost odločilno vpliva na konkurenčnost gospodarstva ter na njegovo ekonomsko rast in družbeni razvoj, danes nista več sporna. Podjetniki ne samo, da prevzemajo tveganja, ustvarjajo tudi nove kombinacije proizvodnih tvorcev in revitalizirajo ekonomsko aktivnost, njihovo delovanje pa je močno odvisno od institucionalnega konteksta in stopnje razvoja posameznega gospodarstva. Crnogajeva (2012) navaja, da kažejo številne študije na pozitivne izide podjetniške aktivnosti, kot so na primer nova delovna mesta (Birch 1987; Fritsch in Mueller 2004; van Stel in Storey 2004), zmanjševanje brezposelnosti (Evans in Leighton 1990) in povečevanje ekonomskega razvoja in rasti regije (Carree, van Stel, Thurik in Wennekers 2002; van Stel, Carree in Thurik 2005).

Podjetništvo in inovativnost sta osrednja dejavnika konkurenčnosti posameznega gospodarstva, uresničujemo pa ju lahko tako, da se čim več ustvarjalnih posameznikov vključuje v podjetniške aktivnosti in ustanavlja podjetja, hkrati pa se čim več obstoječih podjetij odloča za kakovostno rast in razvoj. Podjetniški cilji in politike se med državami zelo razlikujejo (OECD 2008), zato je treba predvsem na nacionalni ravni dobro razumeti podjetniški proces in dejavnike, ki vplivajo nanj – v pozitivni in negativni smeri. Tega seveda ni mogoče spoznati ločeno in neodvisno od vseh drugih držav, ampak je treba nacionalne značilnosti primerjati v mednarodnem in globalnem okolju. Šele takrat lahko razumemo, kakšne so potrebne aktivnosti za večji obseg in za bolj kakovostno podjetništvo.

Podjetništvo je večplastno in ni odvisno le od posameznikov, temveč v veliki meri tudi od okolja, v katerem ti posamezniki delujejo, saj lahko ovira ali spodbuja njihovo naklonjenost in sposobnost za uresničevanje podjetniških pobud. Odločitev za podjetništvo zato nekateri (npr. Eisenhauser 1995; Douglas in Shepherd 1999; Wennekers idr. 2002) razumejo tudi kot poklicno izbiro (ang. *occupational* ali *career choice*). Posameznik se bo odločil za zaposlitev ali samostojno podjetniško pot na osnovi tehtanja svojih oportunitetnih stroškov, torej potem ko bo presodil, kaj pridobi in izgubi ob izbiri ene ali druge možnosti. Kakšne bodo te koristi in žrtvovanja, pa je odvisno od številnih dejavnikov. Na nekatere med njimi lahko posameznik vpliva, na številne pa ne.

V vsakem primeru vključuje podjetništvo podjetnega posameznika, ki se zna in se je pripravljen podati na podjetniško pot, obstoj pridobitnih poslovnih priložnosti in možnost pridobitve potrebnih virov za uresničitev podjetniške zamisli. Seveda so podjetni tudi zaposleni posamezniki

in ti lahko svojo podjetnost uresničujejo v podjetju, če sta za takšno delovanje ustvarjena potrebna organizacijska kultura in primerno vodenje. Zato pravo vprašanje ni, ali zaposlitev ali podjetniška kariera, ampak kdaj je posameznikov podjetniški potencial bolje izkoriščen: ko se angažira kot samostojni podjetnik ali ko svoje kreativne sposobnosti produktivno izrablja kot zaposleni v podjetju, ki je v lasti in upravljanju nekoga drugega. Kot smo navajali v lanski raziskavi GEM (Rebernik idr. 2012), je v zadnjem času vse več raziskav, ki presegajo običajno definiranje podjetništva kot poklica in upoštevajo, da je podjetniška aktivnost znotraj obstoječih podjetij (notranje ali korporacijsko podjetništvo) prav tako del podjetniške aktivnosti družbe. Še zlasti, ker se nakazuje, da različne razvojne ravni posameznih gospodarstev ter razlike v nacionalnih kulturah in institucionalnih okvirih vplivajo na razporejanje podjetniških potencialov in podjetniške ustvarjalnosti med neodvisno (ambiciozno in neambiciozno) podjetništvo in podjetniško aktivnost zaposlencev (Bosma idr. 2012).

Čeravno je dinamično, inovativno podjetništvo, ki ustvarja nova delovna mesta, izjemnega pomena za razvoj družbe, ima pomembno vlogo v ustvarjanju družbenega bogastva, še zlasti v manj razvitih državah, tudi samozaposlitveno preživetveno podjetništvo. To pride do izraza še zlasti tam, kjer primanjkuje delovnih mest, ki bi lahko absorbirala delovno sposobno prebivalstvo. Zato se njegova pomembnost izkazuje tudi v kriznih časih in v okoljih, v katerih je bilo izgubljenih veliko delovnih mest, seveda pod pogojem, da potencialni podjetniki poznajo takšno možnost in da so sposobni zaznati poslovno priložnost ter jo tudi izkoristiti. Realno je pričakovati, da bo podjetništvo iz nujnosti vselej prisotno, dolgoročni interes države in njenih podpornih mehanizmov pa mora biti predvsem zagotavljanje potrebnega okvira vsem tistim posameznikom, ki kažejo potencial za ustvarjanje inovativnega in v rast usmerjenega podjetja. Inovativno, v razvoj in rast usmerjeno podjetništvo praviloma vodijo drugačni podjetniki, kot so preživetveni (praviloma so to izobraženi in strokovno usposobljeni posamezniki); teh podjetnikov ne motivira več preživetje, ampak izkoriščanje obetavnih poslovnih priložnosti. Načini, kako takšne posameznike navdušiti za podjetništvo, so seveda bistveno drugačni kot pri drugih tipih podjetništva. Zato tudi vladni ukrepi ne morejo biti za vse države enaki, ampak morajo biti prilagojeni posamezni razvojni stopnji nacionalnega gospodarstva.

Podjetništvo ima pomembno družbeno in ekonomsko funkcijo. Uresničevati se začne z odločitvijo posameznika, da bo podjetniško aktiven, na kar vplivajo številni osebni in družbeni dejavniki. Dojemanje podjetništva in odnos do njega sta pomembna, ker odražata splošno razpoloženje prebivalstva do podjetnikov in podjetništva. V družbah, v katerih je podjetništvo nezaželeno, morda celo nemoralno, se bo zanj odločilo manj posameznikov kot v družbah, v katerih je to cenjena in spoštovana dejavnost. A ne samo to, vse aktivnosti podjetnikov niso družbeno koristne. V odvisnosti od »pravil igre«, ki veljajo v določeni družbi, se bodo podjetni posamezniki usmerjali v različne dejavnosti, saj poleg produktivnega, v razvoj usmerjenega podjetništva obstaja tudi špekulativno in destruktivno podjetništvo (Baumol 1990, 1993), ki sledi zgolj lastnemu sebičnemu interesu brez kakršnega koli oziranja na soljudi, naravo ali družbeni razvoj ter v svojih ekstremih deluje tudi izrazito uničevalno, kot poudarja Klein (2007).

1.2 SPODBUJANJE PODJETNIŠTVA V RAZVOJNO RAZNOLIKIH DRŽAVAH

Ne glede na razvitost države je podjetništvo vselej pomembno, kar upošteva tudi raziskovalni program GEM, ki je bil ustvarjen prav iz zaznane potrebe po bolj usklajenem spoznavanju podjetništva, katerega pomen in vpliv se spreminjata glede na razvojno stopnjo gospodarstva in družbe. V našem raziskovanju uporabljamo Porterjevo (Porter idr. 2002) tipologijo, ki glede na doseženo razvojno stopnjo razvršča svetovna gospodarstva v »faktorska« (ang. *factor-driven*), »učinkovi-

tozna« (ang. *efficiency-driven*) in »inovacijska« (ang. *innovation-driven*). Slovenija se po doseženi stopnji razvitosti, merjeni z bruto domačim proizvodom na prebivalca, uvršča med inovacijska gospodarstva. Razvrstitev držav, ki so sodelovale v GEM leta 2012, je prikazana v *tabeli 1*.

Tabela 1: Države GEM leta 2012 po tipih gospodarstev

Faktorska gospodarstva	Alžirija, Angola, Bocvana, Egipt, Etiopija, Gana, Iran, Malavi, Nigerija, Pakistan, Palestina, Uganda, Zambija
Učinkovitostna gospodarstva	Argentina, Barbados, Bosna in Hercegovina, Brazilija, Čile, Ekvador, Estonija, Hrvaška, Južnoafriška republika, Kitajska, Kolumbija, Kostarika, Latvija, Litva, Madžarska, Makedonija, Malezija, Mehika, Namibija, Panama, Peru, Poljska, Romunija, Rusija, Salvador, Tajska, Trinidad in Tobago, Tunizija, Turčija, Urugvaj
Inovacijska gospodarstva	Avstrija, Belgija, Danska, Finska, Francija, Grčija, Irska, Italija, Izrael, Japonska, Koreja, Nemčija, Nizozemska, Norveška, Portugalska, Singapur, Slovaška, Slovenija, Španija, Švedska, Švica, Tajvan, Velika Britanija, ZDA

Vidimo (*tabela 1*), da so v svetovno raziskavo GEM zajete države na zelo različnih stopnjah razvitosti. Različne razvojne stopnje družb pa nosijo s seboj različne zahteve tako glede najučinkovitejšega načina gospodarjenja kot tudi glede najracionalnejše odločitve posameznika o vstopanju v podjetniško kariero. Zato tudi ni možno podati enotnega napotka, kako v teh državah spodbujati podjetništvo. Tako na strani ponudbe podjetniškega talenta kot na strani povpraševanja po njem je treba upoštevati konkretne razmere v državi, ki pa so lahko močno različne. Temu se mora prilagajati tudi ekonomska politika, da bi lahko čim učinkoviteje podpirala razvoj podjetništva, z njim pa tudi ekonomski in družbeni razvoj. Na *sliki 1* prikazujemo temeljne tipe gospodarstev, njihove značilnosti in temeljno usmerjenost ekonomske politike.

Slika 1: Značilne skupine gospodarstev in ključna razvojna usmerjenost (Kelley idr. 2011)



V nadaljevanju prikazujemo obravnavane tri tipe gospodarstev, kot smo jih navedli v monografijah GEM za leti 2010 in 2011 (Rebernik idr. 2011, 2012). Zapisali smo, da je na nizki stopnji gospodarskega razvoja rast pogojena zlasti z imobilizacijo osnovnih proizvodnih dejavnikov: zemlje,

primarnih dobrin in nekvalificirane delovne sile. Vloga države je predvsem v tem, da zagotavlja politično in makroekonomsko stabilnost, hkrati pa še dovolj svobodno tržišče, ki zagotavlja in dopušča učinkovito alokacijo proizvodnih dejavnikov prek domačih podjetij in tudi s privabljanjem tujih vlaganj. Glavni podjetniški izziv v teh državah je pridobitev osnovnih proizvodnih dejavnikov – zemlje, dela in kapitala – in njihovo usklajeno delovanje. Podjetja proizvajajo dobrine oziroma relativno enostavne izdelke, ki temeljijo na ustaljeni tehnologiji, ta pa je bila vpeljana v bolj razvitih državah. Tehnologijo takšna država na nizki stopnji razvoja asimilira z uvozom, tujimi neposrednimi investicijami in posnemanjem. Na tej stopnji razvoja si podjetja konkurirajo predvsem s ceno ter pogosto nimajo neposrednega pristopa do potrošnikov. Gospodarstvo z opisanimi dejavniki gospodarske rasti uvrščamo v skupino gospodarstev, v katerih je gospodarska rast pogojena s temeljnimi proizvodnimi dejavniki; imenovali smo jih **faktorska gospodarstva**. Ta gospodarstva so izredno občutljiva za svetovne gospodarske cikle, cene dobrin in trende cen ter za menjalne tečaje. Velik delež podjetništva v teh državah je samozaposlitvenega tipa zaradi nujnosti, posamezniki pa svojo podjetniško aktivnost izvajajo v dejavnostih, ki ne zahtevajo veliko kapitala in tehnologije. Najizrazitejši primeri držav s tem tipom gospodarstva, ki so sodelovale v raziskavi leta 2012, so Malavi, Etiopija in Uganda.

S prehodom gospodarstva iz skupine z nizkim dohodkom v skupino s srednje visokim dohodkom postane glavni dejavnik gospodarske rasti investiranje. Tuje neposredne investicije, skupna vlaganja in zunanje izvajanje dejavnosti (ang. *outsourcing*) so načini vključevanja nacionalne ekonomije v mednarodne proizvodne procese, kar omogoča tudi tehnološke izboljšave, dotok tujega kapitala in tehnologij, kar skupaj spodbuja gospodarsko rast. Glavni podjetniški izzivi v teh državah so vezani na ustvarjanje mednarodnih povezav gospodarskega sistema z zadostnimi privabljenimi tujimi neposrednimi investicijami. V tej fazi gospodarskega razvoja je vloga države velika zlasti pri izboljšanju fizične infrastrukture in na področju regulative, katere namen bi moral biti zagotavljanje integracije z globalnim tržiščem. V tej fazi je učinkovitost pri proizvodnji standardnih izdelkov in storitev glavni vir gospodarske rasti in globalne konkurenčnosti gospodarstva. Proizvodi in storitve so bolj sofisticirani, tehnologija in dizajn pa v glavnem prihajata iz tujine. Poleg tega, da tehnologija prihaja v državo iz tujine, pa s tujimi neposrednimi investicijami in posnemanjem narodno gospodarstvo razvije tudi potencial, da jo izboljša. Gospodarstvo z opisanimi dejavniki gospodarske rasti uvrščamo v skupino **učinkovitostnih gospodarstev**. Takšno gospodarstvo je občutljivo za finančne krize in nagla nihanja povpraševanja v posameznih sektorjih. Naraščati začne število malih podjetij, ki so postopoma sposobna tudi zaposlovati in rasti, podjetništvo zaradi nujnosti pa začne upadati. Vse države, ki so nastale na območju nekdanje Jugoslavije, razen Slovenije, ki se uvršča med inovacijska gospodarstva, se uvrščajo v ta tip gospodarstva.

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

Preprost opomnik za najverjetnejše ključne prioritete v posamezni razvojni fazi za te tipe gospodarstev je prikazan v *tabeli 2* (Bosma in Levie 2010). Medtem ko je v razvitih, inovacijskih gospodarstvih ključni poudarek na zagotavljanju podjetniških razmer, v katerih se spodbujajo inovativnost, podjetnost in podjetniške aspiracije, pa je ključni poudarek v faktorskih gospodarstvih najprej zagotoviti temeljne pogoje, kot so temeljno izobraževanje, delovanje zdravstvenega sistema, vzpostavitev delujočih institucij in podobno.

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

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

Seveda sta tudi v slabo razvitih gospodarstvih pomembna večanje učinkovitosti in vzpostavljanje primernih podjetniških pogojev, vendar tovrstni ukrepi ne morejo dati potrebnih učinkov in prispevati k razvoju, če niso prej zagotovljeni temeljni pogoji za poslovanje. To morajo upoštevati tudi oblikovalci ekonomske politike, da svoje ukrepe, ki jih seveda lahko spodbudijo dobri zgledi iz najrazvitejših okolij, prilagodijo lokalnemu oziroma nacionalnemu kontekstu. Le tako se je možno nadejati največjega razvojnega izplena z viri, ki se investirajo v spodbujanje podjetništva.

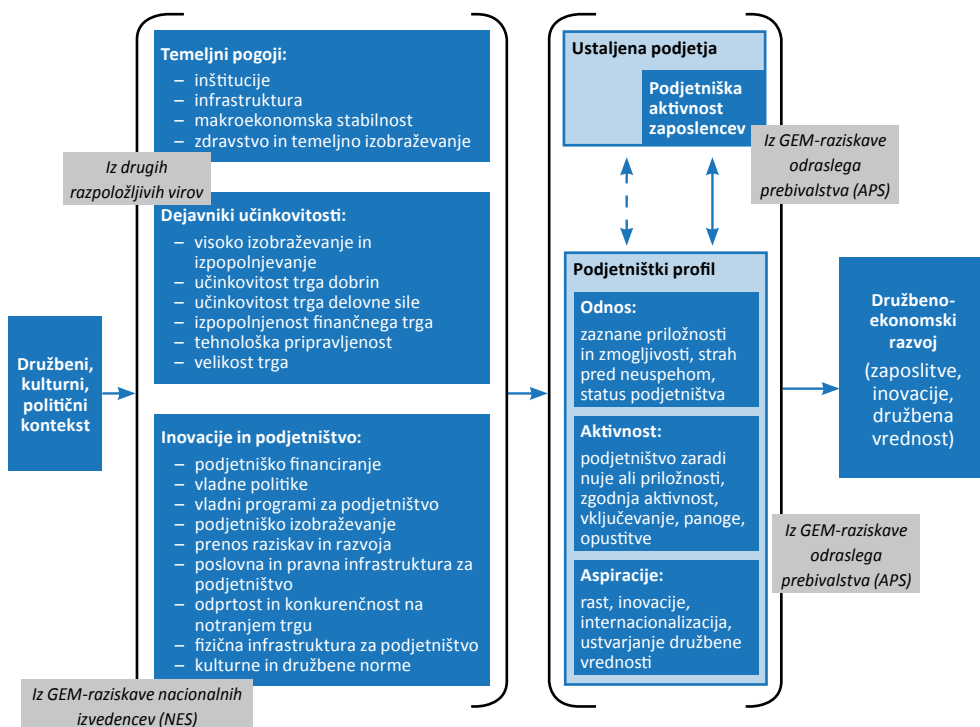
1.3 RAZISKOVANJE PODJETNIŠTVA Z GEM

1.3.1 Raziskovalni model GEM

Da bi lahko raziskovali vzajemno vez med podjetništvom in gospodarsko rastjo, je Globalni podjetniški monitor leta 1997 začel razvijati konceptualni model, ki vzpostavlja ključne elemente za proučevanje teh povezav. Eno izmed njegovih izhodišč je, da specifične okoliščine za izvajanje podjetniške aktivnosti v posamezni državi pomembno vplivajo na odnos prebivalstva do podjetništva ter na dejavnost in aspiracije podjetnikov in obratno – tudi obstoječa raven ekonomskega razvoja vpliva na podjetništvo in podjetniške okoliščine. V ekonomskem sistemu delujeta dva temeljna mehanizma rasti. Prvi temeljni vir so glavna ustaljena podjetja, ki igrajo odločilno vlogo zlasti v mednarodni menjavi. Če so splošni nacionalni pogoji za poslovanje urejeni in naravnani h konkurenčnosti, podjetja pa dobro vodena, so lahko mednarodno uspešna, spodbujajo notranje podjetništvo in zmorejo inovirati svojo ponudbo, ustanavljati nove obrate in podjetja ter tudi pripomorejo k rasti mikro, malih in srednje velikih podjetij. Podjetništvo torej ni omejeno samo na vzpostavljanje novih podjetij in rojevanje podjetij. Podjetniška aktivnost se odvija tudi znotraj ustaljenih podjetij, v katerih zaposleni ustvarjalni posamezniki iščejo in ustvarjajo nove poslovne priložnosti, a ne zato, da bi ustanovili svoje lastno podjetje, ampak da bi te priložnosti razvijali za svojega delodajalca in jih izkoriščali v obstoječem podjetju oziroma kot nov podjem. Drugi temeljni vir ekonomske rasti

je podjetniški proces, v katerem se rojevajo nova podjetja. Na odvijanje podjetniškega procesa bistveno vplivajo podjetniške priložnosti ter zmogljivost ljudi, da se lotevajo novih podjetij, kar vse vpliva na podjetniško vrenje v gospodarstvu, kjer se rojevajo novi podjetji in podjetja. Z rastjo in novimi ustanovitvami (notranje podjetništvo, *spin-off*) ustvarjajo ta podjetja nova delovna mesta, ustanavljanje novih podjetij pa vnaša v gospodarstvo tudi potrebno dinamičnost in konkurenčnost. Na odločitev, ali bodo potencialni podjetniki ustanovili podjetje ali ne, pa vplivajo še drugi dejavniki, ki odločajo o sposobnosti posamezne države, da bi se tisti, ki imajo za to veščine in motivacijo, odločali za izkoriščanje poslovnih priložnosti in ustanavljali podjetja. Proces sta komplementarna, razmerja med podjetništvom in ekonomsko rastjo pa zelo kompleksna.

Slika 2: GEM-ov model proučevanja podjetništva



Na sliki 2 je prikazan konceptualni model GEM, ki upošteva, da so za uspešno podjetništvo, ki prispeva k nacionalni ekonomski rasti, pomembni nekateri temeljni pogoji. Mednje spadajo predvsem urejene inštitucije, primerna infrastruktura, makroekonomska stabilnost, urejeno zdravstvo in primerno temeljno izobraževanje. Gre torej za temeljne pogoje, ki so jih razvite države že zdavnaj uredile, v manj razvitih državah pa so lahko ena glavnih ovir za razvoj podjetništva. Šele takrat, ko so vzpostavljeni temeljni pogoji, je možno uveljavljati dejavnike, ki prispevajo k večji učinkovitosti gospodarstva. Programi pospeševanja podjetništva ali prenos raziskav in razvoja najverjetneje ne bodo imeli pravega učinka, če je delovna sila neizobražena ali če ni na voljo temeljne infrastrukture, kot so ceste, telekomunikacije ali pravni okvir. Če zanemarimo

vzpostavitev temeljnih podjetniških pogojev, tudi investiranje v inovacijske in podjetniške podpirne okvire ne bo dalo učinka. V razvitejših okoljih se je treba posvetiti dejavnikom, kot so visoko izobraževanje in izpopolnjevanje ter učinkovito delovanje trga delovne sile, saj brez njih ni mogoče vzpostavljati učinkovite izrabe človekovih zmogljivosti niti motivirati ljudi za pridobivanje ustrezne izobrazbe in znanja. Učinkovitost trga dobrin in izpopolnjeno delovanje finančnega trga pripomoreta k nemotenemu razvoju podjetij in uveljavljanju tehnološkega napredka. Z internacionalizacijo poslovanja in večjimi mednarodnimi trgi pa je mogoče začeti izkoriščati tudi učinke ekonomije obsega in uveljavljanja primerjalnih (komparativnih) prednosti.

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

Ključne dejavnike podjetniškega procesa smo v GEM strnili okrog treh področij: odnosa do podjetništva, vključevanja v podjetniške aktivnosti in podjetniških aspiracij. Zanje so bile razvite tudi ustrezne mere, s pomočjo katerih jih lahko spremljamo. Ker so tako viri podatkov kot tudi rezultati primerno harmonizirani, jih lahko tudi primerjamo med posameznimi državami; in ker je večina teh podatkov longitudinalne narave, lahko delno spremljamo tudi njihovo dinamiko. Oglejmo si ta tri področja nekoliko bolj podrobno.

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

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

ustaljene podjetnike, spremljamo pa tudi opuščanje podjetij in zapiranje podjetij. Vse to se lahko kaže kot samostojna aktivnost podjetnikov ali kot notranje podjetništvo.

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

Podrobna razlaga ključnih mer, s katerimi proučujemo dejavnike na navedenih treh področjih, je dodana na koncu te monografije kot *Priloga 1*.

1.3.2 Podatkovne podlage za GEM

V okviru raziskave GEM sodelujoči raziskovalni timi uporabljajo uveljavljeno metodologijo zbiranja podatkov, ki zagotavlja zanesljive in smiselne raznovrstne analize tako znotraj posameznih gospodarstev kot tudi med njimi. Metodologijo raziskave in proces harmoniziranja podatkov so podrobno opisali Reynolds in sodelavci (2005).

Od leta 1997, v katero segajo zametki načrtovanja raziskave GEM, ter leta 1999, ko je bila izvedena prva raziskava, v kateri je sodelovalo 10 držav, je raziskovalni konzorcij GEM leta 2012 narasel na 69 sodelujočih držav (v analizah v nadaljevanju te monografije, ki temeljijo na anketiranju odraslega prebivalstva, je vključenih 67 držav, ki so pripravile ustrezne podatkovne podlage do konca decembra 2012¹), v vseh letih skupaj pa je število sodelujočih držav doseglo številko 99.

Podatkovna podlaga raziskave GEM se oblikuje letno, sestavljata pa jo dva temeljna vira primarnih podatkov: anketiranje odraslih prebivalcev ter intervjuvanje in anketiranje nacionalnih izvedencev.

Anketiranje odraslega prebivalstva. Reprezentativni slučajni vzorci približno 2.000 anketiranih odraslih ljudi v posamezni državi so bili v večini držav pridobljeni v času od aprila do junija 2012. V Sloveniji je od konca maja do začetka junija 2012 v anketni raziskavi sodelovalo skupaj 2.010 odraslih ljudi v starosti od 18 do 64 let.

Anketiranje odraslega prebivalstva v vsaki državi poteka s pomočjo standardiziranih vprašalnikov, ki so bili razviti v okviru konzorcija GEM, anketiranje pa opravi neodvisna raziskovalna agencija. Za Slovenijo je anketiranje izvedlo podjetje RM plus iz Maribora, ki izvaja računalniško podprte telefonske ankete (CATI). Za vsako sodelujočo državo je nato pripravljen harmoniziran vzorec individualnih podatkov države, ki je podatkovna osnova za vse dodatne obdelave raziskovalnega tima te države. Hkrati vse sodelujoče države GEM razpolagajo z bazo podatkov, v kateri so zbrani osnovni statistični parametri, ki se nanašajo na vse sodelujoče države.

Značilnosti vzorca v Sloveniji so prikazane v *tabeli 3*. Struktura vzorca je usklajena s strukturo statistične množice glede na regionalnost, spol in starost ljudi ter glede na značilnost območja (urbano ali ruralno okolje). Da bi bila stopnja zanesljivosti pri primerljivosti statističnih parametrov za posamezne države visoka, so vzorci vseh držav uteženi na osnovi standardizirane ocene strukture prebivalstva po starosti in spolu; to vsako leto za vse države zagotavlja US Census International Population Data Base. Leta 2012 je bil v Sloveniji prvič uporabljen način kombiniranega anketiranja s pomočjo fiksnih in mobilnih telefonskih števil, ki zagotavlja lažjo vključenost zlasti mlajših ljudi v anketiranje ter večjo reprezentativnost naključnega vzorca (manjšo velikost uteži).

¹ Podatkovne baze Jamajke in Indije ne zajemamo v analizah odraslega prebivalstva, sta pa vključeni v analize podatkovne baze nacionalnih izvedencev.

Tabela 3: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2012

	Neuteženi vzorec	Uteženi vzorec
Skupaj	2010	2010
Moški	948	1034
Ženske	1062	976
Število nastajajočih podjetij	54	59
Število novih podjetij	48	51
Motivacija – priložnost	90	98
Motivacija – nujnost	8	8
Število ustaljenih podjetij	115	116
Poslovni angeli	46	51

V vseh sodelujočih državah je bilo skupaj anketiranih 186.143 ljudi, kar predstavlja široko podatkovno osnovo za proučevanje zlasti zgodnjega podjetništva in njegovih značilnosti ter medsebojnih povezav vplivnih dejavnikov. V državah, v katerih opravljajo tudi regionalno primerjalno analizo, ki zahteva neproporcionalno stratificirano vzorčenje in s tem zadostno število anketiranih oseb v posameznih regijah, je anketiranih oseb bistveno več (Španija, Brazilija). Število anketiranih oseb v vsaki izmed sodelujočih držav je prikazano v tabeli 4.

Tabela 4: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav, GEM 2012

Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav		Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav	
Alžirija	4984	Finska	2038
Angola	2489	Francija	3210
Argentina	1713	Gana	2213
Avstrija	4548	Grčija	2000
Barbados	2044	Hrvaška	2000
Belgija	1546	Iran	3178
Bosna in Hercegovina	2001	Irska	2000
Bocvana	2003	Italija	2000
Brazilija	10.000	Izrael	2005
Čile	1952	Japonska	2010
Danska	2217	Južnoafriška republika	2655
Egipt	2501	Kitajska	3684
Ekvador	2003	Kolumbija	6471
Estonija	1721	Koreja	2000
Etiopija	3003	Kostarika	2041

Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav		Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav	
Latvija	2000	Rusija	3541
Litva	2003	Salvador	1905
Madžarska	2000	Singapur	2001
Makedonija	2003	Slovaška	2000
Malavi	1847	Slovenija	2010
Malezija	2006	Španija	21.900
Mehika	2516	Švedska	1740
Namibija	1959	Švica	1587
Nemčija	4297	Tajska	3000
Nigerija	2651	Tajvan	2009
Nizozemska	2887	Trinidad in Tobago	1802
Norveška	1999	Tunizija	2000
Pakistan	2000	Turčija	2401
Palestina	2000	Uganda	2343
Panama	1998	Urugvaj	1627
Peru	2071	Velika Britanija	1676
Poljska	2003	Zambija	2155
Portugalska	2001	ZDA	4265
Romunija	1710		

Anketni vprašalnik je strukturiran tako, da vsebuje temeljna vprašanja za identificiranje obsega podjetniške aktivnosti v državi ter dodatna vprašanja za posameznike, ki jih lahko na osnovi njihovih odgovorov uvrstimo med podjetniško aktivne, namen česar je natančnejša ugotovitev značilnosti zgodnje podjetniške aktivnosti v državi. Z dodatnimi vprašanji ugotavljamo tudi široko paleto različnih vplivnih dejavnikov, ki vplivajo na podjetniško aktivnost, odnos anketiranih do podjetništva, odnos do novosti in inovativnosti, zmogljivosti za podjetništvo itd. V vprašalnik je vsako leto vključena vsaj ena dodatna tema raziskav, na primer podjetniško izobraževanje, socialno podjetništvo, v letu 2012 pa so bile to mednarodne migracije in njihov vpliv na podjetniško aktivnost.

Nacionalni izvedenci. Anketiranje odraslega prebivalstva (ang. *Adult Population Survey – APS*) v raziskavi GEM vsako leto dopolnjuje tudi anketiranje nacionalnih izvedencev – ekspertov oziroma osebni intervjuji z njimi (ang. *National Expert Survey – NES*). Nacionalni izvedenci so skrbno izbrani posamezniki iz gospodarstva, politike, državne uprave in akademske sfere, vsi pa imajo znanje in izkušnje na različnih področjih, ki so združena v devet okvirnih pogojev za podjetništvo. To so: finančna podpora, vladne politike, vladni programi, izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, raziskave in razvoj, dostop do poslovne in strokovne infrastrukture, odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, dostop do fizične infrastrukture ter kulturne in družbene norme.

S pomočjo obsežnega standardiziranega anketnega vprašalnika (leta 2012 je skupaj obsegal 120 trditvev) smo tako pridobili vpogled v slovensko podjetniško okolje. Izvedenci so podali tudi svoje lastne poglede na, po njihovem mnenju, temeljne slabosti, ki zavirajo razvoj podjetništva

v Sloveniji, temeljne prednosti, ki jih ima Slovenija in bi jih lahko izkoristili za pospeševanje podjetništva, ter priporočila, kaj bi bilo treba udejanjiti za izboljšanje podjetniškega okolja, da bi se čim več ljudi začelo ukvarjati s podjetništvom zaradi priložnosti. Izvedenci v sklopu raziskave NES ocenijo hkrati še nekatere druge teme, kot so: priložnosti in zmogljivosti za ustanovitev podjetij, družbeni status podjetnika, zaščita intelektualne lastnine, možnosti za žensko podjetništvo, podpora za rast podjetij ter interes za inovacije, čemur se v zadnjih letih pridružujejo tudi različne aktualne podjetniške teme. Leta 2012 smo tako vprašalnik NES razširili še s sklopi, ki se nanašajo na mednarodne migracije in podjetništvo, poslovno sodelovanje ter podjetništvo med mladimi.

Leta 2012 je v raziskavi NES tako kot leto poprej sodelovalo 36 izvedencev iz Slovenije. Upoštevani so bili pravilno izpolnjeni vprašalniki in tisti, v katerih je bilo podanih vsaj 75 % vseh odgovorov. Dobljene odgovore smo kodirali in jih posredovali koordinacijskemu timu GEM, ki je pripravil skupno datoteko za vseh 69 držav GEM. Tako je v vseh državah udeleženkah leta 2012 skupaj sodelovalo kar 2.782 izvedencev. Vzorec izvedencev za Slovenijo je utežen glede na devet osnovnih okvirnih pogojev za podjetništvo, tip izvedenca (strokovnjak ali podjetnik/manager), spol, sektor gospodarstva (javni ali zasebni) in geografsko porazdelitev. Anketiranje izvedencev je tako kot v drugih državah GEM potekalo od aprila do julija 2012.

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

1.3.3 Dostopnost raziskav in podatkov GEM

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

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

2 GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji

Podjetniški proces je kompleksen pojav, na katerega vpliva veliko dejavnikov ter okoliščin: od nagnjenosti podjetništvu v družbi do nagnjenosti posameznika k podjetništvu, od demografskih značilnosti narodnega gospodarstva do razvitosti gospodarskega sistema in vrsta drugih.

Večplastnosti podjetništva tako ni mogoče enostavno opisati. To dejstvo odraža GEM-ova preglednica podjetniške aktivnosti (*tabela 5*). V njej zbirno prikazujemo različne vidike podjetniške aktivnosti v Sloveniji leta 2012 primerjalno z letom poprej ter tam, kjer so na voljo rezultati analize globalnega tima, tudi rang Slovenije v primerjavi s 67 preostalimi sodelujočimi državami. Pri tem prikazujemo posamezne opredeljene dejavnike ločeno za različne skupine prebivalstva. Primerjamo zlasti nastajajoče, nove in ustaljene podjetnike ter nepodjetnike, in sicer:

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

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

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

V okviru raziskave GEM skušamo zgodnjo podjetniško aktivnost kljub vsemu opisati tudi z enostavnim kazalnikom. To vlogo je prevzel indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA (ang. *total early-stage entrepreneurial activity*). Indeks kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se vključuje v podjetništvo. Zajema torej posameznike, ki so začeli izvajati nekatere aktivnosti, da bi ustanovili podjetja, ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece – to so nastajajoči podjetniki –, ter posameznike – nove podjetnike, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece, vendar manj kot tri leta in pol. Ustaljeni podjetniki so v raziskavi opredeljeni kot tisti, ki imajo podjetje in ga pomagajo tudi voditi, plače pa izplačujejo dlje kot 42 mesecev (ti v indeks TEA niso vključeni). Indeks TEA omogoča hitre primerjave o obsegu zgodnje podjetniške aktivnosti med državami, ne pa tudi kvalitativnih dimenzij te aktivnosti. Indeks TEA tako predstavlja enostavno mero podjetniške aktivnosti, ki omogoča široko primerjavo za vsa proučevana gospodarstva, zavedati pa se moramo omejitev njegovega vsebinskega pomena.

Opisane komponente podjetništva, ki so navedene v tabeli 5, in še vrsto drugih natančneje obravnavamo v posameznih poglavjih te monografije.

Tabela 5: GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2012

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča in nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2011	rang	2012	rang	2011	rang	2012	rang	2011	rang	2012	rang	2011	rang	2012	rang
vklučenost v podjetništvo (% populacije)	1,91	54/54	2,95	59/67	1,75	49/54	2,53	55/67	3,65	54/54	5,42	59/67	4,78	40/54	5,79	42/67
spol (% populacije):																
moški	2,6		1,38		2,0		3,8		4,57	54/54	8,09	53/67	6,52	38/54	8,54	37/67
ženske	1,2		0,44		1,5		1,2		2,68	53/54	2,59	63/67	2,94	35/54	2,87	51/67
spol (% podjetnikov):																
moški	68,9		77,2		59,3		76,7		64,3		76,8		70,1		75,9	
ženske	31,1		22,8		40,7		23,3		35,7		23,2		29,9		24,1	
starost (% populacije):																
– od 18 do 24 let	2,7		2,8		1,2		1,6		3,90	46/54	4,49	60/67	0,33	44/54	0,81	44/67
– od 25 do 34 let	2,5		5,4		2,5		2,3		5,07	50/54	7,64	50/67	3,15	38/54	2,56	52/67
– od 35 do 44 let	2,7		3,8		1,9		4,4		4,57	54/54	7,92	64/67	6,58	34/54	7,45	42/67
– od 45 do 54 let	0,8		1,7		1,6		2,1		2,48	54/54	3,77	59/67	7,78	36/54	10,01	33/67
– od 55 do 64 let	1,1		0,9		1,9		1,8		2,27	54/54	2,68	44/67	3,69	47/54	5,82	48/67
starost (% podjetnikov):																
– od 18 do 24 let	17,8		12,1		8,5		8,1		13,33	27/54	10,36	52/67	0,87	43/54	1,75	47/67
– od 25 do 34 let	29,7		40,5		32,4		20,0		30,98	27/54	31,39	44/67	14,68	31/54	9,83	60/67
– od 35 do 44 let	31,1		28,3		24,0		38,7		27,69	21/54	32,33	7/67	31,74	17/54	28,52	39/67
– od 45 do 54 let	9,9		13,0		21,5		18,9		15,47	40/54	15,91	39/67	37,12	8/54	39,55	6/67
– od 55 do 64 let	11,5		6,1		13,6		14,3		12,53	10/54	10,01	20/67	15,59	37/54	20,35	26/67
izobrazba (% podjetnikov):																
– dokončana osn. šola ali manj	2,5		0,0		0,0		0,0		1,3		0,0		0,9		2,5	
– dokončana poklicna šola	5,6		4,6		7,8		11,3		5,7		7,7		15,7		11,2	
– srednješolska izobrazba	42,5		43,1		16,5		33,1		30,4		37,8		33,2		31,1	
– višješolska strok. izobrazba	5,2		13,1		23,5		10,7		15,8		12,1		13,2		26,0	
– visokoš. ali univ. izobr. ali več	44,3		39,2		52,1		44,9		46,8		42,4		37,0		29,2	
izobrazba (% populacije):																
– manj kot srednješolska									1,11	53/54	2,32	63/67	4,77	25/55	5,47	33/67
– srednješolska									2,84	53/54	4,75	58/67	4,02	36/55	4,29	48/67
– več kot srednješolska									5,90	50/54	6,77	53/67	6,13	31/55	7,78	26/67
dohodkovni razredi (% populacije):																
– spodnja tretjina	2,0		2,4		1,1		1,8		1,02	45/54	1,80	61/67	0,67	40/54	1,18	48/67
– srednja tretjina	1,9		3,1		0,5		2,2		0,94	53/54	2,28	62/67	1,06	50/54	2,07	49/67
– zgornja tretjina	2,5		3,3		2,3		3,0		2,68	53/54	2,51	64/67	2,86	42/54	3,59	48/67

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča in nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2011	rang	2012	rang	2011	rang	2012	rang	2011	rang	2012	rang	2011	rang	2012	rang
dohodkovni razredi (% podjetnikov):																
– spodnja tretjina	24,2		27,6		14,2		26,3		19,4		27,5		12,7		16,8	
– srednja tretjina	25,9		39,1		10,8		35,3		18,6		36,4		21,0		30,6	
– zgornja tretjina	49,9		33,3		75,0		38,4		62,0		36,2		66,2		52,7	
motivacija (% populacije):																
– nujnost	0,16		0,26		0,30		0,01		0,44	54/54	0,40	67/67	0,90		1,39	
– priložnost	1,61		2,60		1,34		2,34		2,96	51/54	4,88	48/67	3,60		4,23	
motivacija (% podjetnikov):																
– v celoti priložnost	53,8		67,5		60,1		67,7		56,2		68,3		65,6		61,8	
– deloma priložnost	30,8		20,6		17,1		22,7		24,7		21,8		10,4		11,5	
– nujnost	7,7		8,8		17,1		5,5		12,3		7,4		18,8		24,0	
– ne more opredeliti	7,7		3,1		5,7		4,1		6,8		2,5		5,2		2,7	
izkoriščanje poslovne priložnosti zaradi (% podjetnikov, katerih motivacija je v celoti priložnost):																
– neodvisnosti in osebne svobode pri delu	61,2		49,7		48,7		58,5		49,64	16/54	53,95	13/67	74,7		61,9	
– povečanja dohodka	28,2		43,8		35,7		30,6		37,96	34/54	37,37	43/67	18,2		23,0	
– ohranitve ravni dohodka	10,6		3,0		11,6		10,9		9,72	24/54	6,83	44/67	3,1		12,4	
– drugega	0,0		3,5		4,1		0,0		2,68	25/54	1,84	32/67	4,0		2,6	

	Nastajajoča in nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2011	rang	2012	rang	2011	rang	2012	rang
inovacijska naravnost (% podjetnikov):								
– novost izdelkov – izdelek je nov za vse kupce	9,98	38/54	15,45	32/67	5,90	37/54	9,73	31/67
– konkurenca – ni konkurenčnih podjetij	7,67	30/54	12,48	17/67	4,06	36/54	6,04	25/67
– tehnologija – uporaba tehnologij, ki so na voljo manj kot eno leto	6,48	36/54	6,05	54/67	0,00	47–54	4,52	26/67
nagnjenost k rasti (% podjetnikov):								
– zaposlovanje – porast za najmanj 10 delovnih mest in hkrati za najmanj 50 % v petih letih	22,55	17/54	19,21	25/67	2,43	39/54	7,36	15/67
– izvoz – več kot 50 % strank živi zunaj države	0,50	39/54	1,22	21/67	0,63	16/54	0,78	13/67

	Nastajajoči podjetniki		Novi podjetniki		Ustaljeni podjetniki		% prebivalstva v starosti od 18 do 64 let				Nepodjetniki	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	rang	2012	rang	2011	2012
razpoznavanje poslovnih priložnosti	44,6	50,0	39,1	40,1	19,9	22,0	18,37	47/54	19,62	58/67	17,3	17,80
podjetniška zmogljivost – dojevanje kulturne podpore:												
– egalitarizem	78,6	76,6	78,7	80,3	76,2	80,4	82,72	5/54	82,92	4/54	83,2	83,3
– poklicna izbira	49,0	37,0	52,6	45,2	45,8	45,2	53,71	37/54	52,73	46/54	54,3	54,7
– spoštovanje podjetniškega poklica	61,8	67,1	65,0	73,3	58,9	48,8	69,73	23/54	71,08	35/54	70,6	72,6
– odnos medijev	49,7	54,7	52,6	51,2	47,0	39,0	45,10	39/54	51,08	40/54	44,8	51,7
podjetniška zmogljivost – samozaupanje:												
– znanje in veščine	95,2		96,9		90,0		50,79	20/54	51,32	30/67	46,9	46,5
– strah pred neuspehom	17,7		17,1		20,4		39,30	27/54	41,50	23/67	41,1	43,7



Polona TOMINC
Miroslav REBERNIK

**Connections of entrepreneurial capacity and openness
towards innovations with the individual's decision
to become an entrepreneur: a case from Slovenia =
Povezanost med podjetniško zmogljivostjo in odprtostjo
za inoviranje ter posameznikovo odločitvijo,
da postane podjetnik: primer Slovenije**

Society and economy, 2010, let. 32, št. 2, str. 297–313

Avtorja v prispevku proučujeta spremenljivke, ki bi lahko bile značilno povezane z odločitvijo posameznika, da postane podjetnik. Namen prispevka je ugotoviti obstoj značilnih povezav med posameznikovo odločitvijo, da postane podjetnik, in različnimi vidiki podjetniških sposobnosti posameznika kot tudi njegove inovacijske zmogljivosti, za katero sta avtorja v prispevku uporabila nadomestno mero posameznikove odprtosti do inovacij. Podjetniško zmogljivost proučujeta s pomočjo štirih postavk: sposobnostjo zaznave dobrih poslovnih priložnosti, oceno podjetniškega znanja, spretnosti in izkušenj, potrebnih za začetek novega posla, oceno podjetniške mreže ter ravno izogibanja negotovosti, ki posamezniku preprečujejo ustanovitev novega podjetja. Odprtost za inovacije avtorja proučujeta s pomočjo treh postavk: pripravljenostjo posameznika za nakup novih proizvodov in/ali storitev, njegovo pripravljenostjo, da preizkusi nove proizvode in/ali storitve, ki vključujejo nove tehnologije, in s pomočjo njegovega prepričanja, da bodo novi proizvodi in/ali storitve izboljšali življenje ljudi.





Viri podatkov in metodologija. Raziskava je bila izvedena na podatkovni zbirki Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Leta 2007 je v slovenski raziskavi sodelovalo 3.020 anketirancev v starosti od 18 do 64 let. Avtorja sta uporabila faktorsko analizo in binarni logistično-regresijski model, v katerem sta preverila povezave med spremenljivkami, ki sta jih definirala s pomočjo faktorske analize – te spremenljivke so podjetniško zavedanje in nenaklonjenost do tveganja, sprejemanje novosti in prepričanja v koristi novosti – in verjetnostjo, da je oseba zgodnje podjetniško aktivna. Čeprav z uporabljenimi metodologijami ni mogoče določiti vzročnih učinkov, avtorja interpretirata moč povezav med podjetniško zmogljivostjo in odprtostjo do inoviranja posameznika.

Spoznanja. Pomemben rezultat raziskave je, da zaupanje v prednosti novosti ni pomembno povezano s posameznikovo odločitvijo, da postane podjetnik. Rezultati kažejo, da je odprtost za inovacije pomembnejša kot prepričanje, da bo inovativni proizvod in/ali storitev (ki ga proizvajajo drugi) izboljšal posameznikovo življenje. Seveda se ti rezultati ne nanašajo na pričakovanja glede koristi proizvodov in/ali storitev, ki jih bo proizvajal sam zgodnji podjetnik. Posameznikova odločitev, da postane podjetnik, je značilno povezana s podjetniškim zavedanjem, nenaklonjenostjo do tveganja in pripravljenostjo, da preizkusi nove proizvode in/ali storitve. Povezava je pozitivna v primeru podjetniškega zavedanja in v primeru pripravljenosti, da preizkusi nove proizvode in/ali storitve:

- tisti, ki izražajo podjetniško zavedanje, so skoraj 2,4-krat verjetneje zgodnje podjetniško aktivni v primerjavi s tistimi, ki ga ne izražajo;
- tisti, ki izražajo pripravljenost preizkusiti nove proizvode in/ali storitve, so skoraj 1,3-krat verjetneje zgodnje podjetniško aktivni v primerjavi s tistimi, ki je ne izražajo;
- tisti, ki izražajo strah pred tveganjem, so skoraj 0,4-krat manj verjetno zgodnje podjetniško aktivni v primerjavi s tistimi, ki ga ne izražajo.

Rezultati raziskave so zlasti v delu, ki se nanaša na podjetniške zmogljivosti, primerljivi z empiričnimi spoznanji drugih avtorjev. Inovacijske zmogljivosti, ki jo avtorja v raziskavi proučujeta s pomočjo posameznikove odprtosti za inoviranje, do sedaj v literaturi ne najdemo obravnavane na takšen način. Kljub temu tako podjetniških zmogljivosti kot posameznikove odprtosti za inoviranje ne moremo zlahka spremeniti v ukrepe ekonomske politike. Avtorja zato poudarjata, da nekateri dokazi v literaturi celo kažejo, da lahko podobni ukrepi politike pri osebnih zaznavah in presojah v različnih kulturnih in družbenih okoljih dajo zelo različne rezultate.

3 Nagnjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu

3.1 OPREDELITEV NAGNJENOSTI ODRASLEGA PREBIVALSTVA K PODJETNIŠTVU

Ena ključnih funkcij podjetnika je, da v okolju najde (ali ustvari) poslovno priložnost, jo primerno artikulira in zbere potrebne vire za to, da bi jo lahko uresničil. Čeprav imajo številni posamezniki ustvarjalne zamisli in je idej vselej na pretek, pa zgolj ideja ni dovolj. Da bi se preoblikovala v poslovni podjem, iz katerega se bo lahko kasneje razvilo uspešno delujoče podjetje, mora biti izpolnjenih več pogojev tako pri podjetniku kot v podjetniškem okolju. Posameznikova nagnjenost k podjetništvu vključuje razpoznavanje poslovnih priložnosti, podjetniške kompetence, strah pred neuspehom in odločenost, da bo ustanovil podjetje. V okviru raziskave GEM jo za posamezno nacionalno gospodarstvo merimo z različnimi deleži:

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

Na nagnjenost k podjetništvu poleg posameznikovih značilnosti pomembno vplivajo tudi zunanji vplivi. Odločitev za podjetništvo je osebna odločitev in se oblikuje tudi na osnovi institucionalne ureditve in podjetniške klime v družbi. Kulturne in družbene norme v okolju lahko odločitev posameznika za podjetniško pot spodbujajo ali pa ga pri njenem uresničevanju zavirajo. Gre za splošno stališče družbe do podjetništva kot poklicne izbire, kakšen status imajo podjetniki v družbi in ali se ta status zrcali tudi v pozitivnih odzivih medijev. Zato proučujemo tudi:

- delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira oziroma karierna pot;
- delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani;

- delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjetjih.

V tabeli 6 so prikazani elementi podjetniške nagnjenosti navedeni za vse države, ki so leta 2012 sodelovale v raziskavi GEM. Da bi dobili res smiseln vpogled v podjetniške namere, je bilo vprašanje o podjetniških namerah postavljeno samo posameznikom, ki še niso podjetniki, po strahu o neuspehu pa smo povprašali samo tiste, ki so zaznali poslovne priložnosti.

Tabela 6: Elementi podjetniške zmogljivosti (v odstotkih odraslega prebivalstva), GEM 2012

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Podjetniška spodobnost	Strah pred neuspehom*	Podjetniške namere**	Kariera***	Spoštovanje***	Mediji***
Faktorska gospodarstva							
Alžirija	46	54	35	21	79	81	47
Angola	66	72	38	70			
Bocvana	67	71	25	72	76	73	79
Egipt	54	59	33	42	83	87	64
Etiopija	65	69	33	24	76	92	73
Gana	79	86	18	60	84	91	82
Iran	39	54	41	23	60	73	61
Malavi	74	85	12	70			
Nigerija	82	88	21	44	82	76	78
Pakistan	46	49	31	25	66	68	51
Palestina	46	59	40	36	85	80	71
Uganda	81	88	15	79			
Zambija	78	84	17	55	67	79	72
Učinkovitostna gospodarstva							
Argentina	50	63	27	29	74	67	63
Barbados	47	70	17	23			
Bosna in Hercegovina	20	49	27	22	81	72	39
Brazilija	52	54	31	36	89	86	86
Čile	65	60	28	43	70	68	66
Ekvador	59	72	33	51	88	84	79
Estonija	45	43	34	16	55	63	41
Hrvaška	17	44	36	19	64	42	40
Južnoafriška republika	35	40	31	12	74	74	73
Kitajska	32	38	36	20	72	76	80
Kolumbija	72	57	32	57	89	75	69

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Podjetniška sposobnost	Strah pred neuspehom *	Podjetniške namere **	Kariera ***	Splošno spoštovanje ***	Mediji ***
Kostarika	47	63	35	33	72	72	79
Latvija	33	44	37	22	60	53	53
Litva	30	40	36	18	63	53	37
Madžarska	11	40	34	13	41	74	29
Makedonija	31	55	39	28	70	67	64
Malezija	36	31	36	13	46	51	62
Mehika	45	62	26	18	56	54	38
Namibija	75	74	35	45	73	76	82
Panama	38	43	17	12			
Peru	57	65	30	45	77	73	76
Poljska	20	54	43	22	68	57	56
Romunija	37	38	41	27	71	74	55
Rusija	20	24	47	2	60	63	45
Salvador	43	59	42	40	73	72	62
Tajska	45	46	50	19	76	79	84
Trinidad in Tobago	59	76	17	37	78	76	64
Tunizija	33	62	15	22	88	94	48
Turčija	40	49	30	15	67	76	57
Urugvaj	51	58	27	20	61	59	51
Inovacijska gospodarstva							
Avstrija	49	50	36	9	46	76	
Belgija	33	37	41	9	62	57	54
Danska	44	31	39	7			
Finska	55	34	37	8	45	83	68
Francija	38	36	43	17	65	77	41
Grčija	13	50	61	10	64	68	33
Irska	26	45	35	5	45	81	61
Italija	20	30	58	11	67	70	51
Izrael	31	29	47	13	59	72	47
Japonska	6	9	53	2	30	55	53
Koreja	13	27	43	13	59	70	68
Nemčija	36	37	42	6	49	76	49
Nizozemska	34	42	30	9	79	65	58
Norveška	64	34	39	5	50	80	59
Portugalska	16	47	42	14			

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Podjetniška sposobnost	Strah pred neuspehom*	Podjetniške namere**	Kariera***	Spoštovanje***	Mediji***
Singapur	23	27	42	16	50	63	77
Slovaška	18	50	38	12	50	74	59
Slovenija	20	51	27	13	53	71	51
Španija	14	50	42	11	64	64	47
Švedska	66	37	33	11			
Švica	36	37	32	7	44	63	57
Tajvan	39	26	38	25	70	63	83
Velika Britanija	33	47	36	10	50	77	47
ZDA	43	56	32	13			

* Delež med tistimi, ki zaznavajo poslovne priložnosti.

** Delež med nepodjetniki.

*** Pri zadnjih treh spremenljivkah je bilo anketiranje neobvezno po državah.

Da bi bolje videli umestitev Slovenije, smo v *tabeli 7* prikazali povprečne vrednosti elementov podjetniške zmogljivosti po izbranih skupinah držav.

