



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



Spregledan podjetniški potencial mladih

GEM Slovenija 2013

Miroslav Rebernik

Polona Tominc

Katja Crnogaj

Karin Širec

Barbara Bradač Hojnik

Matej Rus



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



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

Spregledan podjetniški potencial mladih

GEM Slovenija 2013

Naslov monografije: Spregledan podjetniški potencial mladih: GEM Slovenija 2013

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

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: 2014

Oblikovanje in tisk: Tiskarna Saje d.o.o.

Naklada: 200 izvodov

ISSN 1854-8040

ISBN 978-961-6802-30-7



CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Univerzitetna knjižnica Maribor

658(497.4)

SPREGLEDAN podjetniški potencial mladih : GEM
Slovenija 2013 / [avtorji] Miroslav Rebernik ... [et al.]. -
Maribor : Ekonomsko-poslovna fakulteta, 2014. - (Slovenski
podjetniški observatorij, ISSN 1854-8040)

ISBN 978-961-6802-30-7

1. Rebernik, Miroslav

COBISS.SI-ID 77815041

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, 2014

Kazalo

UVODNI POVZETEK	9
EXECUTIVE SUMMARY	19
1 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GLOBALNI POGLED NA PODJETNIŠTVO	29
1.1 Petnajst let podjetniškega raziskovanja z GEM	29
1.2 Cilji in teoretični model GEM	32
1.3 Podatkovne podlage za GEM	35
1.4 Dostopnost raziskav in podatkov GEM	39
2 GEM-OVA PREGLEDNICA ZNAČILNOSTI PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI	41
3 NAGNJENOST ODRASLEGA PREBIVALSTVA K PODJETNIŠTVU IN ZAZNAVANJE ODNOSA DO PODJETNIŠTVA V DRUŽBI	47
3.1 Opredelitev nagnjenosti odraslega prebivalstva k podjetništvu in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi	47
3.2 Zaznavanje poslovnih priložnosti, sposobnost za podjetništvo ter strah pred neuspehom	52
3.3 Podjetniške namere in podjetništvo kot karierna izbira	56
3.4 Družbeni status podjetnika ter odnos medijev do podjetništva	59
4 PODJETNIŠKA AKTIVNOST V LETU 2013	63
4.1 Faze podjetniške aktivnosti	63
4.2 Zgodnja podjetniška aktivnost	68
4.3 Motivacija za podjetništvo	70
4.4 Ustaljeni podjetniki	75
4.5 Podjetniška aktivnost zaposlenih	79
4.6 Prenehanje poslovanja	81
5 DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA	87
5.1 Starost	87
5.2 Podjetništvo in mladi	90
5.3 Spol	94
5.4 Izobrazba	99
5.5 Dohodek	101

6 PODJETNIŠKE ASPIRACIJE	105
6.1 Usmerjenost v rast	105
6.2 Inovacijska naravnost	111
6.3 Internacionalizacija	113
7 OCENA PODJETNIŠKEGA OKOLJA	117
7.1 Podjetniško okolje in ukrepi podjetniške politike	117
7.2 Metodologija spremljanja podjetniškega okolja	118
7.3 Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo	120
7.4 Najvišje in najnižje ocenjeni okvirni pogoji za podjetništvo	123
7.5 Slabosti in prednosti okolja za razvoj podjetništva po mnenju izvedencev in njihova priporočila	125
SLOVENSKI IZVEDENCI V LETU 2013	127
LITERATURA IN VIRI	129
KLJUČNE GEM MERE	133
RAZISKOVALNI TIMI IN SPONZORJI GEM V LETU 2013	137
AVTORJI	149
PODJETNIŠKE ZGODBE	
Peter Korun, podjetnik, A.s.K., d. o. o.	45
Jakob Šušterič, podjetnik, MESI, d. o. o.	61
Hine Alex Vrtačnik, podjetnik, Svetloba, d. o. o.	85
Kristina Kočet, podjetnica, Tiko Pro, d. o. o.	103
Štefan Furlan, podjetnik, Optilab, d. o. o.	115