Tabela 7: Elementi podjetniške zmogljivosti po skupinah držav (v odstotkih odraslega prebivalstva), GEM 2012

	Slovenija	Države GEM	Evropske države	Inovacijska gospodarstva	JV Evropa**	Evropska unija***	Evropske države zunaj EU****
Poznavanje podjetnika	40,08	38,37	32,62	30,92	31,4	33,01	31,4
Poslovne priložnosti	19,62	42,36	31,7	32,07	21,02	31,45	32,51
Sposobnost za podjetništvo	51,32	50,89	42,28	38,35	47,71	42,42	41,85
Strah pred neuspehom	41,5	37,7	44,9	44,49	49,23	46,67	39,34
Podjetniške namere	14,68	27,01	15,23	12,67	21,63	14,84	16,46
Egalitarizem*	82,92	64,37	67,36	64,71	73,83	65,35	72,22
Kariera*	52,73	65,8	58,99	55,16	64,04	57,77	62,3
Spoštovanje*	71,08	71,3	68,33	70,27	65,6	69,14	66,14
Mediji*	51,08	60,04	50,24	56,08	46,02	49,67	51,71

* Ta del anketiranja je izvedlo skupaj 58 držav GEM.

** Vključene so države: Poljska, Madžarska, Romunija, Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Makedonija, Grčija in Slovenija.

*** Vključenih je 22 držav EU.

**** Bosna in Hercegovina, Hrvaška, Makedonija, Norveška, Romunija, Rusija, Švica in Turčija.

V nadaljevanju tega poglavja bomo posamezne komponente podjetniške zmogljivosti podrobneje razložili ter prikazali, kako so jih leta 2012 dojemali odrasli prebivalci Slovenije in kako prebivalci v drugih sodelujočih državah.

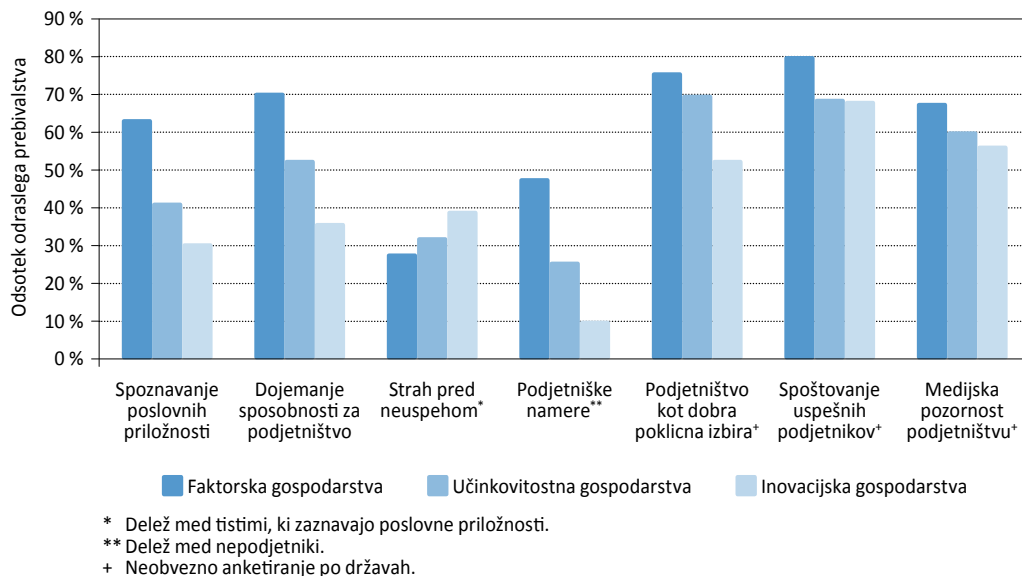
3.2 DOJEMANJE PRILOŽNOSTI, SPOSOBNOST ZA PODJETNIŠTVO TER STRAH PRED NEUSPEHOM

Posamezniki vstopajo v podjetništvo na temelju zaznanih priložnosti, zaupanja v lastne veščine, znanja in izkušenj pa tudi razumevanja, da je strah pred neuspehom povezan s premagovanjem negotovosti, ki je sestavni del podjetništva (Eckhardt in Shane 2003; Shane in Venkataraman 2000). Že pred časom je Kirzner (1973, 1985) poudaril, da je poslovna priložnost posledica različnega dostopa do obstoječih informacij, podjetnika pa prikazal kot budnega iskalca priložnosti in podjetništvo kot nenehno budnost oziroma pozornost, usmerjeno na dobičkonosne priložnosti.

Priložnosti so vselej raznolike in imajo pogosto zelo specifične značilnosti, ki vplivajo na skoraj vse vidike podjetniškega procesa (Crnogaj 2012). Nekatere so lahko tako kompleksne, da bo le zelo omejeno število posameznikov sposobno oblikovati domneve o njihovem morebitnem obstoju (Zuckerer idr. 2002, v: Eckhardt in Shane 2010, 50), druge spet takšne, da jih bo hotelo izkoristiti mnogo posameznikov. Značilnosti priložnosti tudi vplivajo na organizacijo procesov in posledično tudi na njihovo ekonomsko vrednost (prav tam, 51). S tega vidika je razumevanje podjetniških priložnosti, njihove vloge v podjetniškem procesu in njihove vrednosti zelo pomembno, saj omogoča razumevanje, da so za odkritje poslovnih priložnosti potrebne specifične informacije ter da je tip podjetniške aktivnosti odvisen od tipa posameznikov, ki se ukvarjajo z njimi. Ker je velik del podjetniškega procesa močno odvisen od dejavnikov, ki jih posamezni podjetniki ne morejo nadzirati (Eckhardt in Shane 2003), ni lahko najti neposredne soodvisnosti med priložnostjo in poslovnim uspehom. Različne so tudi povezave med zaznavanjem podjetniške priložnosti in začetkom podjetniške aktivnosti. Ljudje se za podjetniško pot lahko odločijo takrat, ko naletijo na obetavno poslovno priložnost (McMullen in Shepherd 2006), pri drugih pa lahko najprej dozori odločitev o vključitvi v podjetništvo, temu pa sledi sistematično in intenzivno iskanje poslovne ideje in poslovne priložnosti (Kelley idr. 2011). Nekateri avtorji, na primer Holcombe (2003), vidijo ravno v podjetniški aktivnosti pomemben vir dobrih poslovnih priložnosti in s tem proces podjetništva razumejo kot najpogostejši vir, iz katerega se rodijo nove priložnosti.

Subjektivni dejavniki dojetja podjetništva, prepričanje o potrebnem znanju za podjetništvo ter strah pred neuspehom se zato med posameznimi državami kot tudi med skupinami držav precej razlikujejo. Kot poročajo Xavier in sodelavci (2013), v latinskoameriških in karibskih državah ter v Podsaharski Afriki več kot tri tretjine prebivalstva meni, da je podjetništvo dobra poklicna izbira, a kljub temu manj ljudi meni, da imajo v njihovi družbi podjetniki visok status. To bi lahko pomenilo, da je podjetništvo predvsem nuja in ne toliko stvar osebne izbire, kar je v teh državah, ki se v veliki meri uvrščajo v učinkovitostna gospodarstva, pogosto tudi edina možnost za preživetje. Industrija je slabo razvita in delovnih mest za zaposlovanje ni na voljo. V Podsaharski Afriki pa več kot 80 % prebivalstva meni, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani.

Slika 3: Elementi podjetniške zmogljivosti glede na razvitost držav (v odstotkih odraslega prebivalstva)



GEM 2012

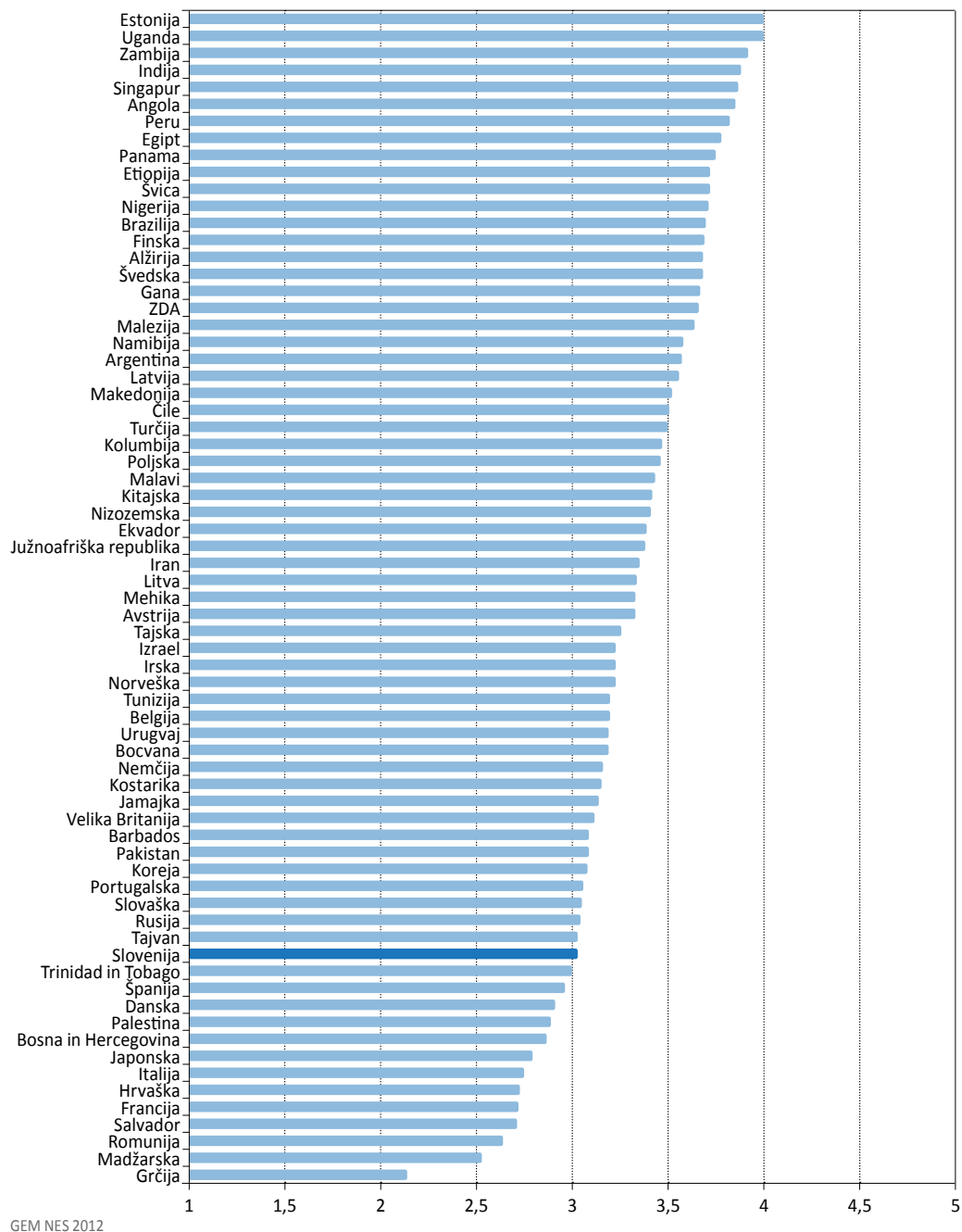
Na *sliki 3* vidimo, da se s stopnjo razvoja spreminjajo vsi elementi podjetniške zmogljivosti. Medtem ko v učinkovitostnih gospodarstvih več kot 60 % posameznikov, ki še niso podjetniki, zaznava poslovne priložnosti, pa je v inovacijskih gospodarstvih takšnih samo nekaj nad 30 %. V povprečju upada tudi samozaupanje v lastno znanje, sposobnosti in izkušnje za podjetništvo. V faktorskih gospodarstvih je v to, da imajo potrebno znanje in kompetence za podjetniško pot, prepričanih v povprečju več kot 70 % odraslih prebivalcev in v učinkovitostnih polovica, v inovacijskih gospodarstvih pa je takšnih v povprečju nekaj manj kot 40 %. Ravno zaupanje v lastne sposobnosti in znanje pa je ena najpomembnejših komponent za vstop v podjetništvo (Koellinger idr. 2005). Pri tem je treba razumeti, da imajo ljudje v teh skupinah držav pri opredeljevanju lastnih sposobnosti za podjetništvo v mislih različne podjetniške aktivnosti, ki so različno kompleksne, terjajo različne sposobnosti in so posledično tudi različno razvojno naravnane. Faktorska gospodarstva imajo zelo velik delež podjetništva zaradi nujnosti, kar prav tako vpliva na razumevanje lastnih sposobnosti za podjetništvo in potem v nadaljevanju tudi na dojemanje razpoložljivosti priložnosti v neposrednem okolju potencialnega podjetnika.

V skupini inovacijskih gospodarstev so percepcije dobrih poslovnih priložnosti v skromnem obsegu zlasti v državah, ki jih je svetovna gospodarska kriza močno prizadela, v Grčiji (13 %), Španiji (14 %) in na Portugalskem (16 %); v tej skupini je tudi Slovaška z 18 % in Slovenija z 20 %. Nizka stopnja zaznavanja podjetniških priložnosti v Sloveniji je nizka tudi primerjalno s celotnim inovacijskim gospodarstvom (30,9 %), z vsemi evropskimi državami in tudi s skupino držav v jugovzhodni Evropi. V svetovnem merilu se po tem elementu Slovenija uvršča na 60. mesto. Na drugem koncu lestvice sta med evropskimi državami najvišje Švedska, ki je na 8. mestu s 66 %, in Norveška, ki je na 13. mestu in kjer 64 % prebivalcev meni, da se bodo v naslednjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti.

O zaznavanju poslovnih priložnosti smo povprašali tudi izbrano skupino 36 nacionalnih izvedencev, ki so na temelju petih komponent na lestvici od 1 do 5 ocenjevali razpoložljivost dobrih poslovnih

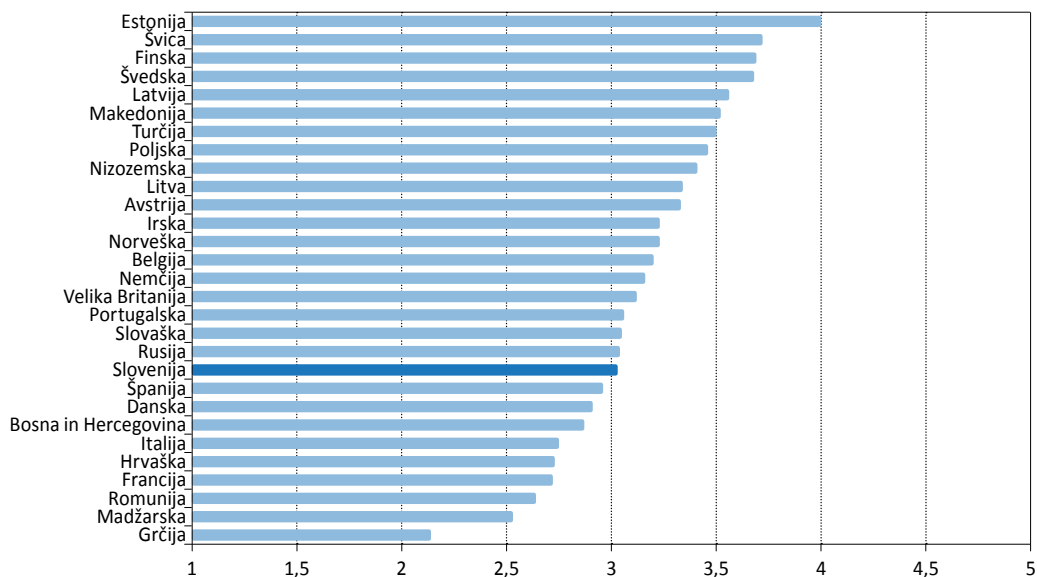
priložnosti v poslovnem okolju pa tudi sposobnost zaznavanja poslovnih priložnosti ljudi. To področje v Sloveniji so slovenski izvedenci ocenili s povprečno oceno 3,03, kar je nekoliko slabše kot v letih 2011 (3,29) in 2010 (3,26). Slovenija je tako zdrsnila za nekaj mest navzdol po lestvici med vsemi sodelujočimi državami v raziskavi GEM (slika 4) in se v evropskem prostoru postavila ob bok Slovaški in Rusiji.

Slika 4: Zaznavanje poslovnih priložnosti, vse države GEM



Bistveno boljše povprečne ocene nacionalnih izvedencev so v primerjavi z letom 2011 zabeležili v Iranu, Litvi, Mehiki pa tudi Španiji. Največji padec ocen v primerjavi z letom 2011 beležijo v Franciji, ki se skupaj z Romunijo, Madžarsko in Grčijo uvršča na rep lestvice vseh sodelujočih držav. Med evropskimi državami se Slovenija po oceni nacionalnih izvedencev o zaznavanju poslovnih priložnosti tako uvršča na 20. mesto med 29 državami (slika 5).

Slika 5: Zaznavanje poslovnih priložnosti, evropske države GEM



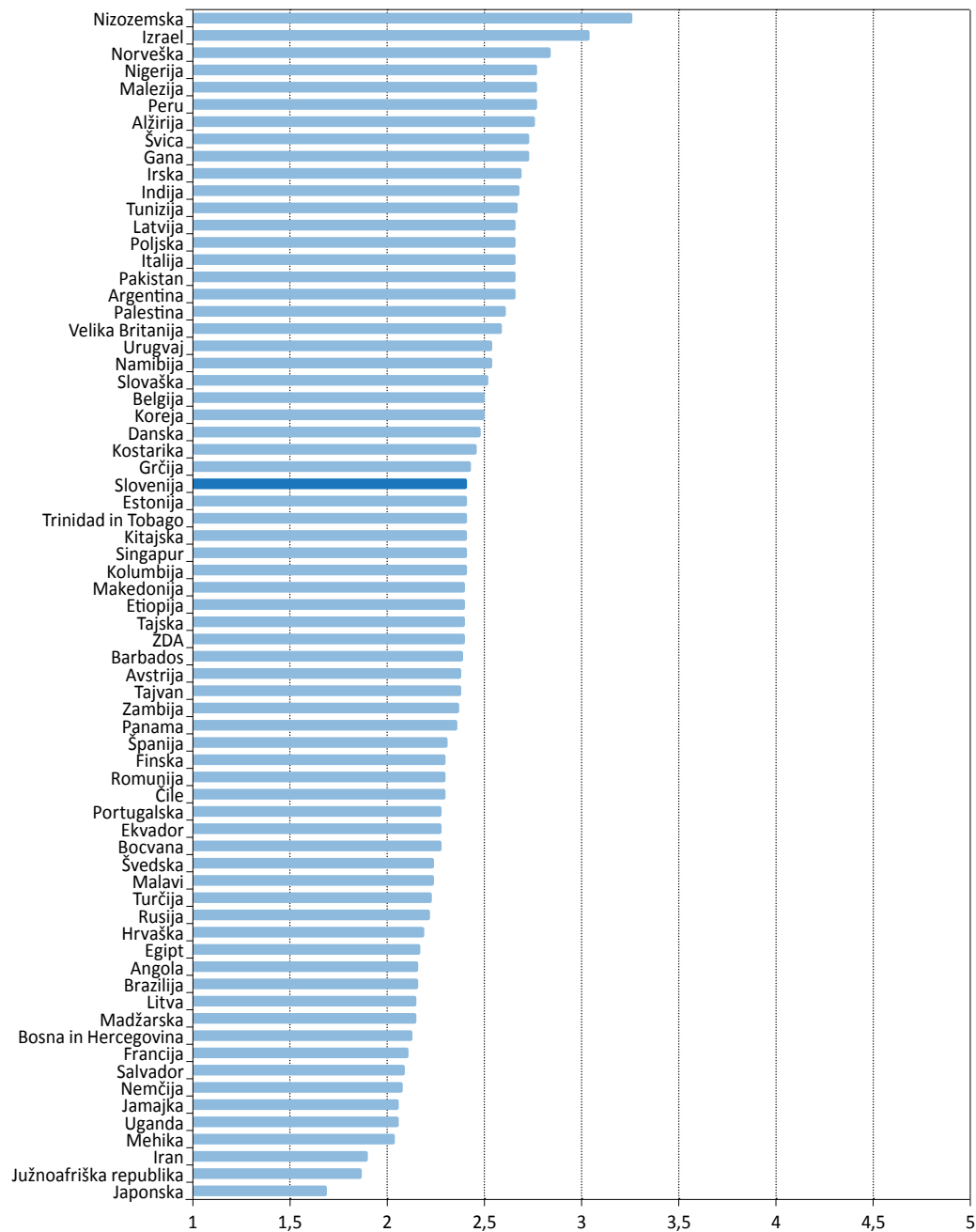
GEM NES 2012

Na podjetniško vedenje vpliva in je zanj pomembno tudi posameznikovo zaupanje v lastno znanje, veščine in sposobnosti za podjetniško aktivnost, ne pa samo razpoznavanje poslovnih priložnosti. Harper (1998, v: Arenius in Minniti 2005, 235) zagotavlja, da notranje mesto obvladovanja povečuje povezavo med podjetniško budnostjo in samoučinkovitostjo ter vodi k ustanavljanju več novih podjetij. Notranje mesto obvladovanja, kot ga je izvirno definiral Rotter (1954) in je bilo tudi predmet številnih podjetniških raziskav, poudarja vpliv lastnih dejanj na okolje, nadzor končnih izidov in večjo aktivnost pri delovanju. Zato velja, da posamezniki z izraženim notranjim mestom obvladovanja verjamejo, da lahko vplivajo na svoje okolje in ga nadzirajo ter zato pogosteje kot posamezniki z zunanjim mestom obvladovanja izrabljajo podjetniške priložnosti (Shane 2003, 108). To potrjujejo tudi empirične raziskave, v katerih je bilo ugotovljeno, da imajo podjetniki več notranje kontrole kot druge skupine ljudi (npr. Shapero 1975; Caird 1991, v: Shane 2003), ter potrjena pozitivna povezava med notranjim obvladanjem in podjetniškim uspehom (Mueller in Thomas 2001). Zaupanje v lastne podjetniške sposobnosti v raziskavi ugotavljamo z deležem delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetniški poklic.

Slovenija se tem pogledu v vseh letih, kar sodelujemo v GEM, uvršča relativno visoko. Več kot polovica odraslega prebivalstva (51 %) meni, da ima znanje, izkušnje in sposobnosti za opravljanje podjetniškega poklica, kar uvršča Slovenijo na 30. mesto na lestvici 67 držav, med evropskimi državami pa na tretje mesto, za Makedonijo (s 55 %) in Poljsko (s 54 %). Med vsemi sodelujočimi

državami je ta delež najnižji v Rusiji (24 %) in na Japonskem (9 %). Kljub tako visoko izraženemu prepričanju odraslega prebivalstva, da so se sposobni podati na podjetniško pot, pa podjetniške namere in tudi dejanska stopnja podjetništva v Sloveniji ostajajo nizke.

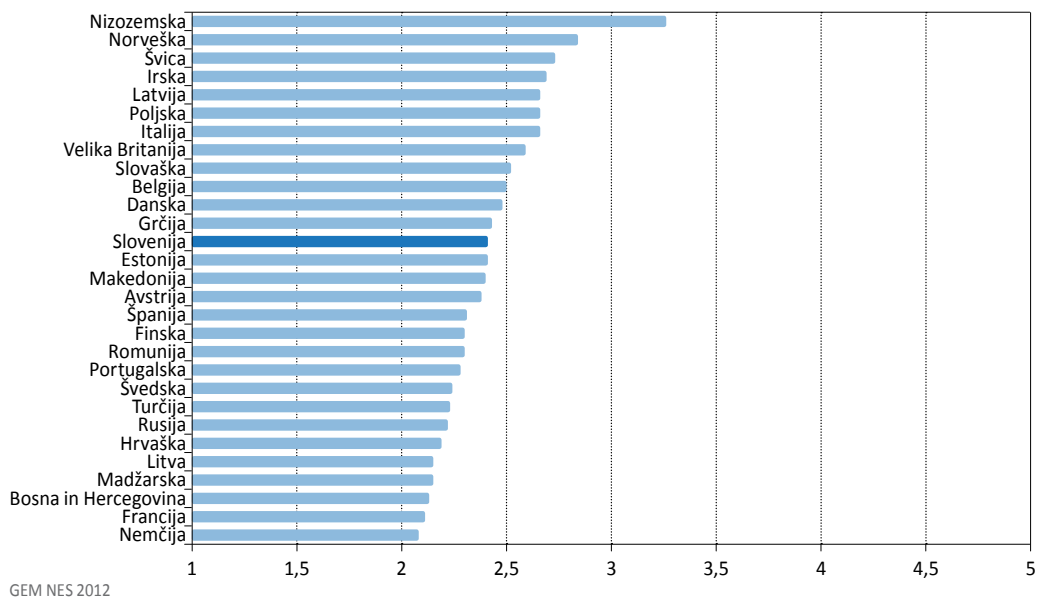
Slika 6: Zmožljivosti in znanje za ustanovitev podjetja, vse države GEM



GEM NES 2012

Podjetniške veščine in sposobnosti ljudi so ocenjevali tudi nacionalni izvedenci. V Sloveniji so jih na osnovi petih komponent ponovno ocenili relativno nizko, s povprečno oceno 2,41 (na lestvici od 1 do 5), kar je še nekoliko nižje kot leta 2011, ko je povprečna ocena znašala 2,44, in leta 2010, ko je bila 2,55. Kljub temu takšna ocena Slovenijo še vedno uvršča precej visoko, v zgornjo polovico na lestvici vseh sodelujočih držav (*slika 6*) ter na 13. mesto v evropskem merilu (*slika 7*), med Grčijo in Estonijo, medtem ko Francija in Nemčija, zanimivo, zasedata zadnji mesti med evropskimi državami.

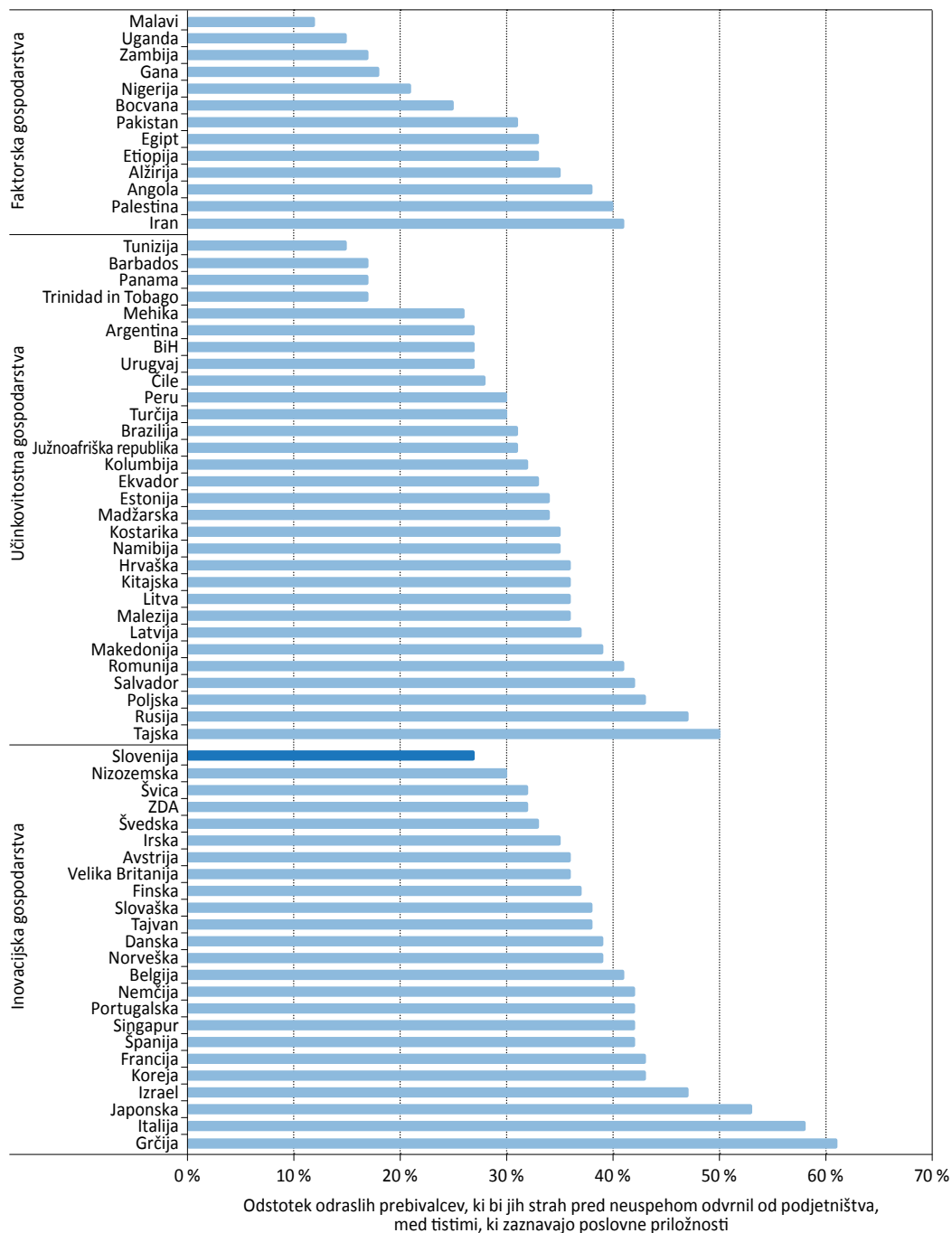
Slika 7: Zmožljivosti in znanje za ustanovitev podjetja, evropske države GEM



GEM NES 2012

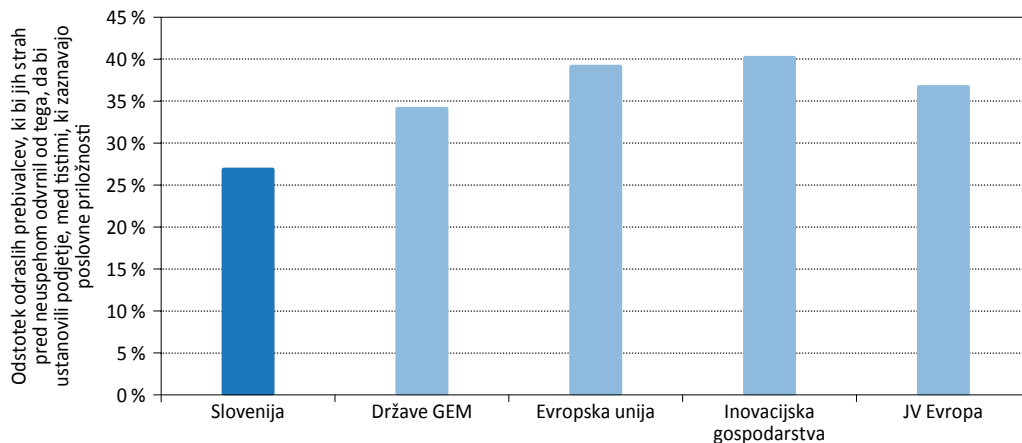
Začenenje podjetniške poti lahko prepreči tudi strah pred neuspehom. Raziskave kažejo, da so podjetniki praviloma zelo strpni do tveganja in ugotavljajo pozitivno korelacijo med pripravljenostjo za sprejemanje tveganja in odločitvijo za podjetništvo (npr. Cramer idr. 2002; Caliendo idr. 2009, 2010) ter da so podjetniki oziroma managerji bolj naklonjeni tveganju kot drugi ljudje, ki so na primer redno zaposleni (Steward in Roth 2001; Hartlog idr. 2002). Če ima strah pred neuspehom oziroma prevzemanje tveganja pomembno vlogo v zgodnji podjetniški aktivnosti, pa podjetniški obstoj ali uspeh ni nujno tudi vselej pogojen z visokim tveganjem (Chell idr. 1991; Caliendo idr. 2010, v: Caliendo in Kritikos 2011). Zato tudi merimo delež ljudi, ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od tega, da ustanovijo svoje podjetje, med vsemi delovno aktivnimi prebivalci, ki menijo, da se bodo v okolju, v katerem živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti. Kot je prikazano na *sliki 8*, je strahu pred neuspehom več v bolj razvitih gospodarstvih, verjetno zato, ker je tip podjetniške aktivnosti v visokorazvitih gospodarstvih lahko precej zahtevnejši in terja več znanja in veščin kot enostavnejše podjetniške aktivnosti, ki jih je najti več v državah factorskega in učinkovitostnega gospodarstva. Upoštevati pa je treba tudi, da določeni kulturni vzorci, ki veljajo v številnih državah, tudi v Sloveniji, stigmatizirajo vsak neuspeh, tudi podjetniškega.

Slika 8: Strah pred podjetniškim neuspehom



V Sloveniji strahu pred neuspehom sicer ni veliko, saj je samo dobra četrtina (27 %) prebivalstva mnenja, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od podjetniške poti. V svetovnem merilu to Slovenijo uvršča na 14. mesto, med evropskimi pa na prvo. Na *sliki 9* je to prikazano zelo nazorno.

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



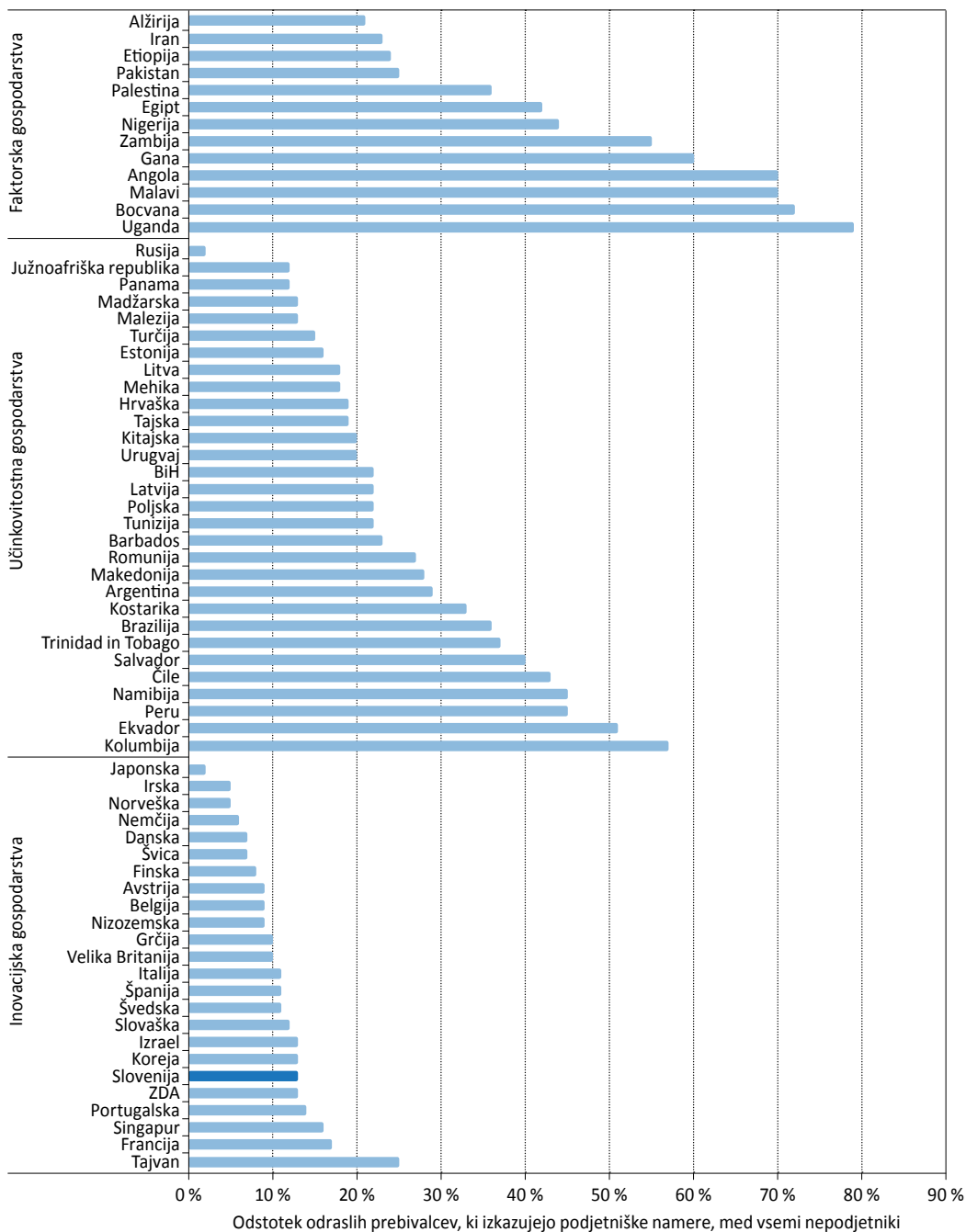
GEM Slovenija 2012

Žal nimamo raziskav, v katerih bi bilo podrobneje analizirano, na čem temelji prepričanost v lastne podjetniške sposobnosti, ki se potem ne izteče tudi v uspešno rojevanje novih podjetij, saj tako podjetniške namere kot tudi dejanska stopnja podjetništva v Sloveniji ostajajo nizke. Del razlogov za ta razkorak je lahko v napačnem razumevanju zahtevnosti podjetniškega poklica, torej zmotno prepričanje, da je imeti svoje lastno podjetje pravzaprav preprosto. Ko postavimo vprašanje, ali torej nameravajo v naslednjega pol leta podjetje res ustanoviti, je pritrtilnih odgovorov bistveno manj. Ne glede na to je treba to potencialno samozavest oceniti kot pozitivno, saj ti posamezniki s tem, ko se izrekajo za sposobne za podjetniško kariero, dajejo zasnovo, da bodo morda v prihodnosti to tudi res naredili.

3.3 PODJETNIŠKE NAMERE

Kljub nadpovprečni stopnji zaupanja v podjetniške sposobnosti beleži Slovenija nizek odstotek odraslih prebivalcev, ki izkazujejo podjetniške namere; te v okviru GEM opredeljujemo zelo široko. Zanima nas, ali tisti anketirani, ki še niso vključeni v podjetniško aktivnost, nameravajo ustanoviti novo podjetje oziroma začeti nov podjem v prihodnjih treh letih. Kazalnik podjetniških namer je torej delež delovno aktivnih ljudi v državi, ki niso vključeni v podjetniško aktivnost, a hkrati ocenjujejo, da bodo v prihodnjih treh letih začeli neko obliko podjetniške aktivnosti. Kot vidimo na *sliki 10*, so povprečne podjetniške namere v inovacijskem gospodarstvu precej nižje kot v preostalih dveh tipih gospodarstva. Razlogov za to je več: razpoložljiva delovna mesta, raven družbenega varstva (socialno in zdravstveno zavarovanje), oportunitetni stroški izbire podjetniške kariere, tip podjetniških aktivnosti ipd.

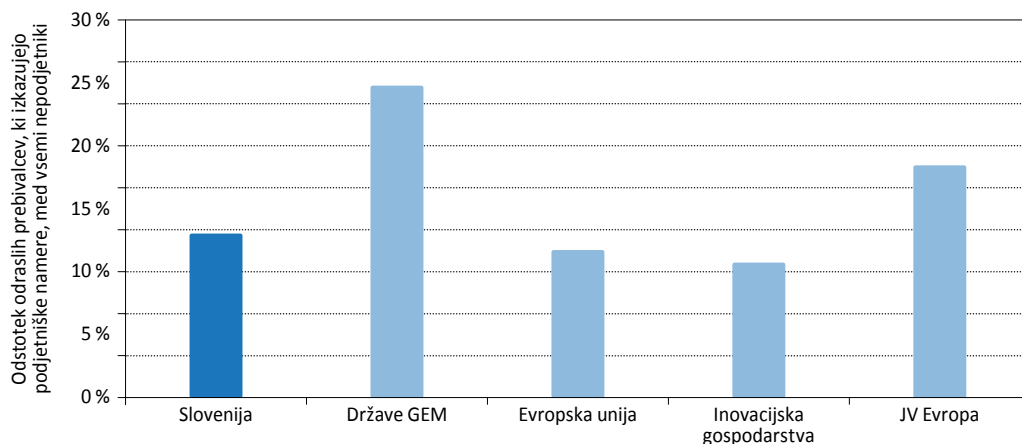
Slika 10: Podjetniške namere po tipih gospodarstva



GEM Slovenija 2012

Slovenija se med 67 državami GEM uvršča na 48. mesto, med državami Evropske unije, med katerimi so Romunija (27 %), Poljska (22 %) in Latvija (22 %) na vrhu lestvice, pa na 10. mesto.

Slika 11: Podjetniške namere po skupinah držav



GEM Slovenija 2012

Primerjava med različnimi skupinami držav pokaže, da imajo tudi prebivalci drugih držav Evropske unije v povprečju nizke podjetniške namere. Te so poleg številnih dejavnikov, ki so zunaj moči vplivanja posameznikov, povezane med drugim tudi s tem, ali posamezniki dojemajo podjetniško kariero kot dobro možnost za poklicno udejstvovanje in polno življenje.

3.4 DOJEMANJE PODJETNIŠTVA KOT POKLICNE IZBIRE IN DRUŽBENI STATUS PODJETNIKA

Na posameznikovo odločitev za podjetništvo vpliva splet dejavnikov na ravni posameznika, podjetja in podjetniškega okolja. Ker podjetniško aktivnost določajo posameznikove individualne značilnosti, po katerih se podjetniki razlikujejo od drugih posameznikov v družbi, na individualni ravni proučujemo vedenje posameznikov, ki za podjetniško aktivnost zahteva individualni pozitiven odnos do podjetništva in določene podjetniške značilnosti ter večšine. Podjetniška aktivnost v obstoječih organizacijah (notranje podjetništvo, podjetniška aktivnost zaposlenih) ni odvisna samo od teh individualnih dejavnikov, pač pa tudi od organizacijskega okolja in notranjepodjetniških dejavnikov, ki bodisi zavirajo bodisi spodbujajo notranje podjetništvo. Na odločitev za podjetništvo pomembno vplivajo tudi institucije in njihovo delovanje ter kultura in družbene vrednote, ki so bodisi naklonjene podjetniškemu delovanju ali pa temu nasprotujejo. Vedno gre torej za preplet individualnih in družbenih dejavnikov ter naključnih vplivov (Bosma in Schutjens 2009, 2011).

Kot ugotavlja Bosma s sodelavci (2012), imajo kulturne in družbene norme pomemben vpliv na to, ali se bo posameznik začel ukvarjati s podjetništvom. Zato je v nekaterih državah tudi spodbujanje podjetniškega zavedanja in pozitivnega odnosa do podjetništva visoko na seznamu prioritet. Zdi se, da je to dojela tudi Evropska komisija, ki je pred nedavnim pripravila Akcijski načrt za podjetništvo 2020 s povsem primernim podnaslovom *Oživitev podjetniškega duha v Evropi* (EK 2012) in jasnim sporočilom, da je treba urediti podjetniško okolje tako, da bo podjetništvo privlačno za čim več ljudi iz vseh skupin prebivalstva (mladi, visokoizobraženi, ženske, starejši).

Povezanost med družbenim okoljem in podjetniško nagnjenostjo v GEM proučujemo tako, da med delovno aktivnim prebivalstvom ugotavljamo:

- delež tistih, ki menijo, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira oziroma karierna pot,

- delež tistih, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani, ter
- delež tistih, ki menijo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjemih.

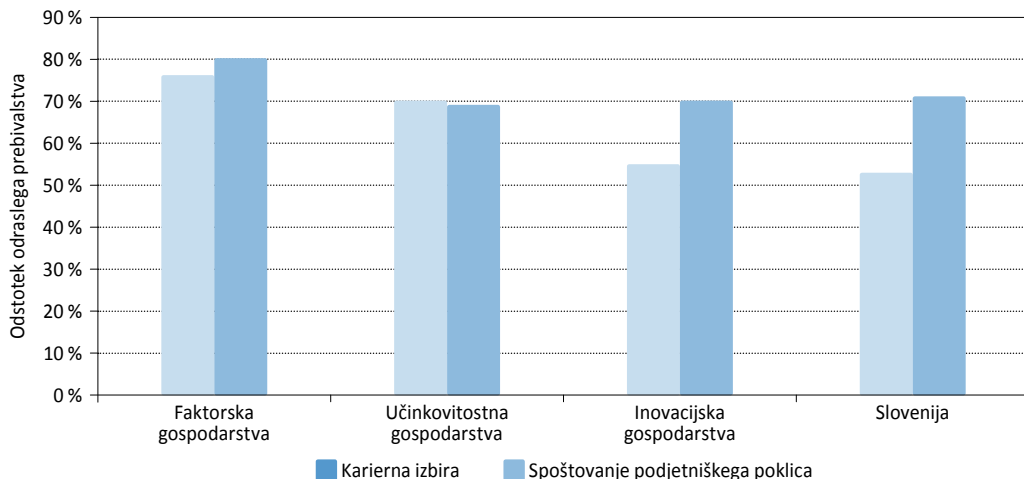
Pregled teh indikatorjev, ki merijo družbeno mnenje o podjetništvu, je podrobneje podan v *tabeli 5* v 2. poglavju, v *tabeli 8* pa prikazujemo pregled za Slovenijo za zadnjih sedem let.

Tabela 8: Dojemanje podjetništva v Sloveniji 2006–2012, GEM Slovenija

Leto	Odstotek prebivalstva v starosti od 18 do 64 let						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Podjetniška zmogljivost – doajmanje kulturne podpore:							
– karierna izbira	56,68	57,73	57,60	55,6	53,18	53,71	52,73
– spoštovanje podjetniškega poklica	76,19	75,96	77,80	77,6	73,70	69,73	71,08
– odnos medijev	57,93	68,18	60,10	57,2	56,17	45,10	51,08

Čeravno je pri vseh treh indikatorjih opaziti zmanjšanje v primerjavi s povprečjem preteklih let, pa je to, kar bode v oči, stalen in velik razkorak med tem, da ljudje spoštujejo podjetniški poklic (75 %), in njihovim mnenjem, da je podjetništvo dobra poklicna izbira (55 %). Podoben razkorak zasledimo v celotni Evropski uniji, kjer približno polovica respondentov meni, da je podjetništvo dobra poklicna izbira, čeprav jih dve tretjini med njimi pripisuje podjetniški aktivnosti visok status. Sicer pa delež posameznikov, ki podjetništvo razumejo kot dobro poklicno izbiro, upada s stopnjo razvitosti. V faktorskih gospodarstvih je v to prepričanih v povprečju 76 % odraslih prebivalcev, v učinkovitostnih 70 %, v inovacijskih pa le 55 %. V slednjih je razkorak med spoštovanjem podjetnikov in mnenjem, da je biti podjetnik dobra poklicna izbira, največji (70 proti 55), kar je prikazano na *sliki 12*.

Slika 12: Spoštovanje podjetniškega poklica in karierna izbira

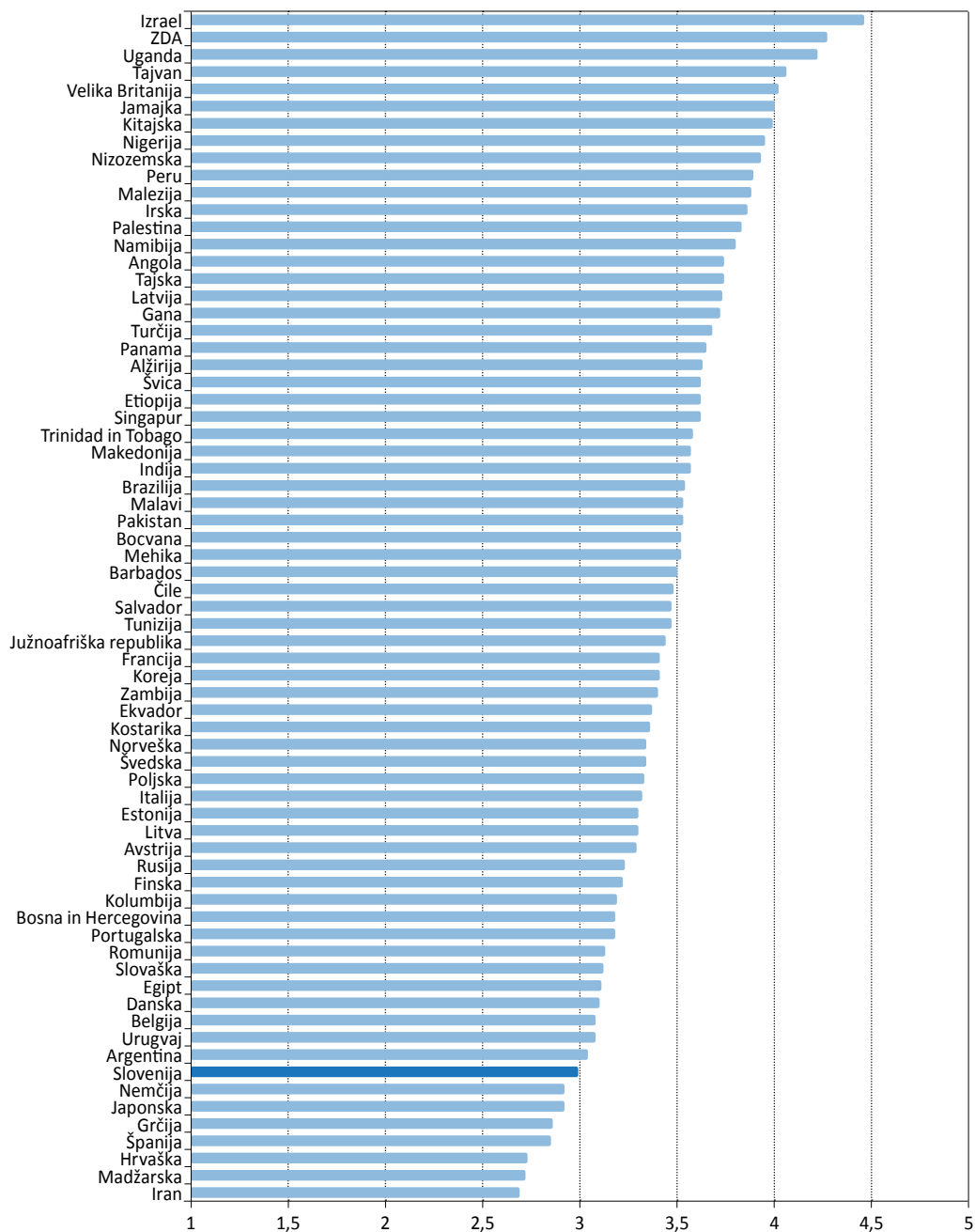


GEM Slovenija 2012

Status podjetnika v družbi so na temelju petih komponent ocenjevali tudi nacionalni izvedenci. Na lestvici od 1 do 5 so izvedenci v Sloveniji to področje ocenili s povprečno oceno 2,99, kar

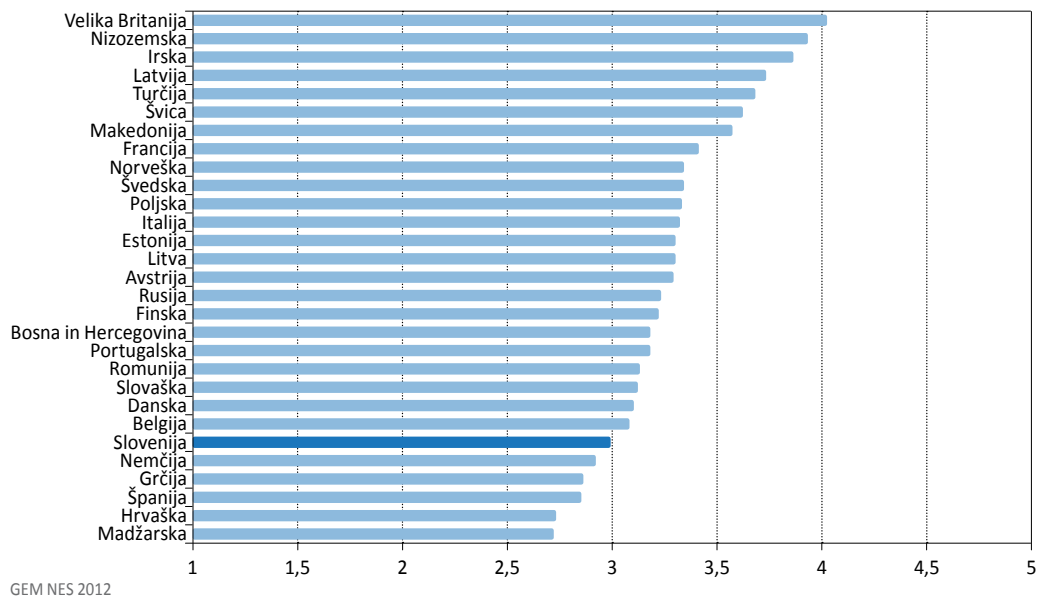
je nekoliko več, kot so bile ocene leta 2011 in leta 2010 (2,85 leta 2011 in 2,76 leta 2010), kar pa Slovenijo še vedno uvršča na rep lestvice vseh sodelujočih držav (slika 13). Družbeni status podjetnika je najbolje ocenjen v Izraelu in ZDA, slabe ocene pa imajo, podobno kot leta 2011, Iran, Madžarska in tudi Hrvaška, katere ocena je na tem področju v zadnjem letu precej padla.

Slika 13: Družbeni status podjetnika, vse države GEM

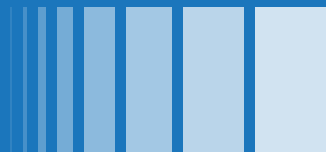


Za Slovenijo se v evropskem merilu po oceni družbenega statusa podjetnika uvrščajo zgolj Nemčija, Grčija, Španija, Hrvaška in Madžarska (slika 14).

Slika 14: Družbeni status podjetnika, evropske države GEM



Tako kot leta 2011, vendar v drugačnem vrstnem redu, zasedajo prva tri mesta med evropskimi državami Velika Britanija, Nizozemska in Irska. Med balkanskimi državami velja izpostaviti Makedonijo, ki je visoko na lestvici, ter Bosno in Hercegovino, kjer je po oceni nacionalnih izvedencev status podjetnika v družbi prav tako višji, kot to velja za Slovenijo.



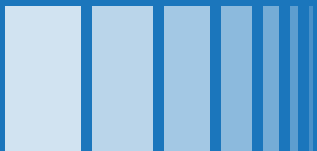
Polona TOMINC
Miroslav REBERNIK

Growth aspirations and cultural support for entrepreneurship: a comparison of post-socialist countries = Aspiracije po rasti in kulturna podpora podjetništvu: primerjava v posocialističnih državah

Small Business Economics, 2007, let. 28, št. 2/3, str. 239–255

V prispevku so obravnavane aspiracije po rasti zgodnjih podjetnikov v Sloveniji, na Madžarskem in na Hrvaškem. Te države so bile za analizo izbrane zaradi geografske bližine in skupne zgodovine, zaradi katere bi lahko bile primerljive po proučevanih dejavnikih. Raziskava je pokazala, da so si na prvi pogled zelo podobne po nekaterih socialnih, ekonomskih in zgodovinskih značilnostih, da pa se po drugi strani pomembno razlikujejo po aspiracijah po rasti zgodnjih podjetnikov. Na podlagi obstoječe literature sta avtorja predpostavila raziskovalne hipoteze, po katerih naj bi bile aspiracije po rasti podjetja med drugim tudi posledica zaznavanja poslovnih priložnosti, kulturne





podpore in lastne učinkovitosti. Temeljno raziskovalno vprašanje se tako glasi: »Ali so značilno drugačne aspiracije po rasti slovenskih zgodnjih podjetnikov povezane tudi z značilno različnim (i) prepoznavanjem poslovnih priložnosti, (ii) kulturno podporo za podjetniško motivacijo in (iii) samozavestjo glede spretnosti, znanja in izkušenj, ki so potrebni za podjetništvo. Predlagane raziskovalne hipoteze so: (H1) zaznava dobrih poslovnih priložnosti odraslih v Sloveniji se bistveno razlikujejo od tistih na Hrvaškem in na Madžarskem, (H2) kulturna podpora podjetniški motivaciji odraslih v Sloveniji se bistveno razlikuje od tiste na Hrvaškem in na Madžarskem, (H3) samozavest glede spretnosti, znanja in izkušenj, ki so potrebni za podjetništvo odraslih v Sloveniji, se bistveno razlikuje od tiste na Hrvaškem in na Madžarskem.

Viri podatkov in metodologija. Glavna podatkovna osnova prispevka so podatki iz zbirke Global Entrepreneurship Monitor (GEM) za leta 2002, 2003 in 2004. Prečiščen vzorec je sestavljalo 190 zgodnje podjetniško aktivnih podjetnikov iz Slovenije, 158 iz Hrvaške in 255 z Madžarske. Aspiracije po rasti zgodnjih podjetnikov avtorja ocenjujeta s pomočjo pričakovanega povečanja števila novih delovnih mest. Potencial za rast njihovih podjetij sta ocenjevala z mnenjem zgodnjih podjetnikov o tem, ali bodo s svojimi proizvodi in/ali storitvami ustvarjali nove trge, se s svojimi proizvodi in/ali storitvami širili na nove trge in glede na starost uporabljenih tehnologij v proizvodnem procesu. Kulturno podporo za podjetniško motivacijo sta avtorja merila z odgovori na štiri zastavljena vprašanja: (1) Ali večina ljudi v vaši državi meni, da bi morali imeti vsi ljudje podoben življenjski standard? (2) Ali večina ljudi v vaši državi meni, da je ustanovitev novega podjetja zaželena izbira kariere? (3) Ali so v vaši državi podjetniki spoštovani in imajo visok družbeni status? (4) Ali lahko v vaši državi v javnih medijih pogosto zasledite zgodbe o uspešnih podjetnikih? Samozavest glede spretnosti, znanja in izkušenj, potrebnih za podjetništvo, sta avtorja merila s pomočjo vprašanja: Ali imate znanje, spretnosti in izkušnje, potrebne za zagon novega podjetja? Za testiranje razlik med zgodnjimi podjetniki v treh opazovanih državah sta avtorja uporabila test hi-kvadrat.

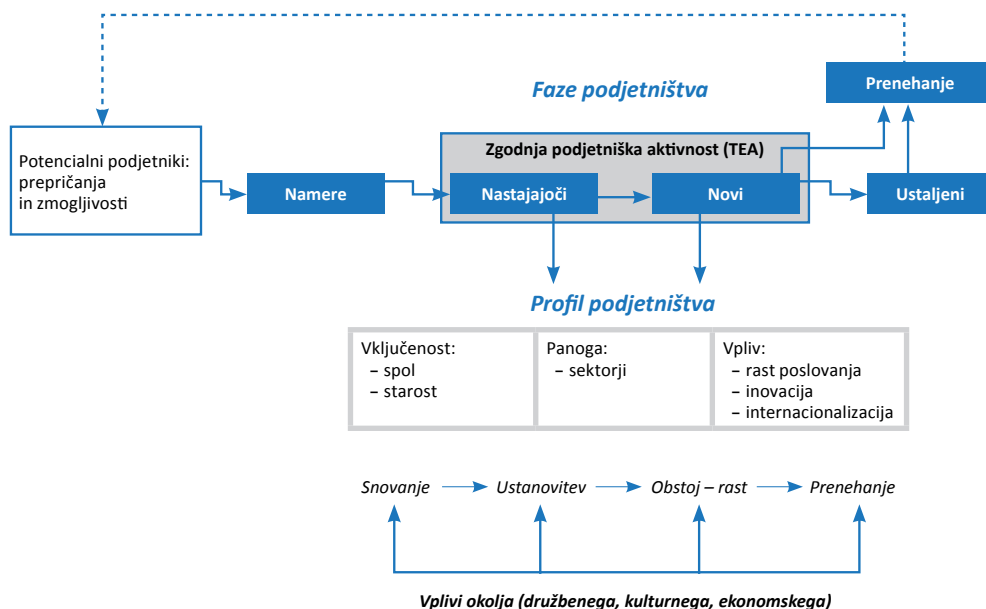
Spoznanja. Aspiracije po rasti slovenskih zgodnjih podjetnikov so značilno višje od aspiracij po rasti madžarskih in hrvaških zgodnjih podjetnikov. Rezultati kažejo, da je vzrok za višjo raven aspiracij po rasti moč najti v višji stopnji čuječnosti za izrabo neizkoriščenih poslovnih priložnosti med slovenskimi zgodnjimi podjetniki. Tudi raven kulturne podpore je tista, ki prispeva k višji stopnji aspiracij po rasti zgodnjih podjetnikov v Sloveniji. Dejavnik samozavesti glede spretnosti, znanja in izkušenj, ki so potrebni za podjetništvo, ne izkazuje bistvenega vpliva na aspiracije po rasti slovenskih podjetnikov. Avtorja tudi ugotavljata, da ima Slovenija kljub relativno visokim aspiracijam po rasti nizko raven zgodnje podjetniške aktivnosti.

4 Podjetniška aktivnost v letu 2012

4.1 FAZE PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI

V okviru raziskave GEM proučujemo podjetništvo kot proces, obsegajoč vrsto podjetniških faz, vse od identificiranja podjetniških namer, zagona podjetja, vodenja novega podjetja ter kasneje ustaljenega podjetja, pa vse do prenehanja poslovanja. Na *sliki 15* je ponazorjen potek podjetniškega procesa in z njim sestav indeksa TEA. V gospodarskem okolju seveda ni mogoče trditi, da posamezna faza zagotovo vodi k naslednji, zato tudi puščice na *sliki 15*, ki ponazarja faze podjetniškega procesa, niso ravne črte.

Slika 15: Faze in profil podjetništva

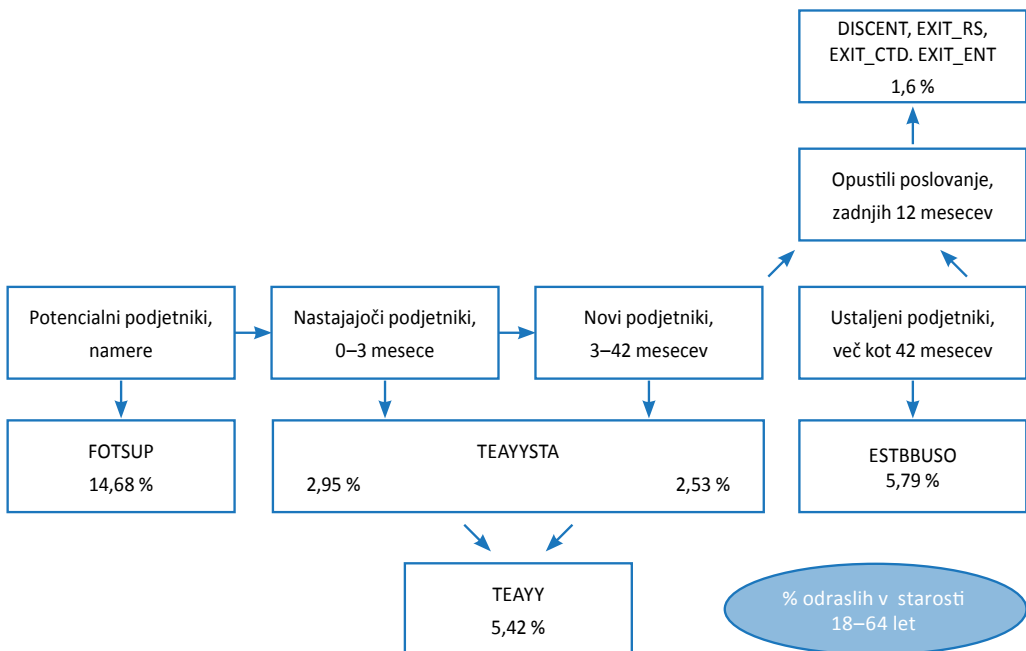


Razumevanje podjetniške aktivnosti kot procesa, ki poteka v več fazah, nam omogoča analizo stanja podjetništva na različnih stopnjah. Proces se začne z identificiranjem potencialnih podjetnikov, torej tistih, ki menijo, da imajo potrebne podjetniške sposobnosti, ki vidijo poslovne priložnosti, želeč jih realizirati, in ki se zavedajo podjetniškega tveganja, vendar jih strah pred neuspehom ne bi odvrnil od podjetništva. Na odločitve posameznika vpliva tudi družba s svojim odnosom do podjetništva – kulturne in družbene norme, ki vplivajo na to, kako je obravnavano podjetništvo v družbi, kakšen družbeni status imajo podjetniki, odražajo pa se tudi v odnosu medijev do podjetništva.

Naslednjo fazo predstavljajo *nastajajoči podjetniki* – to so posamezniki, ki so bodisi začeli nekatere aktivnosti, da bi ustanovili podjetje, ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece. Ti posamezniki so na začetku podjetniške poti. Seveda pa vsi nastajajoči podjetniki ne napredujejo do naslednje faze – veliko nastajajočih podjetij se ne realizira v dejanski podjetniški aktivnosti. *Novi podjetniki* so tisti, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece, vendar manj kot tri leta in pol. Nastajajoči in novi podjetniki skupaj tvorijo *indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA* (ang. *total early-stage entrepreneurial activity*). Indeks TEA kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom starosti, ki se vključuje v podjetništvo. Kaže torej obseg zgodnjih faz podjetniškega procesa in je še zlasti občutljiv za dejavnike okolja, ki posameznike bodisi spodbujajo bodisi odvrtaajo od podjetništva.

Med prebivalstvom so tudi posamezniki, ki imajo podjetje že dlje kot tri leta in pol. Te imenujemo *ustaljeni podjetniki*. Za vse tri skupine podjetnikov delamo podrobnejše analize njihovih značilnosti, in to s pomočjo številnih spremenljivk. Nekatere značilne spremenljivke, ki se nanašajo na vključenost posameznikov v posamezne faze podjetniškega procesa (DISCENT, EXIT_RS, EXIT_CTD, EXIT_ENT, TEAYYSTA, ESTBBUSO), so za lažje razumevanje predstavljene na *sliki 16*.

Slika 16: Delež odraslega prebivalstva v Sloveniji, vključenega v podjetništvo



Kot je razvidno s *slike 16*, je leta 2012 v Sloveniji slabih 15 % odraslih prebivalcev menilo, da se bodo v prihodnjih treh letih začeli ukvarjati s podjetništvom. Ta delež je visok, če ga primerjamo z deležem prebivalcev, ki so leta 2012 dejansko kaj storili za začetek svoje podjetniške poti in realizacijo svojega podjema – takšnih je bilo v povprečju manj kot 3 % (2,95 %). Skupaj s posamezniki, katerih podjetje je staro od 3 do 42 mesecev (2,53 %), so upoštevani v deležu zgodnjega podjetništva (indeks TEA) v Sloveniji, ki znaša 5,42 %.

4.2 ZGODNJA PODJETNIŠKA AKTIVNOST

Kot rečeno, je osnovna mera zgodnje podjetniške aktivnosti indeks TEA. Z njim merimo delež prebivalcev v starosti od 18 do 64 let, ki sodijo bodisi med nastajajoče bodisi med nove podjetnike. Indeks TEA je seveda premalo, da bi z njim izrazili vso kompleksnost podjetniškega dogajanja, je pa zelo dober pokazatelj rojevanja novih podjetij in prenavljanja gospodarske strukture. V GEM kot osnovo za opredelitev, kdaj je podjetje »rojeno«, jemljemo izplačilo plače ali drugih prejemkov, kar se je pokazalo kot najprimernejši način za mednarodno primerjavo. Posameznike, ki aktivno delujejo, da bi ustanovili podjetje, ki bo njihovo ali solastniško, a še niso izplačevali plač in drugih prejemkov več kot tri mesece, imenujemo *nastajajoči podjetniki*. Za tiste, ki imajo delujoče podjetje od tri mesece do treh let in pol, običajno uporabljamo izraz *novi podjetniki*. Zakaj ravno tri leta in pol, je podrobno pojasnil Reynolds s sodelavci (2005), gre pa za teoretične in praktične razloge, ki izhajajo iz narave raziskovalne procedure GEM.

V okviru GEM merimo tudi delež ustaljenih podjetnikov med prebivalstvom ter delež odraslega prebivalstva, ki je v preteklem letu opustil podjetniško aktivnost. V *tabeli 9* je prikazan odstotek odraslih v vseh sodelujočih državah, ki so vključeni v vse opisane kategorije podjetniške aktivnosti, in še delež podjetnikov, ki se v zgodnje podjetniške faze vključujejo zaradi nujnosti ter zaradi izboljšanja svojega položaja.

Tabela 9: Vključenost prebivalstva v podjetništvo, GEM 2012

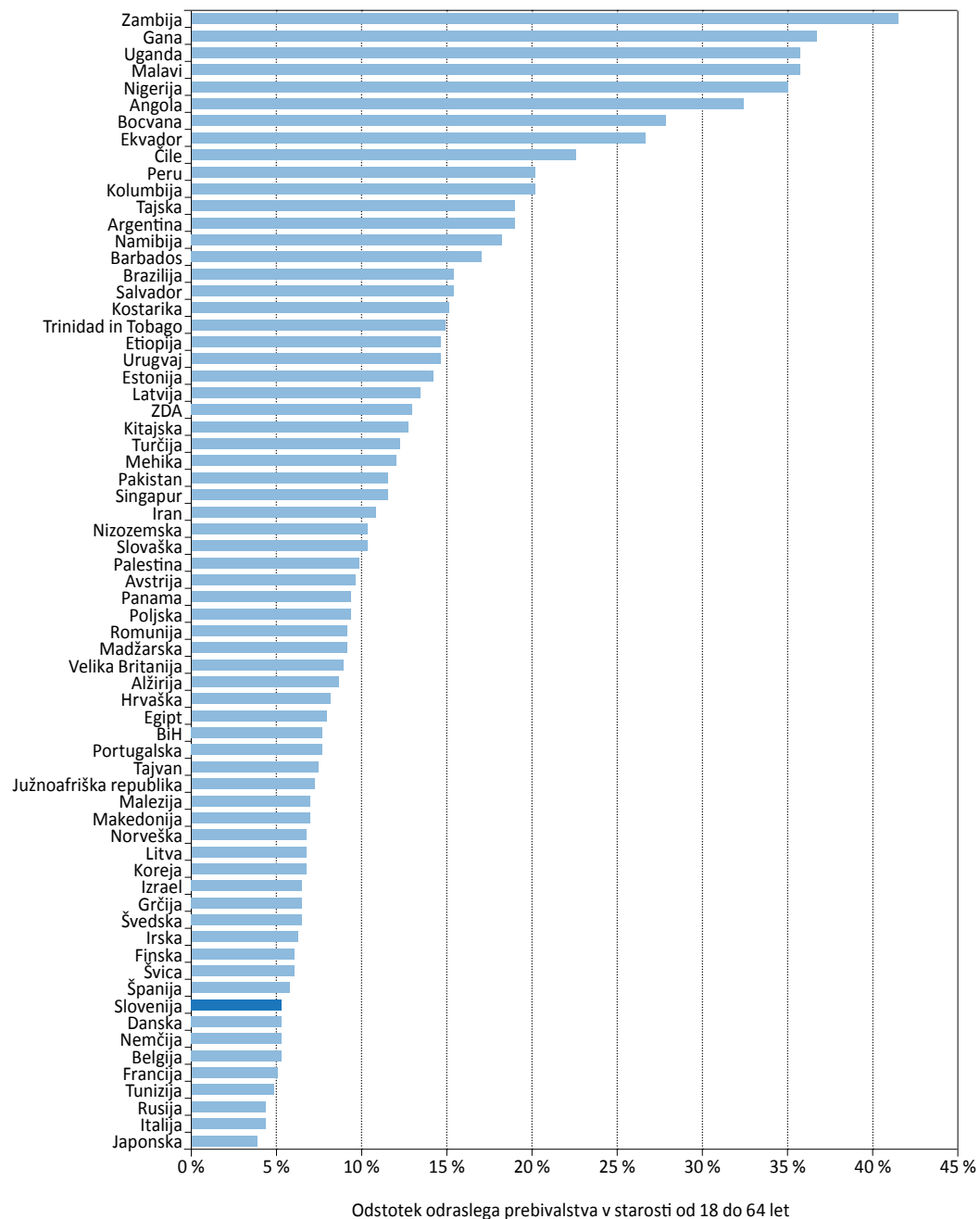
Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje posla	Delež podjetnikov iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Delež podjetništva zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti
Faktorska gospodarstva							
Alžirija	1,62	7,25	8,75	3,32	6,93	29,96	47,42
Angola	14,89	18,88	32,39	9,06	25,86	23,75	38,26
Bocvana	17,04	12,24	27,66	6,33	16,26	33,41	47,97
Egipt	3,10	4,87	7,82	4,15	5,28	33,58	22,90
Etiopija	5,70	9,25	14,73	10,20	3,40	20,35	69,22
Gana	15,42	22,78	36,52	37,74	16,24	27,56	50,97
Iran	4,47	6,48	10,79	9,53	5,05	41,96	36,20
Malavi	18,45	20,39	35,56	10,80	28,91	41,92	42,87

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje posla	Delež podjetnikov iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Delež podjetništva zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti
Nigerija	21,77	14,19	35,04	15,67	8,31	34,54	53,22
Pakistan	8,29	3,42	11,57	3,78	2,53	52,95	23,56
Palestina	6,22	3,81	9,84	2,98	7,73	41,91	26,58
Uganda	9,58	27,56	35,76	31,25	25,92	46,00	42,11
Zambija	27,50	14,57	41,46	3,84	20,23	32,00	46,24
netehtano povprečje	11,85	12,75	23,68	11,43	13,28	35,38	42,12
Učinkovitostna gospodarstva							
Argentina	11,79	7,30	18,88	9,63	4,92	34,54	46,61
Barbados	9,98	7,23	17,12	12,23	2,87	12,42	62,68
Bosna in Hercegovina	4,51	3,35	7,78	6,00	7,19	58,33	20,14
Braziliija	4,48	11,30	15,44	15,19	4,51	30,13	58,83
Čile	14,68	8,43	22,58	7,77	4,97	17,40	68,87
Ekvador	16,72	11,68	26,61	18,92	7,59	35,83	30,21
Estonija	9,46	5,09	14,26	7,24	3,96	18,22	49,10
Hrvaška	6,38	1,89	8,27	3,06	4,24	34,23	35,68
Južnoafriška republika	4,30	3,08	7,32	2,32	5,03	31,67	39,74
Kitajska	5,45	7,43	12,83	12,45	3,73	36,88	39,37
Kolumbija	13,58	6,86	20,11	6,72	6,74	12,42	47,83
Kostarika	10,00	5,34	15,04	3,33	3,49	20,20	47,88
Latvija	8,71	4,82	13,39	7,93	3,39	25,26	46,02
Litva	3,15	3,64	6,69	8,24	2,20	24,63	51,49
Madžarska	5,83	3,59	9,22	8,10	3,77	31,13	35,27
Makedonija	3,73	3,25	6,97	6,73	3,86	51,95	28,73
Malezija	2,79	4,20	6,99	6,96	1,62	13,32	60,70
Mehika	7,94	4,28	12,11	4,67	4,31	13,44	51,82
Namibija	11,30	7,00	18,15	3,17	11,59	37,25	36,79
Panama	7,21	2,69	9,46	1,86	1,82	19,49	56,76
Peru	14,67	6,22	20,21	5,10	6,75	23,42	53,13
Poljska	4,83	4,55	9,36	5,81	3,89	40,71	30,13
Romunija	5,51	3,83	9,22	3,91	3,81	24,19	37,70
Rusija	2,65	1,80	4,34	2,05	1,00	36,40	31,40
Salvador	7,69	7,79	15,26	9,39	7,83	35,24	39,22
Tajska	8,74	11,32	18,94	29,69	2,78	16,69	67,40

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustajeni podjetniki	Prenehanje posla	Delež podjetnikov iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Delež podjetništva zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti
Trinidad in Tobago	8,76	6,52	14,96	7,19	4,50	15,09	59,88
Tunizija	2,38	2,48	4,78	4,37	3,98	35,47	42,29
Turčija	7,25	5,36	12,22	8,68	5,24	30,88	54,57
Urugvaj	10,18	4,71	14,63	4,97	4,99	18,38	39,85
netehtano povprečje	7,82	5,57	13,11	7,79	4,55	27,84	45,67
Inovacijska gospodarstva							
Avstrija	6,58	3,42	9,58	7,61	3,56	10,81	38,20
Belgija	3,32	1,95	5,20	5,12	2,39	17,91	61,56
Danska	3,07	2,36	5,36	3,45	1,34	8,24	70,65
Finska	3,45	2,68	5,98	8,04	1,99	17,10	59,88
Francija	3,74	1,54	5,17	3,23	1,96	18,14	58,94
Grčija	3,82	2,84	6,51	12,27	4,43	29,94	32,11
Irska	3,91	2,28	6,15	8,32	1,74	28,14	40,52
Italija	2,47	1,92	4,32	3,32	2,43	15,74	22,30
Izrael	3,50	3,03	6,53	3,78	4,04	19,17	46,13
Japonska	2,26	1,72	3,99	6,11	1,12	20,72	66,41
Koreja	2,56	4,08	6,64	9,57	3,17	34,89	46,17
Nemčija	3,51	2,15	5,34	4,95	1,91	21,68	50,74
Nizozemska	4,08	6,26	10,31	9,49	2,17	8,44	66,35
Norveška	3,70	3,15	6,75	5,75	1,45	7,41	69,63
Portugalska	4,26	3,63	7,67	6,23	2,98	17,86	53,08
Singapur	7,60	4,18	11,56	3,10	3,88	14,77	54,45
Slovaška	6,65	3,91	10,22	6,38	4,69	35,57	42,88
Slovenija	2,95	2,53	5,42	5,79	1,62	7,36	64,02
Španija	3,35	2,45	5,70	8,74	2,11	25,59	32,51
Švedska	4,59	1,85	6,44	5,25	1,86	6,84	48,59
Švica	2,90	3,03	5,93	8,44	2,02	18,08	57,46
Tajvan	3,33	4,21	7,54	10,38	5,67	17,93	42,60
Velika Britanija	5,30	3,74	8,98	6,16	1,69	18,30	42,61
ZDA	8,86	4,08	12,84	8,56	4,49	21,35	59,45
netehtano povprečje	4,16	3,04	7,09	6,67	2,70	18,42	51,13

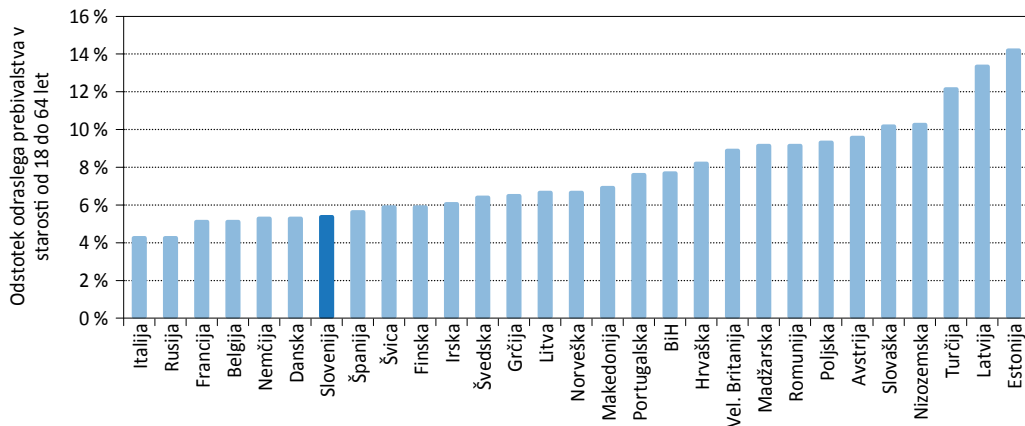
Pogoji za poslovanje, narava poslovne priložnosti, potrebni politični ukrepi in druge značilnosti se razlikujejo med drugim tudi zaradi razvojne stopnje posameznih gospodarstev. Zato smo v tabeli 9 mere podjetniške aktivnosti prikazali po državah, ki so razvrščene v tri skupine glede na stopnjo gospodarske razvitosti: faktorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva.

Slika 17: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost, vse države GEM 2012



Največ zgodnje podjetniške aktivnosti med skupaj 67 zajetimi državami je bilo leta 2012 v afriških državah Zambija (41,5 %), Gana (36,5 %) in Uganda (35,8 %). Najmanj zgodnje podjetniške aktivnosti je bilo v Rusiji (4,34 %), Italiji (4,32 %) in na Japonskem (3,99 %). Med evropskimi državami sta se najvišje zavihteli Estonija s 14,3 % (23. mesto) in Latvija s 13,4 % (24. mesto). Slovenija je v svetovnem merilu na 59. mestu, v evropskem pa na 23. Na *sliki 17* je prikazana lestvica držav glede na velikost indeksa TEA, kjer je ta razvrstitev lepo vidna, na *sliki 18* pa še razvrstitev v okviru evropskih držav.

Slika 18: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi



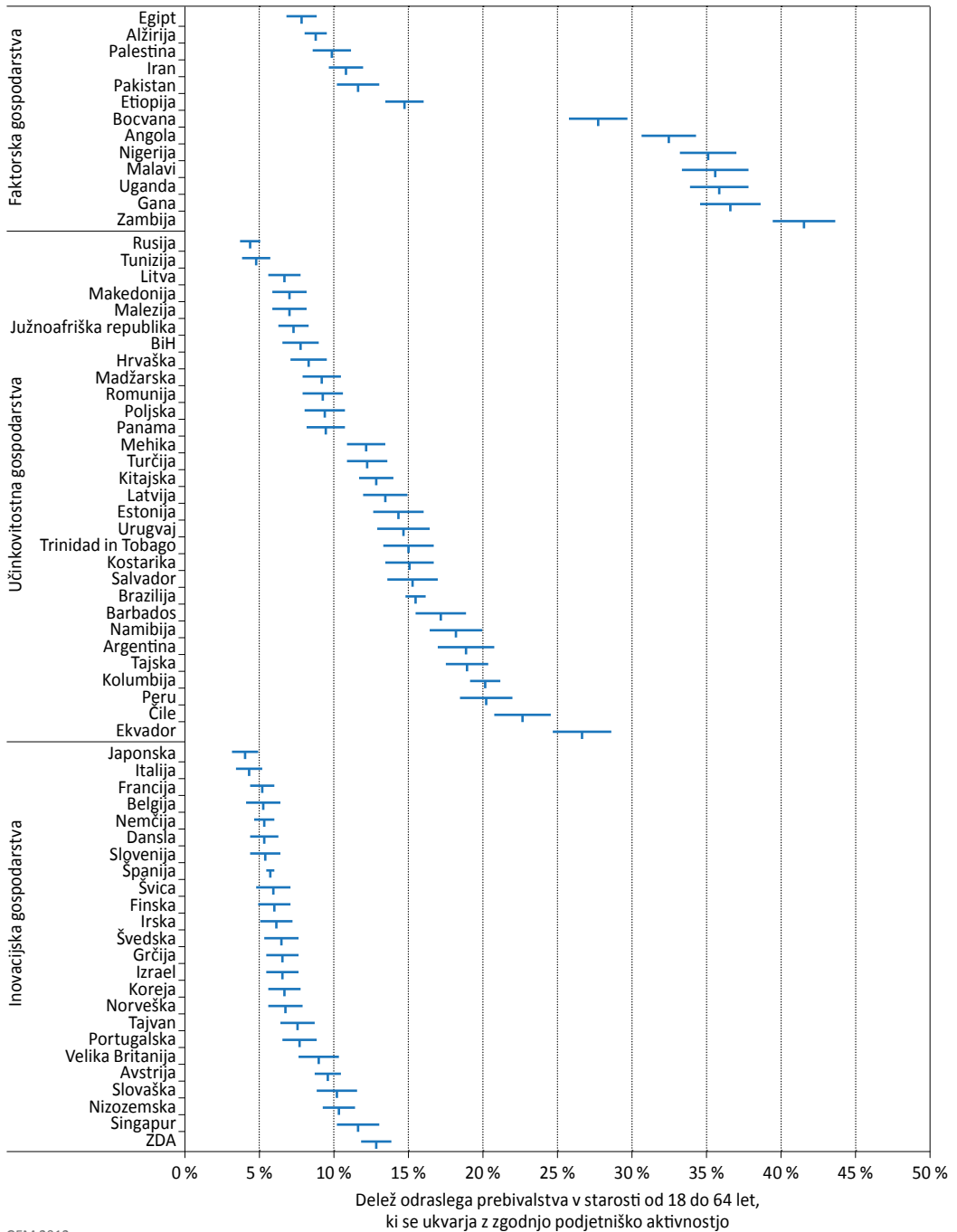
GEM Slovenija 2012

Zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji je glede na leto 2011, ko je indeks TEA znašal 3,65 %, narasla. Po treh letih upadanja se je tako zgodnja podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva v Sloveniji lani vendarle povečala, in sicer na obetavnih 5,42 %.² Vendar je pot do optimizma še dolga, saj indeks TEA, s katerim v svetu merimo zgodnjo podjetniško aktivnost odraslega prebivalstva, zajema tudi posameznike, ki so šele na začetku procesa nastajanja podjetja. Številnim med njimi svoje podjetniške zamisli ne uspe pripeljati tudi do zagona podjetja ali pa novo podjetje usahne že na začetku. V kolikšni meri bo to veljalo tudi za podjetniške pobude in ustanovitve iz leta 2012, je veliko odvisno od tega, ali bo država zagotovila stabilnejše davčne, finančne in pravne okvire poslovanja, pa tudi primerno odgovorno ravnanje politike. Razmerje med nastajajočimi in novimi podjetniki (imenovali smo ga indeks preživetja) je bilo v preteklih analiziranih letih najvišje leta 2009, ko smo na vsakega novega podjetnika v povprečju našli 15 nastajajočih. V letih 2010 in 2011 je bilo razmerje nižje (1,09 leta 2010 in 0,90 leta 2011), leta 2012 pa je znašalo v Sloveniji 1,17. V svetu je ta stopnja najvišja na Hrvaškem, kjer lahko za vsakega novega podjetnika naštejemo kar 34 nastajajočih podjetij.

Pri razmisleku o razlogih za porast zgodnje podjetniške aktivnosti dopuščamo možnost, da je podobno kot leta 2011 na Slovaškem (Pilkova idr. 2012) porast zgodnje podjetniške aktivnosti mogoče deloma pripisati tudi »navidezному podjetništvu«, ko delodajalci silijo zaposlene v spremembo njihovega statusa s samozaposlitvijo (samostojno podjetništvo). Namen take samozaposlitve je zmanjševati za delodajalca dražje pogodbeno delo in s tem stroške pri izplačevanju plač redno zaposlenim.

² Razlika med obema letoma je tudi statistično značilna, $p > 0,01$. Rezultat lahko deloma pripišemo tudi izpopolnjenemu načinu anketiranja, ki je opisan v *Prilogi 2*.

Slika 19: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost po tipih gospodarstev – intervalne ocene



V okviru evropskih držav GEM se za Slovenijo uvrščajo Danska, Nemčija, Belgija, Francija, Rusija in Italija, tik pred Slovenijo pa so Španija, Švica, Finska, Irska in Švedska. Med 29 evropskimi državami je bilo leta 2012 največ zgodnje podjetniške aktivnosti v Estoniji – dobrih 14 %, Latviji, Turčiji, na Nizozemskem in na Slovaškem, kar je razvidno tudi s *slike 18*. Res pa je, da so razlike v veliki meri statistično neznačilne – upoštevajoč intervalne ocene statističnih parametrov na *sliki 19*, lahko vidimo, da se večina evropskih držav inovacijskega tipa gospodarstva med seboj po povprečni vrednosti indeksa TEA statistično značilno ne razlikuje.

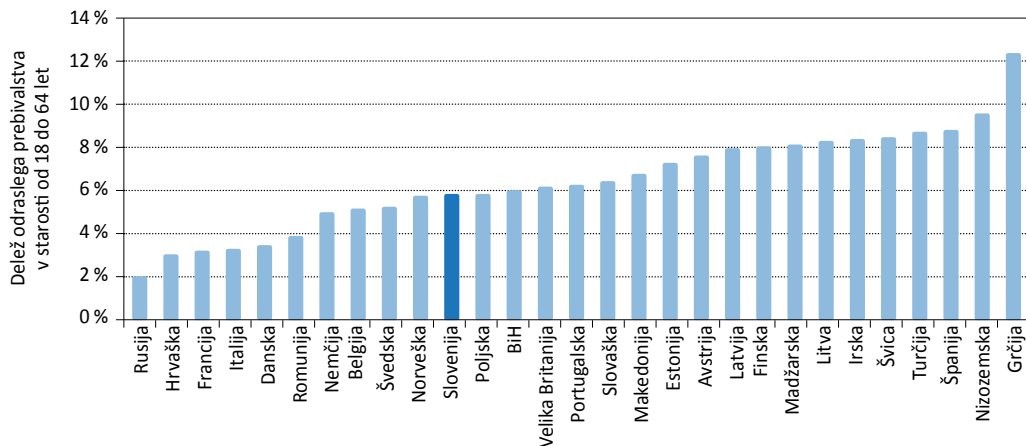
Večina držav v Evropi, ki so leta 2012 sodelovale v raziskavi GEM, se uvršča v skupino inovacijskih držav, v katerih je stopnja podjetniške aktivnosti v povprečju nižja kot v skupini učinkovitostnih ali faktorskih držav, kar je prav tako vidno na *sliki 19*. Nižja podjetniška aktivnost v inovacijskih državah še zdaleč ne pomeni, da so ljudje manj podjetni in ustvarjalni, ampak je odraz možnosti, ki jih imajo posamezniki, ko si prizadevajo zagotoviti existenco zase in družino. V razvitih inovacijskih gospodarstvih ima posameznik več možnosti ne samo za zaposlitev, ampak tudi za sproščanje svoje ustvarjalnosti in podjetnosti na delovnem mestu. To je možno sklepati po podjetniških aktivnosti zaposlenih, ki za svojega delodajalca razvijajo nove proizvode in podjeme, česar je v inovacijskih gospodarstvih bistveno več. O tem podrobneje razpravljamo na koncu tega poglavja. Velike razlike v podjetniški aktivnosti med gospodarstvi na različnih stopnjah razvitosti pa so opazne tudi glede motivacije za podjetništvo, o čemer govorimo v nadaljevanju.

V okviru raziskave GEM se opisani vzorec povezave med obsegom zgodnje podjetniške aktivnosti ter razvitosti gospodarstva identificira in analizira že vrsto let, natančnejši opis te medsebojne povezave pa je opisan v poročilu raziskave GEM za leto 2007 (Bosma idr. 2008). V gospodarstvih, v katerih je bruto domači proizvod na prebivalca nizek, je za podjetniško aktivnost v povprečju značilen velik delež podjetništva preživetvenega tipa (podjetništvo iz nujnosti), z naraščanjem stopnje gospodarskega razvoja pa narašča tudi delež stabilnih ustaljenih podjetij, ki ljudem zagotavljajo stabilno zaposlitev; za samo podjetniško aktivnost je značilen visok delež podjetništva, ki izkorišča zaznane poslovne priložnosti. Raziskave so pokazale, da lahko tudi v skupini inovacijskih gospodarstev zaznamo porast podjetniške aktivnosti ob naraščanju bruto domačega proizvoda na prebivalca, le da gre v tem primeru za bistveno kakovostnejši tip podjetništva, ki se je sposobno razvijati in konkurirati v mednarodnem okolju. Ta porast pa ni vselej zelo izrazit, kot poroča Bosma s sodelavci (2012). Kakovost zgodnje podjetniške aktivnosti se kaže tudi v zmožnosti podjetij za rast in ustvarjanje novih delovnih mest; o usmerjenosti zgodnje podjetniške aktivnosti v rast pišemo v poglavju o konkurenčnosti in podjetniških aspiracijah po rasti.

4.3 USTALJENI PODJETNIKI

Analiza ustaljenega podjetništva v narodnem gospodarstvu kaže na nekatere vidike trajnosti podjetništva v ekonomiji. Posameznike, ki so lastniki in managerji podjetij že več kot tri leta in pol, imenujemo v raziskavi GEM ustaljeni podjetniki (ang. *established entrepreneurs*). Leta 2012 jih je bilo med odraslim prebivalstvom v Sloveniji v povprečju 5,79 %, kar našo državo uvršča v spodnjo polovico lestvice evropskih držav, kar je razvidno s *slike 20*. Podobno kot pri indeksu TEA pa bi lahko ugotovili, da razlike v večji skupini držav niso statistično značilne – stopnja ustaljenega podjetništva v Sloveniji ter v evropskih državah, kot so Norveška, Švedska, Belgija, Poljska ali Velika Britanija, ne izkazuje značilnih razlik. V evropskem merilu je sicer najvišja stopnja ustaljenega podjetništva v Grčiji (12,27 %) in na Nizozemskem (9,49 %), najnižja pa v Rusiji (2,05 %) in na Hrvaškem (3,06 %).

Slika 20: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v evropskih državah GEM



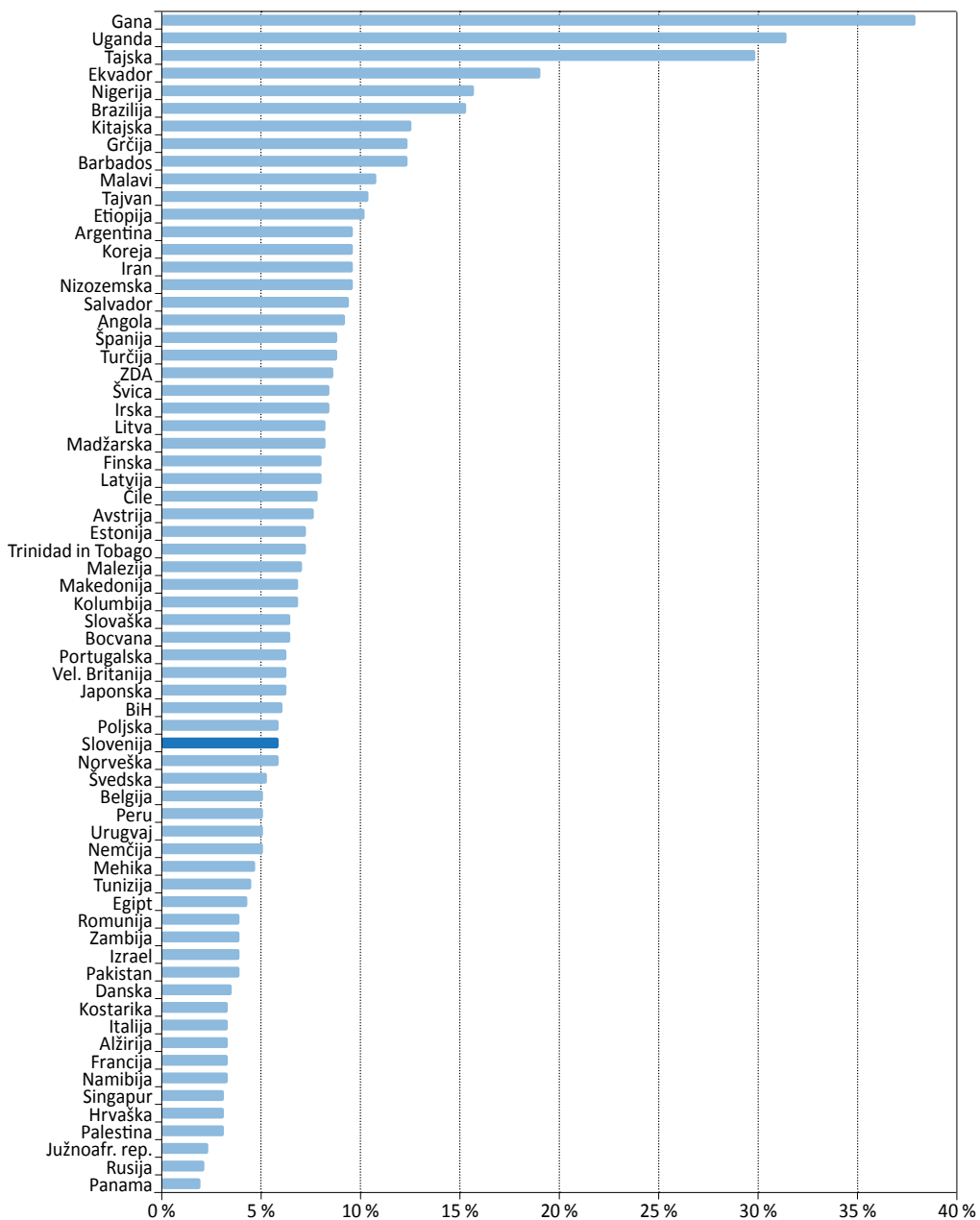
GEM Slovenija 2012

Analiza povezanosti med stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti in stopnjo ustaljenega podjetništva kaže, da je v državah z učinkovitostnim tipom gospodarstva in zlasti v državah s faktorjskim tipom gospodarstva stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti pogosto višja od stopnje ustaljenega podjetništva. V državah z inovacijskim tipom gospodarstva je pogosto mogoče opaziti obratno povezanost. K temu bi lahko prispevala vsaj dva bistvena razloga. Poleg že prej omenjenega večjega obsega zaposlitvenih alternativ se manj ljudi odloča za samostojno podjetniško pot, kar vpliva na nižje stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti, po drugi strani pa lahko pričakujemo, da so v razvitih podjetniških ekosistemih podjetja tudi obstojnejša, in to zaradi urejenih pogojev za poslovanje, dostopa do financiranja, razpoložljivega kakovostnega človeškega kapitala ipd.

V svetovnem merilu je najvišja stopnja ustaljenega podjetništva v Gani (37,74 %) in Ugandi (31,25 %), najnižja pa v Panami (1,86 %). Lestvico vseh sodelujočih držav GEM prikazujemo na *sliki 21*.

Večletno sodelovanje v raziskavi GEM nam omogoča tudi vpogled v časovno vrsto oziroma v analizo dinamike obravnavanih stopenj podjetniške aktivnosti, kar prikazujemo na *sliki 22*. Kot vidimo, se novi in ustaljeni podjetniki gibljejo s podobno dinamiko, medtem ko smo pri nastajajočih podjetnikih med letoma 2008 in 2012 zaznavali upadanje.

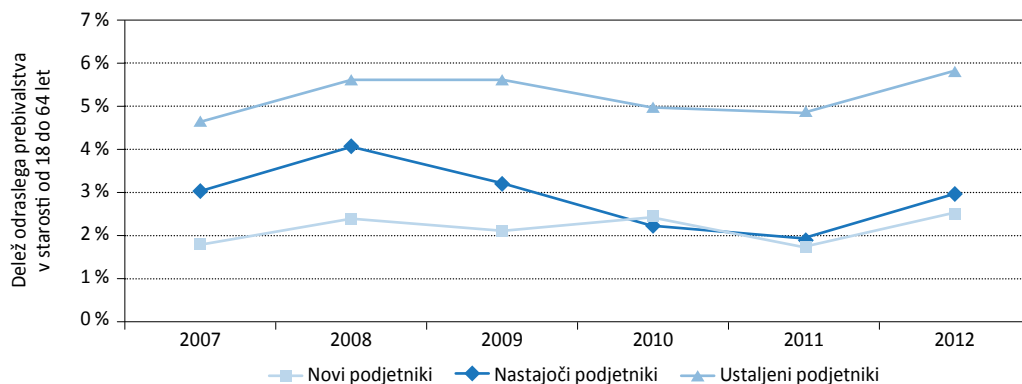
Slika 21: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v vseh državah GEM



Delež odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let

GEM Slovenija 2012

Slika 22: Vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo v Sloveniji v letih od 2007 do 2012



GEM Slovenija 2012

V nadaljevanju prikazujemo primerjavo Slovenije s povprečjem različnih skupin držav – s *tabelo 10* in s *sliko 23*. Žal pa lahko enako kot leta 2011 ugotovimo, da je v Sloveniji v podjetništvo vključen manjši delež prebivalstva kot v povprečju v kateri koli drugi skupini držav, ne glede na to, katero kategorijo podjetniške aktivnosti vzamemo za primerjavo.

Tabela 10: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom, GEM Slovenija 2012

Delež odraslega prebivalstva	Slovenija	Države GEM	Evropske države	Inovacijska gospodarstva	JV Evropa**	Evropska unija***	Evropske države zunaj EU****
nastajajoči podjetniki	2,95	7,29	4,61	4,16	4,69	4,66	4,45
novi podjetniki	2,53	6,06	3,2	3,04	3,23	3,23	3,12
celotna zgodnja podjetniška aktivnost	5,42	13	7,68	7,09	7,84	7,75	7,47
ustaljeni podjetniki	5,79	8,1	6,42	6,67	6,46	6,62	5,82
prenehanje poslovanja	1,62	5,57	2,93	2,69	4,1	2,72	3,57

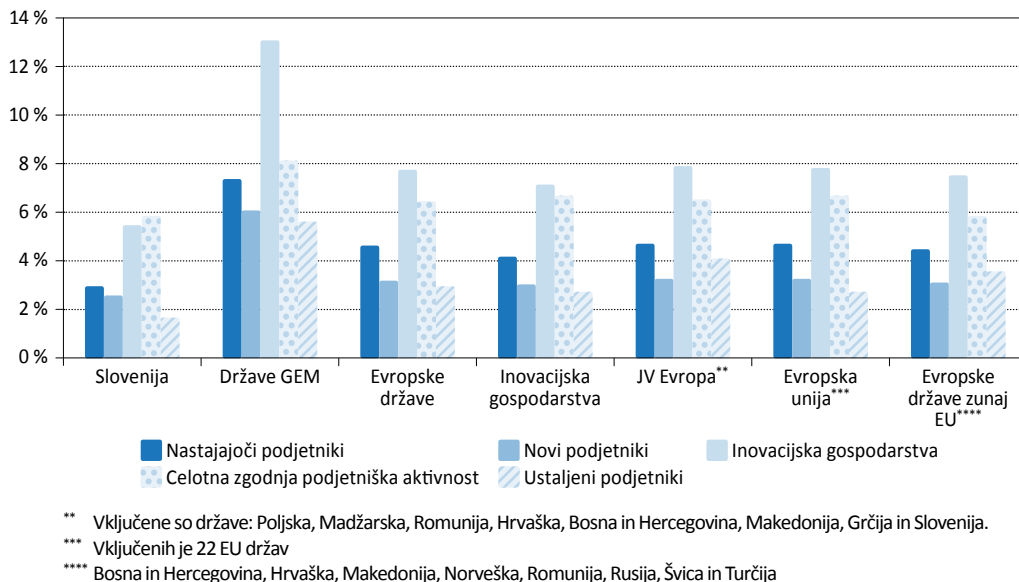
** Vključene so države: Poljska, Madžarska, Romunija, Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Makedonija, Grčija in Slovenija.

*** Vključenih je 22 držav EU.

**** Bosna in Hercegovina, Hrvaška, Makedonija, Norveška, Romunija, Rusija, Švica in Turčija.

V Evropi, kjer večina držav GEM spada med inovacijska gospodarstva, nekaj pa tudi med učinkovitostna, je celotna podjetniška aktivnost nižja (7,68 %) kot v povprečju v vseh sodelujočih državah GEM (13 %). V državah EU je v zgodnja podjetniška aktivnost vključenih 7,75 % odraslih prebivalcev, v sodelujočih državah JV Evrope 7,84 %. V Sloveniji je ta delež precej nižji, čeprav je leta 2012 v primerjavi z letom 2011 narasel. Podobno nižje stopnje kot v povprečju v drugih primerjanih skupinah najdemo v Sloveniji tudi glede ustaljenega podjetništva, prav tako pa tudi glede prenehanja poslovanja.

Slika 23: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom



GEM 2012

4.4 PRENEHANJE POSLOVANJA

Podjetniški proces poleg rojevanja podjetij in njihovega aktivnega delovanja zajema tudi prenehanje poslovanja. Zato v GEM analiziramo tudi posameznike, ki so prenehali poslovati v preteklih 12 mesecih. Skupaj z indeksom TEA je ta mera pomemben indikator dinamičnosti podjetniškega procesa. Stopnja opustitve poslovanja z naraščanjem stopnje razvitosti gospodarstva v povprečju upada. V faktorskih gospodarstvih je stopnja prenehanja poslovanja v povprečju višja kot v učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstvih.

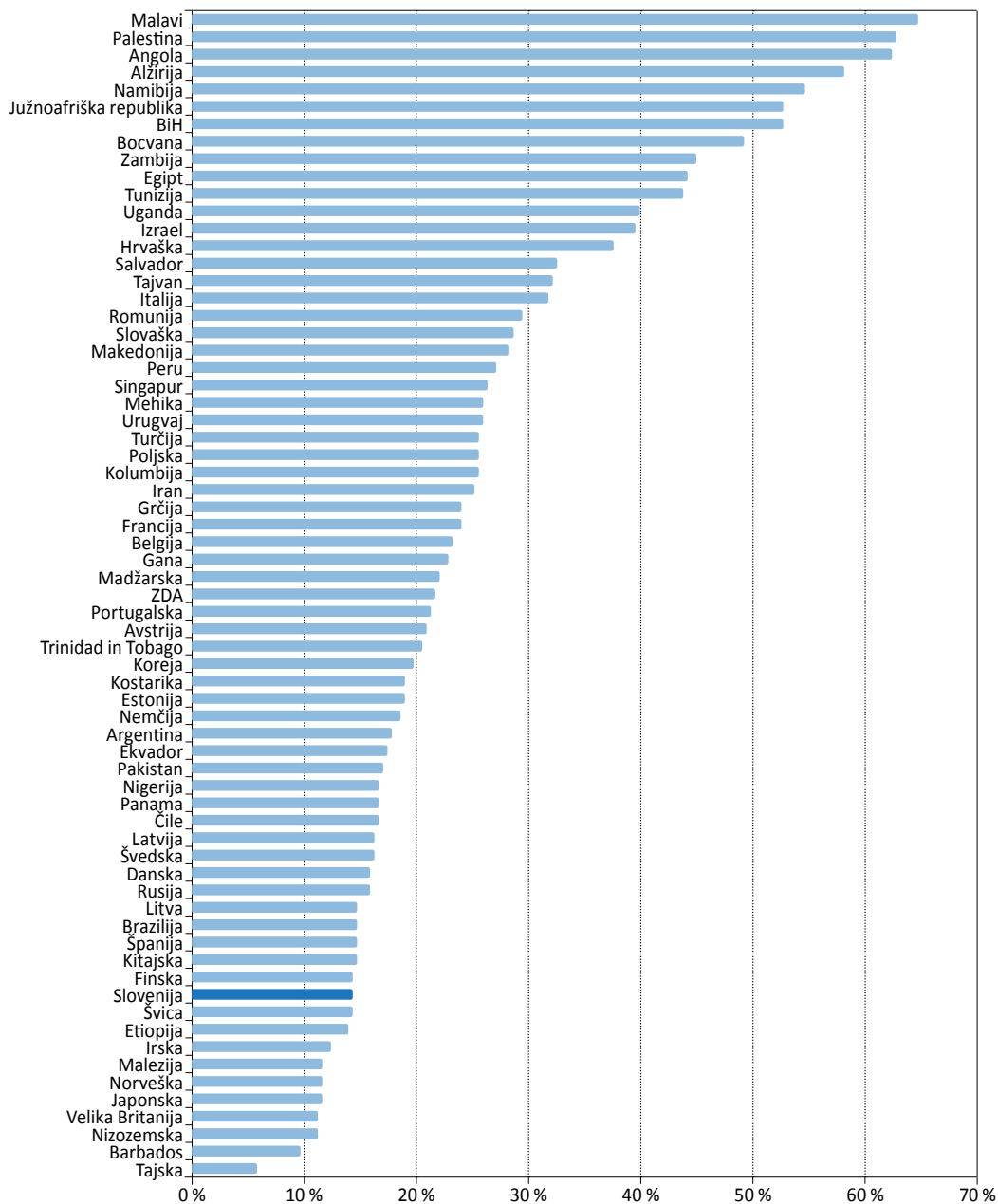
Za jasnejšo sliko, kako dinamičen je ta pojav, primerjamo delež prebivalstva, ki je v preteklem letu opustilo podjetje, s celotno podjetniško aktivnostjo v določenem letu, kar smo poimenovali *opustitveni indeks*; prikazan je na *sliki 24*. Najvišji opustitveni indeks je v Malaviju (64,54 %), Palestini (62,59 %), Angoli (52,17 %) in Alžiriji (57,9 %), najnižji pa na Tajskem (6,06 %), Barbadosu (9,89 %), na Nizozemskem (11,26 %) ter v Veliki Britaniji (11,27 %). Na lestvici sta med evropskimi državami najvišje uvrščeni Bosna in Hercegovina (52,53 %) ter Hrvaška (37,45 %), med državami EU pa je najvišji opustitveni indeks v Italiji (31,8 %), ki – kot je že bilo povedano – izkazuje tudi najnižjo stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti v Evropi.