Kazalo slik

Slika 1.1:	Konceptualni model GEM.....	33
Slika 2.1:	Primerjava Slovenije in povprečja držav EU s povprečjem vrednosti v inovacijskih gospodarstvih, za izbrane kazalnike.....	42
Slika 3.1:	Elementi nagnjenosti do podjetništva in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi	51
Slika 3.2:	Zaznavanje poslovnih priložnosti	53
Slika 3.3:	Zaznavanje poslovnih priložnosti v evropskih državah, ki sodelujejo v raziskavi GEM.....	54
Slika 3.4:	Podjetniško znanje in sposobnosti ter strah pred neuspehom.....	55
Slika 3.5:	Podjetniške namere.....	57
Slika 3.6:	Podjetniške namere in zaznavanje poslovnih priložnosti.....	58
Slika 3.7:	Podjetniške namere in strah pred neuspehom	58
Slika 3.8:	Podjetniške namere in zaznavanje podjetništva kot dobre kariernе izbire	59
Slika 3.9:	Spoštovanje podjetniškega poklica in karierna izbira	60
Slika 4.1:	Faze in profil podjetništva	63
Slika 4.2:	Delež odraslega prebivalstva v Sloveniji, vključenega v posamezne faze podjetniškega procesa	65
Slika 4.3:	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v vseh sodelujočih državah GEM 2013	69
Slika 4.4:	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi	70
Slika 4.5:	Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo.....	73
Slika 4.6:	Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti.....	74
Slika 4.7:	Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v vseh državah GEM	76
Slika 4.8:	Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v evropskih državah GEM.....	77
Slika 4.9:	Vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo v Sloveniji od leta 2011 do leta 2013.....	77
Slika 4.10:	Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po skupinah držav... ..	78
Slika 4.11:	Razmerja med skupinami podjetniško aktivnih zaposlenih	79
Slika 4.12:	Faze podjetniškega procesa notranjih podjetnikov.....	80
Slika 4.13:	Podjetniška aktivnost zaposlenih	81
Slika 4.14:	Opustitev poslovanja v državah GEM.....	82
Slika 4.15:	Razlogi za prenehanje poslovanja	83
Slika 5.1:	Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost	88

Slika 5.2:	Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav.....	89
Slika 5.3:	Odstotek ustaljenih podjetnikov v starostni skupini od 18 do 34 let.....	91
Slika 5.4:	Odstotek nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov v starostni skupini od 18 do 34 let	92
Slika 5.5:	Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti in priložnosti po starostnih skupinah od 18 do 34 let in od 35 do 64 let	92
Slika 5.6:	Izobrazbena raven po starostnih skupinah od 18 do 34 let in od 35 do 64 let	93
Slika 5.7:	Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol.....	95
Slika 5.8:	Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami.....	96
Slika 5.9:	Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami v Evropi	97
Slika 5.10:	Zgodnja podjetniška aktivnost žensk zaradi nujnosti v Evropi	98
Slika 5.11:	Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo	100
Slika 5.12:	Podjetniška aktivnost glede na dohodek	101
Slika 5.13:	Dohodkovni razredi in podjetništvo.....	102
Slika 6.1:	Indeks TEA po posameznih globalnih geografskih regijah s prikazano strukturo pričakovanih rasti števila zaposlenih	106
Slika 6.2:	Pričakovana rast števila zaposlenih kot odstotek TEA za proučevane skupine držav.....	107
Slika 6.3:	Delež zgodnjega podjetništva s srednjo in visoko stopnjo ambicioznosti pri zaposlovanju (več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih).....	108
Slika 6.4:	Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, faktorska in učinkovitostna gospodarstva	109
Slika 6.5:	Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, inovacijska gospodarstva	110
Slika 6.6:	Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, evropska gospodarstva	110
Slika 6.7:	Delež zgodnjega podjetništva z inovativnimi izdelki ali storitvami v inovacijskih gospodarstvih	111
Slika 6.8:	Delež zgodnjega podjetništva z uporabo novih tehnologij v inovacijskih gospodarstvih	112
Slika 6.9:	Zgodnja podjetniška aktivnost z mednarodno usmerjenostjo v inovacijskih gospodarstvih.....	113
Slika 7.1:	Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo – Slovenija, vse države GEM, evropske države in države EU	120
Slika 7.2:	Sestavljeni kazalniki okvirnih pogojev za podjetništvo (prva skupina pogojev)....	121
Slika 7.3:	Sestavljeni kazalniki okvirnih pogojev za podjetništvo (druga skupina pogojev)..	122
Slika 7.4:	Slabosti in prednosti okolja za razvoj podjetništva po mnenju izvedencev in njihova priporočila.....	125