V Sloveniji se je s podjetništvom prenehalo ukvarjati v povprečju 1,4 % odraslega prebivalstva, kar predstavlja 14,4 % celotne podjetniške aktivnosti, kar je primerljivo z letom poprej (17,4 %).

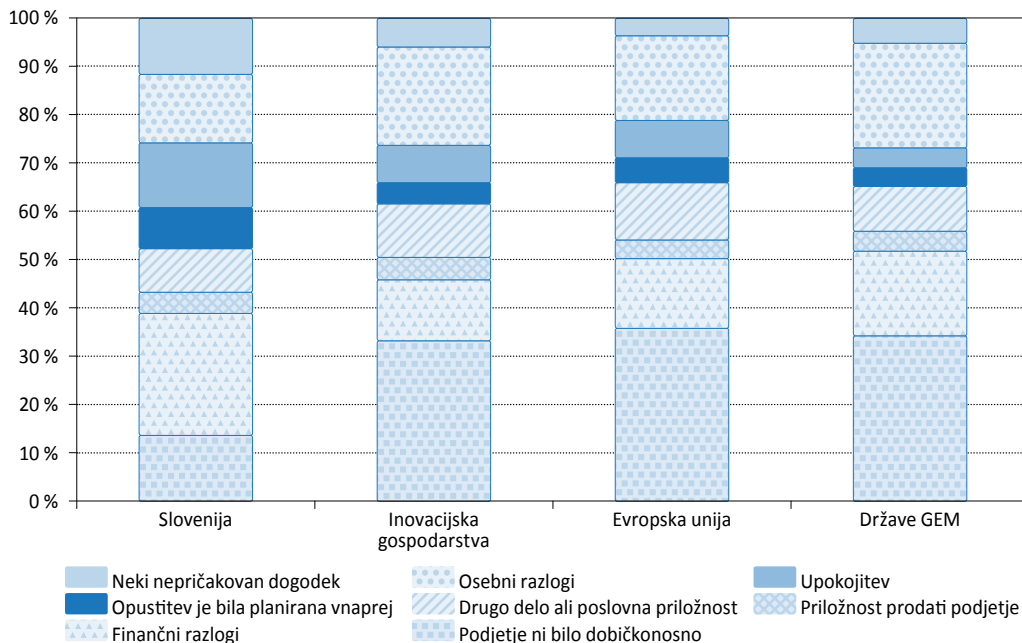
Obstaja seveda vrsta razlogov, zaradi katerih posamezniki prenehajo poslovati: v povprečju je v vseh skupinah gospodarstev največ razlogov povezanih z ne dovolj visoko dobičkonosnostjo ter finančnimi razlogi. Kot je prikazano na *sliki 25*, je bil v Sloveniji temeljni razlog, zaradi katerega so posamezniki leta 2012 opustili svoje podjetje, finančne narave, saj je bilo takšnih primerov 21 %, kar je bistveno manj kot leto poprej (kar 43 %) in povsem primerljivo z letom 2010 (21 %). Ker podjetje ni bilo dobičkonosno, ga je v Sloveniji opustilo 11 % posameznikov, kar je bistveno manj kot v povprečju v drugih primerjanih skupinah – v EU v povprečju kar 30 %. V inovacijskih

gospodarstvih in tudi v državah EU je v povprečju 10 % posameznikov opustilo podjetje zato, ker se jim je ponudila druga poslovna priložnost ali drugo, obetavnejše delo, kar je nekoliko več kot v povprečju v vseh državah GEM (7,80 %), v Sloveniji pa je takih 8 % posameznikov. Naslednji najpogostejši razlog predstavljajo v inovacijskih gospodarstvih in v EU drugi osebni razlogi, saj je bilo takšnih opustitev v povprečju kar 18 % v inovacijskih gospodarstvih ter 15 % v državah EU, v Sloveniji pa je ta delež nekoliko manjši in znaša 12 %.

Slika 24: Razvrstitev držav glede na opustitev poslovanja



Slika 25: Razlogi za prenehanje poslovanja



GEM Slovenija 2012

Na *sliki 25* je vidno, da je struktura razlogov za prenehanje poslovanja v Sloveniji po nekaterih značilnostih drugačna od povprečja primerjanih skupin držav. V nobeni drugi skupini držav finančni razlogi niso na prvem mestu. V vseh primerjanih skupinah držav je bil ključni razlog za opustitev poslovanja nedobičkonosnost podjetja. Še po enem razlogu Slovenija močno izstopa: kar 11 % jih je opustilo zaposlovanje zaradi upokojitve (leta 2011 18 %). Tako v inovacijskih gospodarstvih kot v povprečju v državah EU je opustitev poslovanja zaradi upokojitve v povprečju manj (7 %).

Kljub prenehanju poslovanja so posamezniki s podjetniškimi izkušnjami lahko pomemben vir morebitne ponovne podjetniške aktivnosti. Raziskave kažejo, da so posamezniki, ki ponovno začnejo svojo podjetniško pot, v povprečju uspešnejši od novih, manj izkušenih podjetnikov (Hessels idr. 2011).

4.5 MOTIVACIJA ZA PODJETNIŠTVO

V okviru raziskave GEM ugotavljamo, da imajo ljudje različne razloge za to, da se vključijo v podjetništvo. Ločimo dva osnovna tipa motivacije za podjetništvo. Nekateri so v podjetništvo prisiljeni, ker jim samostojna podjetniška dejavnost edina omogoča preživetje, saj jih v to silijo različni razlogi, na primer vplivi okolja, nezaposlenost, odsotnost primernih podjetij, v katerih bi bilo možno najti zaposlitev, itd. – govorimo o *podjetništvu zaradi nujnosti*, ki ga je v povprečju največ v revnejših državah, zato imajo te države tudi zelo visoko stopnjo vključevanja odraslega prebivalstva v podjetništvo. Drugi se lotijo podjetništva, ker želijo izkoristiti poslovno priložnost, ki je po njihovi presoji obetavna, in njihova svobodna izbira je, da se odločijo za samostojno podjetniško pot – govorimo o *podjetništvu zaradi priložnosti*. Motive ljudi, ki se vključujejo v podjetništvo, ker želijo izkoristiti obetavno poslovno priložnost, lahko razvrstimo v tri glavne skupine: da bi bili pri svojem delu neodvisni, da bi ohranili raven svojih dohodkov ali da bi raven svojih dohodkov povečali.

Tabela 11: Podjetništvo zaradi priložnosti ter podjetništvo zaradi nuje, GEM 2012

Država	TEA – priložnost	TEA – nujnost	Država	TEA – priložnost	TEA – nujnost
Alžirija	5,51	2,62	Malavi	20,65	14,9
Angola	23,89	7,69	Malezija	6,06	0,93
Argentina	12,36	6,52	Mehika	10,32	1,63
Avstrija	7,8	1,04	Namibija	11,04	6,76
Barbados	14,86	2,13	Nemčija	4,1	1,16
Belgija	3,98	0,93	Nigerija	22,82	12,1
Bosna in Hercegovina	3,1	4,54	Nizozemska	8,64	0,87
Bocvana	17,68	9,24	Norveška	6	0,5
Brazilija	10,71	4,65	Pakistan	5,24	6,13
Čile	18,56	3,93	Palestina	5,72	4,13
Danska	4,84	0,44	Panama	7,52	1,84
Egipt	3,11	2,63	Peru	15,14	4,73
Ekvador	16,97	9,54	Poljska	4,98	3,81
Estonija	11,32	2,6	Portugalska	5,62	1,37
Etiopija	11,7	3	Romunija	6,94	2,23
Finska	4,43	1,02	Rusija	2,7	1,58
Francija	4,17	0,94	Salvador	9,53	5,38
Gana	25,95	10,07	Singapur	9,65	1,71
Grčija	4,56	1,95	Slovaška	6,49	3,63
Hrvaška	5,36	2,83	Slovenija	4,88	0,4
Iran	6,24	4,53	Španija	4,12	1,46
Irska	4,37	1,73	Švedska	5,54	0,44
Italija	3,1	0,68	Švica	4,42	1,07
Izrael	4,48	1,25	Tajska	15,54	3,16
Japonska	2,97	0,83	Tajvan	6,19	1,35
Južnoafriška republika	4,9	2,32	Trinidad in Tobago	12,42	2,26
Kitajska	7,96	4,73	Tunizija	2,86	1,7
Kolumbija	17,54	2,5	Turčija	8,17	3,77
Koreja	4,27	2,32	Uganda	18,9	16,45
Kostarika	11,81	3,04	Urugvaj	11,7	2,69
Latvija	9,67	3,38	Velika Britanija	7,14	1,64
Litva	4,84	1,65	Zambija	28,19	13,27
Madžarska	6,1	2,87	ZDA	9,68	2,74
Makedonija	3,26	3,62			

V tabeli 11 prikazujemo indeks zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti (TEA – priložnost), ki označuje delež ljudi, starih od 18 do 64 let, ki se v podjetniško aktivnost vključujejo zato, ker želijo izkoristiti obetavno poslovno priložnost. Prikazujemo tudi indeks zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi nujnosti, ki označuje delež ljudi, starih od 18 do 64 let, ki se v podjetniško

aktivnost vključujejo zato, ker nimajo drugih, boljših možnosti za delo ter potrebujejo vir dohodka za preživetje (TEA – nujnost).

Kot je razvidno iz *tabele 11*, imajo številne zelo revne države visok delež posameznikov, ki se ukvarjajo s podjetniško aktivnostjo zaradi nujnosti, saj ljudje potrebujejo vir dohodka za preživetje – to je razvidno tudi iz predzadnjega stolpca v *tabeli 9*. Tovrstna podjetniška dejavnost je drugačna kot tista, ki je nastala zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti. Čeravno je prispevek podjetniške aktivnosti iz nuje k ekonomski rasti gospodarstva skromen, pa nova in rastoča podjetja prispevajo h konkurenčnosti ponudbe, vnašajo konkurenčni pritisk, zapolnjujejo vrzeli na trgu, pomlajujejo panoge, predvsem pa zagotavljajo ustrezno zaposlenost delovno aktivnega prebivalstva.

V Sloveniji se zelo majhen delež posameznikov odloča za podjetništvo zaradi nuje. Leta 2012 je bil ta delež enak 0,40 %, leto poprej povsem primerljivih 0,44 %. Tako večina posameznikov meni, da se podajajo v podjetništvo zato, ker želijo izkoristiti zaznano obetavno poslovno priložnost – podjetništvo iz nuje predstavlja le 7,63 % celotne zgodnje podjetniške aktivnosti. V Sloveniji je tako v vseh letih, odkar jo spremljamo z globalnim podjetniškim monitorjem, prevladovalo podjetništvo, v katero so vstopili posamezniki, ki so si želeli izboljšati svoj položaj, podjetniki, ki so morali v podjetništvo vstopiti zaradi nujnosti, pa so bili v manjšini. Slovenija se glede podjetništva zaradi nuje uvršča na zadnje mesto med vsemi proučevanimi državami GEM. Pri razvrstitvi držav glede na podjetništvo iz priložnosti bomo Slovenijo na lestvici evropskih držav GEM in v skupini inovacijskih gospodarstev ter držav EU in držav JV Evrope našli v srednji tretjini držav. V strukturi podjetništva je bil v inovacijskih gospodarstvih leta 2012 nižji delež podjetništva iz nuje le še na Švedskem (6,84 %), pod eno desetino pa je bil ta delež še na Nizozemskem, Norveškem in na Danskem. Na drugi strani so države z inovacijskim tipom gospodarstva, ki jih je gospodarska kriza najbolj prizadela, delež podjetništva iz nuje pa je zelo visok: Grčija (29,9 %), Irska (28,1 %), Španija (25,6 %). Najvišji delež beležimo na Slovaškem (35,6 %), kjer je tudi stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti med najvišjimi v Evropi (indeks TEA znaša 10,22 %).

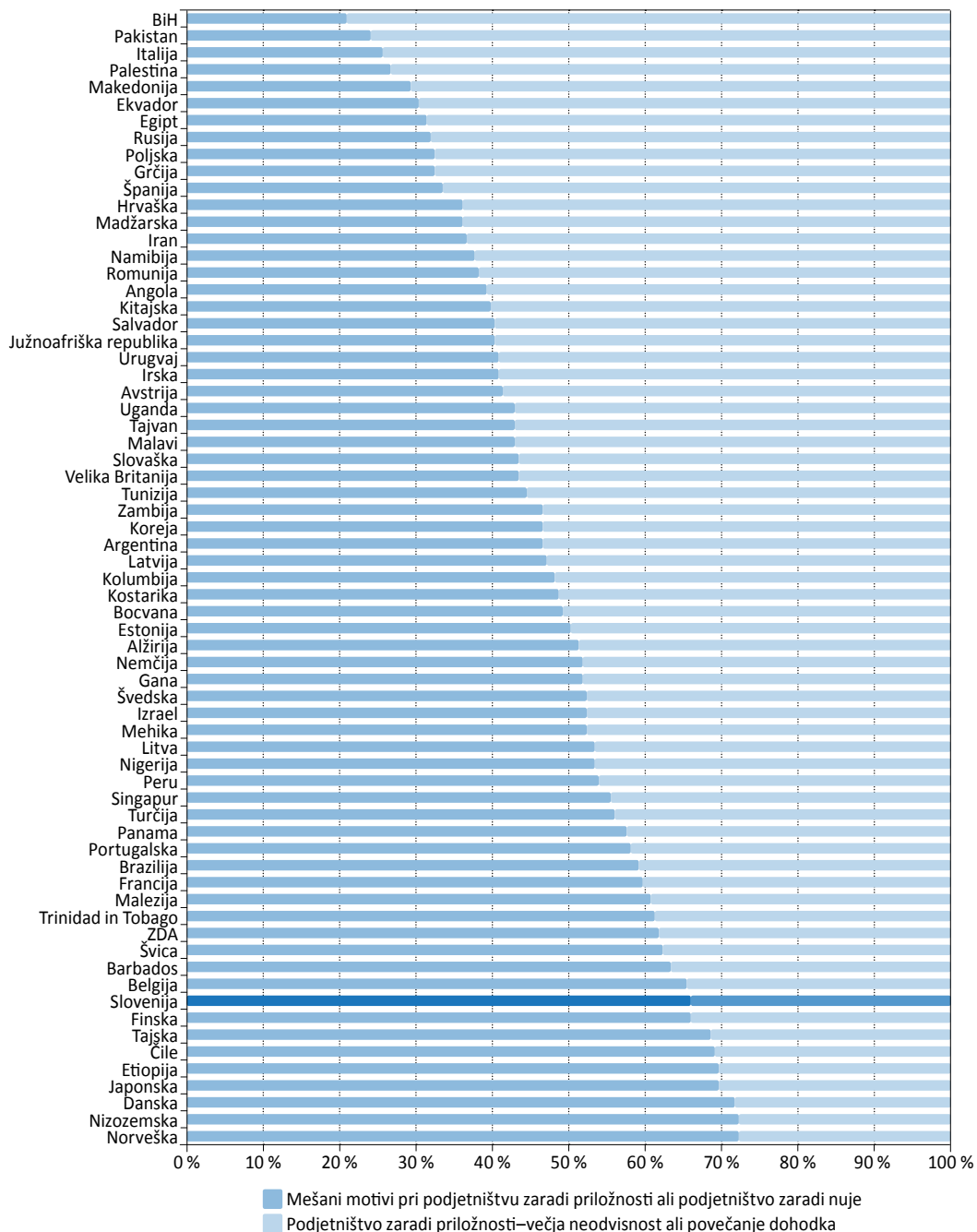
V obeh skupinah osnovnih dveh podjetniških motivov so na najvišjih mestih države, pri katerih je zgodnje podjetniške aktivnosti veliko, na najnižjih pa seveda tiste, v katerih se zelo majhen delež odraslega prebivalstva odloča za podjetništvo, kar je razvidno iz *tabele 12*. Tako vidimo, da je v Zambiji delež podjetništva zaradi nujnosti kar 13,27 %, v Rusiji pa je v tej skupini identificiranih le 1,58 % odraslih posameznikov. Podobno je delež podjetništva zaradi priložnosti v Zambiji kar 28,19 %, v Rusiji pa ponovno najmanj med vsemi državami GEM, in sicer 2,70 %.

Tabela 12: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti in priložnosti, GEM Slovenija 2012

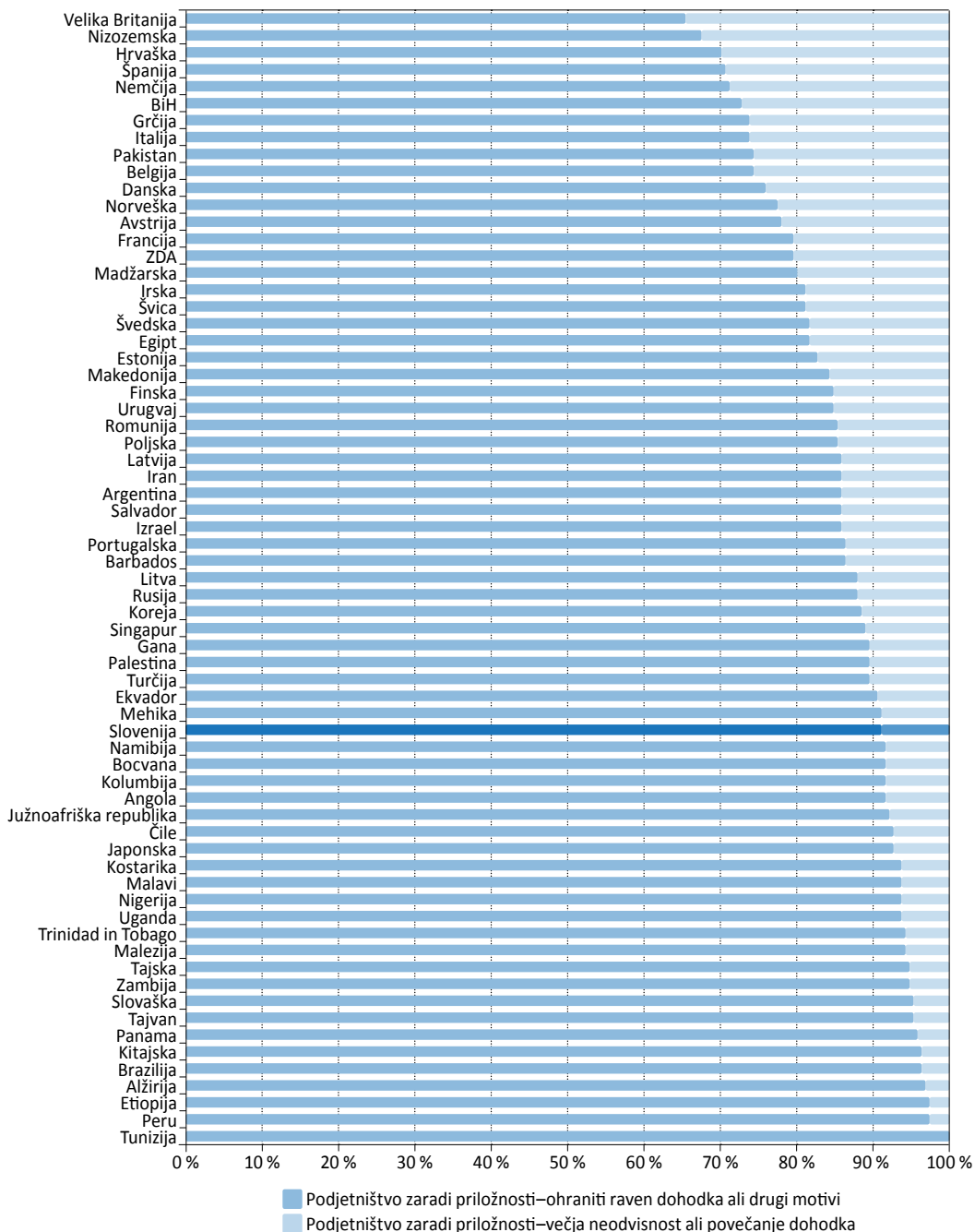
	TEA – nujnost	TEA – priložnost
Slovenija	0,4	4,88
Najvišja vrednost	13,27 % Zambija	28,19 % Zambija
Najnižja vrednost	1,58 % Rusija	2,70 % Rusija
Rang Slovenije med vsemi državami GEM	67/67	48/67
Rang Slovenije med evropskimi državami GEM	29/29	15/29
Rang Slovenije med inovacijskimi državami GEM	24/24	12/24
Rang Slovenije v skupini držav JV Evrope*	8/8	5/8
Rang Slovenije med državami EU	22/22	12/12

* Bosna in Hercegovina, Hrvaška, Makedonija, Norveška, Romunija, Rusija, Švica in Turčija

Slika 26: Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo



Slika 27: Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti



V nadaljevanju zato podrobneje analiziramo podjetniške motive v okviru podjetništva zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti. Neposredna primerjava različnih motivov, ki je prikazana na *sliki 26*, kaže, da je v Sloveniji leta 2012 podjetništva, ki ga je spodbudila želja po večji neodvisnosti in povečanju dohodka, v povprečju 65,68 %, podjetništva, ki so ga spodbudili nujnost in drugi mešani motivi, na primer prevzem družinskega podjetja, pa 34,32 %, kar pomeni, da se razmerje približuje ravni iz leta 2009, ko je bilo med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki 71 % takšnih, ki so šli v podjetništvo zaradi priložnosti, da bi imeli večjo neodvisnost ali da bi povečali svoje dohodke, v primerjavi z letoma 2011 in 2010 pa se je razmerje izboljšalo v prid podjetništvu iz priložnosti ter zaradi želje po večji neodvisnosti in povečanju dohodka (57 % leta 2010 ter 55 % leta 2011).

Tako se Slovenija uvršča v zgornjo tretjino proučevanih držav, kjer na najvišjih mestih najdemo Norveško in Nizozemsko z 72,31 % oziroma 71,93 % podjetništva iz priložnosti zaradi želje po večji neodvisnosti in povečanju dohodka. Na drugi strani lestvice je z najvišjim deležem podjetništva iz nujnosti ter podjetništva zaradi ohranjanja ravni dohodka pri podjetništvu iz priložnosti Bosna in Hercegovina, kjer je takih skoraj 80 % podjetnikov (79,48 %). Med državami EU ponovno izstopa Italija, kjer je podjetništva iz nujnosti ter podjetništva zaradi ohranjanja ravni dohodka pri podjetništvu iz priložnosti kar 74,55 % celotne zgodnje podjetniške aktivnosti.

Pri analizi podjetništva zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti ločimo, kot rečeno, tri glavne motive, ki smo jih združili v dve skupini: ohranjanje ravni dohodka (ter drugi motivi) ter povečanje ravni dohodka ali večja neodvisnost pri delu, kar je prikazano na *sliki 27*. S slike je razvidno, da se je v Sloveniji kar 91,33 % nastajajočih in novih podjetnikov podalo na podjetniško pot zaradi zadnjega navedenega motiva (leta 2011 88 % ter leta 2010 86 %). V vseh evropskih državah, razen na Slovaškem (95,15 %), je v podjetništvu iz priložnosti delež tistih, ki želijo povečati raven dohodka ali doseči večjo neodvisnost pri delu, nižji. Vse razvite evropske države so razvrščene v spodnji polovici lestvice.

Nekajkrat smo že opozorili na dejstvo, da se podjetništvo, ki je nastalo zaradi izkoriščanja obetavnih poslovnih priložnosti, po svojih značilnostih razlikuje od podjetništva ljudi, ki so bili potisnjeni na podjetniško pot, ker niso imeli boljše možnosti za pridobitev dohodka in preživetje, zato je analiziranje motivacijske strukture podjetništva pomembno: pričakujemo lahko na primer različne aspiracije po rasti ter zaposlovanju in širjenju poslovanja, pa tudi različne demografske ter izobrazbene značilnosti posameznikov v obeh skupinah podjetnikov. Razlike so tudi znotraj skupine podjetnikov, ki so ustanovili podjetja zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti. V Sloveniji so bili leta 2012 torej prevladujoči motivi večja neodvisnost in osebna svoboda pri delu ter povečanje ravni dohodka – podobno kot tudi v preteklih dveh letih (leta 2012 je bil delež nekoliko višji).

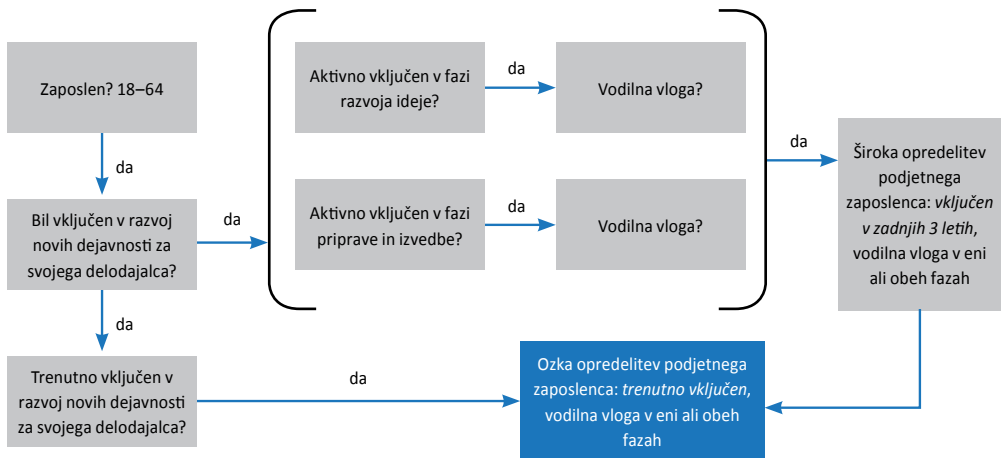
Ugotovimo lahko, da je bilo leta 2012 povečanje vrednosti indeksa TEA mogoče zaznati pri več sodelujočih državah, tudi v Sloveniji. Ali to povečanje nakazuje pozitiven trend, bodo pokazale analize v prihodnjih letih. Z vidika motivacije za podjetništvo pa je zagotovo spodbudno, da v Sloveniji prevladuje podjetništvo zaradi izkoriščanja poslovnih priložnosti, res pa je tudi, da ljudje v Sloveniji v primerjavi z drugimi državami z inovacijskim gospodarstvom ter državami EU zaznavajo malo poslovnih priložnosti, o čemer pišemo na začetku tretjega poglavja.

4.6 PODJETNIŠKA AKTIVNOST ZAPOSLENIH V OBSTOJEČIH PODJETJIH

Ob nastajanju novih podjetij je za doseganje konkurenčnosti in inovativnosti podjetij in z njo konkurenčnosti posamezne države pomembna tudi podjetniška aktivnost zaposlenih ali notranje-podjetniška aktivnost. Ta vključuje več skupin iniciativ in aktivnosti, ki jih podajajo in/ali izvajajo podjetni zaposleni. Med temi skupinami sta najbolj značilni dve (npr. Guth, Ginsberg 1990; Morris idr. 2010): (1) aktivnosti v obstoječem podjetju, ki se nanašajo na uveljavljanje različnih sprememb v organizaciji, poslovanju in razvoju novih izdelkov in/ali storitev, in (2) aktivnosti za ustanavljanje podjetij v podjetju. Te aktivnosti se lahko izvajajo na različnih ravneh delovanja podjetja in z različno stopnjo formalnosti, njihova osnovna značilnost pa je, da vključujejo veliko stopnjo inovativnosti in podjetnosti zaposlenih.

Konceptualni model GEM od leta 2011 vključuje tudi možnosti spremljanja podjetniške aktivnosti zaposlenih, pri čemer ločimo široko in ozko opredelitev podjetniške aktivnosti zaposlenih, kot je prikazano na *sliki 28*. Široka opredelitev predstavlja vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost in vodilno vlogo v preteklih treh letih, ozka pa aktualno vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost in vodilno vlogo (Bosma idr. 2012). Pri tem je notranjepodjetniška aktivnost zaposlenih razdeljena na dve fazi. Prva faza se nanaša na razvoj idej za novo dejavnost, druga pa na pripravo in izvedbo novih dejavnosti.

Slika 28: Opredelitev podjetniške aktivnosti zaposlenih



Proučevanje notranjega podjetništva z vidika podjetnih zaposlenih, kar je osnovna vsebina tega področja v modelu GEM, se osredotoča na proučevanje značilnosti posameznikov, ki so vključeni v notranjepodjetniške aktivnosti, z vidika individualnih motivov, organizacijskega konteksta in institucionalnega vzvodja. Pri tem je podjetniška aktivnost zaposlenih opredeljena kot aktivnost, pri kateri »zaposleni za svojega glavnega delodajalca razvijajo nove dejavnosti, kot so razvoj in uvedba novega izdelka oziroma storitve ali vzpostavitev nove poslovne enote, novega podjetja ali podružnice.« Takšna definicija zajema torej več kot zgolj ustanovitev novega podjetja, izključuje pa tiste aktivnosti zaposlenih, ki so usmerjene v optimiranje notranjih poslovnih procesov (Bosma idr. 2012, Rebernik idr. 2012).

Za notranje podjetnike je v splošnem značilno, da so nagnjeni k akciji, kar je osnovna lastnost, ki jih ločuje od preostalih zaposlenih. Pri uresničevanju notranjepodjetniških dejavnosti mora imeti podjetni zaposleni, ki prevzema notranjepodjetniške aktivnosti, nedvoumno vizijo o novem proizvodu, storitvi ali poslovnem procesu, predvsem pa mora znati okolje prepričati o potencialu svoje vizije. Notranji podjetnik naj bi imel dovolj svobode pri svojih odločitvah, pri morebitnem neuspehu pa naj ne bi tvegala svoje kariere, saj lahko takšna odločitev privede do zavore pri prihodnjih notranjepodjetniških aktivnostih (Pinchot 1999). Notranji podjetniki se pogosto enačijo z inovatorji, kar so lahko, vendar pa to ni nujno, saj notranji podjetnik ni nujno tudi avtor ideje, ki se uresniči. Proces uvajanja invencij ali inovacij v poslovno prakso je v podjetjih običajno zelo počasen in dolgotrajen. V različnih fazah inovativnega procesa so potrebni različni ljudje z različnimi sposobnostmi. Vloga notranjega podjetnika pa je, da zapolnjuje inovacijsko vrzel v podjetju, torej da s svojimi sposobnostmi in znanjem premošča vrzel med inovatorji in managerji. V tem primeru je njegova vloga v prepoznavanju idej, ki imajo tržni potencial, in njihovo spreminjanje v poslovno priložnost ter izvedbo (Pinchot 1999).

Primerjava podjetniške aktivnosti zaposlenih v letih 2011 in 2012, prikazana v tabeli 13, kaže, da je delež zaposlenih, ki so vključeni v podjetniške aktivnosti, leta 2012 v primerjavi z letom poprej narasel.

Tabela 13: Podjetniška aktivnost zaposlenih v letih 2011 in 2012, GEM Slovenija 2012

Leto	Široka opredelitev podjetnih zaposlenih		Ozka opredelitev podjetnih zaposlenih	
	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v zadnjih 3 letih kot % odrasle populacije	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v zadnjih 3 letih kot % zaposlenih	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v času raziskave kot % odrasle populacije	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v času raziskave kot % zaposlenih
2011	5,1	9,3	4,1	7,4
2012	5,9	10,5	4,9	8,7

Zaposlenih, ki so bili v zadnjih treh letih vključeni v vsaj eno fazo razvoja novih dejavnosti in so imeli v njej vodilno vlogo (široka opredelitev podjetnih zaposlenih), je bilo leta 2011 v odrasli populaciji 5,1 %, leta 2012 pa 5,9 %. Če upoštevamo le delež teh zaposlenih kot odstotek vseh zaposlenih, pa je višji, in sicer je bil leta 2011 9,3 %, leta 2012 pa je narasel na 10,5 %. Z vidika ozke opredelitve podjetnih zaposlenih, torej tistih zaposlenih, ki so trenutno vključeni v notranjepodjetniške aktivnosti, jih je bilo 4,1 % leta 2011 in 4,9 % leta 2012 kot delež odrasle populacije. Vključenih zaposlenih z vodilno vlogo kot delež zaposlenih pa je bilo 7,4 % leta 2011 in 8,7 % leta 2012. Osnovni podatki o vključenosti zaposlenih v notranjepodjetniške aktivnosti so v Sloveniji spodbudni, saj kažejo na aktivno vlogo zaposlenih in na potencial podjetnosti Slovencev, za katerega ni nujno, da se kaže samo z ustanavljanjem svojega lastnega podjetja, ampak se lahko realizira tudi z ustvarjalnim in podjetnim delovanjem v podjetju.

V podjetniških procesih v ustaljenem podjetju zaposleni prevzemajo različne vloge. V modelu GEM je proces razdeljen na dve fazi. Prvo fazo predstavlja razvijanje ideje za novo aktivnost, kar lahko vključuje aktivno zbiranje informacij, viharjenje možganov o novih aktivnostih, posredovanje lastnih idej managementu ipd. Druga faza zajema priprave na novo aktivnost in njeno izvedbo, kamor spadajo promocija ideje, priprava poslovnega načrta, trženje nove aktivnosti ali iskanje finančnih sredstev ter pridobitev ekipe sodelavcev. Vključenost posameznikov v posamezni fazi in njihove vloge so prikazani v tabeli 14.

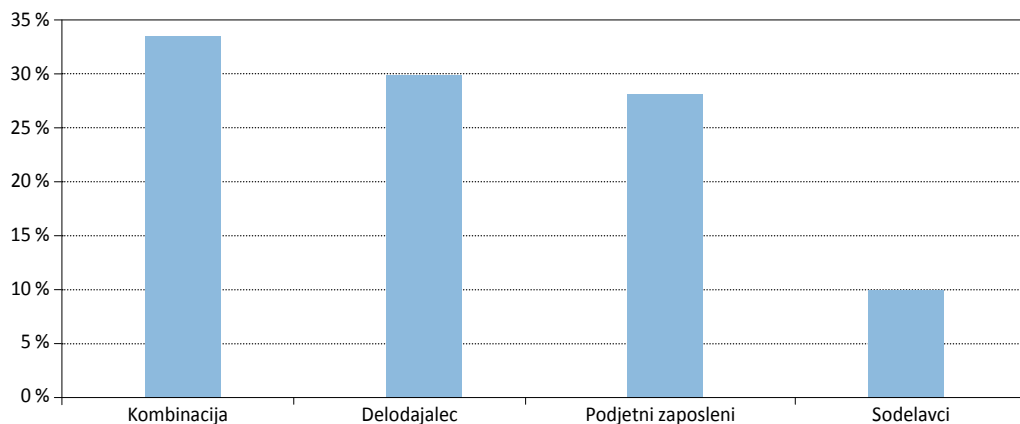
Tabela 14: Vključenost podjetnih zaposlenih v posamezne faze razvoja notranjepodjetniških aktivnosti v zadnjih treh letih (kot % zaposlenih), GEM Slovenija 2012

Prva faza razvoja ideje	%	Druga faza priprave nove aktivnosti in njene izvedbe	%
aktivna vključenost v 1. fazo razvoja	93	aktivna vključenost v 2. fazo razvoja	85
vodilna vloga v 1. fazi razvoja	47	vodilna vloga v 2. fazi razvoja	48
podporna vloga v 1. fazi razvoja	12	podporna vloga v 2. fazi razvoja	13
vodilna in podporna vloga v 1. fazi razvoja	41	vodilna in podporna vloga v 2. fazi razvoja	39

Vidimo, da je bilo v zadnjih treh letih v prvo fazo razvoja novih idej vključenih 93 % podjetnih zaposlenih. Med njimi jih je 47 % prevzelo vodilno vlogo notranjega podjetnika, 12 % podporno vlogo, torej da so bili člani notranjepodjetniških timov, 41 % pa jih je prevzemalo obe vlogi. V drugo fazo priprave novih aktivnosti in njihove izvedbe je bilo v zadnjih treh letih vključenih 85 % podjetnih zaposlenih, od katerih jih je imelo 48 % vodilno vlogo, 13 % podporno vlogo, 39 % pa jih je prevzemalo obe vlogi.

Podjetni zaposleni v okviru notranjepodjetniških aktivnosti prevzemajo različne vloge, med katerimi so najpomembnejše generatorji idej, notranji podjetniki, sodelujoči v notranjepodjetniških timih, oblikovalci notranjepodjetniške kulture (Pinchot 1999; Morris idr. 2010; Auer in Antončič 2009). V skladu s tem so tudi rezultati raziskave, ki so prikazani na *sliki 29*. Vidimo, da se kot pobudniki idej pojavljajo različni zaposleni, ne le notranji podjetniki, ki kasneje tudi vodijo aktivnosti za izvedbo iniciativ ali sodelujejo v njih.

Slika 29: Pobudniki notranjepodjetniške aktivnosti



GEM Slovenija 2012

Tako je bilo le 28 % podjetnih zaposlenih, ki so bili kasneje aktivno vključeni v razvoj notranjepodjetniških aktivnosti in so imeli pri tem vodilno vlogo, tudi pobudnikov podjetne ideje. Kar 33 % pobud je rezultat kombinacije predlogov delodajalca, podjetnih zaposlenih in sodelavcev, kar kaže na visoko stopnjo sodelovanja in vključevanja različnih udeležencev v procesu predlaganja izboljšav in sprememb. Delodajalci so bili pobudniki v 29 %, drugi sodelavci pa v 10 % podanih pobud.

Glede na tip podjetja, v katerem so zaposleni, je bilo 64 % aktivno vključenih zaposlenih v notranjepodjetniške aktivnosti, ki so imeli vodilno vlogo v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih, zaposlenih v zasebnih profitnih podjetjih, 31 % jih je bilo zaposlenih v državnih ustanovah, 4 % v neprofitnih organizacijah, preostali pa so bili zaposleni drugje. Še en dokaz več, da notranje podjetništvo najdemo v številnih podjetjih in organizacijah ne glede na tip lastništva.

5 Demografske značilnosti slovenskega podjetništva

5.1 STAROST

Tako kot ustvarjalnost lahko tudi podjetniško aktivnost in ustanavljanje podjetij zaznamo v vseh starostnih skupinah. V vseh letih opravljanja raziskave o zgodnji podjetniški aktivnosti v Sloveniji smo ugotavljali, da je v Sloveniji v povprečju najvišja stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti med prebivalstvom v starostni skupini od 25 do 34 let. Leta 2011 jih je bilo v tej starostni skupini 31 %, leto poprej pa celo 39 %. V letu 2012 je bila za spoznanje bolj zastopana starostna skupina od 35 do 44 let, v kateri je bil delež podjetnikov 32 % (*tabela 15*). Ti dve skupini skupaj predstavljata največji delež vseh nastajajočih in novih podjetnikov v vseh državah, ki sodelujejo pri raziskavi GEM.

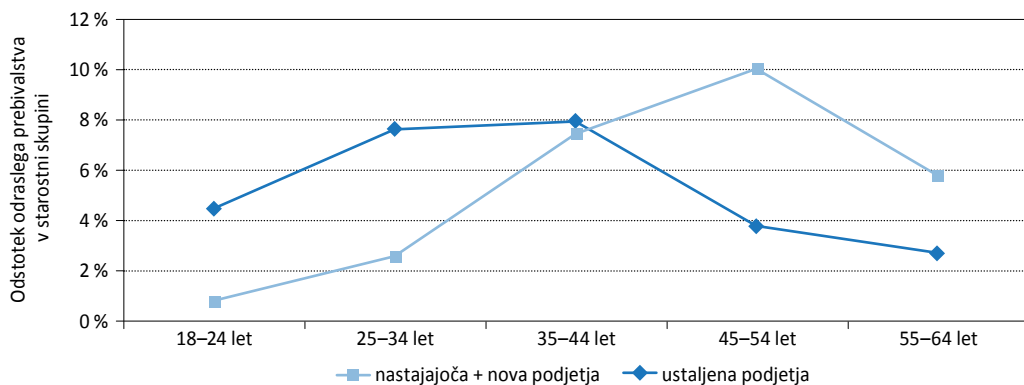
Kot vidimo, zgodnja podjetniška aktivnost s starostjo opazno upada, kar potrjujejo tudi druge raziskave (Blanchflower 2004; Arenius in Minniti 2005; Lévesque in Minniti 2006). Običajna razlaga za to je, da s starostjo začne upadati pripravljenost za prevzemanje tveganja (Shane 2003), ni pa zanemarljivo tudi spoznanje, da s starostjo in z njo povezanim večjim osebnim premoženjem in investiranimi napori v obstoječe stanje začnejo naraščati posameznikovi oportunitetni stroški. Z leti sicer posameznik pridobi številne veščine in izkušnje, razvije mreže in lahko tudi boljši dostop do drugih finančnih in nefinančnih virov, kar bi olajšalo vstop v podjetništvo. Vendar pa vse to tekmuje z napredovanjem v službi, višjo plačo, socialno varnostjo in drugimi koristmi, ki jih je posameznik pridobil kot zaposleni, temu pa se pridružujejo še omenjena skrb za premoženje, blagostanje družine in podobno. Ker je odločitev za podjetništvo osebna odločitev, bo obveljala le, če bodo dobrobiti iz podjetniške kariere večje kot prej navedene dobrine.

V globalnem okviru mlajša struktura podjetnikov prevladuje predvsem v državah zunaj Evropske unije. V teh državah je polovica nastajajočih in novih podjetnikov mlajša od 34 let, izstopa pa Kitajska, kjer je delež zgodnjih podjetnikov, mlajših od 34 let, kar 57 % (Xavier idr. 2013). Relativna mladost podjetniške populacije je sicer povezana tudi s tem, da je v teh državah v primerjavi z Evropo prebivalstvo mlajše, a vseeno nakazuje na to, da se bo dolgoročno podjetniška aktivnost v teh državah uveljavljala, in če bodo države vodile še ustrezno podjetniško politiko, bodo tudi vse bolj mednarodno konkurenčne in tekmovalne. Starajoče se prebivalstvo v Evropi obenem z relativno majhnim zanimanjem za podjetniško kariero zato tako v Sloveniji kot v Evropski uniji terja resne premisleke o industrijski in podjetniški politiki ter mehanizmih za spodbujanje podjetnosti in podjetništva.

Tabela 15: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2012

Starost podjetnikov	Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov					
	Slovenija	Države GEM	Evropske države GEM	Inovacijska gospodarstva	JV Evropa	Evropska unija
18–24 let	10,36	15,31	12	10,1	13,54	12,03
25–34 let	31,39	32,59	31,11	27,94	33,16	31,10
35–44 let	32,38	25,88	26,43	27,96	24,92	26,15
45–54 let	15,91	17,81	20,51	22,43	17,86	20,85
55–64 let	10,01	8,41	9,94	11,57	10,51	9,86

Slika 30: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost



GEM Slovenija 2012

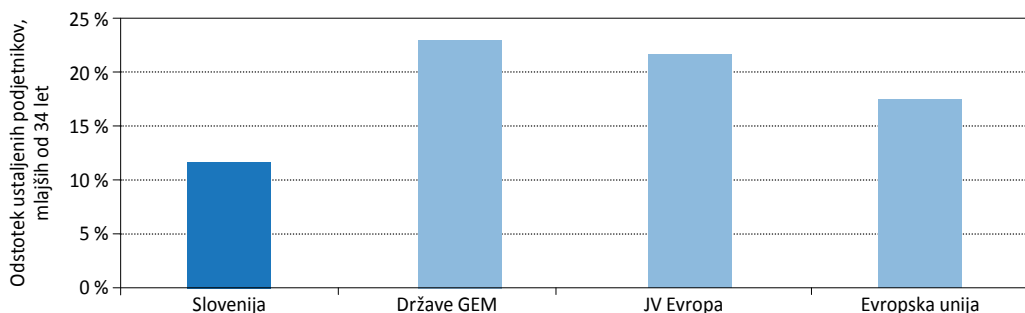
Med ustaljenimi podjetniki je, podobno kot pri nastajajočih in novih, najbolj zastopana starostna skupina med 35. in 54. letom. Pri tem izstopa Slovenija z 68 % deležem, ki opozarja na to, da se bodo slej ko prej morali oblikovati primerni mehanizmi za prenos tako lastništva kot tudi managementa. Da je problem resen, opozarja tudi Evropska komisija (2013), ki ocenjuje, da se vsako leto v Evropi prenese okoli 450.000 podjetij z dvema milijonoma zaposlenih. Zaradi težav pri prenosu pa po ocenah vsako leto propade 150.000 podjetij s 600.000 zaposlenimi. Tudi dejstvo, da imamo v Sloveniji 40 % podjetnikov v starostni skupini od 45 do 54 let in 20 % v starostni skupini 55 do 64 let (tabela 16) govori v prid tezi, da je na tem področju potrebna ustrezna politika. Ne samo zato, ker bodo v prihodnjih letih podjetja starajočih se podjetnikov brez ustreznega pomlajevanja vse manj učinkovita in prodorna, ampak morda še bolj pomembno zato, ker so starejši, prekaljeni podjetniki izjemno dragocen vir izkušenj, znanja in mrežnega povezovanja.

Tabela 16: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2012

Starost podjetnikov	Odstotek ustaljenih podjetnikov					
	Slovenija	Države GEM	Evropske države GEM	Inovacijska gospodarstva	JV Evropa	Evropska unija
18–24 let	1,75	4,57	2,77	1,58	4,27	2,29
25–34 let	9,83	18,26	14,86	12,43	17,27	15,12
35–44 let	28,52	29,02	28,46	26,82	29,66	27,22
45–54 let	39,55	29,44	31,92	34,08	31,08	32,01
55–64 let	20,35	19,05	22,38	25,41	17,72	23,68

S slike 31 pa lahko razberemo, da so problemi v Sloveniji tudi na drugem starostnem polu. V primerjavi z različnimi skupinami držav ima Slovenija najmanjši delež podjetnikov, ki so mlajši od 34 let.

Slika 31: Odstotek ustaljenih podjetnikov, ki so mlajši od 34 let



GEM Slovenija 2012

K takšni neugodni strukturi slovenskega podjetništva med drugim prispeva tudi premalo podprto podjetniško izobraževanje. Global Education Initiative (GEI) pri Svetovnem gospodarskem forumu ugotavlja, da je »izobrazba eden najpomembnejših temeljev ekonomskega razvoja, podjetništvo pa je ključna gonilna sila inoviranja in ekonomske rasti«, ter posebej poudarja pomen podjetniškega izobraževanja, saj je »kritično za razvoj podjetniških veščin, nagnjenj in vedenja, ki so temelj ekonomske rasti« (WEF 2009). Tudi v naših raziskavah že vse od leta 2002, odkar razpolagamo z mednarodno primerljivimi podatki, ugotavljamo, da je prav podjetniško izobraževanje eno izmed slabo razvitih področij izobraževanja, in to na vseh izobraževalnih ravneh (Rebernik idr. 2009). Tudi rezultati analize Evropske komisije kažejo, da je obseg podjetniškega izobraževanja zaskrbljujoč, saj več kot polovica evropskih študentov na visokošolski ravni nima dostopa do podjetniškega izobraževanja (EC 2008). Večina univerzitetnih programov še naprej usposablja študente, da jih bo nekdo zaposlil in da bodo za nekoga delali. Odgovornost zase predajajo v roke nekoga drugega – praviloma zaposlovalca v zasebnem ali javnem sektorju.

5.2 SPOL

Dokazov o pomembnosti podjetnic za gospodarski razvoj države je veliko, saj podjetnice prispevajo k ustvarjanju delovnih mest in gospodarski rasti, pa tudi k raznolikosti gospodarstva (Carter idr. 1997; Verheul in Thurik 2001; Kelley idr. 2011). Toda za večino držav velja, da je na splošno manj verjetno, da bi bile ženske v tolikšni meri vključene v podjetništvo kot moški (Tominc in Rebernik 2012). Podjetnice imajo poleg tega pogosto tudi drugačen odnos do podjetništva in prizadevanja za rast svojih podjetij (Kelley idr. 2011). Podobno, kot so Bosma in sodelavci (2012) za leto 2011 ugotavljali, da je le malo držav, v katerih je stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti pri ženskah primerljiva s tisto pri moških, lahko za leto 2012 ugotavljamo še bolj izrazito za ustaljeno podjetništvo – od 69 sodelujočih držav je samo v Angoli delež ženskega podjetništva večji od moškega (51 % proti 49 %).

Leto 2012 se je za žensko podjetništvo v Sloveniji izkazalo kot izrazito neugodno. Medtem ko sta med odraslim prebivalstvom v Evropi po deležu odraslih žensk, ki se vključujejo v zgodnje podjetništvo, na prvih mestih Estonija z 9,7 % in Latvija z 8,18 %, se Slovenija z 2,6 % uvršča na zadnje mesto v Evropi, v svetovnem merilu pa med 67 državami tudi sramotno nizko, komaj na 63. mesto. Največ zgodnje podjetniške aktivnosti med ženskami je bilo sicer v Zambiji (40 %), Gani (38 %) in Nigeriji (35,6 %), najmanj pa v Koreji (2,3 %), na Japonskem (2,1 %) in v Pakistanu (1,2 %).

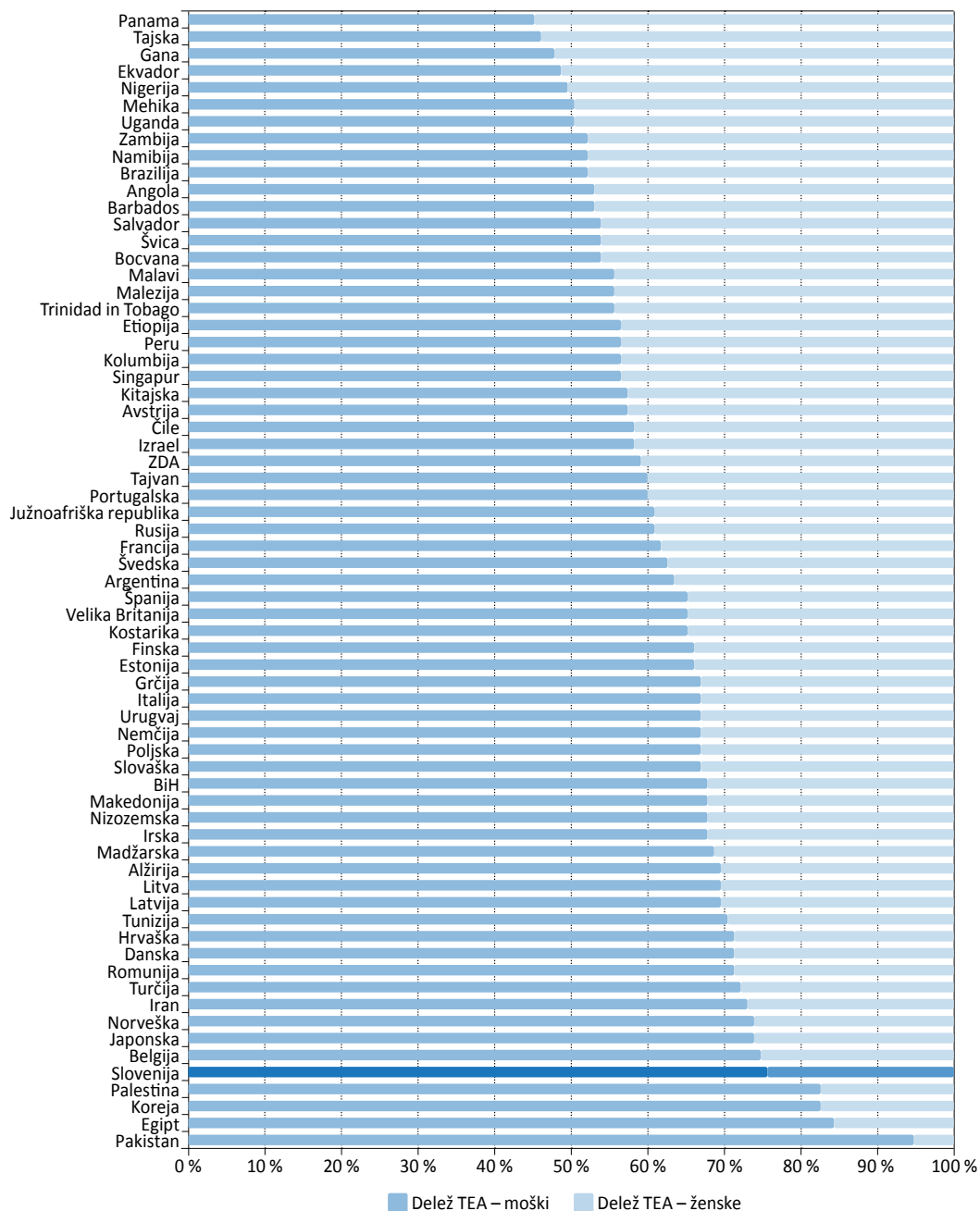
Za spoznanje manj neprijeten vtis smo v letu 2012 pustili pri ustaljenih podjetnicah, to je tistih, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol, pri čemer se je Slovenija uvrstila na 51. mesto na lestvici (2,9 %). Indeks podjetniške aktivnosti žensk v okviru ustaljenih podjetij je sicer najvišji v Gani (35,8 %) in na Tajskem (29,5 %), najnižji pa v Palestini (0,7 %) in Egiptu (0,6 %). Med evropskimi državami je na prvem mestu Švica (7,1 %), ki je hkrati na 13. mestu med 67 sodelujočimi državami, za njo pa je Grčija (6,8 %). Zadnja med evropskimi državami je bila lani Italija (1,6 %), ki je na 61. mestu na lestvici.