Kazalo tabel

Tabela 1.1: Pregled iniciativ, katerih cilj je merjenje podjetniške aktivnosti med državami in v času	30
Tabela 1.2: Države GEM leta 2013 po tipih gospodarstev	34
Tabela 1.3: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2013, APS.....	36
Tabela 1.4: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav, GEM 2013, APS	37
Tabela 2.1: GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2013, APS.....	43
Tabela 3.1: Elementi nagnjenosti do podjetništva in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi (v odstotkih delovno aktivnih prebivalcev), GEM 2013, APS.....	48
Tabela 3.2: Elementi nagnjenosti do podjetništva in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi (v odstotkih delovno aktivnih prebivalcev), GEM 2013, APS.....	51
Tabela 4.1: Pregled vključenosti prebivalstva v posamezne faze procesa podjetniške aktivnosti, GEM 2013, APS	66
Tabela 4.2: Podjetništvo zaradi priložnosti in podjetništvo zaradi nuje, GEM 2013, APS	71
Tabela 4.3: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in zaradi nujnosti, GEM Slovenija 2013, APS.....	72
Tabela 4.4: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po skupinah držav, GEM 2013, APS.....	78
Tabela 4.5: Podjetniška aktivnost zaposlenih v letih od 2011 do 2013 v Sloveniji, GEM Slovenija 2013, APS.....	80
Tabela 5.1: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2013, APS.....	87
Tabela 5.2: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2013, APS.....	89
Tabela 5.3: Odstotek podjetnic med vsemi podjetniki v letih 2011, 2012 in 2013, GEM Slovenija 2013, APS.....	97
Tabela 6.1: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov glede na pričakovanja o rasti števila zaposlenih po posameznih globalnih geografskih regijah, GEM Slovenija 2013, APS.....	107
Tabela 7.1: Ključni GEM-ovi okvirni pogoji za podjetništvo, GEM 2013, NES.....	119
Tabela 7.2: Pet najvišje in pet najnižje ocenjenih okvirnih pogojev za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2013, NES.....	124

Uvodni povzetek

Globalni podjetniški monitor, največja dolgoročna raziskava podjetništva na svetu, je bil zasnovan leta 1997 in temelji na razumevanju, da je gospodarska blaginja močno odvisna od podjetniškega sektorja, pri tem pa imajo različni tipi podjetništva različno moč vplivanja. Ni namreč vseeno, ali gre za posameznike, ki so se podjetništva lotili, ker so bili zaradi preživetja v to prisiljeni (podjetništvo zaradi nujnosti), ali za podjetnike, ki so šli v to, ker so hoteli izkoristiti obetavno podjetniško priložnost. Za uspešno podjetništvo, ki prispeva k nacionalni ekonomski rasti, so 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. Če zanemarimo vzpostavitev temeljnih podjetniških pogojev, tudi investiranje v inovacijske in podjetniške podporne okvire ne bo dalo učinka. V razvitejših okoljih se je treba posvetiti dejavnikom, kot so visoko izobraževanje in izpopolnjevanje ter učinkovito delovanje trga delovne sile, saj brez njih ni mogoče vzpostavljati učinkovite izrabe človekovih zmogljivosti niti motivirati ljudi za pridobivanje ustrezne izobrazbe in znanja. Učinkovitost trga dobrin in izpopolnjeno delovanje finančnega trga pripomoreta k nemotenemu razvoju podjetij in uveljavljanju tehnološkega napredka. Z internacionalizacijo poslovanja in večjimi mednarodnimi trgi pa je mogoče začeti izkoriščati tudi učinke ekonomije obsega in uveljavljanja primerjalnih (komparativnih) prednosti.

Prva raziskava, ki je bila izpeljana leta 1999 v partnerstvu med London Business School in Babson Collegeom, je zajela 10 držav. Slovenija je v raziskavo vključena od leta 2002, z njo pa smo dobili vpogled v to, kam se na področju podjetništva umeščamo v svetovnem merilu. Prav tako se Slovenija pojavlja v vseh tistih raziskavah, ki črpajo podatke iz podatkovne baze GEM. V letu 2013 je raziskovalni konzorcij GEM vključeval 69 držav, v vseh letih raziskave pa je skupaj sodelovalo že več kot 100 držav. Primarne podatke raziskave GEM pridobivamo z anketiranjem odraslih prebivalcev ter z intervjuji in anketiranjem nacionalnih izvedencev. Reprezentativni naključni vzorci približno 2.000 anketiranih odraslih ljudi v posamezni državi so bili v večini držav pridobljeni v času od aprila do junija 2013. V Sloveniji sta od konca maja do začetka junija 2013 v anketni raziskavi sodelovala skupaj 2.002 odrasla človeka v starosti od 18 do 64 let.