Med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki je samo četrtnina žensk (24,3 %; tabela 17). Nižji delež ženskega podjetništva kot v Sloveniji imajo le še v Palestini (17,6 %), Koreji (17,4 %), Egiptu (15,4 %) in v Pakistanu (5,4 %). Med evropskimi državami je delež žensk najvišji v Švici (45,9 %), kar jo uvršča na 14. mesto na lestvici med 67 sodelujočimi državami, na kateri so na prvih treh mestih Panama (55,1 %), Tajska (54,4 %) in Gana (52 %).

Tabela 17: Odstotek podjetnic med vsemi podjetniki v letih 2011 in 2012, GEM Slovenija 2012

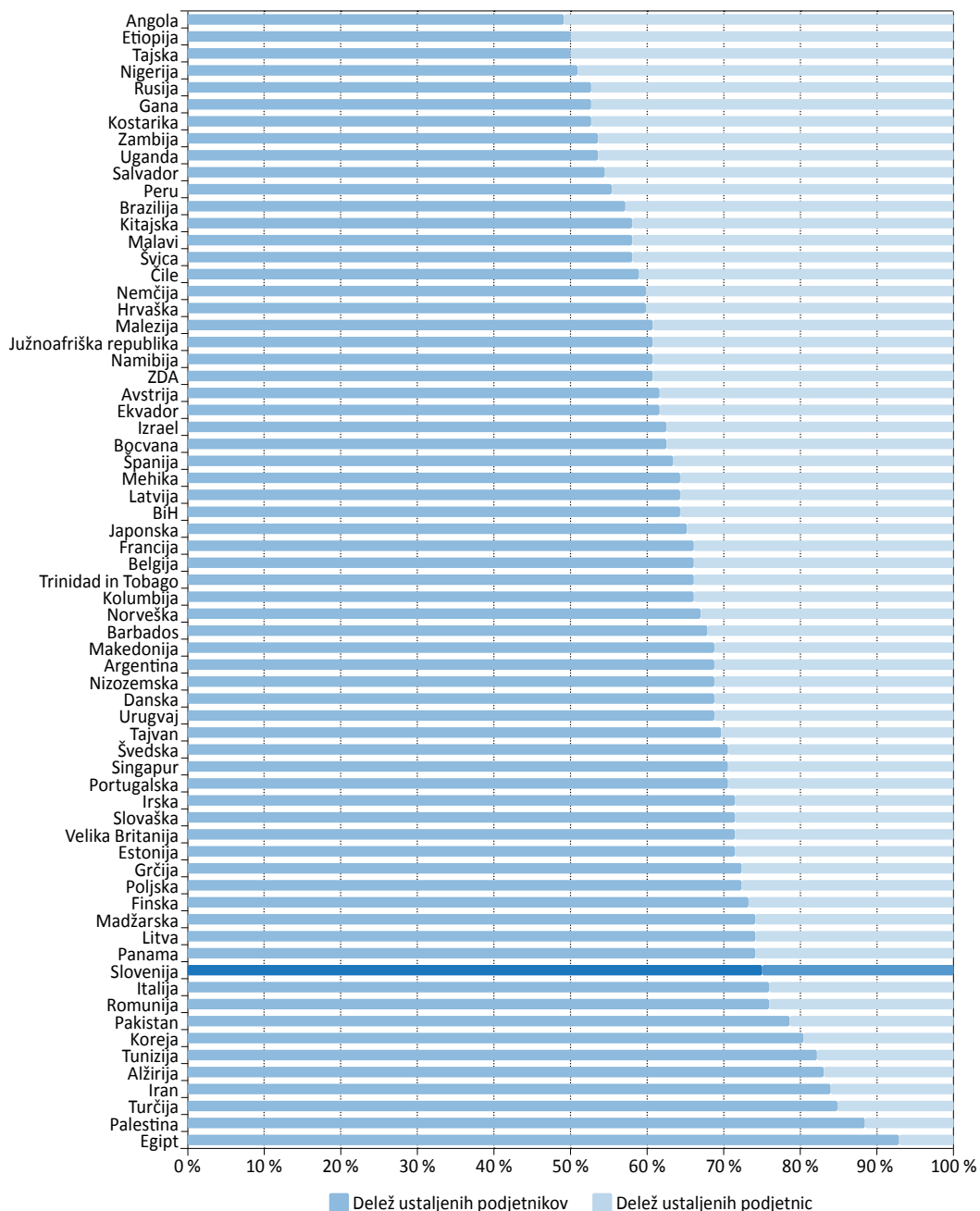
Odstotek podjetnic v letih 2012 in 2011 (izračunano je netehtano povprečje)	Slovenija	Države GEM	Evropske države GEM	Inovacijska gospodarstva	JV Evropa	Evropska unija
odstotek nastajajočih in novih podjetnic						
2012	24,28	37,09	33,17	34,24	30,68	33,08
2011	37,01	36,66	34,46	36,03	34,85	33,85
odstotek ustaljenih podjetnic						
2012	25,14	33,68	31,37	31,78	29,77	30,18
2011	31,09	32,6	31,53	31,4	33,42	30,6

Slika 32: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami



GEM 2012

Slika 33: Ustaljena podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami

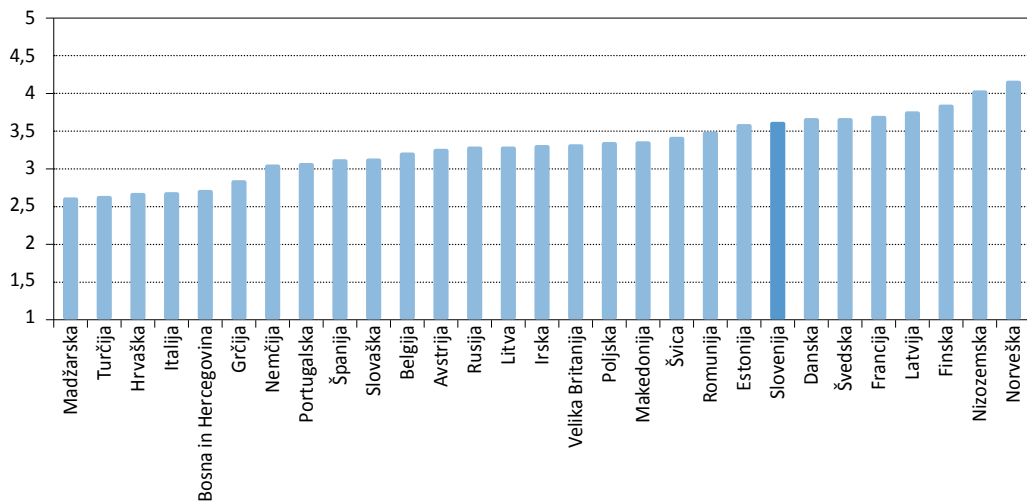


V poročilu OECD o ženskem podjetništvu (OECD 2004) je poudarjeno, da so glede na znanje, veščine in izkušnje med posamezniki nekatere pomembne razlike. Posameznik pridobiva znanje z osebnimi izkušnjami, v poklicu, z delovnimi rutinami, na družbenih omrežjih in v vsakodnevem življenju. Ženske se po svojih izkušnjah razlikujejo od moških zato, ker opravljajo drugačne poklice (pogosto manj primerne za samozaposlitev in podjetništvo), v službi imajo drugačna opravila ter so vpete v drugačne družbene odnose in vsakodnevno življenje, prav tako pa tudi drugače identificirajo poslovne priložnosti in jih poskušajo drugače izkoristiti. V večini evropskih držav predstavljajo ženske večino študentov in univerzitetnih diplomantov (Evropska komisija, EACEA 2010). Zato bi bilo mogoče pričakovati, da sta formalno podjetniško izobraževanje in usposabljanje enakomerno porazdeljena za oba spola. Ker pa ima Slovenija izrazito slabo urejeno formalno podjetniško izobraževanje na vseh ravneh izobraževanja, v rednem šolanju pa podjetniško znanje ni posredovano, to ne drži. Dodatna znanja in veščine si je možno pridobiti praktično le v neformalnem izobraževanju, ki pa se ga bolj udeležujejo moški kot ženske.

Že v prejšnjih letih smo, denimo, ugotavljali, da so mnoge spremenljivke, ki so se pokazale kot pomembne pri odločanju za podjetniško kariero, za ženske manj ugodne kot za moške. Manj žensk kot moških verjame, da imajo znanje, veščine in izkušnje za podjetništvo. Manj jih meni, da se bodo v naslednjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti, ženske se tudi bolj bojijo neuspeha kot moški in poznajo manj ljudi, ki so v zadnjih dveh letih ustanovili podjetje. To seveda pomeni, da bo treba za povečanje prisotnosti žensk v podjetništvu sprejemati učinkovitejša ukrepe, ki bodo posegali globlje od kratkoročnih in enkratnih akcij ali pozivov.

Zanimivo je, da je po siceršnjem odnosu do žensk v podjetništvu Slovenija v evropskem in tudi v svetovnem merilu vselej visoko uvrščena. To področje so po petih komponentah ocenjevali nacionalni izvedenci. Na lestvici od 1 do 5 so ocenjevali, ali je v Sloveniji na razpolago dovolj socialnih služb, ki omogočajo, da lahko ženske opravljajo svoje delo tudi še potem, ko si osnujejo družino; ali je ustanovitev podjetja za žensko družbeno sprejemljiva kariera; ali spodbujajo ženske, da bi se samozaposlile ali ustanovile novo podjetje; ali imajo ženske in moški enake možnosti za dostop do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja in ali so ženske in moški enako sposobni ustanoviti novo podjetje. Glede na povprečno oceno, ki znaša 3,62, zaseda Slovenija 12. mesto med vsemi državami GEM in 8. mesto v evropskem merilu ter se s tem postavlja ob bok Danski in Estoniji (*slika 34*). To pomeni, da imajo formalno in pravno ženske v Sloveniji enakovredno izhodišče za podjetništvo kot moški. Zlasti v nekaterih manj razvitih državah njihovi izvedenci splošni odnos družbe do ženskega podjetništva ocenjujejo precej slabše, med evropskimi državami pa je na repu lestvice mogoče najti Madžarsko, Hrvaško, Italijo ter Bosno in Hercegovino, skandinavske države pa so tudi leta 2012 na tem področju zasedale najvišja mesta.

Slika 34: Odnos do žensk v podjetništvu, evropske države GEM

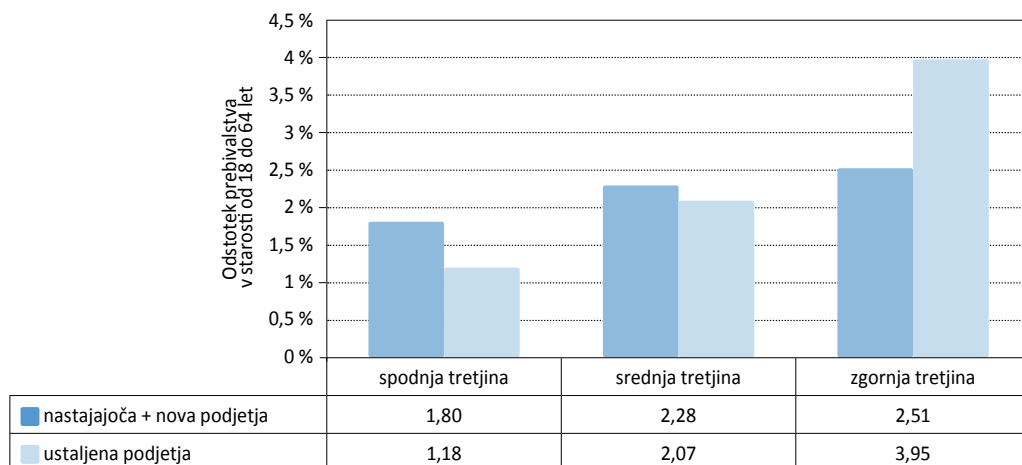


GEM NES 2012

5.3 DOHODEK

V GEM-ovi preglednici značilnosti podjetništva v Sloveniji v letu 2012 (tabela 5 v 2. poglavju) je prikazana tudi razporeditev podjetniške aktivnosti glede na dohodek gospodinjstev, iz katerih prihajajo podjetniki in podjetnice. Gospodinjstva so glede na dohodek razdeljena na tretjine.

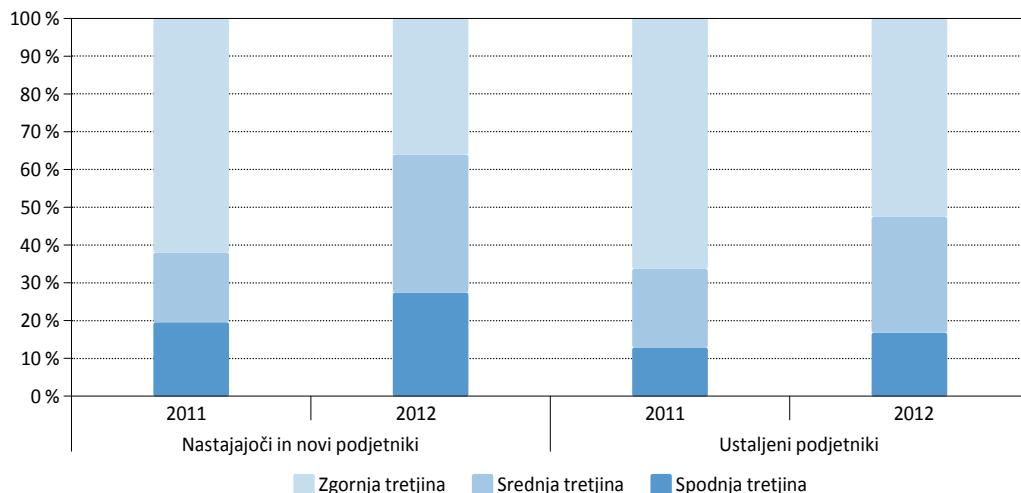
Slika 35: Podjetniška aktivnost glede na dohodek



GEM Slovenija 2012

Kot je prikazano na *sliki 35*, prispeva odraslo prebivalstvo, ki se uvršča v zgornji dohodkovni razred, največji delež nastajajočih in novih podjetnikov, še zlasti pa ustaljenih podjetnikov. Iz tega dohodkovnega razreda je bilo leta 2012 podjetniško aktivnih dobrih 6 % odraslega prebivalstva (2,51 % zgodnjih in 3,95 % ustaljenih podjetnikov); v srednjem dohodkovnem razredu so bili podjetniško aktivni dobri 4 % prebivalstva, v spodnjem dohodkovnem razredu pa nekaj manj kot 3 %. Za takšno vključevanje prebivalstva v podjetništvo je več razlogov, začeniši z izobrazbo, ki je v gornjem dohodkovnem razredu v povprečju višja, nanjo pa so vezana tudi določena znanja in izkušnje, ki so za podjetniško kariero v inovacijskem gospodarstvu, kamor se uvršča Slovenija, primernejša. Večji je tudi spekter poslovnih priložnosti, ki je na razpolago, brez prevelikega tveganja pa lahko tudi prepostavimo, da so v tem dohodkovnem razredu ovire finančne narave manjše. Pogosto je namreč izkoriščanje poslovne priložnosti povezano z določenimi vlaganji finančnih sredstev, česar prebivalstvo iz gospodinjstev z najnižjimi dohodki verjetno ne more financirati, manjše pa so tudi njihove možnosti za pridobitev finančnih sredstev od bank ali iz drugih podobnih dolžniških virov financiranja. Tudi leta 2012 so bili motivi, zaradi katerih se ljudje vključujejo v podjetništvo, povezani zlasti z izkoriščanjem poslovnih priložnosti, kar prikazujemo v razdelku 3.2.2.4, in manj zato, ker bi bili v to prisiljeni, ker ne bi imeli drugih sredstev za preživljanje. Tudi to je del razlage za manjši delež zgodnje podjetniške aktivnosti, vezan na gospodinjstva z najnižjimi dohodki.

Slika 36: Dohodkovni razredi in podjetništvo



GEM Slovenija 2012

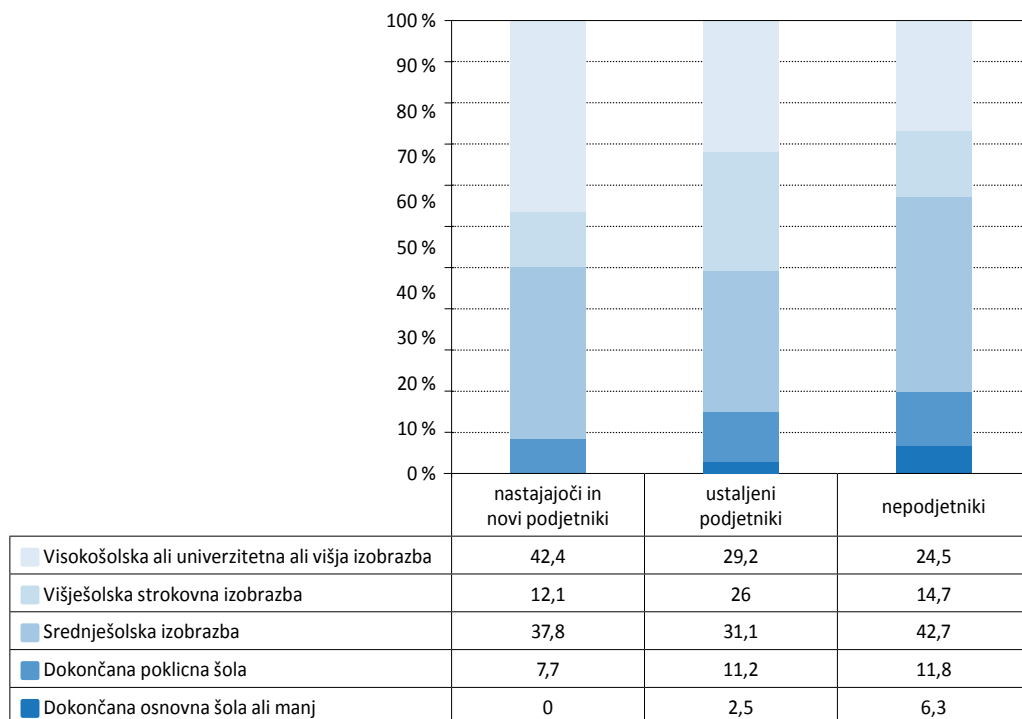
Medtem ko smo v letih 2009 in 2010 lahko ugotavljali porast deleža nastajajočih in novih podjetnikov iz tretjine gospodinjstev z najvišjim dohodkom (54,4 % leta 2009 in 64,8 % leta 2010), smo leta 2011 zabeležili rahel upad glede na leto 2010, in sicer na 62,0 %. Obenem smo zaznali močnejši porast deleža nastajajočih in novih podjetnikov iz tretjine gospodinjstev z najnižjimi dohodki, saj je bila leta 2011 skoraj petina vseh nastajajočih in novih podjetnikov iz najnižje tretjine; leto poprej je bila takšnih v povprečju desetina (Rebernik idr. 2012). Podobno je bilo tudi pri ustaljenih podjetnikih, med katerimi se je delež tistih, ki so izhajali iz tretjine gospodinjstev z najvišjim dohodkom, še okrepil – 51,2 % leta 2010 in 66,2 % leta 2011 –, zlasti na račun deleža tistih iz gospodinjstev iz srednje dohodkovne tretjine.

Kot je prikazano na *sliki 36*, se je leta 2012 zgodila pomembna sprememba, saj je v primerjavi z letom 2011 delež nastajajočih in novih podjetnikov upadel z 62 % kar na 36,2 %; sorazmerno s tem padcem se je povečal delež podjetnikov iz srednjega dohodkovnega razreda z 18,6 % na 36,4 %, delež podjetnikov iz spodnjega dohodkovnega razreda pa z 19,4 % na 27,5 %. Podoben premik je tudi pri ustaljenih podjetnikih: delež podjetnikov iz zgornjega dohodkovnega razreda je upadel s 66,2 % na 52,7 %, narasel pa je delež podjetnikov iz srednjega dohodkovnega razreda z 21 % na 30,6 % ter delež podjetnikov iz spodnjega dohodkovnega razreda z 12,7 % na 16,8 %.

5.4 IZOBRAZBA

Izobrazba, tako neformalna kot formalna, je izjemnega pomena za podjetništvo, saj povečuje zalogo informacij in veščin posameznika, ki so pomembne za zaznavanje in izrabo poslovne priložnosti. Obenem je izobrazbena struktura podjetnikov eden izmed pomembnih dejavnikov, ki vplivajo na kakovost podjetništva in njegovo zmožnost za rast in razvoj. Prav zato so nekateri podatki o izobrazbi podjetnikov za leto 2012 zaskrbljujoči (*tabela 5* v 2. poglavju), saj ugotavljamo, da je med nastajajočimi podjetniki upadel delež tistih z visokošolsko izobrazbo s 44,3 % v letu 2011 na 39,2 %. Med novimi podjetniki je bil ta upad še večji – z 52,1 % na 44,9 %. Medtem ko se pri nastajajočih podjetnikih ta upad do določene mere vsaj delno kompenzira s povečanim deležem podjetnikov z višješolsko strokovno izobrazbo (s 5,2-odstotnega deleža na 13,1-odstotni delež), pa je pri novih podjetjih tukaj še večji upad, in sicer od 23,5 % na 10,7 %. Upad deleža podjetnikov z visokokošolsko izobrazbo smo zabeležili tudi pri ustaljenih podjetnikih, kjer se je delež v primerjavi z letom 2011 zmanjšal s 37 % na 29,2 %.

Slika 37: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo



Zmanjševanje števila podjetnikov z visokošolsko izobrazbo je resno opozorilo, da je bilo premalo narejeno za to, da bi se visoko izobraženi posamezniki odločali za podjetniško kariero. Rezultati analize Evropske komisije kažejo, da je obseg podjetniškega izobraževanja zaskrbljujoč. Več kot polovica evropskih študentov na visokošolski ravni nima dostopa do podjetniškega izobraževanja. To pomeni, da okoli 11 milijonov študentov nima možnosti pridobiti tovrstnih in/ali posebnih učnih vsebin, ki bi lahko spodbujale njihovo podjetniško naravnost (EC 2008). Večina univerzitetnih programov tako še naprej usposablja študente, da jih bo nekdo zaposlil in da bodo za nekoga delali.

Posamezniki, ki so zainteresirani za podjetniško kariero, morajo razviti vrsto veščin, ki jim bodo pomagale pri upravljanju in vodenju njihovega podjetja (npr. planiranje, obvladovanje tveganja, analiziranje trga, reševanje problemov, timsko delo in drugo). Uspešen zagon novega podjetja zahteva obvladovanje in povezovanje spretnosti, drugačne od tistih, ki jih zahteva ohranjanje vzpostavljenega posla. Visokošolski izobraževalni programi seveda imajo svoje omejitve, vendar lahko odigrajo pomembno vlogo pri zagotavljanju vpogleda v izzive podjetniškega udejstvovanja ter pri razvijanju veščin in samozaupanja (Henderson in Robertson 1999). Primerjava, izvedena med študenti poslovnih šol na univerzah v 11 državah (Širec in Rebernik 2011), je pokazala, da je za izobraževanje za podjetništvo potreben drugačen izobraževalni pristop, kot je primeren za izobraževanje bodočih managerjev velikih podjetij, kjer obstaja potreba po specializiranem znanju, ter da morajo študenti že med študijem izboljšati svojo ustvarjalnost, razviti sposobnosti za prepoznavanje poslovnih priložnosti, pridobiti zaupanje vase ter se seznaniti z izzivi vodenja. Še zdaleč torej ni nujno, da podjetniško izobraževanje vodi v ustanovitev lastnega podjetja, gre tudi za pridobitev številnih drugih veščin in lastnosti, ki so lahko uporabne in potrebne tudi v drugih vrstah poklicnega udejstvovanja – od zaznavanja priložnosti, povezovanja in sodelovanja do zdrave ambicioznosti in zavedanja samoodgovornosti.

Podjetniki se ne rodijo, ampak se ustvarijo s pomočjo pridobljenih izkušenj, ko se pod vplivom učiteljev, staršev, mentorjev in vzornikov razvijajo in učijo v celotnem procesu rasti (Volery 2004). Morda posameznikov, ki jih zanima podjetništvo, in sedanjih podjetnikov ne moremo naučiti, kako biti podjetnik, lahko pa jih spodbujamo in ne odvrčamo od tovrstnega udejstvovanja. Podjetniške namere so ključnega pomena za razumevanje celotnega procesa podjetništva, ker predstavljajo potreben pogoj za podjetniško aktivnost. Po Redford in Trigo (2007) ima lahko podjetniško izobraževanje tri ključne vloge pri spodbujanju »podjetniške družbe«. Deluje lahko na način ustvarjanja pozitivne miselnosti in študentom predstavi podjetništvo kot možno in zaželeno izbiro kariere. Podjetniško izobraževanje prispeva k razvoju znanj in spretnosti, s pomočjo katerih bodo študentje razvili tehnično-poslovne veščine za uspešno podjetniško kariero. Končno pa lahko ima podjetniško izobraževanje tudi vlogo v znanstvenem razvoju, ki ga prispeva z raziskovanjem in širšim poznavanjem podjetniških pojavov.

Izobraževalni sistem je namreč tisti, ki mora posamezniku privzgojiti zasnove za odločanje o tem, s čim se želi poklicno ukvarjati. Če posamezniki med šolanjem ne pridobijo zavedanja o tem, da je podjetniška kariera dobra izbira, bo vključevanje v podjetništvo seveda manjše. Toda izobraževalni sistem ne more nadomestiti spodbudnega okolja za podjetništvo.

5.5 NEKATERE DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI NOTRANJIH PODJETNIKOV

Za notranje podjetnike je na splošno značilno, da so visoko izobraženi posamezniki, ki imajo v povprečju univerzitetno ali višjo izobrazbo, velikokrat kot kombinacijo različnih usmeritev, ki med seboj povezujejo različna znanja, od tehničnih do poslovnih. Ti posamezniki prevzemajo vloge kot vodilni notranji podjetniki od svojega 40. leta naprej, medtem ko od 30. leta naprej pogosto

sodelujejo v notranjepodjetniških timih, v katerih pridobivajo ustrezna znanja in izkušnje, da lahko kasneje prevzemajo vodilne vloge (Burns 2008). Kot je prikazano v *tabeli 18*, je v Sloveniji največ zaposlenih vključenih in prevzema vodilne vloge pri notranjepodjetniških aktivnostih v starostni skupini med 35. in 44. letom (33 % široka in ozka opredelitev), sledi jim starostna skupina med 45. in 54. letom (27 % široka opredelitev in 28 % ozka opredelitev). Najmanj vključenih v notranjepodjetniške aktivnosti je med najmlajšimi zaposlenimi v starostni skupini med 18. in 24. letom (le 2 %), kar je glede na starosti primerne manjše delovne izkušnje in strokovno znanje tudi razumljivo. V tej starostni skupini je v Sloveniji tudi sicer malo podjetnikov. V starostni skupini med 25. in 34. letom ta delež bistveno naraste, in sicer na 24 % pri široki opredelitvi oziroma 22 % pri ozki opredelitvi notranjega podjetništva. Upad pri vključenosti v notranjepodjetniške aktivnosti pa je ponovno zaznati med najstarejšimi zaposlenimi (od 55. do 64. leta), ko upade na 14 % oziroma 15 %.

Tabela 18: Vključenost in vodilna vloga pri notranjepodjetniških aktivnostih po starostnih skupinah, GEM Slovenija 2012

Starostna skupina v letih	18–24	25–34	35–44	45–54	55–64
Široka opredelitev: aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v zadnjih 3 letih (kot % zaposlenih)	2	24	33	27	14
Ozka opredelitev: aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v času raziskave (kot % zaposlenih)	2	22	33	28	15

V notranjepodjetniške aktivnosti so v več kot polovici vključeni posamezniki, ki imajo univerzitetno izobrazbo, kar je prikazano v *tabeli 19*. Takih je bilo v zadnjih treh letih 52 % podjetnih zaposlenih, v času raziskave pa kar 54 %. Pomembneje se v podjetniške dejavnosti vključujejo zaposleni, ki imajo končano najmanj srednješolsko izobrazbo, nižje izobraženi zaposleni pa v tovrstne dejavnosti praktično niso vključeni.

Tabela 19: Izobrazbena struktura podjetnih zaposlenih, vključenih v notranjepodjetniške aktivnosti, GEM Slovenija 2012

Dosežena izobrazba	osnovna šola ali manj	poklicna šola	srednja šola, gimnazija	višja izobrazba ali visoka strokovna izobrazba	visoka univerzitetna izobrazba	znanstveni magisterij, doktorat
Široka opredelitev: aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v zadnjih 3 letih (kot % zaposlenih)	0	1	17	14	52	17
Ozka opredelitev: aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v času raziskave (kot % zaposlenih)	0	0	14	12	54	20

Ob tem je bilo v notranjepodjetniške aktivnosti vključenih in je imelo vodilno vlogo v zadnjih treh letih 64 % moških in 36 % žensk (široka opredelitev), v času raziskave pa 60 % moških in 40 % žensk (ozka opredelitev).

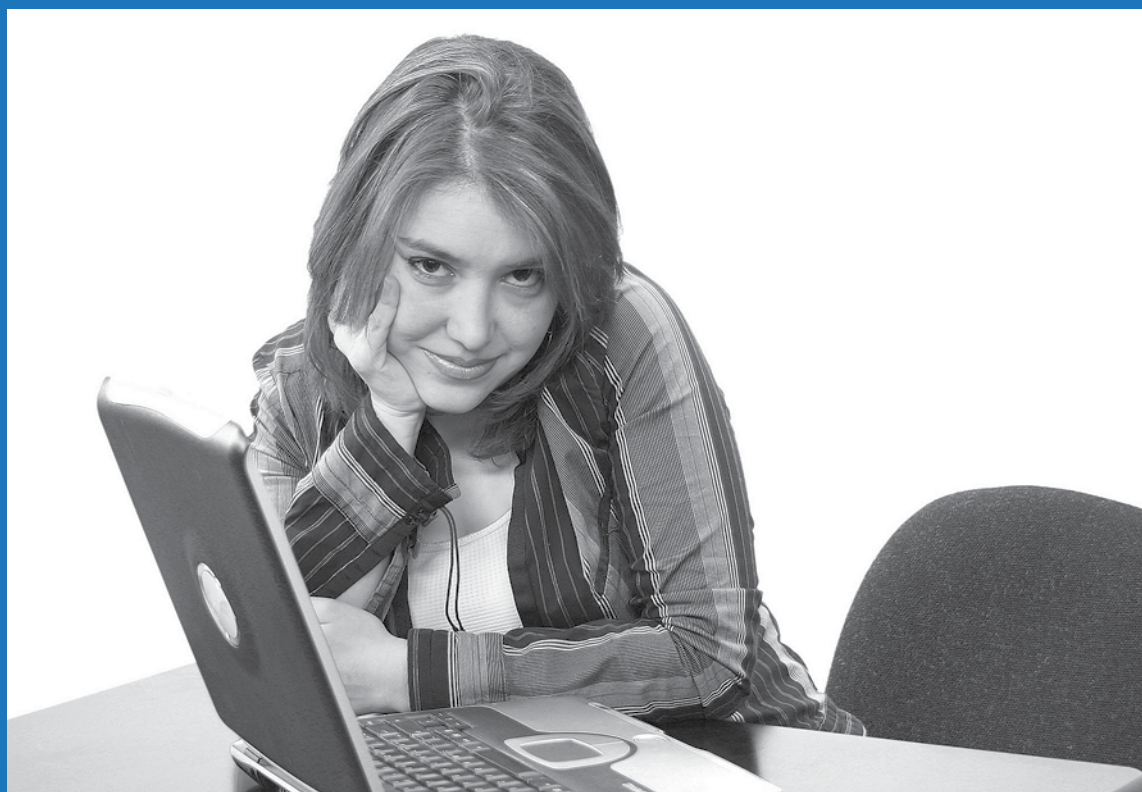


Polona TOMINC
Miroslav REBERNIK

Gender differences in early-stage entrepreneurship in three European post-socialist countries = Razlike v zgodnji podjetniški aktivnosti med spoloma v treh evropskih posocialističnih državah

Društvena istraživanja (Zagreb), 2007, let. 16, št. 3, str. 589–611

Avtorja v prispevku proučujeta razlike v zgodnji podjetniški aktivnosti med moškimi in ženskami na Madžarskem, Hrvaškem in v Sloveniji. Z raziskavo sta podala tri ključne prispevke. Prvi je zagotovitev jasnejšega vpogleda v razlike med spoloma glede podjetniških zmogljivosti v treh proučevanih državah. Drugi je zagotovitev jasnejšega vpogleda v stanje razlik med spoloma glede zgodnje podjetniške aktivnosti z vidika zaznavanja podjetniških priložnosti oziroma nujnosti v obravnavanih treh državah. Tretji pa je okrepitev razumevanja razlik med spoloma z vidika





podjetniških pričakovanj po rasti zgodnje podjetniško aktivnih posameznikov na Madžarskem, Hrvaškem in v Sloveniji. Temeljno raziskovalno vprašanje se tako glasi: Katere razlike med državami se zdijo podobne iz globalne perspektive? Analiza je bila izvedena na dveh ravneh: primerjava v okviru posamezne države (razlike v zgodnji podjetniški aktivnosti med spoloma v vsaki obravnavani državi) ter primerjava med državami (razlike med državami v zgodnji podjetniški aktivnosti za vsak spol posebej). Avtorja se v članku osredotočata na tri glavne značilnosti zgodnje podjetniške aktivnosti med odraslimi: na *podjetniško zmogljivost*, ki sta jo analizirala s pomočjo podjetniškega zavedanja in prevzemanja tveganja, *motivacijo za podjetništvo* z analizo podjetništva zaradi priložnosti ali zaradi nuje in na *podjetniške aspiracije po rasti* podjetnikov in podjetnic v zgodnjih fazah podjetništva na Madžarskem, Hrvaškem in v Sloveniji.

Viri podatkov in metodologija. Glavna podatkovna osnova prispevka so podatki iz izbirke Global Entrepreneurship Monitor (GEM) za leta 2002, 2003 in 2004. Prečiščen vzorec sestavlja 190 zgodnje podjetniško aktivnih podjetnikov iz Slovenije, 158 iz Hrvaške in 255 z Madžarske. Uporabljena metodologija vključuje analizo glavnih komponent za tvorjenje spremenljivk podjetniške zmogljivosti in nenaklonjenosti tveganju. Za testiranje statistično značilnih razlik med spoloma in državami sta avtorja uporabila enosmerno ANOVO, t-test za neodvisne vzorce ter test hi-kvadrat.

Spoznanja. Kljub dolgoletni skupni zgodovini se države med seboj značilno razlikujejo po različnih značilnostih. Značilne razlike sta avtorja identificirala tudi med spoloma v vsaki posamezni državi. Večina razlik je bila ugotovljena med Slovenijo na eni strani ter Hrvaško in Madžarsko na drugi strani. Najvišja podjetniška zmogljivost tako med moškimi kot med ženskami je bila ugotovljena v Sloveniji, sledita pa Hrvaška in Madžarska. Zdi se, da je nižja stopnja podjetniške zmogljivosti **včasih povezana** tudi z nižjo nenaklonjenostjo tveganju med odraslimi. Madžari v povprečju izražajo najnižjo stopnjo nenaklonjenosti tveganju v primerjavi s Slovenci in Hrvati.

Med državami ni bilo zaznati razlik med zgodnjo podjetniško aktivnostjo zaradi zaznanih poslovnih priložnosti za oba spola. Pomembne razlike pa sta avtorja identificirala za zgodnjo podjetniško aktivnost zaradi nujnosti. Moški na Hrvaškem in ženske na Madžarskem so v večji meri vključeni v **zgodnjo podjetniško aktivnost** zaradi nujnosti. V vseh treh državah so moški bolj vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost zaradi zaznanih poslovnih priložnosti. Glede na zgodnjo podjetniško aktivnost zaradi nuje razlike med spoloma v Sloveniji in na Madžarskem niso statistično značilne. Avtorja sta jih identificirala na Hrvaškem, kjer so moški bolj verjetno kot ženske vključeni v zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi nuje. Moški v povprečju pogosteje zaznavajo in tudi izkoristijo poslovne priložnosti kot ženske. Ko gre za zgodnjo podjetniško aktivnost iz nuje, pa kaže, da spol ni več pomemben. Ženske v povprečju manj pogosto začnejo podjetniško aktivnost, vendar se glede podjetniških aspiracij po rasti med seboj značilno ne razlikujejo.

6 Podjetniške aspiracije in konkurenčnost

6.1 MERJENJE PODJETNIŠKIH ASPIRACIJ IN NAVEZAVA NA KONKURENČNOST

Podjetniki imajo zelo različna pričakovanja – aspiracije o razvoju svojih podjetij. V raziskavi GEM merimo njihove aspiracije z vidika treh dimenzij: rasti števila zaposlenih, inovativnosti in internacionalizacije poslovanja. Zanimajo nas pričakovanja podjetnikov o rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih. Rastoča podjetja predstavljajo majhen del podjetniške populacije v vseh gospodarstvih sveta (Autio 2007), vendar so izrednega pomena za razvoj nacionalnih gospodarstev še zlasti zaradi njihovega prispevka pri ustvarjanju novih delovnih mest. Pomemben dejavnik vpliva na rast je tudi inovacijska naravnost podjetij (Koellinger 2008), ki jo v raziskavi merimo skozi prizmo uvajanja proizvodov in/ali storitev, ki so za potencialne kupce novi, ter z oceno inovativnosti tehnologij, ki jih podjetja uporabljajo v svojem poslovnem procesu. Tretji segment aspiracij podjetnikov se nanaša na stopnjo internacionalizacije podjetij oziroma podjetij. To so ocene podjetnikov o tem, kolikšen del proizvodov in/ali opravljenih storitev namenijo kupcem zunaj meja njihovega gospodarstva.

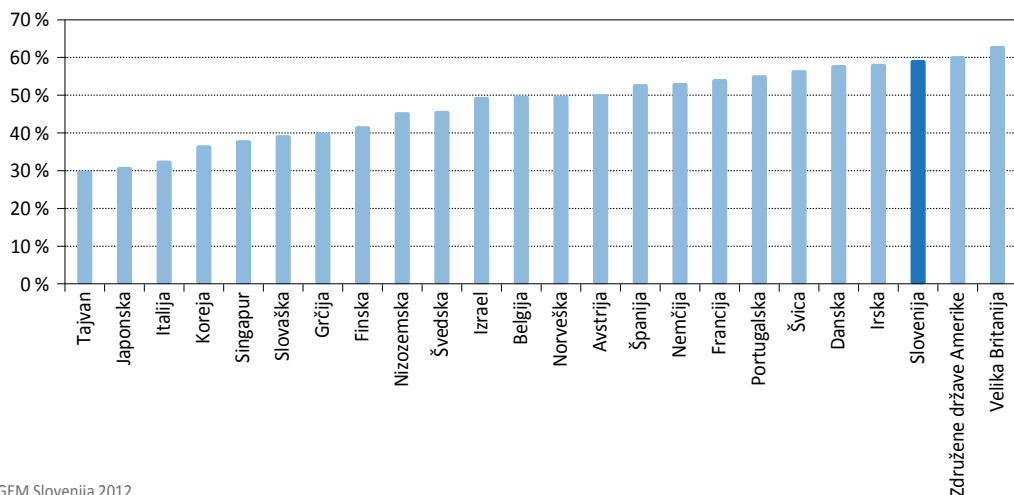
Podjetniki lahko s svojimi proizvodi in/ali storitvami konkurirajo na bolj ali manj konkurenčnih trgih. Izpostavljenost konkurenci v raziskavi GEM merimo z vprašanjem:

- Ali v tem trenutku obstaja veliko ali malo drugih podjetij, ki ponujajo enak proizvod ali storitev vašim potencialnim strankam, oziroma ali takih podjetij sploh ni?

Anketiranci z odgovorom na zastavljeno vprašanje izrazijo svoje mnenje o stopnji konkurenčnosti, ki jo zaznavajo na trgih, na katerih so prisotni.

Na *sliki 38* je prikazan delež nastajajočih in novih podjetnikov v skupini inovacijskih gospodarstev, ki menijo, da s svojimi proizvodi in/ali storitvami vstopajo na trge z malo ali nič konkurence. Slovenija se uvršča na visoko tretje mesto z 59 % tistih, ki načrtujejo vstop na tako imenovane nišne trge. Na čelo držav obravnavane skupine inovacijskih gospodarstev se uvrščata Velika Britanija in ZDA, medtem ko so z le dobrimi 30 % na repu lestvice države, kot so Tajski, Japonska in Italija. V skupini učinkovitostnih gospodarstev sta najvišje uvrščena Čile (62 %) in Estonija (59 %), najnižje pa Kitajska (30 %) in Rusija (32 %).

Slika 38: Zgodnja podjetniška aktivnost in stopnja konkurenčnosti



GEM Slovenija 2012

V nadaljevanju predstavljamo povezavo med stopnjo konkurenčnosti in aspiracijami po rasti števila zaposlenih, inovativnostjo in stopnjo internacionalizacije slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov ter jih primerjamo z ustaljenimi podjetniki. To bomo interpretirali s pomočjo koncepta strategije modrega oceana (ang. *blue ocean strategy*), ki sta ga uveljavila Chan Kim in Renée Mauborgne (2005). Za potrebe naše analize bomo manj konkurenčna tržišča poenostavljeno interpretirali kot tržišča modrega oceana (novi trgi z malo ali nič konkurence), tržišča z veliko konkurentov pa kot tržišča rdečega oceana (»krvavi« oceani, z veliko konkurence). Uvodoma bomo prikazali demografske značilnosti obeh opazovanih skupin – nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov – v odvisnosti od stopnje konkurenčnosti tržišč, na katera vstopajo oziroma na njih trgujejo.

6.2 KONKURENČNOST IN DEMOGRAFIJA

Moški so bistveno bolj podjetniško aktivni od žensk. Leta 2012 je bilo v Sloveniji nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnic manj kot četrtnina. Skoraj 60 % nastajajočih in novih podjetnikov vstopa na trge z malo ali nič konkurence. Razlika med moškimi in ženskami je relativno majhna (2 %). Pri ustaljenih podjetnikih je rezultat nasproten. Le tretjina (32 %) žensk in 43 % moških ustaljenih podjetnikov posluje na tržiščih modrega oceana. Takšen vzorec nakazuje, da nastajajoči in novi podjetniki načrtujejo vstop na nišne trge, najverjetneje z inovativnimi proizvodi, medtem ko se ustaljeni podjetniki bolj potegujejo za obstoječe tržne deleže na konkurenčnejših trgih.

Tabela 20: Konkurenčnost in spol – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
SPOL		
ženske (24 %)	42 %	58 %
moški (76 %)	40 %	60 %

Tabela 21: Konkurenčnost in spol – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
SPOL		
ženske (24 %)	68 %	32 %
moški (76%)	57 %	43 %

Nastajajoči in novi podjetniki v vseh starostnih skupinah relativno pogosto vstopajo na trge z manj ali nič konkurence – v najvišjem deležu (62 %) predstavniki najmlajše skupine (18–34 let), ki jih je v vzorcu največ (41 %). Rezultat nas navaja k ugotovitvi, da najmlajša skupina išče priložnosti na novih, nišnih trgih. Nasprotno je v skupini ustaljenih podjetnikov najvišji delež (60 %) najstarejše starostne skupine (45–64 let). Ustaljeni podjetniki v vseh starostnih skupinah bolj konkurirajo na trgih z veliko konkurence.

Tabela 22: Konkurenčnost in starost – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
STAROST		
18–34 let (41 %)	38 %	62 %
35–44 let (32 %)	47 %	53 %
45–64 let (27 %)	41 %	59 %

Tabela 23: Konkurenčnost in starost – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
STAROST		
18–34 let (11 %)	69 %	31 %
35–44 let (29 %)	62 %	38 %
45–64 let (60 %)	57 %	43 %

Človeški kapital odraža posameznikovo vlaganje v znanje in veščine (Becker 1964). V tabelah 24 in 25 prikazujemo stopnjo izobrazbe nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov, razdeljeno v dve skupini: tistih, ki so dosegli najmanj srednjo stopnjo izobrazbe, in tistih, ki imajo vsaj višjo stopnjo izobrazbe. Med obravnavanima skupinama podjetnikov (zgodnji v primerjavi z ustaljenimi podjetniki) ni razlike v deležu glede na raven dosežene izobrazbe. Med vsemi podjetniki jih v obeh skupinah 55 % dosega vsaj višjo stopnjo izobrazbe. Med nastajajočimi in novimi podjetniki višje izobraženi posamezniki v večji meri (66 %) načrtujejo svoje poslovanje na trgih modrega oceana. Tudi glede stopnje izobrazbe je v skupini ustaljenih podjetnikov situacija nasprotna. Podjetniki obeh izobrazbenih ravni so intenzivneje prisotni na trgih z veliko konkurence (ok. 60 %).

Tabela 24: Konkurenčnost in izobrazba – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109),
GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
IZOBRAZBA		
srednja in manj (45 %)	44 %	56 %
višja in več (55 %)	34 %	66 %

Tabela 25: Konkurenčnost in izobrazba – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
IZOBRAZBA		
srednja in manj (45 %)	60 %	40 %
višja in več (55 %)	59 %	41 %

V tabeli 26 prikazujemo tudi razmerje med stopnjo konkurenčnosti in motivacijo, ki je posameznika spodbudila k podjetniški aktivnosti – zaznana priložnost v primerjavi z nujo. Znatno večji delež (60 %) nastajajočih in novih podjetnikov, ki se podajajo na podjetniško pot zaradi zaznane podjetniške priložnosti, načrtuje poslovanje na tržiščih z malo oziroma nič konkurence. Takšen rezultat potrjuje dejstvo, da podjetniki iz nuje poslujejo na bolj konkurenčnih trgih, in to s proizvodi in/ali storitvami, ki ne predstavljajo novosti za potencialne kupce.

Tabela 26: Konkurenčnost in motivacija – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109),
GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
MOTIVACIJA		
priložnost (93 %)	40 %	60 %
nujnost (7 %)	63 %	38 %

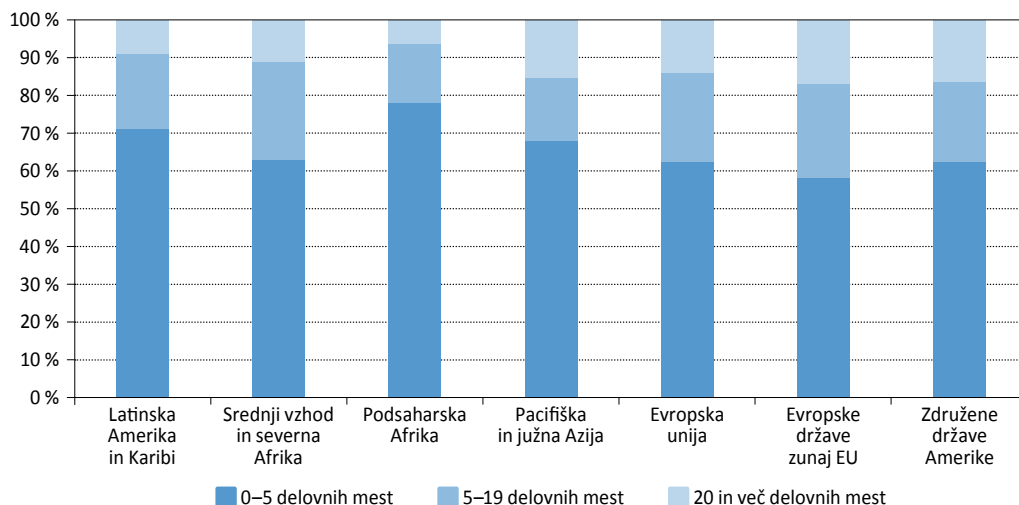
6.3 KONKURENČNOST IN USMERJENOST V RAST

V raziskavi GEM merimo usmerjenost v rast s pomočjo podjetnikove ocene rasti podjetja in njegovega mnenja o pričakovanem številu novih delovnih mest v prihodnjih petih letih. Gre torej za podjetnikova pričakovanja, zato je treba opozoriti, da so zlasti pri nastajajočih in novih podjetnikih lahko precej optimistična in ni nujno, da se bodo dejansko tudi realizirala. Hkrati dosedanje raziskave kažejo, da se rast redko udejanji ob odsotnosti podjetnikovih pričakovanj ali ambicij po rasti (Stam idr. 2012). Dosedanje raziskave so si tudi bolj ali manj enotne v ugotovitvi,

da so k rasti usmerjeni podjetniki relativno mladi moški, visoko izobraženi in relativno premožni v smislu družinskih prejemkov (Autio in Acs 2010; Bosma 2009; Terjesen in Szerb 2008).

Na *sliki 39* prikazujemo pričakovano rast števila zaposlenih nastajajočih in novih podjetnikov po geografskih regijah. Iz prikaza je moč razbrati, da so pričakovanja po rasti števila zaposlenih po regijah precej različna. Ta podatek je še posebej zanimiv zaradi dejstva, da posamezna gospodarstva sicer lahko imajo precejšnjo podjetniško aktivnost, vendar ti podjetniki zaposlujejo zgolj enega človeka ali le nekaj ljudi, medtem ko je v drugih gospodarstvih lahko manj podjetnikov, vendar v svojih podjetjih dosegajo višje stopnje pričakovane rasti zaposlitev. Na *sliki 39* je prikazana pričakovana rast števila zaposlenih kot odstotek TEA za posamezno geografsko regijo. Prikazane so tri stopnje rasti njihovih podjetij: delež podjetnikov, ki napovedujejo nizko stopnjo rasti (0–5 novih zaposlitev v naslednjih petih letih), srednjo stopnjo rasti (6–19 novih zaposlitev) ali visoko stopnjo rasti (20 in več novih zaposlitev).

Slika 39: Zgodnja podjetniška aktivnost, pričakovana rast števila zaposlenih po geografskih regijah

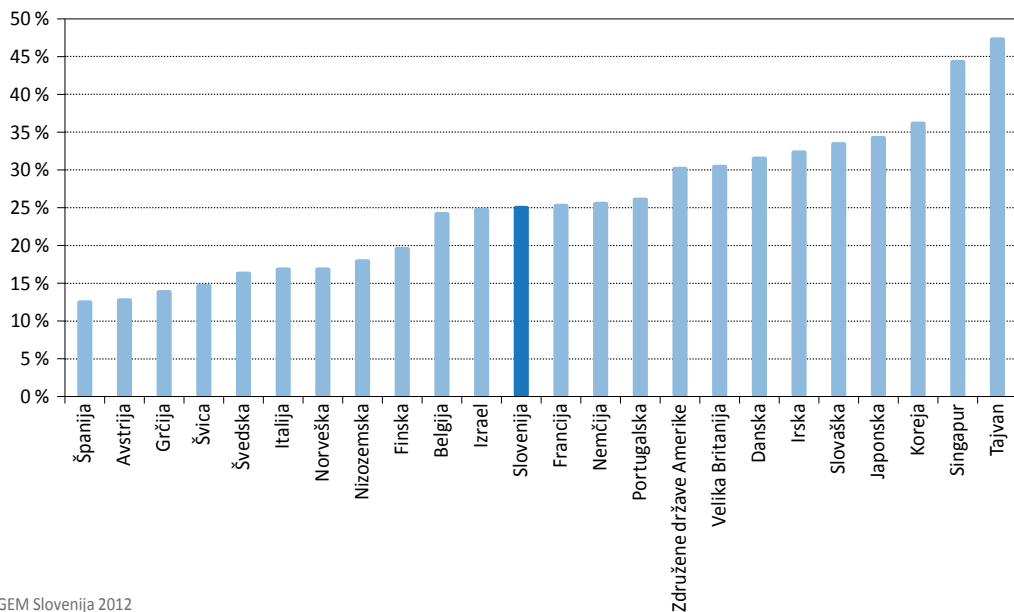


GEM 2012

Najnižje aspiracije po rasti števila zaposlenih beleži Podsaharska Afrika, kjer 80 % zgodnjih podjetnikov v prihodnjih petih letih načrtuje manj kot pet zaposlitev. V evropskih državah, ki niso članice EU, kljub relativno nizki stopnji indeksa TEA skupaj petina zgodnjih podjetnikov predvideva rast v višini 20 in več zaposlitev. ZDA izkazujejo visok delež pričakovane rasti (20 in več) ob sočasnem visokem indeksu TEA v skupini inovacijskih gospodarstev. Podobno visoka pričakovanja ob sočasno visokem indeksu TEA izražajo še Turčija, Latvija, Singapur, Kitajska in Kolumbija.