V vseh sodelujočih državah je bilo skupaj anketiranih 197.226 ljudi, kar predstavlja široko podatkovno osnovo za proučevanja zlasti zgodnjega podjetništva in njegovih značilnosti ter medsebojnih povezav vplivnih dejavnikov. Anketiranje odraslega prebivalstva vsako leto

dopolnjuje tudi anketiranje nacionalnih izvedencev. To so skrbno izbrani posamezniki iz različnih družbenih sfer, ki imajo znanje in izkušnje na področjih, pomembnih za razumevanje podjetniške kompleksnosti in pogojev za njeno 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 v družbi.

ODNOS DO PODJETNIŠTVA V DRUŽBI

Odnos do podjetništva v družbi 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 »infrastrukturalna podlaga« za ustvarjanje splošne kulturne podpore, pomoči, podpornih mrež, zagotavljanja finančnih virov in drugih elementov za delujoče podjetnike in tudi za tiste, ki o podjetniški karieri šele razmišljajo.

V velikem številu gospodarstev je spodbujanje pozitivnega odnosa do podjetništva ter spodbujanje nagnjenosti prebivalstva k podjetništvu zelo visoko na lestvici ciljev ekonomske politike. V okviru raziskave GEM zato skušamo zajeti oba vidika: posameznika in družbeni kontekst. Posameznikova nagnjenost k podjetništvu vključuje razpoznavanje poslovnih priložnosti, podjetniške kompetence, strah pred neuspehom in odločenost oziroma namero, da bo ustanovil podjetje. Obenem proučujemo tudi 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.

Zaznavanje poslovnih priložnosti je ena osrednjih komponent podjetništva. V faktorskih gospodarstvih je zaznavanje poslovnih priložnosti v povprečju skoraj dvakrat tolikšno (61 %) kot v inovacijskih gospodarstvih (34 %), v skupini evropskih držav pa je povprečje še nekoliko nižje (29 %). V Sloveniji se nadaljuje trend upadanja zaznavanja poslovnih priložnosti v okolju. Po 20 % odraslih, ki so poslovne priložnosti v Sloveniji zaznali v letu 2012, jih je v letu 2013 takšnih le še 16 %. Slovenija tako skupaj s Slovaško in Španijo zaseda 63. mesto med 67 državami, ki jih zajema naša analiza, zadnji mesti pa zasedata Koreja (13 %) in Japonska (8 %). V evropskem merilu izkazuje bolj pesimistično sliko od Slovenije le še Grčija (pri kateri se je ta kazalnik glede na leto poprej izboljšal za eno odstotno točko in je v letu 2013 znašal 14 %). Med evropskimi državami je bil v letu 2013 delež najvišji na Švedskem in Norveškem (64 %), v Estoniji in Luksemburgu (46 %) ter na Finskem (44 %). Podoben vzorec je mogoče opaziti tudi za zaznane sposobnosti, znanja in izkušnje, potrebne za podjetništvo, pri čemer z naraščanjem gospodarske razvitosti v povprečju upada tudi delež tistih, ki menijo, da imajo podjetniške sposobnosti in znanje. V faktorskih gospodarstvih je v to, da imajo potrebno znanje in kompetence za podjetniško pot, prepričanih v povprečju 69 % odraslih prebivalcev, v učinkovitostnih 52 %, v inovacijskih gospodarstvih pa je takšnih v povprečju le še 41 %. Slovenci so v povprečju zelo prepričani v

lastno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo (tako meni 51 % odraslih, enako kot leto poprej), med evropskimi državami je delež višji le na Poljskem (52 %), v svetovnem merilu pa Slovenija zaseda 30. mesto med 67 državami.

Uresničevanje poslovnih priložnosti in podjetniških namer po drugi strani lahko zavira strah pred neuspehom. V večini manj razvitih držav z visoko stopnjo podjetniških namer in visoko stopnjo zaznavanja poslovnih priložnosti je v povprečju strah pred neuspehom najmanj prisoten. V Ugandi, Malaviju in Zambiji je tako le 15 % tistih odraslih, ki prepoznajo poslovne priložnosti v okolju, strah morebitnega podjetniškega neuspeha. Na drugi strani lestvice sta Angola (64 %) in Vietnam (57 %), od evropskih držav pa sta na lestvici najvišje Grčija in Italija (49 %). V Sloveniji je neuspeha strah 30 % tistih, ki zaznavajo poslovne priložnosti (leto poprej je bil strah pred neuspehom prisoten v nekoliko manjši meri – 27 %), ta delež pa je v primerjavi z evropskimi državami nižji le še v Švici (28 %) ter BiH (26 %). V povprečju je strahu pred neuspehom več v bolj razvitih gospodarstvih, verjetno tudi zato, ker je tip podjetniške aktivnosti v razvitih gospodarstvih lahko precej zahtevnejši in zahteva več znanja in veščin kot enostavnejše podjetniške aktivnosti, ki jih je več v državah s faktorskim in učinkovitostnim gospodarstvom. Upoštevati je treba tudi, da določeni kulturni vzorci, ki veljajo v številnih državah, tudi v Sloveniji, stigmatizirajo vsak neuspeh, tudi podjetniškega.

Identificiranje namere posameznikov, da podjetje ustanovijo v prihodnjih treh letih, je pokazalo, da je ta delež višji v manj razvitih državah, v katerih je na voljo malo zaposlitvenih možnosti in se številni posamezniki podajo v to zaradi golega preživetja. V svetovnem merilu so v letu 2013 najnižjo raven podjetniških namer izkazovali ljudje v Rusiji (3 %) in na Japonskem (4 %), na drugi strani lestvice pa ponovno najdemo nekatere afriške države s faktorskim tipom gospodarstva, kot so Malavi (67 %), Uganda (61 %) in Bocvana (59 %), pa tudi južnoameriške države, kot sta Kolumbija (55 %) in Čile (46 %). Iz podobnih razlogov je med evropskimi državami delež najvišji v Makedoniji (29 %) in Romuniji (24 %). V Sloveniji namerava ustanoviti podjetje v povprečju 12 % odraslih (izvzeti so tisti, ki so že podjetniško aktivni), kar je še za eno odstotno točko manj kot v letu poprej in uvršča Slovenijo na 53. mesto v svetovnem merilu. Najnižji delež v evropskem merilu zaseda Norveška (5 %).

Spoštovanje uspešnih podjetnikov v družbi je – zelo podobno, kot to velja za zaznavanje podjetništva kot karierni izbire – nekoliko nižje v visoko in srednje razvitih državah ter nekoliko višje v manj razvitih gospodarstvih (Uganda 95 %, Gana 94 %, na drugi strani lestvice Hrvaška 43 %, Malezija 45 %, Češka 48 %). V faktorskih gospodarstvih je delež ljudi, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status, v povprečju enak kar 80 %, v učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstvih pa je povprečje 67 %. Slovenija se z 68 % uvršča med povprečne evropske države z inovacijskim tipom gospodarstva.

Pozitiven medijski odnos prav tako v večji meri zaznavajo ljudje v faktorskih gospodarstvih (70 %), manj pa v učinkovitostnih (61 %) in inovacijskih (51 %). Zaznavanja pozitivnega medijskega odnosa do podjetništva je še posebej malo v evropskih državah, ne glede na to, ali sodijo v visoko ali srednje razvita gospodarstva: na zadnjih 15 mestih svetovne lestvice je kar 12 evropskih držav, med njimi tudi Slovenija (51 %). Na najvišjem mestu evropske lestvice je Finska (68 %), Slovenija pa je med evropskimi državami na 10. mestu.

V vseh letih raziskave GEM se soočamo z razkorakom med tem, da ljudje spoštujejo podjetniški poklic, in tem, da menijo, da je podjetništvo dobra poklicna izbira. To velja za Slovenijo, v povprečju pa velja tudi v skupini inovacijskih gospodarstev in v skupini držav Evropske unije, ki sodelujejo v GEM. Ta razkorak opozarja, da je v družbi narejenega premalo, da bi se načelno spoštovanje podjetniškega poklica pretočilo tudi v dejansko odločanje za podjetniško kariero. Poleg nujne vzpostavitve normalnega poslovnega okolja, ki bo primerljivo s poslovnim okoljem

v razvitih državah, gre predvsem za ustvarjanje razumevanja, da je lahko podjetništvo dobra življenjska pot, ki omogoča tudi primerno usklajevanje zasebnega in poklicnega življenja, o čemer podrobneje pišemo v osmem poglavju.