V nadaljevanju je na *sliki 40* prikazan delež nastajajočih in novih podjetnikov v skupini inovacijskih gospodarstev, ki v prihodnjih petih letih načrtujejo več kot pet novih zaposlitev. Slovenija se s 26 % uvršča v vrh spodnje sredine obravnavanih držav. Najviše uvrščene države so Japonska, Koreja, Singapur in Tajvan, najnižja pričakovanja v smislu rasti števila novih delovnih mest pa beležijo Španija, Avstrija in Grčija.

Slika 40: Pričakovano zaposlovanje zgodnjega podjetništva (več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih)



GEM Slovenija 2012

Delež podjetnikov, ki pričakujejo rast števila zaposlenih, se bistveno razlikuje med opazovanima skupinama nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov. V skupini prvih je – kot že rečeno – takšnih, ki načrtujejo več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih, 26 %. Med ustaljenimi podjetniki smo jih identificirali 35 %. Rezultat nas navaja k dejstvu, da so zaradi trenutne gospodarske situacije zgodnji podjetniki precej previdni v svojih pričakovanjih glede rasti števila zaposlenih v prihodnjem petletnem obdobju. Spodbudnejša je ugotovitev, da jih med tistimi, ki imajo aspiracije po rasti zaposlovanja, kar 71 % načrtuje vstop na trge z malo ali nič konkurence. Vzorec nas navaja k dejstvu, da večina ambicioznih, zgodnjih podjetnikov svoje ambicije namerava uresničevati z večanjem tržnih deležev na novih – nišnih trgih. V smislu tržišč modrega oceana lahko ugotovimo, da večina ambicioznih podjetnikov verjame, da je za realizacijo njihovih pričakovanih glede rasti dovolj neizkoriščenih trgov (modrih oceanov) oziroma jih je moč ustvariti.

Tabela 27: Konkurenčnost in rast števila zaposlenih – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
RAST		
aspiracije po rasti števila zaposlenih (več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih; 26 %)	29 %	71 %

Kljub temu da je delež ustaljenih podjetnikov (35 %), ki načrtujejo več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih, precej višji v primerjavi z deležem zgodnjih podjetnikov, ugotavljamo, da je

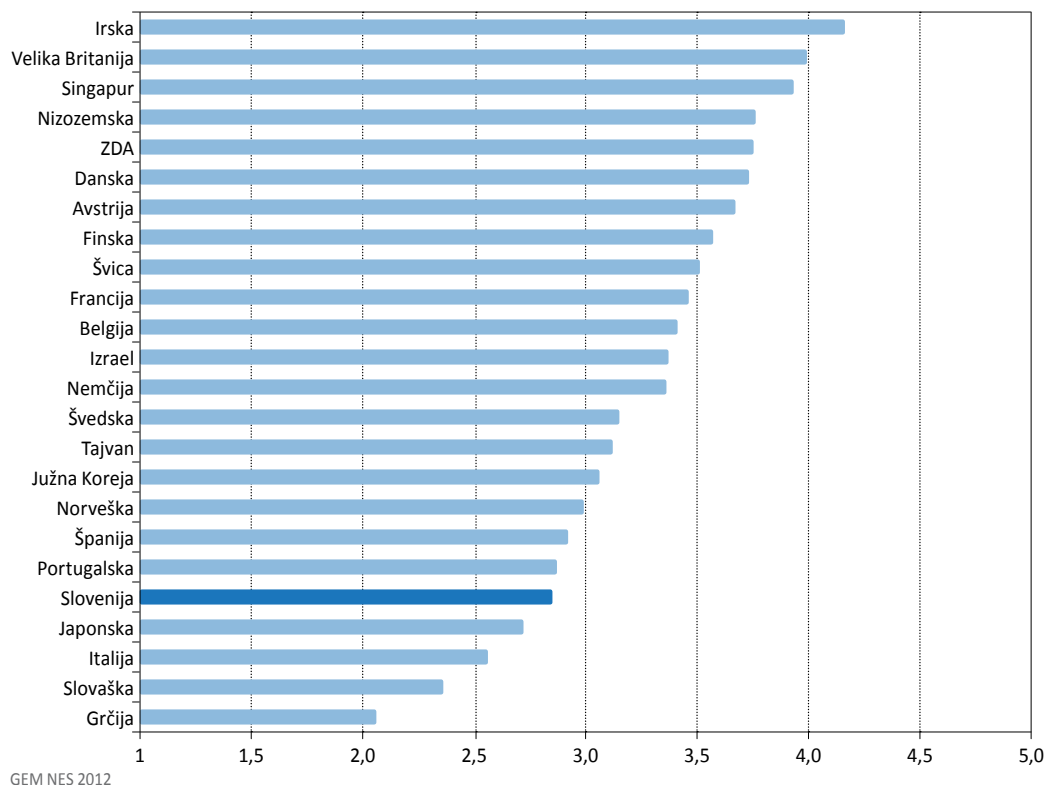
njihov delež znatno nižji na tržiščih z malo ali nič konkurence (71 % v primerjavi s 55 %). Sklenemo lahko, da večina ambicioznih podjetnikov verjame, da je strategija modrega oceana dejansko uporabna dolgoročna strategija za preživetje ustaljenih podjetnikov, kar je skladno z empiričnimi ugotovitvami Burka in soavtorjev (2008).

Tabela 28: Konkurenčnost in rast števila zaposlenih – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
RAST		
aspiracije po rasti števila zaposlenih (več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih; 35 %)	45 %	55 %

Podporo za rast podjetij so na lestvici od 1 do 5 po petih komponentah ocenjevali tudi nacionalni izvedenci, ki so v Sloveniji ocenili to področje s povprečno oceno 2,85. Med inovacijskimi državami nas to uvršča na sam rep lestvice, saj se za Slovenijo uvrščajo zgolj Japonska, Italija, Slovaška in Grčija. Na *sliki 41* lahko razberemo, da imajo med inovacijskimi gospodarstvi po oceni nacionalnih izvedencev v povprečju najmočnejšo podporo za rast podjetja na Irskem, v Veliki Britaniji in Singapurju.

Slika 41: Podpora za rast podjetij, inovacijska gospodarstva



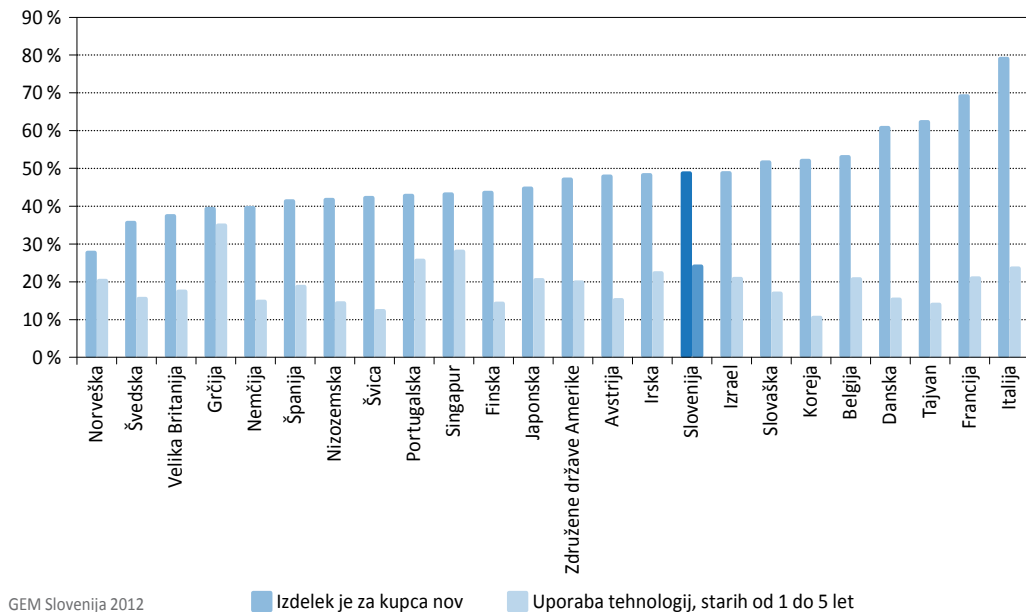
6.4 KONKURENČNOST IN INOVATIVNOST

Podjetniki se med seboj razlikujejo po stopnji in tipu novosti, ki jih uvajajo na trg. Inovativnost podjetnika je odvisna tako od individualnih lastnosti posameznika kakor tudi od značilnosti okolja, v katerem deluje. Raziskave kažejo (Koellinger 2008), da so na individualni ravni s podjetnikovo inovativnostjo značilno povezani njegova stopnja izobrazbe, brezposelnost in visoka stopnja samozaupanja. Hkrati morajo v širšem okolju obstajati objektivne možnosti za izrabo podjetniških poslovnih priložnosti. V vseh državah sveta obstajajo inovativne in posnemovalne oblike podjetništva. Medtem ko inovatorji konkurirajo pretežno s pomočjo kakovosti, posnemovalci to počno s ceno. S Schumpetrovega vidika (1934) posnemovalci vstopajo na trge potem, ko so inovatorji ravnovesne trge spravili iz ravnovesja. Podjetniki iz više razvitih nacionalnih gospodarstev so aktivnejši na področju inovativnih in ne zgolj posnemovalnih oblik konkuriranja.

Inovativnost vključuje spreminjanje proizvodov, storitev in delovnih procesov (Schumpeter 1934). S pomočjo podatkov GEM lahko ugotovimo, ali nastajajoči in novi ter ustaljeni podjetniki inovirajo v smislu uvajanja novih proizvodov in/ali storitev, ki jih imajo kupci za nove, uporabe novih tehnologij (inoviranje procesov) in glede na raven tehnološke razvitosti panoge, v kateri poslujejo.

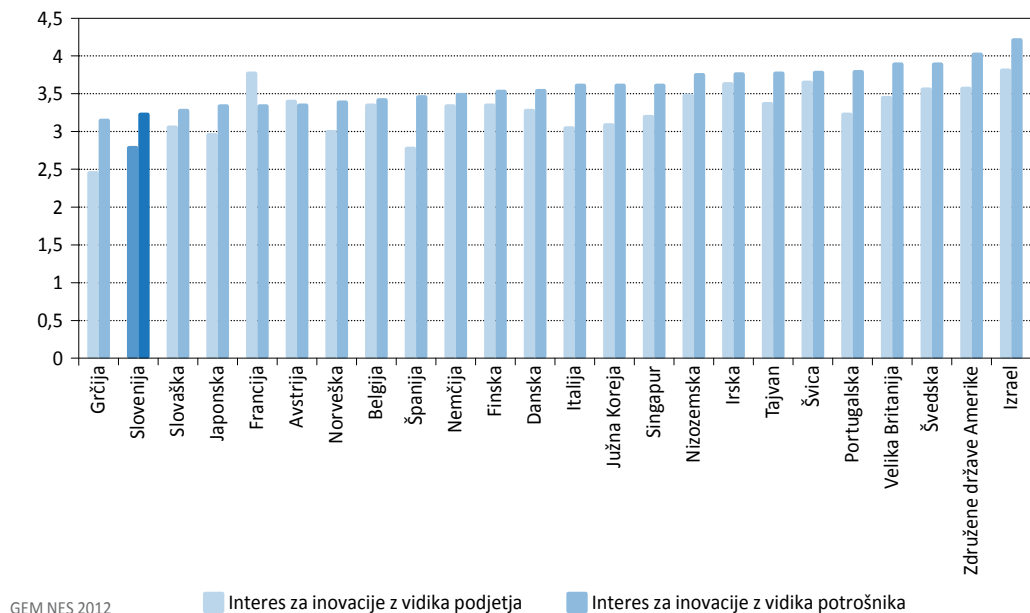
Na *sliki 42* prikazujemo dve meri. Prva meri delež nastajajočih in novih podjetnikov, ki menijo, da so proizvodi in/ali storitve, ki jih ponujajo, za kupce novi (50 %). Druga mera prikazuje delež tistih, ki menijo, da uporabljajo relativno nove tehnologije – takšne, ki niso starejše od pet let. V Sloveniji je delež teh zgodnjih podjetnikov 25 %. Upoštevaje obe meri, se med inovacijskimi gospodarstvi Slovenija uvršča na sedmo mesto. Najviše se je v obravnavani skupini gospodarstev uvrstila Italija in za njo Francija, najslabše pa sta se odrezali Švedska in Norveška. Seveda je treba rezultate interpretirati v luči razvitosti obravnavanega nacionalnega gospodarstva. Dejstvo namreč je, da bolj razvito ko je gospodarstvo, nižja je stopnja dojetanja novosti novih proizvodov in/ali storitev.

Slika 42: Zgodnja podjetniška aktivnost z novimi izdelki in uporabo novih tehnologij



Nacionalni izvedenci so na lestvici od 1 do 5 po petih komponentah ocenjevali tudi interes za inovacije v poslovnem okolju. Tako z vidika podjetja kot tudi z vidika potrošnika je interes za inovacije v Sloveniji med inovacijskimi gospodarstvi ocenjen zelo slabo. Nacionalni izvedenci v Sloveniji so to področje z vidika podjetja ocenili s povprečno oceno 2,8, kar pomeni, da se za Slovenijo na lestvici inovacijskih držav po tem področju uvrščata zgolj Španija in Grčija. Še slabše pa je ocenjen interes za inovacije z vidika potrošnika, pri čemer zaseda Slovenija neslavno predzadnje mesto med 24 inovacijskimi državami s povprečno oceno 3,24. Za nami se je na lestvici uvrstila le Grčija.

Slika 43: Interes za inovacije z vidika podjetja in potrošnika, inovacijska gospodarstva



V povprečju 50 % nastajajočih in novih podjetnikov meni, da uvajajo proizvode in/ali storitve, ki so novi za vse oziroma vsaj nekatere kupce. Kar 73 % slednjih vstopa na trge z omejeno konkurenco. Le 27 % jih namerava konkurirati na visokokonkurenčnih trgih. Takšen vzorec nas navaja k dejstvu, da je posnemanje nekoliko pogostejša strategija podjetnikov na zelo konkurenčnih trgih, medtem ko je inoviranje proizvodov in/ali storitev običajnejše na trgih z malo ali nič konkurence (modri oceani), kar je tudi sicer bistvo vsakega inoviranja – najti izdelke ali storitve, ki bodo presegle obstoječo konkurenco in zadovoljili potrebe, za katere še ni zadostne ponudbe. Odstotek ustaljenih podjetnikov, ki menijo, da so njihovi proizvodi in/ali storitve novi za vse oziroma nekatere kupce, je znatno nižji (33 %). Tudi delež tistih, ki konkurirajo na nižnjih trgih, je precej nižji (58 %) v primerjavi z zgodnjimi podjetniki. Kar 42 % ustaljenih podjetnikov tako ohranja svoj položaj na trgu s posnemanjem in drenjanjem na visokokonkurenčnih trgih.

Tabela 29: Konkurenčnost in inovativnost – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
INOVATIVNOST		
uvajanje novih proizvodov in/ali storitev, ki jih imajo kupci za nove (50 %)	27 %	73 %
uporaba najnovejših tehnologij (6 %)	29 %	71 %
podjetja iz visokotehnoloških panog (12 %)	46 %	54 %

Zaskrbljujoč je podatek o nizkem deležu tistih zgodnjih in ustaljenih podjetnikov, ki uporabljajo nove tehnologije (npr. tehnologije, ki so na voljo od preteklega leta). Teh je med nastajajočimi in novimi podjetniki le 6 %, med ustaljenimi pa le še 4 %. Vzorec njihovega konkuriranja je podoben. Nekoliko pogosteje so na trgih z malo ali nič konkurence prisotni nastajajoči in novi podjetniki (71 %). 60 % ustaljenih podjetnikov konkurira na nižnjih trgih. Sklenemo lahko, da so strategije modrega oceana primernejše za podjetja, ki uporabljajo sodobnejše tehnologije, ki jih je težje posnemati.

Zanimala nas je tudi raven konkuriranja podjetij, ki smo jih identificirali kot podjetja iz visokotehnoloških panog. Delež slednjih je kar za polovico večji v skupini nastajajočih in novih podjetnikov v primerjavi z ustaljenimi (12 % v primerjavi s 6 %). Predpostavljamo lahko, da nastajajoči in novi podjetniki zaznavajo precej več poslovnih priložnosti v visokotehnoloških panogah. Zanimiva pa je raven njihovega konkuriranja. Med nastajajočimi in novimi le dobra polovica (54 %) podjetij iz visokotehnoloških panog konkurira na trgih z malo ali nič konkurence, kar pomeni, da skušajo s posnemanjem vstopati na zasičene trge rdečega oceana, čeprav se identificirajo kot visokotehnološka podjetja. Ustaljeni podjetniki so v tem pogledu realnejši. Zavedajo se, da je v visokotehnoloških panogah, v katerih je stopnja posnemanja zelo hitra, moč konkurirati na nižnjih trgih z visoko stopnjo inovativnosti proizvodov in/ali storitev. Kar 83 % jih tako ocenjuje, da konkurirajo na trgih z malo ali nič konkurence.

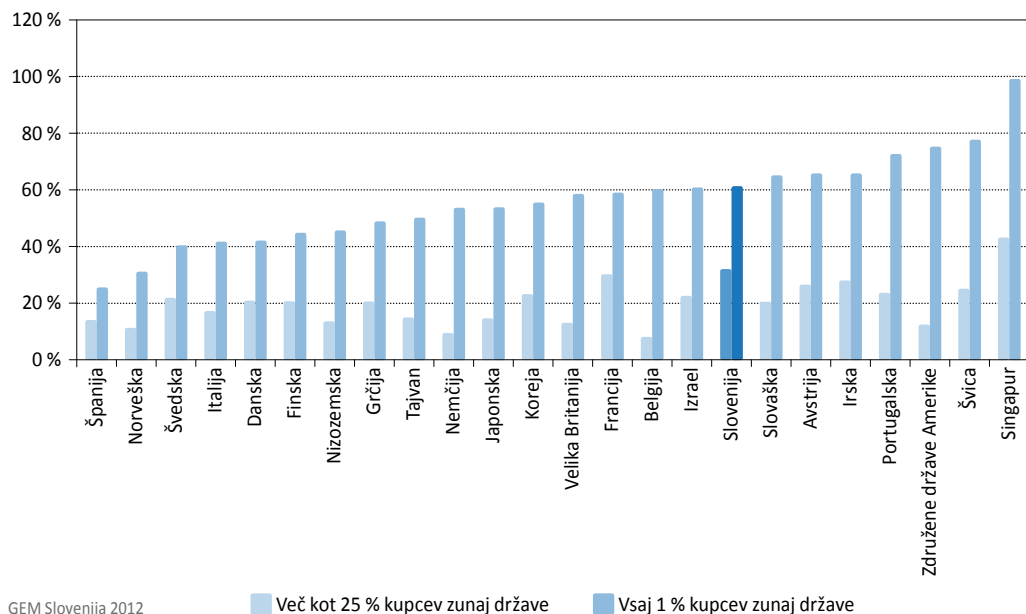
Tabela 30: Konkurenčnost in inovativnost – ustaljeni podjetniki (n = 117), GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
INOVATIVNOST		
uvajanje novih proizvodov in/ali storitev, ki jih imajo kupci za nove (33 %)	42 %	58 %
uporaba najnovejših tehnologij (4 %)	40 %	60 %
podjetja iz visokotehnoloških panog (6 %)	17 %	83 %

6.5 KONKURENČNOST IN INTERNACIONALIZACIJA

Tretji kriterij podjetniških aspiracij je mednarodna naravnost nastajajočih in novih podjetnikov. Temelji na deležu kupcev iz tujine. Ta ocena zajema tako neposredni izvoz kakor tudi morebitno internetno prodajo v tujino, obiske tujih strank kot turistov in podobno. Internacionalizacija je tesno povezana z rastjo in konkurenčnostjo tako velikih kakor tudi malih podjetij. S pomočjo podatkov GEM identificiramo nastajajoče in nove podjetnike, ki ocenjujejo, da je več kot 25 % njihovih proizvodov in/ali storitev namenjenih kupcem zunaj države, in tiste, ki pričakujejo vsaj 1 % kupcev iz tujine.

Slika 44: Zgodnja podjetniška aktivnost inovacijskih gospodarstev z mednarodno usmerjenostjo



Analiza strukture zgodnjega podjetništva v skupini inovacijskih gospodarstev kaže, da je bil v Sloveniji leta 2012 delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov in storitev živi zunaj države (32 %), precej višji kot leta 2011, ko je bilo takšnih v povprečju 22,5 %. Na prvem mestu na lestvici inovacijskih gospodarstev pri tem kazalniku je Singapur. Slovenija se uvršča na drugo mesto med inovacijskimi gospodarstvi. V skupini učinkovitostnih gospodarstev izstopata Romunija in Hrvaška z visokim (nad 78 oziroma 73 %) deležem podjetnikov, ki ocenjujejo, da so njihovi proizvodi in/ali storitve vsaj deloma namenjeni izvozu.

Tabela 31: Konkurenčnost in internacionalizacija – nastajajoči in novi podjetniki (n = 109),
GEM Slovenija 2012

	Veliko konkurentov – tržišča rdečega oceana	Malo ali nič konkurentov – tržišča modrega oceana
INTERNACIONALIZACIJA		
močna usmerjenost v internacionalizacijo – več kot 25 % kupcev v tujini (32 %)	28 %	72 %
šibka usmerjenost v internacionalizacijo – vsaj 1 % kupcev v tujini (61 %)	43 %	57 %

Analiza konkurenčnosti in mednarodne usmerjenosti zgodnjih podjetnikov kaže, da kar 32 % slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov načrtuje močno usmerjenost na mednarodne trge (več kot 25 % kupcev v tujini). Kar 61 % je takšnih, ki predvidevajo vsaj 1 % kupcev v tujini. Tak podatek je za Slovenijo, ki ima majhno lokalno tržišče, seveda pričakovan. Pričakovana je tudi ugotovitev, da intenzivneje mednarodno usmerjena podjetja načrtujejo poslovanje na manj konkurenčnih – nišnih trgih (72 %), medtem ko dobri dve petini šibko mednarodno usmerjenih podjetij namerava poslovati na trgih z veliko obstoječe konkurence (43 %) – predvidevamo lahko, da s posnemanjem strategij obstoječih konkurentov.



Miroslav REBERNIK
Polona TOMINC
Karin ŠIREC

Razvojne ambicije podjetnikov in podjetnic v Sloveniji = Growth aspirations of Slovenian entrepreneurs

Naše gospodarstvo, 2005, let. 51, št. 1/2, str. 19–32

V prispevku avtorji analizirajo razvojno naravnost podjetnikov in podjetnic mikro, malih in srednje velikih podjetij (MSP) v Sloveniji. Najprej primerjajo uspešnost slovenskih podjetij z evropskimi, nato pa analizirajo razvojne ambicije tako ustaljenih kot tudi nastajajočih in novih podjetnikov in podjetnic. Osnovno izhodišče analize so bile ugotovitve, opravljene v okviru raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM), da imajo slovenski podjetniki visoka pričakovanja glede razvojnih možnosti svojih podjetij, hkrati pa je smrtnost podjetij v Sloveniji zelo visoka. Te ugotovitve so avtorje spodbudile tudi k analizi človeškega kapitala.

Viri podatkov. Pri raziskovanju opisane problematike so avtorji uporabili podatkovne baze v okviru raziskav Global Entrepreneurship Monitor (GEM) in Slovenski podjetniški observatorij. Podatkovna podlaga GEM-a je vzorec odrasle populacije v državi, ki je leta 2002 štel 2030, leta 2003 pa 2012 anketirancev. Pri analiziranju ustaljenega podjetništva so uporabili tudi podatke, pridobljene v okviru Slovenskega podjetniškega observatorija leta 2003. V vzorec je bilo zajetih skupaj 672 MSP v Sloveniji.





Spoznanja. Avtorji prispevek končujejo s pregledom ovir, ki najpogosteje preprečujejo boljše poslovanje podjetij. Ugotavljajo, da so slovenski podjetniki prepričani v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo. Lastniki oziroma solastniki srednje velikih podjetij imajo statistično značilno višjo povprečno stopnjo izobrazbe kot lastniki oziroma solastniki mikro in malih podjetij. Obstaja statistično značilna pozitivna povezava med doseženo stopnjo izobrazbe in prepričanjem v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti. Med novimi in nastajajočimi podjetniki obstaja bistveno večja, statistično značilna povezava med vsemi komponentami človeškega kapitala (sposobnostjo zaznavanja poslovnih priložnosti, zaupanjem v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti, strahom pred neuspehom). Posamezniki, ki se vključujejo v podjetniško aktivnost v Sloveniji, imajo v primerjavi s posamezniki v drugih evropskih državah relativno visoka pričakovanja glede razvojnih možnosti svojih podjetij. Najpogosteje navajane ovire za boljše poslovanje podjetij so pomanjkanje finančnih virov, administrativne obremenitve in pomanjkanje izobražene delovne sile. Najpomembnejši oviri za pridobivanje dodatnih finančnih virov s financiranjem pri poslovnih bankah sta previsoka obrestna mera in previsoko zavarovanje kreditov, ki jih banke zahtevajo. Administrativni opravili, ki vzameta največ časa, sta predvsem pridobivanje različnih dovoljenj za poslovanje in prenos dejavnosti na drugega lastnika; zaposlitev novega delavca pa predstavlja najmanjšo med obravnavanimi administrativnimi obremenitvami. Podjetja, ki jih pestijo težave zaradi pomanjkanja izobražene in usposobljene delovne sile, največkrat ne skrbijo za razvijanje znanja, izkušenj, veščin in spretnosti svojih zaposlenih in za to tudi nimajo izdelanega ustreznega načrta.

Vse navedeno kaže na to, da je treba resno razmisliti, ali so ukrepi pospeševalnih mehanizmov podjetništva usmerjeni v pravo tarčo. Ali jih ne bi kazalo bolj osredotočiti na tiste podjetnike, ki izkazujejo višje aspiracijske ravni? V prizadevanjih za učinkovitejše poslovanje MSP se ukrepi bržkone dotaknejo samo tistih podjetij, ki imajo visoke aspiracijske ravni, tistih z omejenimi aspiracijskimi ravni pa ne. Nujni so torej razmisleki ne samo o tem, kako dvigniti aspiracijske ravni slovenskih podjetnikov, ampak tudi o tem, kako pripomoči, da bodo njihova pričakovanja realna. Vendar pa avtorji poudarjajo, da je treba pri tem vselej računati na to, da je v vsakem okolju določeno število podjetnikov, ki imajo omejene aspiracijske ravni in nikoli ne bodo del prizadevanj za uspešnejše in učinkovitejše poslovanje in gospodarsko rast.

7 Mednarodne migracije in podjetništvo

Raziskave kažejo, da so podjetniki, ki so priseljenci ali njihovi potomci, lahko pomemben vir gospodarske rasti in konkurenčnosti gospodarstva tako v državi, v katero so se priselili, kot v državi, iz katere izhajajo.ocene v ZDA kažejo, da naj bi podjetniki priseljenci zagotavljali več kot pol milijona delovnih mest (Drew Hohn idr. 2010), prav tako pa pozitivno učinkujejo tudi na gospodarstvo držav, iz katerih izhajajo, kar naj bi bilo še posebej pomembno za manj razvite države, kot so Tajvan, Kitajska, Indija (Saxenian 2006).

Priseljenci se razlikujejo po nagnjenosti k podjetništvu, po motiviranosti ter želji po samozaposlitvi od tistih, ki so ostali v matični državi, krati pa so značilnosti podjetij priseljencev značilno različne od značilnosti podjetij domačinov oziroma domačih podjetnikov – take značilnosti so na primer tržni segmenti, ki jih pokrivajo, nagnjenost k rasti in inovativnost (Constant in Zimmermann 2006; De La Vega idr. 2008; Brixy idr. 2011 itd.).

Raziskava GEM je leta 2012 vključevala mednarodne migracije in podjetništvo kot posebno temo, analiza pa je zajemala predvsem učinke podjetniške aktivnosti priseljencev v državah, v katerih podjetniško delujejo, predvsem rast, inovativnost in mednarodno usmerjenost njihovih podjetij.

Večina rezultatov raziskave je prikazana na agregatni ravni skupin držav oziroma gospodarstev, saj tako prispevamo k večji robustnosti rezultatov – podatkovna baza zgolj enoletnega cikla raziskave žal ne omogoča analiz na ravni posameznega gospodarstva, kljub temu pa za dodatno ilustracijo prikazujemo tudi nekatere rezultate, ki se nanašajo na Slovenijo. Toda te rezultate je treba obravnavati z zadržkom, saj je bilo zaradi siceršnje nizke stopnje podjetništva v Sloveniji in prevladujoče nepriseljenske strukture prebivalstva v vzorcu 2.010 anketiranih odraslih prebivalcev leta 2012 identificiranih samo 14 priseljencev, ki so se vključevali v zgodnjo podjetniško aktivnost.

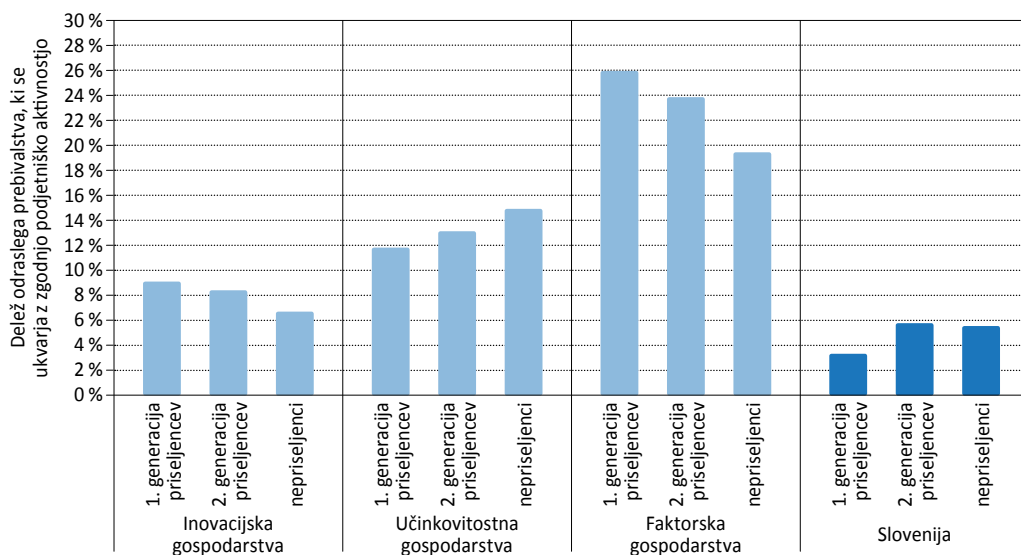
V analizi ločimo priseljence prve in druge generacije. Priseljenci prve generacije so tisti posamezniki, ki niso bili rojeni v državi, v kateri živijo. Priseljenci druge generacije pa so tisti posamezniki, katerih mati in/ali oče sta bila rojena drugje, ne v državi, v kateri živijo.

7.1 PODJETNIŠKA AKTIVNOST IN MOTIVIRANOST ZA PODJETNIŠTVO

Na *sliki 45* so prikazane vrednosti indeksov TEA prve in druge generacije priseljencev v posamezni skupini gospodarstev (inovacijska, učinkovitostna ter faktorska gospodarstva glede na stopnjo razvitosti gospodarstva) ter indeksov TEA nepriseljencev. Nepriseljenci so tisti posamezniki, ki se ne sami ne njihovi starši niso priselili v državo, v kateri živijo. Ugotovimo lahko, da se stopnje podjetniške aktivnosti tako prve kot druge generacije priseljencev v treh skupinah držav razlikujejo podobno, kot to velja za zgodnjo podjetniško aktivnost v celoti, kar kaže na to, da imajo dejavniki okolja, kot so ekonomski, institucionalni ter kulturno-družbeni, ki so značilni za posamezno fazo gospodarske razvitosti, podoben vpliv na podjetniško aktivnost priseljencev in nepriseljencev.

V inovacijskih in faktorskih gospodarstvih so pripadniki prve generacije priseljencev v povprečju bolj podjetniško aktivni kot pripadniki druge generacije ter nepriseljenci. V učinkovitostnih gospodarstvih pa se kaže nasproten vzorec: v povprečju so najbolj podjetniško aktivni nepriseljenci, pripadniki prve generacije priseljencev pa najmanj. Kot vidimo na *sliki 45*, je po teh značilnostih Slovenija bolj podobna učinkovitostnim gospodarstvom kot inovacijskim, kamor spada glede na stopnjo BDP na prebivalca. Pripadniki prve generacije priseljencev so v povprečju najmanj podjetniško aktivni (3,34 %), pripadniki druge generacije priseljencev ter nepriseljenci pa kažejo večjo podjetniško aktivnost (5,78 % in 5,55 %).

Slika 45: Vrednosti indeksov TEA med pripadniki prve in druge generacije priseljencev ter nepriseljencev v posameznih skupinah gospodarstev ter v Sloveniji

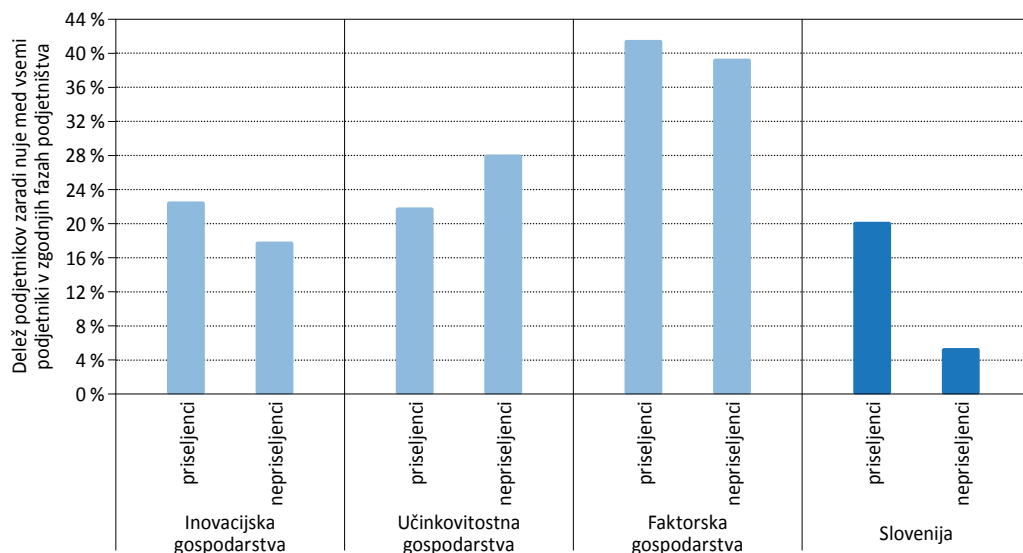


GEM Slovenija 2012

V raziskavi GEM ločimo dva glavna motiva za vključevanje v zgodnjo podjetniško aktivnost: izkoriščanje zaznane poslovne priložnosti ali nuja, ko posameznik nima drugih, boljših možnosti za dohodek. Na *sliki 46* prikazujemo delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki so bili v samostojno podjetniško pot prisiljeni, saj za preživetje niso imeli drugih možnosti. Pri tem lahko

pričakujemo še, da je za priseljence v državi mnogokrat težje dobiti redno zaposlitev pri neki organizaciji ali podjetju, kot to v povprečju velja za druge prebivalce, zato bi lahko pričakovali, da bodo deleži podjetnikov, katerih motiv je nuja, višji med priseljenci kot med nepriseljenci.

Slika 46: Delež podjetnikov zaradi nuje med vsemi podjetniki v zgodnjih fazah podjetništva med priseljenci in nepriseljenci v posameznih skupinah gospodarstev ter v Sloveniji



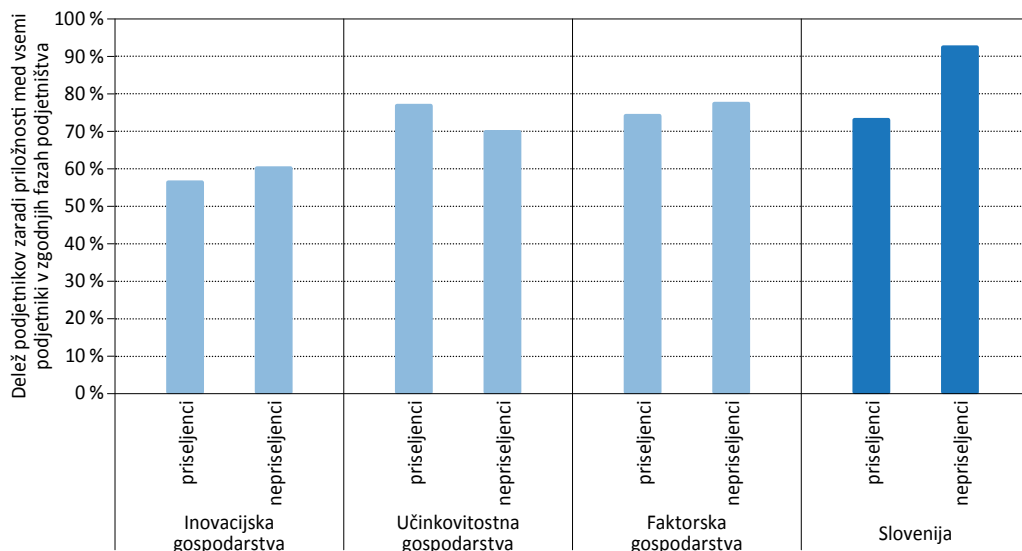
GEM Slovenija 2012

Vidimo, da to v Sloveniji tudi res velja. Med podjetniki, ki so pripadniki prve ali druge generacije priseljencev, jih je v povprečju petina začela s podjetništvom zato, ker so na tak način ustvarili vir dohodka za preživetje zase ali za svojo družino. Med podjetniki nepriseljenci je v povprečju v Sloveniji takih le dobrih 5 %.

Toda pri analizi agregiranih podatkov (izračunana so netehtana povprečja) po skupinah držav glede na stopnjo gospodarske aktivnosti takšna razporeditev ne velja. Povprečne stopnje podjetniške aktivnosti zaradi nuje med podjetniki priseljenci in podjetniki nepriseljenci so v vseh treh skupinah gospodarstev zelo podobne, v učinkovitostnih gospodarstvih pa je podjetništvo zaradi nuje med nepriseljenci celo nekoliko pogostejše kot med podjetniki priseljenci.

Pričakovano pa obratno sliko kaže delež podjetništva, v katerega so se vključili posamezniki zato, da bi izkoristili obetavno poslovno priložnost (slika 47). Med podjetniki priseljenci je v Sloveniji takih v povprečju 73,48 %, kar je povsem primerljivo s povprečjem (netehtana aritmetična sredina) v skupini inovacijskih gospodarstev (74,22 %).

Slika 47: Delež podjetnikov zaradi priložnosti med vsemi podjetniki v zgodnjih fazah podjetništva med priseljenci in nepriseljenci v posameznih skupinah gospodarstev ter v Sloveniji



GEM Slovenija 2012

V analizi podjetniške aktivnosti priseljencev glede na to, iz katere države so sami ali njihovi starši, če gre za priseljence druge generacije, je Xavier s sodelavci (2013) pokazal nekaj zanimivih značilnosti, ki jih povzemamo v nadaljevanju:

- Priseljenci, ki prihajajo iz učinkovitostnih gospodarstev, izkazujejo v povprečju nižje stopnje podjetniške aktivnosti kot priseljenci iz držav z inovacijskim tipom gospodarstev.
- V gospodarstvih učinkovitostnega tipa se priseljenci iz inovacijskih gospodarstev v povprečju manj pogosto vključujejo v podjetništvo iz nuje kot tisti, ki prihajajo iz faktorskih gospodarstev ali iz drugih učinkovitostnih gospodarstev.

To morda nakazuje (Xavier idr. 2013), da so posamezniki, ki se priselijo iz inovacijskih gospodarstev v manj razvito učinkovitostno gospodarstvo, manj motivirani z željo po preživetju oziroma ohranjanju dohodka, verjetno pa so njihovi motivi pogosteje usmerjeni v povečanje neodvisnosti in osebne svobode pri delu ter k povečanju dohodka. Zanimariti pa ne gre niti razmisleka, da imajo morda ti posamezniki primerno uporabniško izkušnjo iz svoje (bolj razvite države), ki jo je možno v novi državi preoblikovati v poslovno priložnost.

7.2 ZNAČILNOSTI PODJETNIŠTVA PRISELJENCEV

Podjetništvo, ki je usmerjeno v rast oziroma izkazuje možnosti za rast in zaposlovanje v prihodnosti, je zelo redko. Ker je v vzorcih proučevanih držav število identificiranih podjetnikov priseljencev nizko, so rezultati dovolj robustni le na agregatni ravni po skupinah gospodarstev, kar smo že poudarili. Podjetniki priseljenci, ki izkazujejo ambicije po rasti ter inovativnost in mednarodno vpetost svojega poslovanja, so namreč še posebej redki. Zato v nadaljevanju prikazujemo podatke zgolj za vse tri skupine gospodarstev, za faktorska, učinkovitostna ter inovacijska, in sicer posebej za podjetnike iz vrst prve ali druge generacije priseljencev in iz vrst nepriseljencev.

V tabeli 32 prikazujemo tri obravnavane značilnosti, in sicer:

- delež podjetnikov, ki pričakujejo povečanje delovnih mest za 10 ali več v prihodnjih petih letih, saj lahko podjetniška aktivnost priseljencev znatno pripomore h gospodarski rasti z ustvarjanjem novih delovnih mest;
- delež podjetnikov, ki s svojimi podjetji predstavljajo novost na tržišču; tukaj smo identificirali tiste podjetnike, katerih podjetniška aktivnost se nanaša na izdelke ali storitve, ki so novi in neznani za nekatere ali vse potencialne kupce ter za katere na tržišču hkrati obstaja le nekaj drugih ponudnikov ali celo nobeden;
- delež podjetnikov, ki vsaj del svojih izdelkov ali storitev prodajo zunaj države, saj je podjetništvo, usmerjeno v zunanje, različne tuje trge, v povprečju tudi trajnejše in bolj usmerjeno v rast (Xavier idr. 2013).

Tabela 32: Nekateri značilnosti podjetij in podjetij podjetnikov, ki so pripadniki prve ali druge generacije priseljencev ter nepriseljencev po skupinah gospodarstev, GEM 2012

	Delež podjetnikov, ki pričakujejo povečanje delovnih mest za 10 ali več v prihodnjih petih letih	Delež podjetnikov, ki s svojimi podjetji predstavljajo novost na tržišču	Delež podjetnikov, ki vsaj del svojih izdelkov ali storitev prodajo zunaj države
Faktorska gospodarstva			
1. generacija priseljencev	23,3	21,8	30,9
2. generacija priseljencev	18,5	19,4	35,4
nepriseljenci	10,2	19,3	31,2
Učinkovitostna gospodarstva			
1. generacija priseljencev	24,4	31,0	52,3
2. generacija priseljencev	24,2	28,1	51,5
nepriseljenci	16,2	24,3	29,8
Inovacijska gospodarstva			
1. generacija priseljencev	20,3	30,2	58,0
2. generacija priseljencev	19,4	30,9	58,9
nepriseljenci	14	30,6	47,3

Rezultati v tabeli 32 kažejo, da je podjetniška aktivnost priseljencev prve in druge generacije v povprečju bolj usmerjena v rast delovnih mest in zaposlovanja, kot to velja za podjetniško aktivnost nepriseljencev, razlike pa so tudi statistično značilne (Xavier idr. 2013). Pri analizi stopnje novosti, ki jo prinaša podjetniška aktivnost na tržišču, tako velikih razlik med priseljenci in nepriseljenci ni opaziti. Poleg tega je pri analizi novosti, ki jih s svojo podjetniško aktivnostjo ustvarja podjetnik priseljenec, mogoče predpostavljati, da veliko priseljencev ponuja izdelke in

storitve svoje države, ki so novost v državi, v katero so se priselili (na primer restavracije), a takšna aktivnost ne predstavlja inovativnosti v podjetništvu v pravem pomenu besede.

Pri mednarodni usmerjenosti podjetniške aktivnosti podjetnikov priseljencev in nepriseljencev je mogoče podoben vzorec opaziti v inovacijskih in učinkovitostnih gospodarstvih, v katerih so podjetniki priseljenci značilno bolj usmerjeni v internacionalizacijo svojih podjetij kot podjetniki nepriseljenci, kar velja tako za prvo kot za drugo generacijo priseljencev. Raziskave kažejo, da bi bilo večjo mednarodno usmerjenost mogoče pripisati tudi temu, da priseljenci večinoma ohranjajo tesne vezi z državo, iz katere prihajajo, kar jim pomaga tudi pri ustvarjanju še novih vezi, in to tako pri iskanju odjemalcev oziroma kupcev kot pri iskanju dobaviteljev in morebitnih podizvajalcev (Xavier idr. 2013).

Ugotovimo lahko, da je podjetniška aktivnost priseljencev lahko pomemben dejavnik in pospeševalec gospodarske rasti tako v državi, v katero se priselijo, kot tudi v državi, iz katere izvirajo. Rezultati raziskave GEM kažejo, da so podjetja priseljencev v inovacijskih gospodarstvih bolj usmerjeni v rast števila delovnih mest in tudi na mednarodno tržišče, kot to velja za podjetniško aktivnost nepriseljencev. V ukrepih ekonomske politike v državi, v kateri se priseljenci vključujejo v podjetniško aktivnost, bi bilo zato te možnosti zaposlovanja in globalizacije poslovanja treba spodbujati. V državah, iz katerih izvirajo, pa je ukrepe ekonomske politike smiselno graditi na utrjevanju povezav s tistimi podjetniško aktivnimi ljudmi, ki so se odselili v druge dele sveta.

8 Podjetniško okolje

8.1 PODJETNIŠKO OKOLJE IN NJEGOV POMEN

Podjetniška aktivnost se razlikuje tako med državami kot tudi skozi čas in različno vpliva na gospodarsko rast in razvoj posamezne države. Obstaja širok spekter dejavnikov na različnih ravneh obravnave, ki spodbujajo oziroma zavirajo podjetniško aktivnost (Wennekers in Thurik 1999; Carre in Thurik 2003). To potrjujejo tudi številne teoretične in empirične raziskave. Njihovi avtorji ugotavljajo, da podjetništvo ni naključen proces, ampak je močno odvisen od (I) posameznikovih značilnosti in njegove osebnosti (npr. Arenius in Minniti 2005; Koellinger idr. 2005; Caliendo idr. 2011; Autio 2011) ter od (II) okolja na nacionalni in regionalni ravni, v katerem posameznik živi in deluje (npr. Busenitz idr. 2000; Wennekers idr. 2002; Szylowicz in Galvin 2010). Po mnenju omenjenih raziskovalcev je ravno vloga zunanjega okolja kritičnega pomena za razumevanje podjetniškega vedenja in podjetniških odločitev.

Podjetništvo je tesno vpeto v konkretno družbeno okolje, ki se razlikuje med državami in celo med posameznimi regijami. Nedavno globalno poročilo GEM (Kelley idr. 2011) dokazuje močno pozitivno korelacijo med urejenim poslovnim okoljem (institucionalnimi pogoji) in podjetniško aktivnostjo zaradi priložnosti. Različna »pravila igre« v družbi namreč še posebej vplivajo na podjetnike z visokimi aspiracijami (Levie in Autio 2011) tako na strani ponudbe podjetniškega talenta kot tudi na strani povpraševanja po njem in s tem seveda na rezultate podjetniške aktivnosti. To upošteva tudi GEM-ov model raziskovanja na *sliki 2* v prvem poglavju. Na sliki je prikazano, da na razvoj uspešnega podjetništva, ki prispeva k nacionalni gospodarski rasti in družbenem razvoju, ob podjetniških zmogljivostih ter priložnostih vplivajo tudi nekateri temeljni pogoji, ki združujejo različne vidike in dimenzije celotnega spleta dejavnikov okolja. Gre za tri sklope okvirnih podjetniških pogojev (Entrepreneurial Framework Conditions – EFC), ki v različnih fazah razvoja nacionalnega gospodarstva vplivajo na obstoj podjetniških priložnosti, zmogljivosti in aspiracij in pomembno zadevajo oblikovalce nacionalne politike. Temeljne pogoje in dejavnike, ki prispevajo k večji učinkovitosti gospodarstva, pridobimo iz različnih razpoložljivih podatkovnih virov, dejavnike, usmerjene v spodbujanje in podporo inovacij ter podjetništva, pa spoznavamo s pomočjo nacionalnih izvedencev (National Expert Survey – NES). V tem segmentu GEM-ove raziskovalne metodologije ravnamo podobno, kot so delali pri nekaterih drugih raziskavah, ki zajemajo mnenja strokovnjakov, da bi ocenili specifične pogoje določenega nacionalnega gospodarstva (kot npr. globalni indeks konkurenčnosti – GCI, Schwab 2012). Pri tem se osredotočamo zgolj na temeljne pogoje, ki imajo pomemben vpliv na podjetniški sektor, in na ta način pridobimo

ustrezen vpogled v okvirne pogoje, v katerih podjetniki začenjajo in razvijajo svojo aktivnost. Podjetniška literatura opredeljuje devet okvirnih pogojev za podjetništvo, ki so prikazani in opisani v tabeli 33.

Tabela 33: GEM-ovi okvirni pogoji za podjetništvo, GEM NES 2012

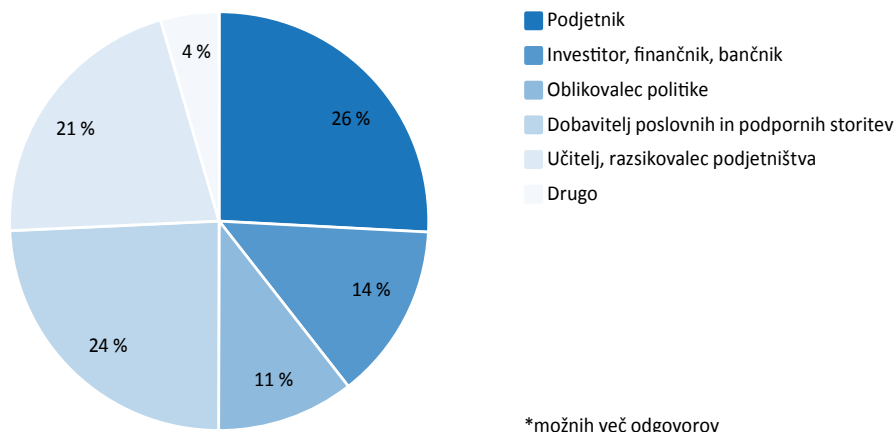
<p>Finančna podpora</p> <p>Razpoložljivost različnih finančnih virov (lastniški in dolžniški viri financiranja) za nova in rastoča podjetja, vključno z garancijami in subvencijami.</p>	<p>Vladne politike</p> <p>Ocena (a) vladne podpore in (b) vladne regulative (npr. davki in drugi predpisi) za nova in rastoča podjetja.</p>	<p>Vladni programi</p> <p>Izvajanje vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva (spodbuda za nova in rastoča podjetja).</p>
<p>Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo</p> <p>Razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo na vseh ravneh (a) v osnovi in srednji šoli ter (b) po srednji šoli.</p>	<p>Prenos raziskav in razvoja</p> <p>Obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso.</p>	<p>Poslovna in strokovna infrastruktura</p> <p>Kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo nova in rastoča podjetja.</p>
<p>Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu</p> <p>Spreminjanje trga iz leta v leto: (a) dinamičnost ter prost vstop novih podjetij na obstoječa tržišča, (b) odprtost, bremena.</p>	<p>Fizična infrastruktura</p> <p>Dostop do razpoložljive fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij (npr. komunikacije, komunala, ceste, zemljišče ali prostor) po ceni, ki ne diskriminira novih, malih ali rastočih podjetij.</p>	<p>Kulturne in družbene norme</p> <p>Obstoj kulturnih in družbenih norm, ki spodbujajo ali zavirajo podjetniško aktivnost.</p>

Anketiranje nacionalnih izvedencev nam torej omogoča podrobnejši vpogled v to, kako omenjeni okvirni pogoji v posamezni državi vplivajo na odločitev posameznikov o ustanavljanju podjetij in na razvoj podjetništva.

8.2 MODEL/NAČIN OCENJEVANJA PODJETNIŠKEGA OKOLJA

Kakovost pogojev za podjetništvo ocenjujemo s pomočjo standardiziranega vprašalnika (anketiranje), ki ga izpolni najmanj 36 nacionalnih izvedencev v vsaki izmed sodelujočih držav GEM, kot je to opisano v prvem poglavju. Nacionalni izvedenci so skrbno izbrani posamezniki, za katere na osnovi njihove strokovne dejavnosti, profesionalnosti, znanja in izkušenj sodimo, da lahko prispevajo k razumevanju temeljnih pogojev, ki pomembno vplivajo na podjetniški sektor v Sloveniji. Struktura vzorca glede na odgovore, podane na vprašanje, kaj od navedenega izvedenca najboljše opisuje, je prikazana na *sliki 48*. Zaradi zagotavljanja kontinuitete raziskave in v skladu z metodologijo GEM je od skupnega števila strokovnjakov, ki so leta 2012 sodelovali v raziskavi, 21 takih, ki so v raziskavi sodelovali že v preteklih letih; od tega jih je 7 sodelovalo tudi lani, 15 izvedencev pa je sodelovalo prvič. Seznam slovenskih izvedencev v letu 2012 je v prilogi.