VKLJUČEVANJE V PODJETNIŠTVO

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; indeks 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*. V Sloveniji je 14,68 % odraslih prebivalcev v letu 2013 menilo, da se bodo v prihodnjih treh letih začeli ukvarjati s podjetništvom (potencialni podjetniki). Da so podjetniške namere visoke, realne aktivnosti za ustanovitev in začetek poslovanja podjema pa precej nižje, kaže podatek, da je le 3,58 % posameznikov dejansko realiziralo svoj podjem in poslujejo manj kot tri mesece (nastajajoči podjetniki). Da vsi začetki niso uspešni, kaže podatek, da je podjetij, starih od tri mesece do tri leta in pol, le še 2,87 % (novi podjetniki). Skupaj je tako v Sloveniji novih in nastajajočih podjetnikov (indeks TEA) 6,45 %, kar je približno en odstotek več kot leta 2012, ko jih je bilo 5,42 %. Posameznikov, ki imajo podjetje več kot tri leta in pol (ustaljeni podjetniki), je bilo 5,68 %, kar je skoraj odstotek manj, kot je nastajajočih in novih podjetnikov, kar tudi kaže na to, da vsa nova podjetja ne preživijo prvih kritičnih let poslovanja. Posameznikov, ki so v zadnjem letu opustili poslovanje, je bilo v Sloveniji 1,6 %.

Stopnja smrtnosti, ki kaže pretvarjanje nastajajočih podjetij v nova podjetja, je povsod po svetu visoka, kolikšna je, pa je zelo odvisno od poslovnega okolja, razvojne stopnje in splošne podjetniške kulture, ki vlada v določeni državi. Zato mora biti dolgoročni interes vsake države, ki želi spodbujati podjetništvo, da z ustrezno podjetniško politiko in primernimi podjetniškimi programi čim več ljudi navduši in usposobi za podjetništvo, obenem pa ustvari razmere, da bo podjetniški proces potekal čim bolj nemoteno in da se bo čim več podjetniških namer realiziralo v končnem rezultatu. Ta pa je zadostno število ustaljenih podjetij, ki so sposobna zaposlovati in se razvijati.

Že tradicionalno visoko stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti (indeks TEA) izkazujejo afriške države, med katerimi vodita Zambija z 39,91 % in Nigerija z 39,86 %. Najmanj zgodnje podjetniške aktivnosti so med 67 sodelujočimi državami izkazovale Italija (3,4 %), Japonska (3,7 %) in Francija (4,6 %). V Evropi je največ zgodnje podjetniške aktivnosti v vseh treh baltskih državah, v Latviji (13,3 %), Estoniji (13,1 %) in Litvi (12,4 %), v vodilnih dveh državah celo več kot v ZDA (12,7 %). Slovenija je na 55. mestu med vsemi sodelujočimi državami sveta, kar je štiri mesta više kot v letu 2012.

Količina zgodnje podjetniške aktivnosti je eden izmed osnovnih pokazateljev podjetniškega dogajanja v vrelišču podjetniškega procesa, vendar pa količina ne pomeni nujno tudi kakovostnega podjetništva, saj so zelo različni tako razlogi za vstop v podjetništvo kot tudi podjetniški okviri, v katerih se podjetja rojevajo.

Razlogi, ki vodijo posameznike v podjetniško aktivnost, so različni, v splošnem pa jih lahko strnemo v nujnostne in priložnostne. Podjetništvo iz nuje pomeni, da so se posamezniki odločili za podjetniško pot, ker so bili v to prisiljeni zaradi preživetja, saj v okolju ni bilo možno najti podjetij, ki bi jim nudila primerna delovna mesta. Visoke stopnje podjetništva zaradi nuje tako že vsa leta izkazujejo afriške države. Lani je bilo največ podjetništva iz nuje v Zambiji, sledijo pa ji Malavi, Ekvador, Nigerija in Gana. Tudi sicer so stopnje podjetniške aktivnosti v teh državah zelo visoke, zato so primerjalno z drugimi državami visoke tudi stopnje podjetništva iz priložnosti. V Sloveniji je podjetnikov, ki izkoriščajo zaznane poslovne priložnosti, 4,65 %, kar je manj kot v letu 2012, ko jih je bilo 4,88 %. Hkrati se je glede na leto 2012 močno povečalo število podjetnikov zaradi nuje, in sicer je naraslo z 0,4 % v letih 2012 in 2011 na 1,55 % v letu 2013. Takšno povečanje lahko pripišemo gospodarski krizi, ki v Sloveniji še zmeraj traja, ljudje pa so zaradi izgube službe in pomanjkanja primernih novih delovnih mest prisiljeni postati podjetniki. Slovenija, ki je imela leta 2012 najnižjo stopnjo zgodnjega podjetništva zaradi nuje med državami GEM na svetu, je letos na 15. mestu med 67 vključenimi državami. Sicer pa je med tistimi, ki so se podali v podjetništvo zaradi priložnosti, v Sloveniji 55,5 % takšnih, ki jih je motivirala želja po večji neodvisnosti in povečanju dohodka, kar pa pomeni precejšen padec v primerjavi z letom 2012, ko jih je bilo 65,7 %.

Podjetniški proces zajema tudi prenehanje poslovanja, zato raziskava GEM posveča pozornost tudi posameznikom, ki so prenehali poslovati v zadnjih 12 mesecih. Dinamiko prenehanja poslovanja prikazujemo z *opustitvenim indeksom*. Ta indeks predstavlja delež prebivalstva, ki je v zadnjih 12 mesecih prenehal poslovati, v celotni podjetniški aktivnosti. Najnižji opustitveni indeks je v Indoneziji (5,24 %), Indiji (7,24 %) in na Tajskem (8,34 %), najvišji pa v Malaviju (76,79 %), Angoli (74,94 %) in Bocvani (73,55 %). Med evropskimi državami imajo najnižji opustitveni indeks Estonija (11,66 %), Nizozemska (12,09 %) in Švica (12,98 %), najvišjega pa BiH (41,74 %), Hrvaška (40,42 %) in Slovaška (37,95 %). V Sloveniji je posel opustilo 2,59 % odraslega prebivalstva, kar predstavlja 21,85 % celotne podjetniške aktivnosti. Opustitveni indeks je leta 2013 bistveno narasel v primerjavi z letom poprej, ko je znašal 14,4 %.

Za prenehanje poslovanja obstaja cela vrsta razlogov. Najpogostejši razlog v vseh gospodarstvih je nedobičkonosnost poslovanja, ki predstavlja približno eno tretjino vseh razlogov. Ob tem so pomembni še osebni in finančni razlogi, ki prevladujejo, drugi razlogi pa so redkejši. V Sloveniji se struktura nekaterih razlogov za prenehanje poslovanja razlikuje od strukture v primerjanih državah. Slovenija izstopa predvsem pri prenehanju poslovanja zaradi upokojitev (12 %), ki jih je v preostalih državah povprečno precej manj. Pomembni so bili tudi finančni razlogi, ki so bili v 17 % razlog za opustitev poslovanja, medtem ko so bili npr. v inovacijskih gospodarstvih razlog v 10 %. Je pa bilo v Sloveniji skoraj 6 % primerov prenehanja poslovanja planiranih vnaprej, medtem ko jih je bilo v preostalih državah manj (med 3,5 in 4 %). Manj pogosti kot v drugih državah so bili v Sloveniji osebni razlogi (15 %, v primerjanih skupinah držav pa med 23 in 26 %).

DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA

Spodjetniško aktivnostjo je mogoče začeti v katerem koli starostnem obdobju v posameznikovem življenju. Kot najaktivnejše starostno obdobje za zgodnjo podjetniško aktivnost se v vseh državah, ki jih zajema raziskava GEM, v povprečju že vrsto let kaže starostna skupina od 25 do 35 let. Tudi v Sloveniji smo v preteklosti ugotavljali podobno stanje, ki pa se je leta 2012 spremenilo in ostalo podobno tudi v letu 2013. Največ zgodnje podjetniške aktivnosti imamo tako v zadnjih dveh letih v starostni skupini od 35 do 44 let. Teh podjetnikov je skoraj 33 %.

Sklepamo lahko, da je takšen trend povezan z zaskrbljujočim večanjem brezposelnosti mladih, ki velja tako za Slovenijo kakor tudi za celotno Evropsko unijo. Tudi v skupini ustaljenih podjetij je najbolj zastopana starostna skupina podjetnikov med 35. in 44. letom. Sledi ji skupina podjetnikov v starostnem obdobju od 45. do 54. leta. Skupaj predstavljata 67,34 % podjetniške aktivnosti ustaljenih podjetnikov.