Slika 48: Struktura vzorca po primarnem izvedenstvu



GEM NES Slovenija 2012

Oceno okvirnih podjetniških pogojev smo dobili tako, da smo na osnovi odgovorov nacionalnih izvedencev proučili, v kolikšni meri se strinjajo z vsako izmed 52 trditev, ki opisujejo predhodno predstavljenih devet okvirnih pogojev za podjetništvo. Vsaka skupina okvirnih podjetniških pogojev vsebuje od pet do sedem trditev. Odgovori se merijo na petstopenjski Likertovi lestvici, pri čemer ocena 1 pomeni, da je trditev po njihovem mnenju popolnoma napačna, ocena 5 pa, da je trditev popolnoma resnična. Izjave so oblikovane tako, da ocene nad 3 pomenijo pozitivno rangiranje, ocene pod tri pa negativno rangiranje. Koordinacijski tim GEM kodirane podatke ustrezno harmonizira in pripravi skupno datoteko za vse države, ki sodelujejo v raziskavi GEM. NES je tako kvalitativni del raziskave GEM, ki zagotavlja stabilne in zanesljive rezultate za nadaljnjo obdelavo.

Opravljen je bila analiza zanesljivosti in z agregiranjem podatkov, zbranih s standardiziranim vprašalnikom v vseh 69 državah, smo dobili povprečne vrednosti ocen nacionalnih izvedencev po posameznih nacionalnih gospodarstvih. Povprečne ocene nekaterih okvirnih podjetniških pogojev so s faktorsko analizo sestavljene iz dveh kazalnikov, kar pomeni, da lahko ocenjujemo skupaj 12 skupin teh pogojev. Na ta način harmonizirani podatki dajejo standardizirano in kvantitativno mero za percepcijo stanja v posameznih skupinah okvirnih podjetniških pogojev. Omogočajo oceniti kakovost pogojev za nastanek in razvoj podjetij ter s tem razumeti dejavnike, ki posredno ali neposredno oblikujejo razmere za ustanavljanje novih podjetij in njihovo rast v Sloveniji. Pri soočanju ocen, pridobljenih na osnovi mnenj nacionalnih izvedencev v državah GEM, je treba vedeti, da te niso neposredno primerljive, kadar gre za rangiranje držav. So pa odličen kazalnik kritičnosti nacionalnih izvedencev do določenih okvirnih pogojev za podjetništvo v njihovi državi in s tem omogočajo številne bogate mednarodne primerjave. Rezultati analize anketiranja nacionalnih izvedencev prispevajo k razumevanju pogojev za podjetništvo, predvsem pa so dragoceni za nosilce ekonomske politike kot indikator stanja razvitosti okvirnih pogojev za podjetništvo. Ugotovitve o podjetniškem okolju v Sloveniji podajamo v nadaljevanju.

8.3 OCENE OKVIRNIH POGOJEV ZA PODJETNIŠTVO

V tabeli 34 prikazujemo skupno povprečno vrednost ocenjenih trditev znotraj vsake posamezne skupine podjetniških pogojev za vseh 69 sodelujočih držav leta 2012 glede na doseženo stopnjo razvitosti. Za vsako državo so označeni najbolje in najslabše ocenjeni okvirni pogoji. Vidimo lahko, da so izvedenci v faktorskih gospodarstvih največkrat najbolje ocenili predvsem dinamičnost na notranjem trgu ter dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij, ki je hkrati tudi največkrat najbolje ocenjen okvirni pogoj za podjetništvo v učinkovitostih in inovacijskih gospodarstvih. Izvedenci v faktorskih gospodarstvih so najpogosteje najslabše ocenili okvirni pogoj, ki se nanaša na razširjenost in kakovost izobraževanja ter usposabljanja za podjetništvo v osnovni in srednji šoli, ter okvirni pogoj, ki se nanaša na obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso. Zanimivo je, da je podjetniško izobraževanje na osnovni ravni še vedno največkrat najslabše ocenjen okvirni pogoj tudi v učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstvih, čeprav številne raziskave opozarjajo, da nanklonjenost izobraževalnega sistema podjetniškemu izobraževanju predstavlja osnovo, s pomočjo katere se oblikujejo ključni elementi za podjetništvo, kar je podlaga ekonomske rasti in razvoja (WEF 2009; Širec in Rebernik 2012; Tominc in Rebernik 2012). To potrjujejo tudi povprečne ocene omenjenega okvirnega pogoja, ki so ga izvedenci v faktorskih gospodarstvih ocenili v povprečju z oceno 1,91 (za lestvici od 1 do 5), v učinkovitostnih gospodarstvih z oceno 2,05 in inovacijskih z oceno 2,14. Dostop do fizične infrastrukture, ki je v povprečju najbolje ocenjen okvirni pogoj, znaša v inovacijskih gospodarstvih 4,06, v učinkovitostnih pa 3,66, kar je v razvitejših gospodarstvih tudi pričakovano; s povprečno oceno 3,38 je najvišje ocenjena dinamičnost na notranjem trgu v skupini faktorskih gospodarstev. Pri primerjavi povprečnih ocen vseh sodelujočih držav lahko ugotovimo, da so okvirne pogoje za podjetništvo višje ocenili izvedenci iz najrazvitejših držav (z izjemo dinamičnosti na notranjem trgu in izobraževanja za podjetništvo po srednji šoli).

Tabela 34: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo glede na stopnjo razvitosti, GEM NES 2012

1 Finančna podpora, 2a Vladne politike – podpora, 2b Vladne politike – regulativa, 3 Vladni programi, 4a Izobraževanje v OŠ in SŠ, 4b Izobraževanje po SŠ, 5 Prenos RR, 6 Poslovna/strokovna infrastruktura, 7a Notranji trg – dinamičnost, 7b Notranji trg – odprtost, bremena, 8 Fizična infrastruktura, 9 Kulturne in družbene norme												
	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Faktorska gospodarstva												
Alžirija	3,24	3,29	2,8	3,07	2,19	3,32	2,81	2,83	3,75	3,04	3,33	3,17
Angola	2,74	2,74	2,19	2,16	1,93	2,24	1,71	2,65	2,94	2,15	2,28	2,94
Bocvana	2,72	2,74	2,29	2,4	2,01	2,66	2,14	2,91	3,13	2,5	3,07	2,73
Egipt	2,38	2,06	2,03	1,86	1,28	1,82	1,83	2,64	3,26	2,39	3,65	2,13
Etiopija	2,4	3,54	3,07	2,62	2,38	3,01	2,22	2,67	3,91	2,7	3,33	2,96
Gana	2,13	2,25	2,27	2,17	2,2	2,66	2,07	2,84	3,41	2,5	3,17	2,99
Indija	3,09	2,92	2,18	2,79	1,92	2,73	2,54	3,1	3,13	2,85	3,71	3,2
Iran	2,16	2,29	1,85	1,73	1,4	2,44	1,88	2,9	3,59	2,15	4,26	2,28
Malavi	1,96	2,29	2,46	2,19	2,14	3,14	1,9	2,81	3,32	2,78	2,66	2,41
Nigerija	2,2	1,97	1,99	2	2,09	2,44	1,87	2,87	3,67	2,38	3,05	3,21
Pakistan	2,83	2,12	2,24	2,15	2,11	3,02	2,46	3,32	3,35	2,71	3,65	2,84
Palestina	2,52	2,24	2,43	1,86	1,69	2,44	2,3	3,07	3,13	2,1	3,52	2,89

1 Finančna podpora, 2a Vladne politike – podpora, 2b Vladne politike – regulativa, 3 Vladni programi, 4a Izobraževanje v OŠ in SŠ, 4b Izobraževanje po SŠ, 5 Prenos RR, 6 Poslovna/strokovna infrastruktura, 7a Notranji trg – dinamičnost, 7b Notranji trg – odprtost, bremena, 8 Fizična infrastruktura, 9 Kulturne in družbene norme

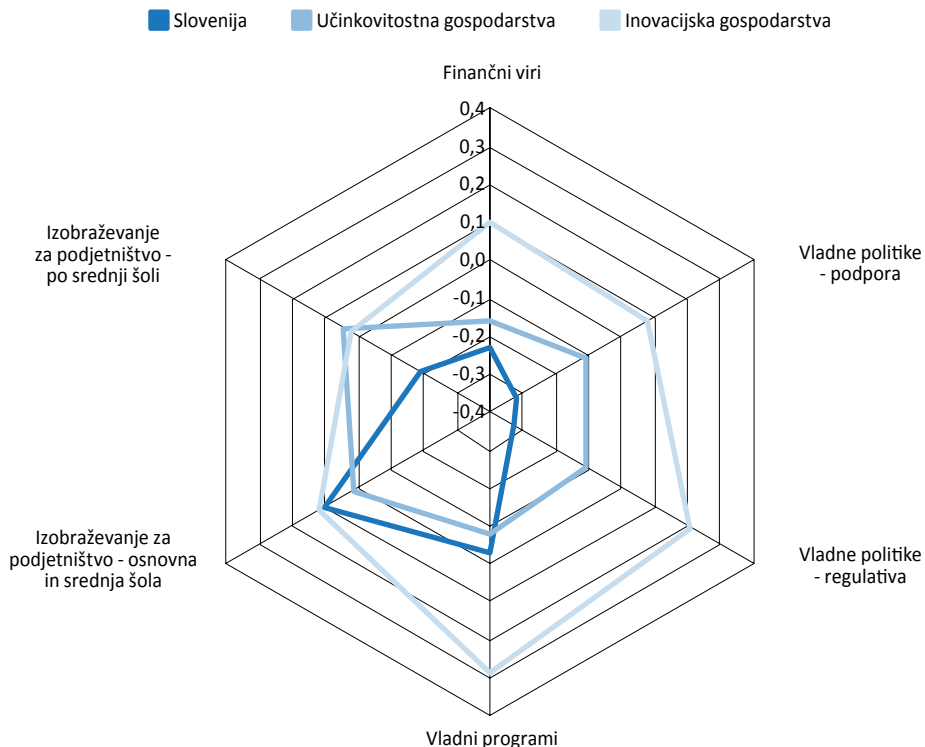
	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Tunizija	2,72	3,5	3,11	2,77	1,44	2,78	2,38	3,15	3,45	2,36	3,41	2,48
Uganda	2,32	2,17	2,2	2,26	1,94	2,69	1,72	3,16	3,49	2,75	3,32	3,48
Zambija	2,14	2,5	2,64	2,21	1,93	2,46	1,85	3,07	3,11	2,9	3,11	2,59
Povprečje	2,50	2,57	2,38	2,28	1,91	2,66	2,11	2,93	3,38	2,55	3,30	2,82
Učinkovitostna gospodarstva												
Argentina	2,12	2,3	1,49	2,9	1,85	3,11	2,58	2,97	3,29	2,75	3,59	3,02
Barbados	2,06	2,39	2,1	2,51	2,01	2,94	2,02	3,02	2,17	2,46	3,51	2,82
Bosna in Hercegovina	2,32	2,1	1,73	2,13	2,34	2,75	1,97	2,84	3,22	2,08	3,25	2,12
Brazilija	2,42	2,3	1,62	2,28	1,57	2,41	1,98	2,54	3,42	2,22	2,99	2,66
Čile	2,29	3,07	2,97	2,97	1,96	3,01	2,15	2,74	2,51	2,48	4,07	2,89
Ekvador	2,26	2,87	2,11	2,39	1,94	3,07	2	2,87	2,53	2,48	4,13	2,69
Salvador	1,86	1,87	2,21	2,31	1,82	2,81	1,77	2,63	2,17	2,44	4	3,1
Estonija	2,75	2,37	3,54	2,93	1,98	2,71	2,79	3,18	3,58	3,01	4,32	3,38
Hrvaška	2,12	1,96	1,74	2,19	1,95	2,65	2,13	2,78	3,47	2,09	3,5	1,98
Jamajka	2,39	2,07	1,96	2,17	2,22	2,92	2,13	2,68	2,79	2,83	3,26	3,76
Južnoafriška republika	2,49	2,63	1,88	2,1	1,81	2,53	2,16	2,95	2,81	2,31	2,89	2,57
Kitajska	2,37	2,61	2,56	2,51	1,75	2,75	2,67	2,79	3,68	2,59	3,93	2,97
Kolumbija	2,32	3,11	2,57	2,96	2,47	3,15	2,52	2,78	2,5	2,61	3,15	3,04
Kostarika	2,05	2,69	2,06	2,78	2,17	2,99	2,54	2,95	2,59	2,65	3,51	2,86
Latvija	2,73	2,79	2,67	3,02	2,87	3,17	2,33	3,38	2,44	3,1	4,05	3,19
Litva	2,63	2,54	2,35	2,6	2,02	2,57	2,46	3,08	3,57	2,19	4,24	2,38
Madžarska	2,51	2,3	1,92	2,52	1,6	2,74	2,44	3,17	2,82	2,4	4,04	2,4
Makedonija	2,12	2,48	3,01	2,55	2,3	2,86	2,38	3,52	3,13	2,29	3,57	2,84
Malezija	3,58	3,27	2,84	3,17	2,39	2,94	2,91	3,31	3,91	2,97	4,03	3,29
Mehika	2,04	2,5	1,93	2,89	1,72	2,96	2,27	2,77	2,54	2,14	3,58	2,96
Namibija	2,53	2,96	2,44	2,49	2,68	3,08	2,21	3,06	2,95	2,62	3,9	3,24
Panama	2,2	2,38	2,73	2,8	1,67	2,84	2,29	2,75	2,98	2,56	3,84	2,76
Peru	2,37	2,65	2,37	2,43	2,15	3,14	2,04	2,92	2,57	2,82	3,69	3,24
Poljska	2,62	2,78	2,14	2,56	1,64	2,49	2,14	2,76	3,92	2,58	3,54	2,65
Romunija	2,13	2,23	2	2,21	2,11	2,58	2,31	2,83	3,03	2,64	3,18	2,2
Rusija	1,96	2,42	2,2	2,12	2,39	2,76	2,05	2,85	3,05	2,16	3,08	2,54
Tajska	2,77	2,45	2,43	2,21	1,89	2,63	1,9	2,69	3,4	2,18	3,98	2,88
Trinidad in Tobago	2,81	2,13	2,24	2,48	2,15	3,02	2,29	3,1	2,95	2,29	3,46	2,58
Turčija	2,56	2,83	2,69	2,6	2,07	2,89	2,42	2,95	3,11	2,57	3,66	3,18
Urugvaj	2,19	2,52	2,7	2,98	2,07	3,11	2,95	3,14	2,19	2,77	3,84	2,6
Povprečje	2,39	2,52	2,31	2,56	2,05	2,85	2,29	2,93	2,98	2,51	3,66	2,83

1 Finančna podpora, 2a Vladne politike – podpora, 2b Vladne politike – regulativa, 3 Vladni programi, 4a Izobraževanje v OŠ in SŠ, 4b Izobraževanje po SŠ, 5 Prenos RR, 6 Poslovna/strokovna infrastruktura, 7a Notranji trg – dinamičnost, 7b Notranji trg – odprtost, bremena, 8 Fizična infrastruktura, 9 Kulturne in družbene norme

	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Inovacijska gospodarstva												
Avstrija	2,61	2,78	2,82	3,52	1,72	3,05	2,86	3,62	2,47	3,36	4,21	2,44
Belgija	3,04	2,8	2,2	2,97	2	3,02	2,62	3,43	2,65	3,07	3,85	2,34
Danska	2,32	2,51	2,56	3,13	2,61	2,65	2,49	3,23	2,81	2,61	4,09	2,58
Finska	2,73	3,17	3,31	2,95	2,47	2,87	2,71	3,45	2,78	2,86	4,25	2,77
Francija	2,86	3,52	2,89	3,61	1,96	3,24	2,72	3,27	3,05	2,74	3,91	2,52
Grčija	1,65	1,59	1,81	1,72	1,63	2,44	2,15	2,97	3	2,12	3,34	2,05
Irska	2,44	3,02	2,82	3,28	2,07	2,83	2,92	3,21	2,81	2,99	3,92	3,15
Italija	2,34	2,61	1,71	2,13	1,86	2,46	2,61	3,08	2,97	2,49	3,27	2,41
Izrael	2,71	2,22	1,89	2,51	2,37	3,28	2,64	3,38	2,67	2,5	4,09	4,25
Japonska	2,34	2,68	2,26	2,6	1,6	2,42	2,64	2,54	3,74	2,83	4,16	2,45
Južna Koreja	2,31	3,34	2,75	3	2,11	2,44	2,44	2,41	4,19	2,34	4,18	3,08
Nemčija	2,89	2,89	2,78	3,57	2,07	2,88	2,72	3,34	2,91	2,84	3,87	2,74
Nizozemska	2,69	2,91	3,3	3,21	3,07	3,45	3,16	3,79	2,75	3,61	4,6	3,37
Norveška	2,42	2,17	2,74	2,83	2,69	2,9	2,72	3,62	2,78	2,42	4,24	2,9
Portugalska	2,48	2,11	1,83	2,65	1,76	2,59	2,43	2,96	2,41	2,41	4,11	2,24
Singapur	3,4	3,51	4,04	3,46	2,56	3,14	2,87	3,25	3,25	2,88	4,4	3,28
Slovaška	2,38	2,11	2,27	2,23	2,08	2,79	1,99	3,12	2,62	2,83	3,94	2,17
Slovenija	2,32	2,31	2,09	2,61	2,13	2,64	2,36	2,91	3,44	2,39	3,83	2,25
Španija	2,06	2,68	2,6	2,79	1,53	2,34	2,34	3,05	2,79	2,46	3,98	2,35
Švedska	2,52	2,64	2,53	2,99	2,39	2,47	2,51	2,84	3,46	2,5	4,16	2,67
Švica	3,15	3,35	3,6	3,48	2,3	3,44	3,65	3,73	2,47	3,3	4,7	3,47
Tajvan	2,95	2,29	2,88	2,8	1,99	2,81	2,6	2,62	3,49	2,81	4,15	3,19
Velika Britanija	2,72	2,95	2,77	2,45	2,35	2,92	2,72	3,26	3,12	3,12	3,97	2,98
ZDA	2,97	2,77	2,24	2,65	2,15	3,04	2,75	3,29	2,81	2,69	4,19	4,12
Povprečje	2,60	2,71	2,61	2,88	2,14	2,84	2,65	3,18	2,98	2,76	4,06	2,82

Dostop do fizične infrastrukture tudi v Sloveniji – enako kot v drugih razvitejših gospodarstvih – v povprečju dosega najvišjo oceno (3,83). Najslabše je bil v Sloveniji v povprečju ocenjen okvirni pogoj, ki se nanaša na zasnovanost in vodenje vladne politike – regulative za nova in rastoča podjetja (2,09), kar lahko nedvomno pripišemo tudi domačim političnim in gospodarskim razmeram v letu 2012. Razlika med Slovenijo in preostalimi državami GEM je nazorno vidna na slikah 49 in 50, na katerih so na osnovi standardiziranih vrednosti prikazana povprečja za Slovenijo ter skupino učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstev.

Slika 49: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna ter inovacijska gospodarstva

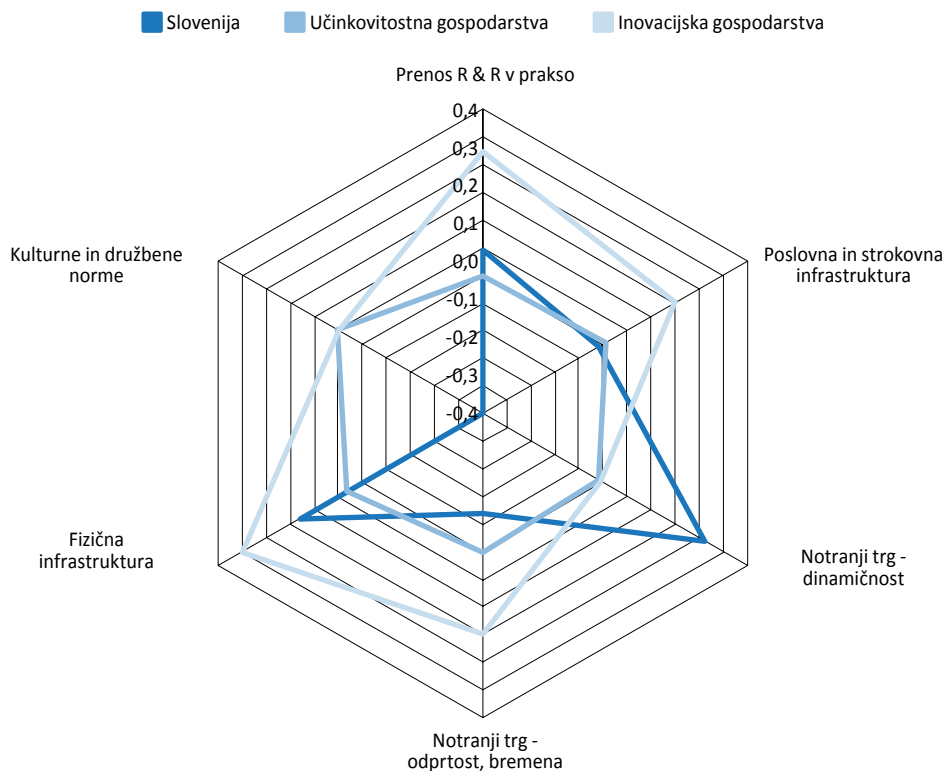


* Izračunane so standardizirane Z-vrednosti.

GEM NES Slovenija 2012

Za Slovenijo lahko ugotovimo nižjo povprečno vrednost od povprečja skupine inovacijskih gospodarstev pri vseh šestih okvirnih pogojih za podjetništvo, prikazanih na *sliki 49*, z izjemo izobraževanja za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah, pri čemer se povprečna vrednost v Sloveniji zelo približa povprečju inovacijskih gospodarstev. Je pa ta okvirni pogoj generalno slabo ocenjen v večini držav udeleženk. Najbolj pod povprečjem skupine inovacijskih gospodarstev so bile leta 2012 vladne politike na področju regulativa, kjer je ocena izvedencev za Slovenijo tudi za leto 2012 zelo nizka oziroma celo najnižja med vsemi okvirnimi pogoji. Od povprečja skupine učinkovitostnih gospodarstev lahko za Slovenijo ugotovimo višje povprečne ocene zgolj pri izobraževanju za podjetništvo na osnovni ravni ter pri vladnih programih. Okvirni pogoji, ki se nanašajo na izobraževanje za podjetništvo po srednji šoli, vladne politike – regulativa, vladne politike – podpora ter finančni viri, so pod povprečjem skupine držav, ki so glede na BDP na prebivalca manj razvite od Slovenije in se uvrščajo v tako imenovana učinkovitostna gospodarstva.

Slika 50: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva



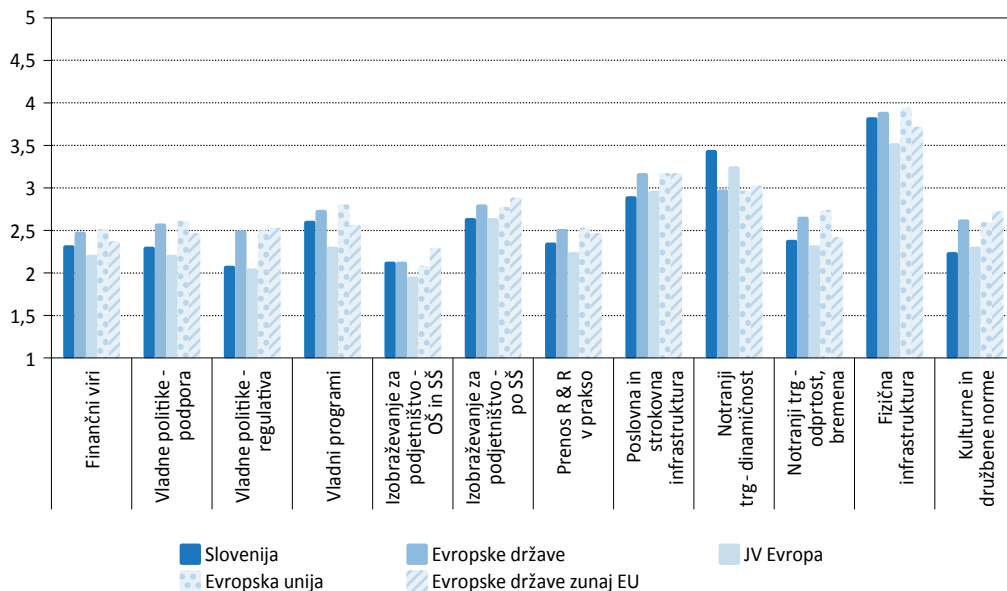
* Izračunane so standardizirane Z-vrednosti.

GEM NES Slovenija 2012

Pri naslednjih šestih okvirnih pogojih za podjetništvo, prikazanih na *sliki 50*, lahko ponovno ugotovimo dokaj enakomerno povprečno oceno v skupini inovacijskih in učinkovitostnih gospodarstev, kar pa ne velja tudi za Slovenijo. Slovenija se je leta 2012 uvrstila pod povprečje skupine inovacijskih gospodarstev, a hkrati nad povprečje učinkovitostnih gospodarstev pri dveh okvirnih pogojih za podjetništvo: pri dostopnosti do fizične infrastrukture ter prenosu raziskovalnih in razvojnih dosežkov v prakso. Glede dinamičnosti na notranjem trgu je povprečna ocena Slovenije daleč nad povprečjem obeh prikazanih skupin gospodarstev, kar pa je pogosta značilnost predvsem v manj razvitih (faktorskih) gospodarstvih. Dramatično spreminjanje trga potrošniškega in medpodjetniškega blaga ter storitev namreč pogosto ni ugodno za podjetniški sektor in zahteva posebne ukrepe, ki omogočajo hiter odziv in vnaprejšnje prilagajanje okolju.

Glede kakovosti in dostopnosti poslovne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja, je Slovenija v primerjavi z letom 2011 padla nekoliko pod povprečje skupine učinkovitostnih gospodarstev, kamor spadajo tudi odprtost in bremena na notranjem trgu ter kulturne in družbene norme. Kaj to pomeni primerjalno z evropskimi državami in državami EU, je prikazano na *sliki 51*.

Slika 51: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo – primerjava Slovenije s povprečjem skupin držav



GEM NES Slovenija 2012

S slike 51 je razvidno, da je zlasti podjetniško izobraževanje v osnovni in srednji šoli okvirni pogoj, pri katerem tako Slovenija kot tudi v povprečju druga evropska gospodarstva dosegajo najnižje ocene, kar pomeni, da podjetniške vsebine še vedno, kljub nenehnemu poudarjanju pomena podjetništva in podjetniškega izobraževanja, niso dobile ustreznega poudarka v učnih programih. Spodbudno je, da je Evropska komisija odločilno umestila podjetniško izobraževanje v strategijo EU kot enega izmed pomembnih ciljev v prihodnjem desetletju (Evropska komisija 2010). Omenjeni okvirni pogoj je v Sloveniji dosegel povprečno oceno 2,13 (na lestvici od 1 do 5), kar je nekoliko več kot leta 2011 in je ocenjen nad povprečjem skupin držav EU in JV Evrope. Na drugi strani je zelo visoko v vseh skupinah držav ocenjen okvirni pogoj, ki nakazuje na preprost dostop do fizične infrastrukture, kar velja tudi za slovensko podjetniško okolje.

Primerjalno s povprečjem evropskih držav in držav EU je Slovenija po vseh okvirnih pogojih v povprečju ocenjena slabše, z izjemo okvirnega pogoja, ki opisuje izobraževanje za podjetništvo na osnovni ravni, kjer povprečna ocena držav EU znaša 2,09, in okvirnega pogoja dinamičnost na notranjem trgu, ki je v Sloveniji dosegel povprečno oceno 3,44, kar je više od povprečja vseh skupin držav, s katerimi se primerjamo na sliki 51. V primerjavi s skupino držav JV Evrope dosega Slovenija višje povprečne ocene pri vseh okvirnih pogojih, razen pri tistem, ki se nanaša na kulturne in družbene norme, kjer je povprečna ocena za Slovenijo (2,25) najnižja med ocenami v vseh primerjanih skupinah in je značilnost slovenskega okolja za podjetništvo že vrsto let zapored. Evropske države, ki niso članice EU, pa dosegajo nižje povprečne ocene od Slovenije zgolj pri okviru podjetniških pogojev, ki se nanaša na vladne programe, kar lahko delno sovпада z usklajevanjem ekonomskih politik v evrskem območju (Evropska komisija 2010a) in pri dinamičnosti na notranjem trgu. Pri tem velja poudariti, da po oceni izvedencev Slovenija glede vladnih programov in vladne politike še vedno močno zaostaja za povprečjem EU, k čemur lahko prištejemo tudi odprtost in bremena na notranjem trgu, pa tudi dostop do poslovne in strokovne infrastrukture.

8.4 VPOGLED V NAJVIŠJE IN NAJNIŽJE OCENJENE OKVIRNE POGOJE ZA NASTANEK IN RAZVOJ PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI

Podrobnejša analiza vprašalnika NES ponuja spoznanje, da so slovenski izvedenci tudi leta 2012 zelo kritično ocenili podjetniško okolje v Sloveniji. Kar 7 okvirnih pogojev za podjetništvo od 12 je bilo ocenjenih slabše kot leto poprej. Kot stimulatивne za podjetništvo (ocena nad 3) so v letu 2012 izvedenci ocenili zgolj dva okvirna podjetniška pogoja. To sta dostop do fizične infrastrukture in hitrost sprememb na notranjem trgu. Relativno dobro so ocenjeni tudi kakovost in dostopnost poslovne in strokovne infrastrukture, razširjenost in kakovost izobraževanja za podjetništvo po srednji šoli ter izvajanje vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva. Na lestvici okvirnih podjetniških pogojev z najnižimi povprečnimi ocenami pa so zasnovanost in vodenje vladne politike – regulativa, razširjenost in kakovost izobraževanja za podjetništvo v osnovni in srednji šoli, kulturne in družbene norme, zasnovanost in vodenje vladne politike – podpora, razpoložljivost finančnih virov za nova in rastoča podjetja, obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso ter odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – odprtost, bremena.

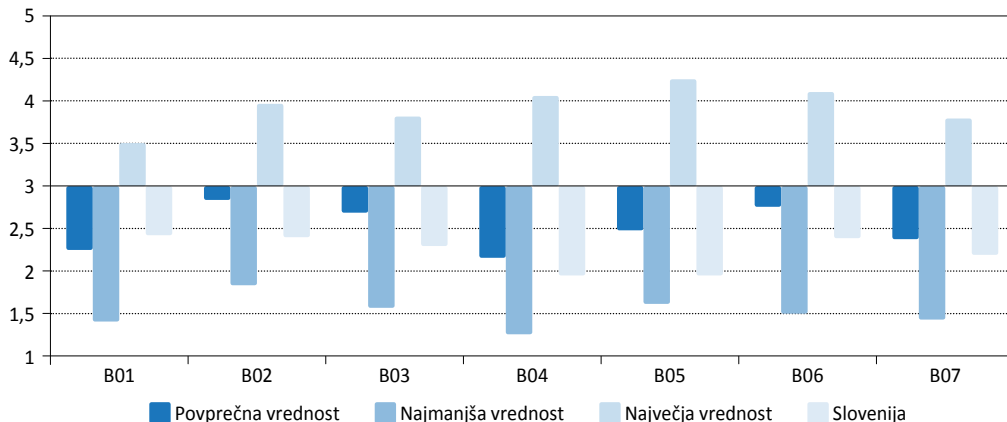
Vladna politika na področju regulative si je pogosto prisluzila najnižjo povprečno oceno tudi v preteklih letih. Podroben vpogled v posamezne elemente (trditve B04–B07 na *sliki 52*) kaže, da so bili slovenski izvedenci leta 2012 najbolj kritični do trajanja postopkov za pridobitev potrebnih dovoljenj in koncesij ter davčnih bremen za nova in rastoča podjetja. Po slednjem Slovenija tudi najbolj zaostaja za povprečno vrednostjo med vsemi državami GEM. Med evropskimi državami so enako oceno kot v Sloveniji dodelili nacionalni izvedenci na Madžarskem, višja davčna bremena pa ocenjujejo zgolj v Belgiji, Turčiji, na Portugalskem, v Italiji, na Hrvaškem, v Romuniji ter v Bosni in Hercegovini. Poudariti velja, da je ravno davčna politika eno najmočnejših orodij, ki so na voljo pristojnim organom pri ustvarjanju stimulatивnih gospodarskih razmer. Višina davčnih bremen namreč pomembno vpliva na makroekonomske razmere v državi ter na pojav sive ekonomije in s tem nelojalne konkurence.

Podjetniške zmogljivosti so tesno povezane z dostopom do fizične infrastrukture, ki pa je po mnenju slovenskih izvedencev tako kot tudi pretekla leta najbolj ocenjen okvirni podjetniški pogoj med vsemi dvanajstimi. Izvedenci so ocenjevali trditve od H01 do H05, ki jih prikazujemo na *sliki 53*. Leta 2012 so znotraj omenjenega okvirnega pogoja najbolj ocenili trditev, da potrebuje novo in rastoča podjetja za dober dostop do komunikacij v Sloveniji približno teden dni ter da za nova in rastoča podjetja ni predrag. Nad povprečjem vseh držav GEM slovenski izvedenci ocenjujejo tudi fizično infrastrukturo, ki za nova in rastoča podjetja zagotavlja dobro podporo. Najslabše ocene tega okvirnega pogoja imajo manj razvite države, med evropskimi državami pa so se na repu lestvice znašle Rusija, Bosna in Hercegovina ter Italija.

Podrobnejši vpogled v okvirne pogoje za podjetništvo dajeta *tabeli 35* in *36*, v katerih so navedene najvišje in najnižje ocenjene trditve v Sloveniji leta 2012. Ugotavljamo, da so slovenski izvedenci najmanj kritični – ob fizični infrastrukturi – tudi do poslovne in strokovne infrastrukture, kjer pa so ocene slovenskih izvedencev kljub temu slabše, kot so v povprečju ocene izvedencev iz drugih evropskih držav (*tabela 35*).

K temu dodajamo, da se v sklopu vladnih programov Slovenija približa povprečni oceni evropskih držav pri trditvi, da lahko nova in rastoča podjetja pridobijo različne vrste vladne podpore pri eni agenciji. Glede prenosa raziskav in razvoja v podjetniško prakso pa je nad povprečjem evropskih držav ocenjena trditev, da imajo nova in rastoča podjetja v Sloveniji v veliki meri povsem enako možnost dostopa do novih raziskovalnih spoznanj in tehnologij kot velika uveljavljena podjetja.

Slika 52: Elementi vladnih politik v Sloveniji v primerjavi z državami GEM

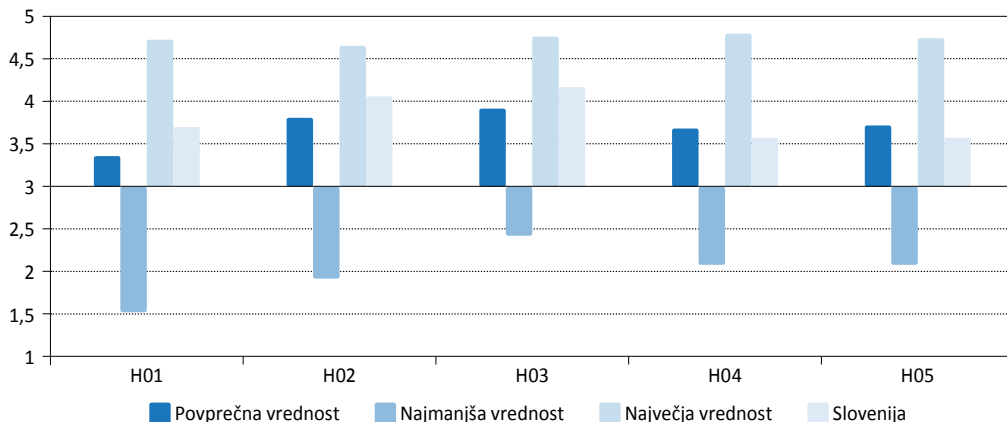


Legenda:

- B01 V Sloveniji državne politike (npr. javni razpisi) dosledno favorizirajo nova podjetja.
- B02 V Sloveniji nacionalna državna politika postavlja podpiranje novih in rastočih podjetij kot svojo bistveno prioriteto.
- B03 V Sloveniji politika v občinah in upravnih enotah postavlja podpiranje novih in rastočih podjetij kot svojo bistveno prioriteto.
- B04 V Sloveniji lahko nova podjetja dobijo večino potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni.
- B05 V Sloveniji višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja.
- B06 V Sloveniji se davčna in preostala vladna regulativa za nova in rastoča podjetja uporablja na predvidljiv in konsistenten način.
- B07 V Sloveniji spopadanje z državno birokracijo in regulativo ter pridobivanje potrebnih dovoljenj za poslovanje za nova in rastoča podjetja ni pretirano težavno.

GEM NES Slovenija 2012

Slika 53: Elementi fizične infrastrukture v Sloveniji v primerjavi z državami GEM



Legenda:

- H01 V Sloveniji fizična infrastruktura (ceste, zgradbe, komunikacije, zbiranje odpadkov) zagotavlja dobro podporo za nova in rastoča podjetja.
- H02 V Sloveniji dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) za nova ali rastoča podjetja ni predrag.
- H03 V Sloveniji potrebuje novo ali rastoča podjetja za dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) približno teden dni.
- H04 V Sloveniji nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške osnovnih potrebščin (plin, voda, elektrika, kanalizacija).
- H05 V Sloveniji lahko novo ali rastoča podjetja pridobi dostop do priključkov na plin, vodo, elektriko in kanalizacijo v približno mesecu dni.

GEM NES Slovenija 2012

Tabela 35: Najvišje ocenjeni okvirni pogoji za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji, GEM NES Slovenija 2012

Oznaka trditve	Deset najvišje ocenjenih trditvev v Sloveniji	Slovenija	Evropske države GEM (N = 29)				
		povprečna ocena	najnižja povprečna ocena		povprečna ocena	najvišja povprečna ocena	
V Sloveniji...							
H03	... potrebuje novo ali rastoče podjetje za dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) približno teden dni.	4,19	3,24	Italija	4,11	4,79	Estonija
H02	... dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) za nova ali rastoča podjetja ni predrag.	4,08	3,22	Romunija	4,04	4,68	Estonija
H01	... fizična infrastruktura (ceste, zgradbe, komunikacije, zbiranje odpadkov) zagotavlja dobro podporo za nova in rastoča podjetja.	3,72	1,89	Romunija	3,51	4,75	Švica
H04	... nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške osnovnih potrebščin (plin, voda, elektrika, kanalizacija).	3,59	2,89	Romunija	3,80	4,81	Švica
H05	... lahko novo ali rastoče podjetje pridobi dostop do priključkov na plin, vodo, elektriko in kanalizacijo v približno mesecu dni.	3,59	2,32	Rusija	3,85	4,76	Nizozemska
G02	... se medpodjetniški trg blaga in storitev dramatično spreminja iz leta v leto.	3,44	2,40	Švica	2,97	3,83	Poljska
G01	... se trg potrošniškega blaga in storitev dramatično spreminja iz leta v leto.	3,4	2,36	Avstrija Portugalska	3	4	Poljska
F04	... nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre in strokovne pravne ter računovodske storitve.	3,36	2,88	Poljska	3,54	4,19	Norveška
F01	... je dovolj kooperantov, dobaviteljev in svetovalcev, ki podpirajo nova in rastoča podjetja.	3,17	2,78	Rusija Turčija	3,53	4,23	Nizozemska
F05	... nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre bančne storitve (transakcijski računi, plačilni promet s tujino, kreditne garancije ipd.).	3,08	2,65	Italija	3,45	4,29	Makedonija

Tabela 36: Najnižje ocenjeni okvirni pogoji za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji, GEM NES Slovenija 2012

Oznaka trditve	Deset najnižje ocenjenih trditve v Sloveniji	Slovenija	Evropske države GEM (N = 29)				
		povprečna ocena	najnižja povprečna ocena		povprečna ocena	najvišja povprečna ocena	
V Sloveniji...							
A06	... je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic.	1,66	1,26	Grčija	2,14	3,16	Norveška
I03	... nacionalna kultura spodbuja podjetniško prevzemanje tveganja.	1,92	1,81	Grčija	2,29	3,06	Turčija
B04	... lahko nova podjetja dobijo večino potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni.	1,94	1,32	Grčija	2,35	3,33	Estonija
B05	... višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja.	1,94	1,61	BiH	2,52	3,83	Švica
D03	... poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij.	2	1,34	Španija	1,98	2,7	Norveška
G04	... nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške vstopa na tržišče.	2,03	1,91	Hrvaška	2,46	3,53	Nizozemska
D02	... poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno poznavanje načel tržnega gospodarstva.	2,11	1,58	Španija	2,16	3,24	Nizozemska
B07	... spopadanje z državno birokracijo in regulativo ter pridobivanje potrebnih dovoljenj za poslovanje za nova in rastoča podjetja ni pretirano težavno.	2,19	1,53	Italija	2,45	3,78	Švica
I01	... nacionalna kultura močno podpira individualne uspehe, ki so bili doseženi z lastnimi napori.	2,22	1,98	Hrvaška	2,69	3,75	Švica
I05	... nacionalna kultura poudarja odgovornost posameznika (in ne skupnosti), da obvladuje lastno življenje.	2,22	2,02	Hrvaška	2,80	4	Nizozemska

Številne najnižje ocenjene trditve o poslovnem okolju v Sloveniji leta 2012 po večini niso novost, saj so se nekatere pogosto pojavljale že v preteklih letih. V okviru finančne podpore za podjetništvo so izvedenci ocenili, da je Slovenija leta 2012 nekoliko zaostajala za povprečjem drugih evropskih držav GEM glede lastniških in dolžniških virov financiranja za nova in rastoča podjetja ter glede finančnih virov, ki jih zagotavljajo zasebniki in tvegani kapitalisti. Najslabše je bila ocenjena trditev, da je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo

izdajo delnic, nekoliko nad evropskim povprečjem pa izvedenci ocenjujejo predvsem državne subvencije za nova in rastoča podjetja. Michaelas in sodelavci (1999, v: Rus 2010) ugotavljajo, da se v času krize relativno krepki kratkoročno dolžniško financiranje za izboljšanje likvidnostnih težav podjetij, po drugi strani pa se zmanjšuje obseg dolgoročnejšega dolžniškega financiranja za financiranje investicij. Podjetja iščejo alternativne načine za priskrbo virov financiranja, žal pa je kriza povzročila tudi upad ponudbe tveganega kapitala. Izvedenci so leta 2012 prav tako nizko ocenili trditve, da trenutna nacionalna kultura spodbuja podjetniško prevzemanje tveganja, da podpira individualne uspehe, dosežene z lastnimi napor, in da poudarja odgovornost posameznika, da obvladuje lastno življenje. Tako kot v preteklih letih so bili izvedenci kritični do vladnih politik in v zadnjih letih pogosto tudi do izobraževanja za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah.

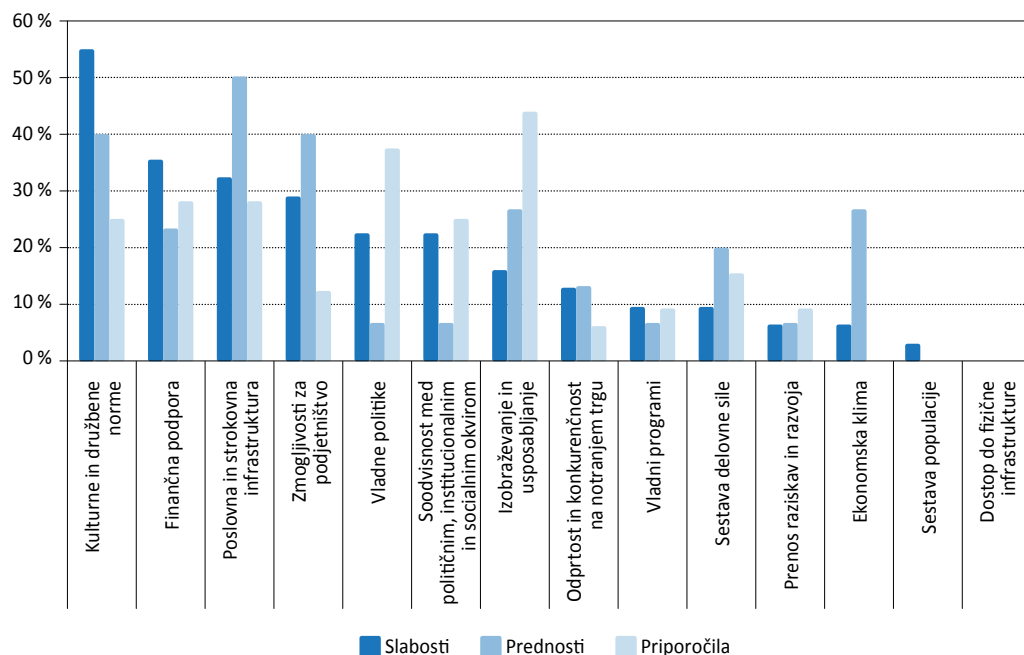
Finančna in gospodarska kriza je še bolj poudarila potrebo po daljnosežnih in celovitih ukrepih politike za pospeševanje in podporo podjetniške aktivnosti. *Sliki 49* in *50* opozarjata, da je Slovenija po kakovosti večine okvirnih pogojev za podjetništvo še vedno oddaljena od skupine inovacijskih gospodarstev, kamor se prištevamo. Slovensko podjetniško okolje namreč generalno še vedno beleži podpovprečne rezultate. Potencial za večjo podporo podjetništvu ter s tem pogoje za gospodarsko rast in družbeni napredek je šele treba ustvariti, tega pa ni mogoče narediti brez resnih intervencij na področjih, ki primerjalno z drugimi najrazvitejšimi državami najbolj pešajo.

8.5 PREDNOSTI IN SLABOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠKEGA OKOLJA PO MNENJU IZVEDENCEV TER NUJNOST UKREPANJA

O okolju za nastanek in razvoj podjetništva lahko sodimo tudi na osnovi mnenj, ki so jih izvedenci podali z odgovori na odprta vprašanja o najpomembnejših okvirnih podjetniških pogojih, ki zavirajo podjetniško aktivnost v Sloveniji, ki jo pospešujejo in kje oziroma kako bi bilo po njihovem mnenju treba ukrepati. Na *sliki 54* podajamo sistematizirane odgovore nacionalnih izvedencev v Sloveniji.

Večina nacionalnih izvedencev, ki so leta 2012 sodelovali v raziskavi, poglobitno slabost za razvoj podjetništva v Sloveniji pripisuje kulturnim in družbenim normam (54,80 %). Izvedenci pretežno poudarjajo slabšalni odnos javnosti do podjetništva, netolerantnost do nadpovprečnih in uspešnih. Kot dominantni vrednoti v družbi, ki zavirata podjetniško aktivnost, omenjajo predvsem zavist in nevoščljivost. Po mnenju nacionalnih izvedencev širša družba v Sloveniji še vedno ne razume podjetniške aktivnosti in njene vloge pri razvoju in napredku ter jo pogosto podcenjuje. Na drugi strani pa nacionalni izvedenci pogosto kot slabost v okviru kulturnih in družbenih norm izpostavljajo strah in nepripravljenost posameznikov za prevzemanje tveganja, strah pred neuspehom, ki v slovenski družbi ni sprejemljiv, ter vse pogostejša koruptivna nagnjenja v poslovanju. Na drugem mestu se je leta 2012 kot zaviralni dejavnik za razvoj podjetništva v Sloveniji pojavil dostop do finančnih sredstev za zagon ter rast podjetja (35,50 %), pri čemer nekateri izvedenci ocenjujejo, da je sistem financiranja podjetniških aktivnosti v Sloveniji še vedno premalo razvit, kritični pa so predvsem do nepovratnih sredstev ter kreditne politike bank. Glede poslovne in strokovne infrastrukture izvedenci kot slabost največkrat izpostavljajo (32,50 %) birokratske ovire ter dolge administrativne postopke. K temu lahko priključimo tudi zmogljivosti za podjetništvo (29 %), ki so po mnenju izvedencev prav tako pogosto razlog za zaviranje razvoja podjetništva v Sloveniji. Druge slabosti se v manjši meri nanašajo tudi na vladne politike, soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom, izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu ter druge dejavnike, ki so razvidni s *slike 54*.

Slika 54: Prednosti in slabosti okolja za nastanek in razvoj podjetništva po mnenju izvedencev in njihova priporočila



GEM NES Slovenija 2012

Poglavitno prednost, ki najbolj pospešuje podjetniško aktivnost v Sloveniji, izvedenci v okviru poslovne in strokovne infrastrukture pripisujejo predvsem (50 %) preprostim postopkom ustanovitve podjetja ter aktivnostim inkubatorjev in tehnoloških parkov. Izvedenci menijo, da med kulturnimi in družbenimi normami (40 %) podjetništvo v Sloveniji najbolj spodbujajo uspešni domači in tuji podjetniški zgledi. Velik odstotek odprtih odgovorov se nanaša na zmogljivosti za podjetništvo (40 %), pri čemer izvedenci kot prednost izpostavljajo tržne niše in poslovne priložnosti na enotnem trgu, geografsko lego Slovenije ter veliko željo posameznikov po neodvisnosti in novih izzivih. Izvedenci hkrati menijo, da trenutna ekonomska klima (26,7 %) na podjetniško aktivnost lahko deluje stimulatивно, saj trenutna kriza in negotova gospodarska situacija pogosto pospešujeta podjetniško obnašanje posameznikov. Prednost okolja izvedenci vidijo prav tako v kakovostnem izobraževalnem sistemu (26,7 %) in finančni podpori (23,3 %), pri čemer izpostavljajo jamstva Slovenskega podjetniškega sklada, poslovne angele in druge podpirne sheme na ravni države. V Sloveniji je za podjetništvo ugodna tudi sestava delovne sile (20 %), za katero sta po mnenju izvedencev značilni delavnost in zavzetost, ter trenutna visoka stopnja brezposelnosti, ki posameznike sili na samostojno podjetniško pot. Druge prednosti se v nekoliko manjši meri nanašajo še na nekatere druge okvirne pogoje.

Ob vsem tem so izvedenci podali svoja priporočila za pospeševanje podjetniške aktivnosti v Sloveniji, ki se v največji meri nanašajo na spodbujanje inovativnosti ter podjetniško izobraževanje in usposabljanje na vseh ravneh formalnega izobraževanja ter tudi po njem (43,8 %). Temu sledijo priporočila, ki se nanašajo na vladne politike (37,5 %). Izvedenci v tem okviru najpogosteje izpostavljajo davčne olajšave, oblikovanje dolgoročne in jasne politike za spodbujanje podjetništva ter tudi potrebo po zmanjšanju javne porabe. To nakazuje, kar ugotavlja že van Stel s sodelavci

(2007), da lahko oblikovalci ekonomske politike svoje ukrepe naravnajo v smeri nizke regulative ali v smeri visoke podpore, kar je bolj značilno za države Evropske unije (Bradač Hojnik in Rebernik 2010). Med izvedenci prevladuje mnenje, da bi bilo v Sloveniji treba izboljšati predvsem dostop do ugodnih virov financiranja (28,1 %) ter odpraviti administrativne omejitve in okrepiti svetovalne mreže za podjetnike, kar se nanaša na poslovno in strokovno infrastrukturo (28,1 %). Kar nekaj priporočil je bilo podanih tudi na področju kulturnih in družbenih norm (25 %), pri čemer bi bilo za pospeševanje podjetništva po mnenju izvedencev nujno bolj ozaveščati mlade in širšo javnost o pomenu podjetništva. Izvedenci priporočajo tudi več medijske podpore in promocije inovacij ter podjetništva, favoriziranje uspešnih podjetniških zgodb, nagrajevanje in dodeljevanje priznanj uspešnim podjetnikom ter s tem postopno spreminjanje vrednot in kulture v smeri bolj stimulativnega podjetniškega okolja.



Slovenski izvedenci v letu 2012

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja (april–julij 2012)	Ustanova
mag. Drago Pišek	predsednik uprave	Poštna banka Slovenije d.d.
dr. Nadja Zorko	finančna direktorica	ETI Elektroelement d.d.
Jure Mikuž	direktor	RSG Kapital d.o.o.
dr. Alenka Žnidaršič Kranjc	predsednica uprave	Prva osebna zavarovalnica d.d.
dr. Maks Tajnikar	redni profesor	Ekonomska fakulteta, UL
dr. Dijana Močnik	izredna profesorica	Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko, UM
Blaž Kos	direktor, vodja	Venturelab d.o.o., Poslovni angeli Slovenije
mag. Mojca Letnik	direktorica	Saubermacher Slovenija d.o.o.
prof. dr. Viljem Pšeničny	dekan	DOBA Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije Maribor
mag. Maja Tomanič Vidovič	direktorica	Slovenski podjetniški sklad
Simon Štrancar	direktor	G-1 d.o.o.
mag. Sabina Koleča	vodja po pooblastilu	Direktorat za podjetništvo, konkurenčnost in tehnologijo
dr. Jaka Vadnjal	izredni profesor	Gea College d.d.
mag. Nastja Mulej	vodja in predavateljica	DeBono.si
prof. dr. Danica Purg	direktorica	IEDC Poslovna šola Bled d.o.o.
Danila Žuraj	srednješolska profesorica v pokoju	Srednja ekonomska šola Maribor
mag. Darja Zorko Mencin	vodja	Abis d.o.o. Ljubljana
Matjaž Južnič	direktor	Center za podjetništvo, NKBM
dr. Špela Stres	vodja Centra za inovacije in prenos tehnologij	Inštitut Jožef Stefan
Tanja Senekovič	direktorica	Štajerski tehnološki park
Viljenka Godina	direktorica	Ekonomski inštitut Maribor d.o.o.
Duško Kos	direktor	Studio Moderna d.o.o.

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja (april–julij 2012)	Ustanova
dr. Matija Damjan	raziskovalec	Inštitut za primerjalno pravo pri Pravni fakulteti v Ljubljani
mag. Matej Rus	višji predavatelj, direktor	Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM; Tovarna podjetj
mag. Bernard Brščič	asistent	Ekonomska fakulteta, UL
dr. Maja Bučar	izredna profesorica	Fakulteta za družbene vede, UL
Luka Novak	direktor poslovanja	Blažič, robni trakovi d.o.o.
Vita Cajnko Javornik	odgovorna urednica revije Manager	Časnik Finance d.o.o.
dr. Cvetka Tinauer	direktorica	EBA d.o.o.
Davor Jakulin	prokurist	Atech elektronika d.o.o.
dr. Boštjan Antončič	redni profesor	Fakulteta za management Koper, UP; Ekonomski fakulteta, UL
dr. Matjaž B. Jurič	redni profesor	Fakulteta za računalništvo in informatiko, UL
ddr. Matjaž Mulej	zaslužni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM
mag. Andreja Kodrin	direktorica	TMK LAB d.o.o.
mag. Janez Damjan	direktor, višji predavatelj	Startes trženje in svetovanje d.o.o.; Ekonomski fakulteta, UL
Tatjana Fink, MBA	direktorica	Trimo, inženiring in proizvodnja montažnih objektov d.d.
dr. Metka Stare	znanstvena svetnica	Fakulteta za družbene vede, UL



Literatura

1. Arenius, P. in Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship, *Small Business Economics*, 24(3): 233–247.
2. Auer, J. in Antončič, B. (2009). *Zadovoljstvo zaposlenih, notranje podjetništvo in rast podjetja*. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave.
3. Autio, E. (2007). *GEM 2007 High Growth Entrepreneurship Report*. Wellesley, Mass. and London, UK: Babson College and London Business School.
4. Autio, E. (2011). High-Aspiration Entrepreneurship. V: M. Minniti (ur.), *The Dynamics of Entrepreneurship: Evidence from the Global Entrepreneurship Monitor Data*, New York: Oxford University Press, 251–275.
5. Autio, E. in Acs, Z. J. (2010). Intellectual property protection and the formation of entrepreneurial growth aspirations, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4(3): 234–251.
6. Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive, *Journal of Political Economy*, 98(5): 893–921.
7. Baumol, W. J. (1993). *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*. Cambridge MA: The MIT Press.
8. Becker, G. S. (1964). *Human Capital*. Chicago: University of Chicago Press.
9. Blanchflower, D. (2004). Self-employment: More may not be better, *Swedish Economic Policy Review*, 11(2): 15–74.
10. Bosma, N. (2009). *The Geography of Entrepreneurial Activity; Multilevel analyses for Dutch and European Regions*, doktorska disertacija, Utrecht University.
11. Bosma, N. in Schutjens, V. (2010). Understanding regional variation in entrepreneurial activity and entrepreneurial attitude in Europe, *The Annals of Regional Science*, 47(3): 711–742.
12. Bosma, N., Jones, K., Autio, E. in Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor: 2007 Executive Report*. Babson College, London Business School, and GERA.
13. Bosma, N., Wennekers, S. in Amoros, J. (2012): *2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe*. London: GERA.
14. Bosma, N. S. in Levie, L. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor: 2009 Executive Report*. Babson Park, MA, US: Babson College, Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo and Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University, London, UK: GERA.

15. Bradač Hojnik, B. in Rebernik, M. (2010). Sodobna javna uprava za manj ovir MSP. V: K. Širec in M. Rebernik (ur.), *Vrzeli slovenskega podjetniškega okolja, Slovenski podjetniški observatorij 2009/10*, Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
16. Burke, A. E., van Stel, A. J. in Thurik, A. R. (2008). *Blue Ocean versus Competitive Strategy: Theory and evidence*, EIM Research Report H200801, Zoetermeer: EIM.
17. Burns, P. (2008). *Corporate entrepreneurship: building the entrepreneurial organization*, 2nd ed. England, New York: Palgrave Macmillan.
18. Busenitz, L. W., Gomez, C. in Spencer, J. W. (2000). Country Institutional Profiles: Unlocking Entrepreneurial Phenomena, *Academy of Management Journal*, 43(5): 994–1003.
19. Caliendo, M. in Kritikos, A. S. (2011). *Searching for the Entrepreneurial Personality: New Evidence and Avenues for Further Research*, Discussion Paper No. 5790. Germany: IZA.
20. Caliendo, M., Fossen, F. M. in Kritikos, A. S. (2009). Risk Attitudes of Nascent Entrepreneurs – New Evidence from an Experimentally-Validated Survey, *Small Business Economics*, 32(2): 153–167.
21. Caliendo, M., Fossen, F. M. in Kritikos, A. S. (2010). The Impact of Risk Attitudes on Entrepreneurial Survival, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 76: 45–63.
22. Caliendo, M., Fossen, F. M. in Kritikos, A. S. (2011). *Personality Characteristics and the Decision to Become and Stay Self-Employed*, SOEPpapers on Multidisciplinary Panel Data Research. Berlin: DIW.
23. Carree, M. A. in Thurik, A. R. (2003). The impact of Entrepreneurship on Economic Growth. V: Z. J. Acs, D. B. Audretsch (Ur.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, VB: Kluwer Academic Publishers, 437–471.
24. Carter, N., Williams, M. in Reynolds, P. D. (1997). Discontinuance among new firms in retail: the influence of initial resources, strategy and gender, *Journal of Business Venturing*, 12: 125–145.
25. Constant, A. in Zimmermann, K. F. (2006). The making of entrepreneurs in Germany: Are native men and immigrant alike?, *Small Business Economics*, 26 (3): 279–300.
26. Cramer, J., Hartog, J., Jonker, N. in Van Praag, C. (2002). Low Risk Aversion Encourages the Choice for Entrepreneurship: An Empirical Test of a Truism, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 48: 29–36.
27. Crnogaj, K. (2012). *Vpliv izbranih institucionalnih in individualnih dejavnikov na podjetniško aktivnost ter njihova povezava z gospodarskim in družbenim napredkom*, doktorska disertacija. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
28. De La Vega, I., Coduras, A., Cruz, C. in Justo, R. (2008). *Entrepreneurial Activity among Foreigners Resident in Spain*. International Centre for Entrepreneurship and Venture Development. IE Business School.
29. Douglas, E. in Shepherd, D. (1999). Entrepreneurship as a utility maximizing response, *Journal of Business Venturing*, 15: 231–251.
30. Drew Hohn, M., Atkins, L. in Waslin, M. (2012). *Immigrant Entrepreneurs. Creating Jobs and Strengthening the Economy*. Labor, Immigration and Employee Benefits Division of the US Chamber of Commerce; Immigration Policy Center of the American Immigration Council.

31. Eckhardt, J. T. in Shane, S. (2010). An Update to the Individual-Opportunity Nexus. V: Z. J. Acs, D. B. Audretsch (ur.), *Handbook of Entrepreneurship Research; An Interdisciplinary Survey and Introduction*, 2nd Ed, NY: Springer.
32. Eckhardt, J. T. in Shane, S. A. (2003). Opportunities and Entrepreneurship, *Journal of Management*, 29: 333–349.
33. Eisenhauser, J. G. (1995). The entrepreneurial decision: economic theory and empirical evidence, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 67–79 (Summer).
34. European Commission, EACEA. (2010). *Gender Differences in Educational Outcomes: Study on the Measures Taken and the Current Situation in Europe*, Bruselj: Evropska komisija.
35. Evropska komisija. (2010). *Strategija Evropa 2020*. Bruselj: Evropska komisija.
36. Evropska komisija. (2010a). *Okrepitev usklajevanja ekonomskih politik*. Bruselj: Evropska komisija.
37. Evropska komisija. (2012). *Akcijski načrt za podjetništvo 2020: Oživitev podjetniškega duha v Evropi*. COM/2012/0795. Dostopno na: [<http://www.ipex.eu/IPEXL-WEB/dossier/document/COM20120795.do?appLng=SL>].
38. Guth, W. in Ginsberg, A. (1990). Guest Editors' Introduction: Corporate Entrepreneurship, *Strategic Management Journal*, 11: 297–308.
39. Hartog, J., Ferrer-i Carbonell, A. in Jonker, N. (2002). Linking Measured Risk Aversion to Individual Characteristics, *Kyklos*, 55: 3–26.
40. Henderson, R. in Robertson, M. (1999). Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career, *Education & Training*, 41: 236–245.
41. Hessels, J., Grilo, I., Thurik, R. in van der Zwan, P. (2011). Entrepreneurial exit and entrepreneurial engagement, *Journal of Evolutionary Economics*, 21(3): 447–471.
42. Holcombe, R. (2003). The Origins of Entrepreneurial Opportunities, *Review of Austrian Economics*, 16(1): 25–43.
43. Kelley, D., Bosma, N. in Amoros, J. E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor: 2010 Global Report*. Babson College, Babson Park, MS, US; Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile; London Business School, London, UK in GERA.
44. Kim, C. W. in Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Boston MA: Harvard Business School Press.
45. Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: The University of Chicago Press.
46. Kirzner, I. M. (1985). *Discovery and the Capitalist Process*. Chicago: The University of Chicago Press.
47. Klein, N. (2008). *Doktrina šoka: razmah uničevalnega kapitalizma*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
48. Koellinger, P. (2008). Why are some entrepreneurs more innovative than others? *Small Business Economics*, 31(1): 21–37.
49. Koellinger, P., Minniti, M. in Schade, C. (2005). *I Think I Can, I Think I Can: Overconfidence and Entrepreneurial Behavior*, Discussion papers 501, Berlin: DIW, German Institute for Economic Research. Dostopno na: [<http://www.econstor.eu/dspace/bitstream/10419/18352/1/dp501.pdf>].

50. Levesque, M. in Minitti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior, *Journal of business venturing*, 21(2): 177–194.
51. Levie, J. in Autio, E. (2011). Regulatory Burden, Rule of Law, and Entry of Strategic Entrepreneurs: An International Panel Study, *Journal of Management Studies*, 48: 1392–1419.
52. McMullen, J. S. in Shephers, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur, *Academy of Management Review*, 31(1): 132–152.
53. Morris, M. H., Kuratko, D. F. in Covin, J. G. (2010). *Corporate Entrepreneurship and Innovation*. Mason, OH: Thomson/South-Western.
54. Mueller, S. L. in Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: a nine country study of locus of control and innovativeness, *Journal of Business Venturing*, 16(1): 51–75.
55. OECD. (2004). *Women's Entrepreneurship: Issues and Policies*. Paris: OECD Publishing.
56. OECD. (2008). *Measuring Entrepreneurship. A digest of indicators*, OECD–Eurostat Entrepreneurship Indicators Program. OECD Statistics Directorate: OECD Publishing.
57. Pilkova, A. idr. (2012). *Podnikanje na Slovensku: visoka aktivita, nizke razvojne aspiracije*, GEM Slovaška 2012. Bratislava: Univerza Komenskega.
58. Pinchot III, G. (1999). *Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation*. Bennett-Koehler Pub.
59. Porter, M. J., Sachs, J. in McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. V: M. J. Porter, P. K. Sachs, J. W. Cornelius, J. Mc Arthur, K. Schwab (ur.), *The Global Competitiveness Report 2001–2002*, New York: Oxford University Press, 16–25.
60. Rebernik, M., Tominc, P. in Crnogaj, K. (2011). *Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva*, GEM Slovenija 2010. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
61. Rebernik, M., Tominc, P. in Crnogaj, K. (2012). *Usihanje podjetništva v Sloveniji*, GEM Slovenija 2011. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
62. Rebernik, M., Tominc, P. in Pušnik, K. (2009). *Rast podjetniške aktivnosti*, GEM Slovenija 2008. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
63. Redford, D. in Trigo, V. (2007). *The State of Portuguese Entrepreneurship Education: A National Study of 2005/2006*, mimeo ISCTE.
64. Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N. in Servais, I. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation, 1998–2003, *Small Business Economics*, 24(3): 205–231.
65. Rotter, J. (1954). *Social Learning and Clinical Psychology*. Prentice-Hall.
66. Rus, M. (2010). Otežen dostop do virov financiranja v času krize. V: K. Širec in M. Rebernik (ur.), *Vrzeli slovenskega podjetniškega okolja, Slovenski podjetniški observatorij 2009/10*, Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
67. Saxenian, A. (2006). *The New Argonauts: Regional Advantage in a Global Economy*. Harvard University Press.
68. Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

69. Schwab, K. (2012). *The Global Competitiveness Report 2012–2013*. Švica: World Economic Forum.
70. Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship. The Individual-Opportunity Nexus*. Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
71. Shane, S. in Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research, *The Academy of Management Review*, 25(1): 217–226.
72. Širec, K. in Rebernik, M. (2011). Izobraževanje za podjetnost in podjetništvo, *Pedagoška obzorja*, 26(4): 129–145.
73. Stam, E., Bosma, N., van Witteloostuijn, A., de Jong, J., Bogaert, S., Edwards, N. in Jaspers, F. (2012). *Ambitious Entrepreneurship. A review of the academic literature and new directions for public policy*. AWT rapport, 41.
74. Stewart, W. in Roth, P. (2001). Risk Propensity Differences Between Entrepreneurs and Managers: A Meta-Analytic Review, *Journal of Applied Psychology*, 86: 145–153.
75. Szyliowicz, D. in Galvin, T. (2010). Applying broader strokes: Extending institutional perspectives and agendas for international entrepreneurship research, *International Business Review*, 19(4): 317–332.
76. Terjesen, S. in Szerb, L. (2008). Dice thrown from the beginning? An empirical investigation of determinants of firm level growth expectations, *Estudios De Economia*, 35(2): 153–178.
77. Tominc, P. in Rebernik, M. (2012). Gender differences in entrepreneurial education and entrepreneurial activity in part of the Danube region, *Aktual'ni problemi ekonomiki*, 12(138): 496–505.
78. Van Stel, A., Storey, D. J. in Thurik, A. R. (2007). The Effect of Business Regulations on Nascent and Young Business Entrepreneurship, *Small Business Economics*, 28(2): 171–186.
79. Verheul, I. in Thurik, A. R. (2001). Start-up capital: does gender matter? *Small Business Economics*, 16: 329–345.
80. Volery, T. (2004). Entrepreneurship and Enterprise Education in Europe: What Must Be Learnt and What Can Be Taught, *EntreNews*, 2/2004: 2.
81. Wennekers, S. in Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship to economic growth, *Small Business Economics*, 13(1): 27–55.
82. Wennekers, S., Uhlaner, L. in Thurik, R. (2002). Entrepreneurship and its Conditions: a Macro Perspective, *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1): 1–40.
83. World Economic Forum. (2009). *Educating the Next Wave of Entrepreneurs: Unlocking Entrepreneurial Capabilities to Meet the Global Challenges of the 21st Century: A Report of the Global Education Initiative*. Švica: World Economic Forum.
84. Xavier, S. R., Kelley, D., Kew, J., Herrington, M. in Vorderwülbecke, A. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor: 2012 Global Report*, Babson College, Universidad del Desarrollo, Universiti Tun Abdul Razak, London Business School, and GERA.

Ključne mere GEM

Mera	Opis
<i>Odnos do podjetništva in njegovo dojemanje (Entrepreneurial Attitudes and Perceptions)</i>	
Zaznane priložnosti (Perceived opportunities)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki vidijo dobre priložnosti za ustanovitev podjetja na območju, na katerem živijo.
Zaznane zmogljivosti (Perceived capabilities)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki verjamejo, da imajo potrebne veščine in znanje, da bi ustanovili podjetje.
Podjetniške namere (Entrepreneurial intention)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki so latentni podjetniki, saj nameravajo v roku treh let ustanoviti podjetje.
Stopnja strahu pred neuspehom (Fear of failure rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki navajajo, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja.
Podjetništvo kot zaželena podjetniška izbira (Entrepreneurship as desirable career choice)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi podjetništvo zaželena poklicna izbira.
Visok status uspešnega podjetništva (High-status successful entrepreneurship)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se strinjajo s trditvijo, da so v njihovi državi uspešni podjetniki spoštovani in ugledni.
Pozornost medijev do podjetništva (Media attention for entrepreneurship)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi v javnih medijih pogosto videti zgodbe o uspešnih novih podjetjih.
Motivacijski indeks (Entrepreneurial motivation index)	Razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti.
<i>Podjetniška aktivnost (Entrepreneurial Activity)</i>	
Stopnja nastajajočega podjetništva (Nascent entrepreneurship rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno nastajajoči podjetniki, tj. so aktivno vpleteni v ustanavljanje podjetja, ki bo v celoti ali delno v njihovi lasti; podjetje lastnikom še ni izplačevalo plač, nadomestil ali drugih prihodkov dlje kot tri mesece.

Mera	Opis
Stopnja novega podjetništva (New business ownership rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno lastniki-managerji novega podjetja, to pomeni, da so lastniki in vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodke več kot tri mesece, a manj kot 42 mesecev.
Zgodnja podjetniška aktivnost (Early-stage entrepreneurial activity - TEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali pa novi podjetniki (lastniki-managerji) novega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja ustaljenega podjetništva (Established business ownership rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno podjetniki ustaljenega podjetja; to pomeni, da so lastniki in vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodke več kot 42 mesecev.
Stopnja celotne podjetniške aktivnosti (Overall entrepreneurial activity rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi vključeni v zgodnje podjetniške aktivnosti ali pa so lastniki-managerji ustaljenega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja prenehanja poslovanja (Business discontinuation rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so v zadnjih 12 mesecih prenehali poslovati, ker so prodali, zaprli ali kako drugače prekinili svoj lastniško-managerski odnos s podjetjem. Opozorilo: to NI merilo stopnje propada podjetij.
Opustitveni indeks (Entrepreneurship exit rate)	Odstotek podjetnikov, ki so v preteklem letu opustili poslovanje, v primerjavi s celotno podjetniško aktivnostjo.
Podjetniška aktivnost zaradi nuje: relativni delež (Necessity-driven entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek posameznikov, ki so vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost (kot je opredeljena zgoraj) zaradi nuje, ker niso imeli druge možnosti za delo.
Z izboljšanjem motivirana podjetniška aktivnost zaradi priložnosti: relativni delež (Improvement-driven opportunity entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek posameznikov, ki so vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost (kot je opredeljena zgoraj), ki (i) trdijo, da so to storili zaradi priložnosti in ne zato, ker ne bi imeli druge možnosti za delo, in (ii) ki pravijo, da je bil glavni motiv za izkoriščanje priložnosti, da bi bili neodvisni ali da bi povečali svoje prihodke in ne, da bi samo obdržali svoje sedanje prihodke.
Podjetniške aspiracije (Entrepreneurial Aspirations)*	
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity - HEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali novi podjetniki (lastniki-managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj, ter pričakujejo, da bodo čez pet zaposlovali najmanj 20 ljudi.
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo: relativni delež (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki pričakujejo, da bodo čez pet let zaposlovali najmanj 20 ljudi.
Zgodnja podjetniška aktivnost, pričakovano samostojna ali z nizko rastjo zaposlovanja (Solo/Low job expectation early-stage entrepreneurial activity-SLEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali novi podjetniki (lastniki-managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj, ter pričakujejo, da bodo čez pet zaposlovali manj kot 5 ljudi. Na osnovi podatkov 2009–2011.

Mera	Opis
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano srednjo/visoko rastjo zaposlovanja (Medium/high job expectation early-stage entrepreneurial activity-MHEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali novi podjetniki (lastniki-managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj, ter pričakujejo, da bodo čez pet zaposlovali 5 ali več ljudi. Na osnovi podatkov 2009–2011.
Zgodnja podjetniška aktivnost usmerjena k novim izdelkom in trgom: relativni delež (New product-market oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki navajajo, da je njihov izdelek ali storitev nov za vsaj nekaj kupcev in da ni veliko podjetij, ki bi ponujala enak izdelek ali storitev. Na osnovi podatkov 2009–2011.
Zgodnja podjetniška aktivnost v tehnoloških sektorjih: relativni delež (Early-stage entrepreneurial activity in technology sectors: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki so aktivni v »visokotehnoloških« ali »srednjetehnoloških« sektorjih, kot jih klasificira OECD.
Mednarodno usmerjena zgodnja podjetniška aktivnost: relativni delež (International oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki navajajo, da je vsaj 25 % njihovih kupcev iz drugih držav. Na osnovi podatkov 2009–2011.
Podjetniška aktivnost zaposlenih (Entrepreneurial Employee Activity)	
Podjetniška aktivnost zaposlenih (Entrepreneurial Employee Activity-EEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno vključeni v razvoj nove podjetniške dejavnosti za svojega delodajalca in imajo pri tem vodilno vlogo.
Podjetniška aktivnost zaposlenih v zasebnem sektorju (Private sector entrepreneurial employee activity-PEEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno vključeni v razvoj nove podjetniške dejavnosti za svojega delodajalca v zasebnem sektorju in imajo pri tem vodilno vlogo. Zato PEEA predstavlja podskupino mere EEA.
Podpora delodajalca podjetniški aktivnosti zaposlenih (Employer's support for entrepreneurial employee activity)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki navaja, da njihov delodajalec zagotavlja zaposlenim vsaj nekaj podpore pri novih idejah.

* Mera z oznakami HEA, SLEA, MHEA, EEA in PEEA so bile uporabljene leta 2011 in so podrobneje pojasnjene v Rebernik idr. 2012.

Podvojeni vzorčni okvir

Leta 2012 je bilo v Sloveniji zaradi upada fiksnih telefonskih priključkov uporabljeno kombinirano telefonsko anketiranje, kar pomeni, da smo izhajali iz podvojenih vzorčnih okvirov: za 75 % statističnih enot v vzorcu je vzorčni okvir predstavljal telefonski imenik gospodinjstev s fiksnim telefonskim priključkom, dobrih 25 % statističnih enot v vzorcu pa smo vzorčili na osnovi telefonskega imenika razpoložljivih mobilnih telefonskih števil.

Podvojeni vzorčni okviri se v zadnjem času ponovno pogosteje uporabljajo, saj narašča število gospodinjstev z vsaj enim mobilnim telefonskim priključkom, hkrati pa upada število gospodinjstev, ki imajo zgolj fiksni telefonski priključek (European Commission 2008,¹ European Mobile industry observatory 2011²). Takšen pojav je mogoče opaziti v veliko evropskih državah, tudi v Sloveniji. V raziskavi GEM je podvojeni vzorčni okvir fiksnih in mobilnih telefonskih priključkov leta 2012 uporabljalo 21 sodelujočih držav od 69; večinoma so to razvite države z inovacijskim tipom gospodarstva (na primer Avstrija, Belgija, Finska, Nemčija itd.). Nekatere, zlasti manj razvite države, pa uporabljajo podvojeni vzorčni okvir fiksnih telefonskih priključkov in osebnega anketiranja ali celo mobilnih telefonskih priključkov in osebnega anketiranja predvsem zaradi nezadostne pokritosti gospodinjstev s fiksnimi telefonskimi priključki. S podvojenimi vzorčnimi okviri dosežemo večjo zanesljivost dobljenih rezultatov.

V vzorcu za Slovenijo za leto 2012 je bilo iz vzorčnega okvira gospodinjstev s fiksnimi telefonskimi priključki anketiranih 1589 oseb, iz vzorčnega okvira mobilnih telefonskih priključkov pa 421 oseb. V tabeli A1 prikazujemo rezultate preverjanja obstoja statistično značilnih razlik med obema skupinama anketiranih za nekatere osnovne kazalnike podjetniške aktivnosti, v tabeli A2 pa strukturo anketiranega prebivalstva po starosti in spolu za obe skupini anketiranih.

¹ http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_293_full_en.pdf

² <http://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/04/emofullwebfinal.pdf>

Tabela A1: Statistična značilnost razlik za izbrane kazalnike podjetniške aktivnosti za prebivalstvo, dostopno preko fiksnih in preko mobilnih telefonskih priključkov, Slovenija 2012

	TEA	TEA–moški	TEA–ženske	TEA–nujnost	TEA–priložnost	Nastajajoči podjetniki			
						priložnost	nujnost	moški	ženske
Fiksni telefoni	4,69	6,79	2,61	0,36	4,16	2,01	0,23	3,29	1,47
Mobilni telefoni	8,17	12,36	2,51	0,56	7,61	0,48	0,34	8,18	1,00
	p = 0,02*	p = 0,016*	p = 0,937	p = 0,566	p = 0,013*	p = 0,012*	p = 0,750	p = 0,01*	p = 0,585

** razlike statistično značilne pri manj kot 1 % tveganju

* razlike statistično značilne pri manj kot 5 % tveganju

Tabela A2: Struktura anketiranih v slučajnem vzorcu za Slovenijo za leto 2012 po starosti in spolu v obeh skupinah anketiranih

	Spol		Starost				
	moški	ženske	18–24	25–34	35–44	45–54	55–64
Fiksni telefoni	49,8	50,2	11,3	20,0	22,6	24,0	22,2
Mobilni telefoni	57,4	42,6	17,2	31,0	20,6	18,5	12,8

Kot kažejo rezultati, smo z mobilnimi telefoni zajeli predvsem mlajše moške, kar je bil tudi namen uporabe podvojenih vzorčnih okvirov, saj smo tako zmanjšali velikost uteži pri anketiranih v tej skupini. Pri drugih demografskih značilnostih ni opaziti razlik v strukturi – domnevamo lahko, da statistično značilne razlike v izbranih kazalnikih podjetniške aktivnosti niso posledica katerih drugih demografskih značilnosti.

Kot je razvidno iz tabele A1, lahko statistično značilne razlike v podjetniški aktivnosti potrdimo med obema skupinama ljudi pri podjetniški aktivnosti moških, in sicer v podjetništvu zaradi izkoriščanja obetavnih poslovnih priložnosti, kar velja tudi pri nastajajočih podjetnikih. Ker moški med podjetniki prevladujejo, je statistično značilna razlika tudi pri skupni zgodnji podjetniški aktivnosti.

Raziskovalni timi in sponzorji

GEM v letu 2012

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Alžirija	CREAD	Abderrahmane Abedou	German Development Cooperation (Deutsche Gesellschaft fuer Internationale Zusammenarbeit, GIZ)	CREAD
		Ahmed Bouyacoub		
		Hamid Kherbachi		
		Mohcene Abdenour		
		Zoubiri Hocine		
		Marita Riedel		
		Marcus Casel		
Angola	Sociedade Portuguesa e Inovação (SPI)	Augusto Medina	BFA – Banco de Fomento Angola, S.A.R.L. International Development Research Centre (IDRC)	SINFIC, Sistemas de Informação Industriais, S.A.
		Douglas Thompson		
		Nuno Gonçalves		
		João Rodrigues		
		Catarina Barbosa		
		Sofia Esteves		
	Centro de Estudos e Investigação Científica (CEIC) of the Universidade Católica de Angola (UCAN)	Manuel Alves da Rocha		
		Carlos Vaz		
		Salim Abdul Valimamade		
Argentina	IAE - Business School	Silvia Torres Carbonell	Buenos Aires City Government – Economic Development Ministry	MORI Argentina
		Aranzazu Echezarreta		
		Juan Martin Rodriguez		
Avstrija	FH Joanneum	Thomas Schmalzer	Wirtschaftskammer Österreich	OGM Gesellschaft für Marketing Ges.m.b.H.
		Bernadette Frech	Wirtschaftskammer Steiermark	
		Rene Wenzel	Wirtschaftskammer Oberösterreich	
		Vito Bobek	Wirtschaftskammer Niederösterreich	
			Wirtschaftskammer Wien	
			Wirtschaftskammer Kärnten	
	Wirtschaftskammer Salzburg			
	Wirtschaftskammer Burgenland			
	Wirtschaftskammer Tirol			
	Wirtschaftskammer Vorarlberg			

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Barbados	The Cave Hill School of Business, The University of the West Indies	Marjorie Wharton	International Development Research Centre (IDRC)	Systems Consulting Ltd.
		Donley Carrington	First Citizens Bank Ltd	
		Jeannine Comma		
Belgija	Vlerick Business School	Hans Crijns	STOIO (Flemish Research Organisation for Entrepreneurship and Regional Economy)	Dedicated Research
		Niels Bosma	EWI (Department of Economy, Science and Innovation)	
		Tine Holvoet		
Bosna in Hercegovina	Centre for Entrepreneurship Development Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	Bahrija Umihanić	Centre for Entrepreneurship Development Tuzla	IPSOS d.o.o. Sarajevo
		Mirela Omerović	Federal Ministry of Entrepreneurship, Development and Crafts	
		Rasim Tulumović	Ministry of Development and Entrepreneurship of Tuzla Canton	
		Sladana Simić	SeeNet Program	
		Aziz Šunje	MCF Prizma	
		Kenan Crnkic	Municipality of Tuzla	
		Vjekoslav Domljan		
		Ranko Markuš		
		Selma Poljić		
Bocvana	University of Botswana	C. R. Sathymoorthi	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Botswana Team
		B. Kealesitse		
		Z. Muranda		
		J. Pansiri		
		R. Makgosa		
		S. Biza-Khupe		
		E. D. M. Odirile		
		T. Mphela		
		T. Tsheko		
Brazilija	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	Simara Maria de Souza Silveira Greco	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE	Rogério de Mello Bonilha - EI
		Adriano Luiz Antunes	Fundação Getúlio Vargas - FGV-EAESP	
		Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia Duarte	Serviço Social da Indústria - SESI - PR	
		Fábio Fernandes Pereira	Universidade Federal do Paraná - UFPR	
		Joana Paula Machado	Instituto de Tecnologia do Paraná - TECPAR	
		Mariano Mato Macedo		
		Mario Tamada Neto		
		Marco Aurélio Bedê		
		Morlan Luigi Guimarães		
		Paulo Alberto Bastos Jr		
		Tales Andreassi		
		Vanderlei Moroz		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Čile	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós	Ministerio de Economía	Questio, Estudios de Mercado y Opinion Limitada
		Carlos Poblete	MovistarInnova	
		Carlos Albornoz	InnovaChile Corfo	
		Gianni Romani	SOFOFA (Federation of Chilean Industry)	
Danska	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt	Industriens Fond	Voxmeter
		Torben Bager	EE - Etnisk Erhvervsfremme	
		Mahdokht Sedaghat		
		Kim Klyver		
		Majbritt Rostgaard Evald		
		Kent Wickstrøm Jensen		
		Mick Hancock		
		Shahamak Rezaei		
Egipt	The British University in Egypt	David Kirby	Silatech	The Nielsen Company
		Hala Hattab	International Development Research Centre (IDRC)	
		Hadia FakhrEldin	The British University in Egypt	
			The Middle East Council for Small Businesses and Entrepreneurship	
Ekvador	ESPOL- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio	Banco de Guayaquil	Survey Data
		Ma. Elizabeth Arteaga	CLARO	
		Guido Caicedo	Dyvenpro	
		Xavier Ordeñana	ESPOL	
		Ramón Villa	Mexichem Group	
		Andrea Samaniego	Telconet Trout and Partners	
Estonija	Estonian Development Fund	Tõnis Arro	Estonian Development Fund	Saar Poll
		Tõnis Mets		
		Ellen Liigus		
		Tiit Elenurm		
		Jaan Masso		
		Kaire Põder		
		Urve Venesaar		
		Anne Reino		
		Etiopija		
Wolday Amha				
Asmelash Haile				
Mawerdi Abdurahman				
Finska	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen	Ministry of Employment and the Economy	TNS Gallup Oy
		Jarna Heinonen	Turku School of Economics, University of Turku	
		Tommi Pukkinen		
		Pekka Stenholm		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Francija	EMLYON Business School	Alain Fayolle	EMLYON Business School	CSA
		Emeran Nzali		
		Danielle Rousson		
		Jean-Pierre Debourse		
Gana	University of Ghana	Paul W. K. Yankson	International Development Research Centre (IDRC)	Institute of Statistical, Social and Economic Research (ISSER), University of Ghana
		George Owusu		
		Robert D. Osei		
		Simon Bawakyillenuo		
Grčija	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides	National Bank of Greece SA	Datapower SA
		Stelina Chatzichristou		
		Aggelos Tsakanikas		
Hrvaška	J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer	Ministry of Entrepreneurship and Crafts CEPOR SME & Entrepreneurship Policy Centre J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics	Puls d.o.o., Zagreb
		Nataša Šarlija		
		Sanja Pfeifer		
		Suncica Oberman Peterka		
		Mirna Oberman		
Indija	Entrepreneurship Development Institute of India (EDI), Ahmedabad	Sunil Shukla	Centre for Research in Entrepreneurship Education and Development (CREED) Entrepreneurship Development Institute of India (EDI)	TNS India
		Pankaj Bharti		
		Amit Kumar Dwivedi		
	Institute of Management Technology (IMT), Ghaziabad	Bibek Banerjee	Institute of Management Technology (IMT)	
		Surinder Batra		
		Noel Saraf		
	Indian School of Business (ISB), Hyderabad	Krishna Tanuku	Wadhvani Centre for Entrepreneurship Development (WCED), ISB	
		Santosh Srinivas		
		Kumar Ashish		
		Vijay Vyas	Department of Strategy, Enterprise and Innovation, Portsmouth Business School	
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan	Labour Social Security Institute (LSSI)	Sedigheh Yeganegi
		Nezameddin Faghieh		
		Ali Akbar Moosavi-Movahedi		
		Leyla Sarfaraz		
		Asadolah Kordrnej		
		Jahangir Yadollahi Farsi		
		Mahmod Ahamadpour Daryani		
		S. Mostafa Razavi		
		Mohammad Reza Zali		
		Mohammad Reza Sepehri		
		Ali Rezaean		

PRILOGA 3: RAZISKOVALNI TIMI IN SPONZORJI GEM V LETU 2012

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Irska	Fitzsimons Consulting Dublin City University Business School	Paula Fitzsimons	Enterprise Ireland	IFF
		Colm O'Gorman	Forfás	
Italija	University of Padua	Moreno Muffatto	Grafica Veneta Spa	Doxa
		Paolo Giacon	Campania Innovazione	
		Michael Sheriff		
		Saadat Saaed		
		Masoud Mostafavi		
		Sandra Dal Bianco		
		Debora Vivenzi		
Izrael	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz	The Ira Center for Business Technology and Society, Ben Gurion University	Dialogue Corporation
		Yoash Avrahami	Ministry of Industry, Trade and Employment, Government of Israel	
		Miri Lerner	The Sami Shamoon College of Engineering	
			MATA - Organisation for the Advancement of Technology Entrepreneurs	
Jamajka	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj	International Development Research Centre (IDRC)	Market Research Services Ltd
		Paul Golding	University of Technology, Jamaica	
		Michael Steele		
		Vanetta Skeete		
		Orville Reid		
		Horace Williams		
Japonska	Musashi University	Noriyuki Takahashi	Venture Enterprise Center	Social Survey Research Information Co.,Ltd (SSRI)
		Takeo Isobe		
		Yuji Honjo		
		Takehiko Yasuda		
		Masaaki Suzuki		
Južnoafriška republika	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington	The Swiss South African Cooperation Initiative (SSACI)	Nielsen South Africa
		Natasha Turton	The Small Enterprise Development Agency (SEDA)	
		Jacqui Kew	The Services SETA	
Kitajska	Tsinghua University	Gao Jian	School of Economics and Management, Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.
		Qin Lan		
		Jiang Yanfu		
		Cheng Yuan		
		Li Xibao		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Kolumbija	Universidad de los Andes	Rafael Augusto Vesga	Universidad de los Andes - Center for Entrepreneurship	Centro Nacional de Consultoría
		Raúl Fernando Quiroga		
		Paola Andrea Garcia		
	Universidad del Norte	Liyis Gómez	Universidad del Norte	
		Ignacio Negrette		
		Juan Guillermo Restrepo		
		Leila Escaff		
	Universidad Icesi	Rodrigo Varela Villegas	Universidad Icesi - International Development Research Center (IDRC)	
		Juan David Soler		
		Luis Miguel Alvarez		
	Pontificia Universidad Javeriana Cali	Fernando Pereira	Pontificia Universidad Javeriana Cali	
		Fabian Osorio		
Koreja	Gyeongnam National University of Science and Technology (GnTech)	Sung-sik Bahn	Small and Medium Business Administration (SMBA) Korea Entrepreneurship Foundation Korea Aerospace Industries, Ltd (KAI) Taewan Co., Ltd.	Hankook Research Co
		Sang-gu Seo		
		Kyung-Mo Song		
		Dong-hwan Cho		
		Jong-hae Park		
		Min-Seok Cha		
		Jong-bok Park		
Kostarika	Parque Tec (General Coordination GEM Costa Rica) Cátedra Innovación y Desarrollo Empresarial de la Universidad de Costa Rica (UCR) Cámara de Industrias de Costa Rica (CICR)	Marcelo Lebendiker	Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE)	Ipsos Marketing Research
		Petra Petry		
		Rafael Herrera		
		Guillermo Velasquez		
Latvija	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Marija Krumina	TeliaSonera AB	SKDS
		Anders Paalzow		
		Alf Vanags		
Litva	International Business School at Vilnius University	Mindaugas Lauzikas	International Business School at Vilnius University Lithuanian Research Council Enterprise Lithuania	RAIT Ltd
		Erika Vaiginiene		
		Aiste Miliute		
		Vikinta Rosinaite		
		Skaiste Batuleviciute		

Tím	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Madžarska	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb	OTKA Research Foundation Theme number K 81527 Regional Studies PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics Business Administration PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics Management and Business Administration PhD Programme of the Corvinus University of Budapest Doctoral School of Regional and Economic Sciences, Széchenyi István University GEDI	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet
		József Ulbert		
		Attila Varga		
		Gábor Márkus		
		Attila Petheő		
		Dietrich Péter		
		Zoltán J. Ács		
		Siri Terjesen		
		Saul Estrin		
		Ruta Aidis		
Makedonija	University "Ss. Cyril and Methodius" - Business Start-Up Centre (BSC) Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF)	Radmil Polenakovic	Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF)	Brima Gallup
		Tetjana Lazarevska		
		Saso Klekovski		
		Aleksandar Krzalovski		
		Dimce Mitreski		
		Lazar Nedanoski		
		Gligor Mihailovski		
		Jasmina Popovska		
		Fisnik Shabani		
Malavi	University of Malawi	George Mandere	International Development Research Centre (IDRC) University of Malawi Invest in Knowledge Initiative	Invest in Knowledge Initiative
		Benjamin Kaneka		
		James Kaphuka		
		Andrew Jamali		
		Regson Chaweza		
		Monica Phiri		
		Mike Dalious		
Malezija	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier	Universiti Tun Abdul Razak	Rehanstat
		Mohar bin Yusof		
		Leilanie binti Mohd Nor		
		Noorseha binti Ayob		
		Garry Clayton		
Mehika	Tecnologico de Monterrey	Mario Adrián Flores Castro	Tecnologico de Monterrey Campus León Proyectos Legado del Tecnológico de Monterrey Instituto para el Desarrollo Regional	Alduncin y Asociados
		Marcia Campos Serna		
		Elvira Naranjo Priego		
		Luz Natzin López González		
		Dessire Angel Rocha		
		Laura Camino Muñoz		
		Adriana del Carmen Sánchez		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Namibija	Namibia Business School	Mac Hengari	Namibia Business School	Nielsen
		Albert Kamuinjo		
		Jennifer Haihambo		
		Nepeti Nicanor		
Nemčija	Leibniz Universität Hannover Institute for Employment Research (IAB) of the German Federal Employment Agency (BA)	Rolf Sternberg	German Federal Employment Agency (BA)	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM), Bonn
		Udo Brixy		
		Arne Vorderwülbecke		
Nigerija	TOMEB Foundation for Youth Development & Sustainability	Rilwan Aderinto	International Development Research Centre (IDRC)	MarketSight Consultancy Limited
		Tunde Popoola		
		Luqman Olatokunbo Obileye	Tomeb Foundation For Youth Development & Sustainability	
		Abubakar Sadiq Kasum		
		Tomola Marshal Obamuyi	MarketSight Consultancy Limited	
Nizozemska	Panteia/EIM	Jolanda Hessels	The Ministry of Economic Affairs of the Netherlands	Stratus
		Peter van der Zwan		
		Sander Wennekers		
		André van Stel		
		Roy Thurik		
		Philipp Koellinger		
		Ingrid Verheul		
		Niels Bosma		
Norveška	Bodø Graduate School of Business	Gry Alsos	Innovation Norway	Polarfakta
		Erlend Bullvaag	Ministry of Local Government and Regional Development	
		Lars Kolvereid	Ministry of Trade and Industry	
		Bjorn Willy Aamo	Kunnskapsfondet Nordland AS	
		Aurora Dyrnes		
Pakistan	Center for Entrepreneurial Development, Institute of Business Administration (IBA), Karachi	Sarfraz A. Mian	Institute of Business Administration (IBA), Karachi	Oasis Insight
		M. Shahid Qureshi	Institute of Business Administration (IBA), Sukhur	
		Zafar A. Siddiqui	National University of Science and Technology (NUST), Islamabad	
		Moeid Sultan	University of Engineering and Technology (UET), Peshawar	
		Syed Ali Akbar Rizvi	GIFT University, Gujranwala	
		Akhtar Ali Qureshi	State University of New York (SUNY), Oswego	
		Syed Asif Ali Shah		
		Nadeem Mustafa		
Palestina	MAS Institute	Samir Abdullah	International Development Research Centre (IDRC)	The Palestine Central Bureau of Statistics (PCBS)
		Yousef Daoud		
		Tareq Sadeq		
		Mohammed Hittawi		

PRILOGA 3: RAZISKOVALNI TIMI IN SPONZORJI GEM V LETU 2012

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Panama	City of Knowledge's Panama Business Accelerator	Manuel Lorenzo	The Authority of the Micro, Small and Medium Enterprises IPSOS	IPSOS
		Manuel Arrocha		
		Ramón Garibay		
		Andrés León		
		Federico Fernández Dupouy		
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship Imasen	Imasen
		Keiko Nakamatsu		
		Oswaldo Morales		
		Amanda Borda		
Poljska	University of Economics in Katowice Polish Agency for Enterprise Development	Przemysław Zbierowski	Polish Agency for Enterprise Development University of Economics in Katowice	Millward Brown SMG/KRC
		Anna Tarnawa		
		Paulina Zadura-Lichota		
		Dorota Węclawska		
		Mariusz Bratnicki		
		Wojciech Dyduch		
		Bartłomiej J. Gabryś		
		Rafał Kozłowski		
		Katarzyna Bratnicka		
Portugalska	Sociedade Portuguesa e Inovação (SPI)	Augusto Medina	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)	GfKMetris (Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, S.A.)
		Douglas Thompson		
		Nuno Gonçalves		
		João Rodrigues		
		Claudia Drumond		
		Catarina Barbosa		
	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)	António Caetano		
		Susana Correia Santos		
		Sílvia Fernandes Costa		
Romunija	Faculty of Economics and Business Administration, Babeş-Bolyai University	Annamária Benyovszki	OTP Bank Romania	Metro Media Transilvania
		Tünde Petra Petru	Asociația Pro Oeconomica	
		Ágnes Nagy	Babes-Bolyai University of Cluj-Napoca	
		Ștefan Pete	Metro Media Transilvania, Studii Sociale, Marketing și Publicitate S.R.L.	
		Lehel - Zoltán Györfy		
		Dumitru Matis		
		Eugenia -Ana Matis		
Rusija	Graduate School of Management SPbSU	Olga Verkhovskaya	Charitable Foundation for Graduate School of Management Development Citi Foundation	Levada-Center
		Maria Dorokhina		
		Galina Shirokova		
		Alexander Chepurenko		
		Olga Obratsova		
		Maria Gabelko		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Salvador	ESEN	Manuel Sanchez Masferrer	Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN)	Centro Emprendedor ESEN
		Ramon Candel		
Singapur	Nanyang Technological University	David Matius Gomulya	Nanyang Technological University NTU Ventures Pte Ltd	Joshua Research Consultants Pte Ltd
		Ho Moon-Ho Ringo		
		Olexander Chernyshenko		
		Chan Kim Yin		
		Alex Lin		
		Rosa Kang		
		Lai Yoke Yong		
		Olwen Bedford		
		Marilyn Ang Uy		
		Francis Wong Lun Kai		
Slovaška	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova	National Agency for Development of Small and Medium Enterprises Mery - Jaroslav Iglar SLOVINTEGRA Energy, s.r.o	GfK Slovakia, s.r.o.
		Zuzana Kovacicova		
		Marian Holienka		
		Jan Rehak		
		Andrej Mihálik		
		Jozef Komornik		
Slovenija	Faculty of Economics and Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik	Ministry of Economic Development and Technology Slovenian Research Agency Institute for Entrepreneurship and Small Business Management	RM PLUS
		Polona Tominc		
		Katja Crnogaj		
		Karin Širec		
		Barbara Bradač Hojnik		
Španija	UCEIF-Cise	Ricardo Hernández	Bank Of Santander Spanish GEM Regional Network University Antonio de Nebrija Fundación Rafael Del Pino	Instituto Opinómetro S.L.
		Federico Gutiérrez-Solana		
		Alvaro Sancho González		
		Alicia Coduras		
Švedska	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm	Svenskt Näringsliv / Confederation of Swedish Enterprise Vinnova EU Commission, DG Employment (for EU project)	Ipsos
		Per Thulin		
		Kristina Nyström		
		Carin Holmquist		
		Ulrika Stuart Hamilton		
Švica	School of Management (HEG-FR) Fribourg	Rico Baldegger	Kommission für Technologie und Innovation KTI / CTI HEG –FR School of Management Fribourg (HEG-FR)	gfs Bern
		Pius Baschera		
		Andreas Brühlhart		
		Siegfried Alberton		
		Andrea Huber		
		Fredrik Hacklin		
		Onur Saglam		
		Pascal Wild		

PRILOGA 3: RAZISKOVALNI TIMI IN SPONZORJI GEM V LETU 2012

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Tajska	School of Entrepreneurship and Management (SEM), Bangkok University	Pichit Akraithit	Bangkok University	TNS Research International Thailand
		Koson Sapprasert		
		Sarn Aksaranugraha		
Tajvan	National Chengchi University	Chao-Tung Wen	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs	NCCU Survey Center
		Chang-Yung Liu		
		Su-Lee Tsai		
		Yu-Ting Cheng		
		Yi-Wen Chen		
		Ru-Mei Hsieh		
		Chao Hsien Chang		
		Chin-Hsiang Tsao		
Trinidad in Tobago	Arthur Lok Jack Graduate School of Business, University of the West Indies	Miguel Carrillo	International Development Research Centre (IDRC)	Sacoda Serv Ltd
		Henry Bailey		
		Marvin Pacheco		
Tunizija	IHEC, University of Sousse	Faysal Mansouri	International Development Research Centre (IDRC)	Optima
		Lotfi Belkacem	SILATECH, Doha, Qatar	
Turčija	Yeditepe University	Esra Karadeniz	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB)	Akademetre
	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB)	Melisa Mete	Yeditepe University	
Uganda	Makerere University Business School	Rebecca Namatovu	International Development Research Centre (IDRC)	Makerere University Business School
		Waswa Balunywa	Makerere University Business School	
		Sarah Kyejjusa		
		Peter Rosa		
		Laura Orobias		
		Diana Ntamu		
		Arthur Sserwanga		
		Waren Byabashaija		
Urugvaj	IEEM	Leonardo Veiga	University of Montevideo	Equipos Mori
		Fernando Borraz		
		Alvaro Cristiani		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Velika Britanija	Aston University	Mark Hart	Department for Business, Innovation and Skills (BIS)	IFF Research Ltd
		Jonathan Levie	Royal Bank of Scotland (RBS)	
		Erkko Autio	Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA)	
		Tomasz Mickiewicz	Welsh Assembly Government	
		Michael Anyadike-Danes	Hunter Centre for Entrepreneurship, Strathclyde University	
		Mohammad Shamsul Karim	Invest Northern Ireland	
			Liverpool Vision	
Zambija	University of Zambia	Francis Chigunta	International Development Research Centre (IDRC)	Department of Development Studies
		Valentine Mwanza		
		Mumba Moonga		
		Nawa Mwale		
		Chilala Hankuku		
		Wisdom Kalenga		
ZDA	Babson College	Donna Kelley	Babson College	OpinionSearch Inc.
		Abdul Ali	Baruch College	
		Marcia Cole		
		Andrew Corbett		
		Medhi Majbouri		
		Candida Brush		
		Diana Hechavarria		
		Monica Dean		
		Edward Rogoff		
		Thomas Lyons		
		Joseph Onochie		
		Ivory Phinisee		



AVTORJI

MIROSLAV REBERNIK



Dr. Miroslav Rebernik je redni profesor za ekonomiko podjetja in za podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti (EPF) Univerze v Mariboru. Bil je gostujoči profesor na Portland State University ter dobitnik Fulbrightove raziskovalne štipendije na Babson College. Sodeloval je na več kot 80 domačih in tujih strokovnih in znanstvenih konferencah, je avtor več knjig in poglavij v številnih monografijah, ki so izšle doma in v tujini, vodil je številne domače in mednarodne konference ter uredil njihove zbornike. Je vodja programskega odbora Mednarodne konference o podjetništvu in inoviranju PODIM (www.podim.org), predsednik sveta univerzitetnega inkubatorja Tovarna podjetij (www.tovarnapodjetij.org), član ekspertne komisije Evropske komisije SME Policy Relevant Research ter predsednik strokovne komisije tekmovanja »Start:up Slovenija«. Sodeluje v uredniških in recenzijskih odborih revij International Journal of Entrepreneurial Venturing, Economic Review: Journal of Economics and Business ter Journal of Global Entrepreneurship Research. Je vodja raziskovalnega programa Podjetništvo za inovativno družbo, vodja raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor Slovenija ter sourednik Slovenskega podjetniškega observatorija. Na EPF vodi Katedro za podjetništvo in ekonomiko podjetja ter Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij.

POLONA TOMINC



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

KATJA CRNOGAJ



Dr. Katja Crnogaj je asistentka za podjetništvo in ekonomiko podjetja na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Kot raziskovalka Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij sodeluje pri številnih domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je članica raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor Slovenija in Slovenski podjetniški observatorij ter članica komisije za področje ekonomije v projektu Mladi za napredek Maribora. Aktivno sodeluje v raziskovalnem programu »Podjetništvo za inovativno družbo« ter ciljnem raziskovalnem projektu »Spremljanje globalnega podjetništva in stanja slovenskega podjetništva s pomočjo Globalnega podjetniškega monitorja«. V doktorski disertaciji je proučevala vpliv izbranih institucionalnih in individualnih dejavnikov na podjetniško aktivnost ter njihovo povezavo z gospodarskim in družbenim napredkom. Raziskovalno se ukvarja tudi s podjetniškimi merami, mednarodnim podjetništvom, podjetniškim povezovanjem ter drugimi področji podjetništva in ekonomike podjetja.

KARIN ŠIREC



Dr. Karin Širec je izredna profesorica za področje ekonomike poslovanja in podjetništvo. Leta 1995 je diplomirala na Ekonomsko-poslovni fakulteti (EPF) v Mariboru, kjer je leta 1999 tudi magistrirala. Po končanem študiju se je kot mlajša svetovalka zaposlila v podjetju Finea Consulting, d. o. o. Od leta 1996 je zaposlena na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru, najprej kot stažistka asistentka, nato kot asistentka in danes kot docentka. Je članica raziskovalne skupine Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij, kjer sodeluje pri dveh longitudinalnih raziskavah s področja podjetništva, in sicer Slovenskem podjetniškem observatoriju in Globalnem podjetniškem monitorju. Hkrati je tudi slovenska predstavnica mednarodne raziskovalne skupine za raziskovanja ženskega podjetništva DIANA. Sodelovala je na številnih domačih in tujih strokovnih in znanstvenih konferencah. Je avtorica več znanstvenih in strokovnih člankov, ki posegajo na raziskovalna področja ekonomike podjetja, podjetništva, teorije proizvodnih virov, podjetniških teorij in teorij, ki temeljijo na znanju. Je podpredsednica za Slovenijo pri European Council for Small Business, predstojnica magistrske študijske usmeritve Podjetništvo in inoviranje na EPF, sourednica znanstvene monografije Slovenski podjetniški observatorij in članica uredniškega odbora revije Naše gospodarstvo.

BARBARA BRADAČ HOJNIK



Dr. Barbara Bradač Hojnik je docentka za podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru in aktivno sodeluje v pedagoškem procesu Katedre za podjetništvo in ekonomiko poslovanja. Vključena je bila v program Mladi raziskovalci Javne agencije za raziskovalno dejavnost RS. V doktorski raziskavi je proučevala zunanje izvajanje v slovenskih malih in srednje velikih podjetjih, rezultat česar so tudi različne znanstvene objave. Kot članica raziskovalne skupine Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij sodeluje v več domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je članica raziskovalnega tima Slovenski podjetniški observatorij, vključena pa je tudi v raziskovalni program Podjetništvo za inovativno družbo.



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

Inštitut za podjetništvo
in management
malih podjetij 



JAVNA AGENCIJA ZA RAZISKOVALNO DEJAVNOST
REPUBLIKE SLOVENIJE