Znatno nižji od splošnega povprečja je delež mladih ustaljenih podjetnikov v starosti od 25 do 34 let. Teh je v Sloveniji le dobrih 7 %, medtem ko se v preostalih proučevanih skupinah držav ta delež giblje med 11 in 17 %. Takšno zaskrbljujoče stanje je povezano z že ugotovljeno nizko stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti mladih in njihove težke zaposljivosti, ki izhaja iz visoke stopnje brezposelnosti mladih v Sloveniji. Kot kaže, mladi premalo zaznavajo poslovne priložnosti in so tudi manj uspešni pri spreminjanju teh priložnosti v trajnejše oblike ustaljene podjetniške aktivnosti. Vladne politike bi zato svoje programe morale nujno usmeriti k tej starostni populaciji, v kateri je z različnimi programi in aktivnostmi zagotovo mogoče največ prispevati k zaznavanju podjetniške kariere kot zaželene izbire poklicne poti. Seveda pa je treba mlade s programi izobraževanja najprej usposobiti za prepoznavanje poslovnih priložnosti ter jim pomagati razviti znanja in veščine, potrebne za njihovo udeležanje. Še zlasti bi svoje aktivnosti morali usmeriti k študentski populaciji, saj nazaduje delež visokoizobraženih podjetnikov.

Vključenost žensk v zgodnjo podjetniško aktivnost se močno razlikuje po vsem svetu. Te razlike so odraz različnih kultur in običajev o vključevanju žensk v gospodarsko aktivnost posameznih držav. Kljub temu da so v razvitih državah v Evropi in v ZDA ženske v povprečju enako ali bolje izobražene kot moški, se znatno slabše vključujejo v podjetniške aktivnosti. Med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki smo v Sloveniji neslavni rekord iz leta 2012, povezan z udeležbo žensk v podjetništvu, s slabe četrte izboljšali na slabo tretjino (31,44 %). Za nami so se npr. uvrstile Hrvaška (30,83 %), Italija (30,01 %), Grčija (29,01 %), Makedonija (28,98 %) in, zanimivo, tudi Norveška (28,88 %). Nižji delež med podjetniki predstavljajo ženske v Koreji (28,52 %), na Češkem (28,06 %) in v Iranu (26,43 %). Med evropskimi državami je tudi tokrat delež žensk najvišji v Švici (49,12 %), kar jo uvršča na 6. mesto na lestvici med 67 sodelujočimi državami, na kateri so na prvih treh mestih Gana, Nigerija in Zambija z nad 50-odstotnim deležem zgodaj podjetniško aktivnih žensk.

Kažejo se torej premiki v smeri večje izkoriščenosti podjetniškega potenciala žensk, vendar pa ni znakov, da bi šlo za bolj dolgoročno povečanje. V Sloveniji se namreč v zadnjem letu ni zgodilo nič takšnega, da bi spreminjalo realni položaj žensk v družbi ter jih razbremenilo obveznosti, ki jih tradicionalno prevzemajo nase. Spremenljivke, ki so se v prejšnjih letih pokazale kot pomembne pri odločanju za podjetniško kariero, so za ženske še vedno manj ugodne kot za moške. Primerjava zgodnje podjetniške aktivnosti žensk v Sloveniji z enako podjetniško aktivnostjo žensk v različnih skupinah držav namreč kaže, da zaostajamo za vsemi proučevanimi skupinami. V primerjavi z inovacijskimi in evropskimi državami GEM je ta zaostanek približno 4-odstoten. Podoben je tudi zaostanek ustaljene podjetniške aktivnosti žensk v primerjavi s proučevanimi skupinami držav.

Z izobraževanjem za podjetništvo posamezniki razvijejo poslovna znanja, pridobijo spretnosti in spremenijo odnos do podjetništva. Prav tako razvijejo svojo ustvarjalnost, iniciativnost, vztrajnost, sposobnost za skupinsko delo, razumevanje tveganja in občutek odgovornosti. Gre za razvoj podjetniškega načina razmišljanja, ki podjetnikom omogoča spreminjati zamisli v dejanja.

Številne raziskave potrjujejo, da se v podjetništvo v večji meri vključujejo ljudje, ki verjamejo, da imajo znanje, sposobnosti in obvladujejo veščine, potrebne za podjetništvo, kot pa tisti, ki tega samozaupanja nimajo. Zato je izobraževanje za podjetništvo še kako pomembno, še zlasti ker so podatki o izobrazbi podjetnikov za leto 2013 precej zaskrbljujoči. Že drugo leto zapovrstjo ugotavljamo občuten padec deleža nastajajočih in novih podjetnikov z visokošolsko izobrazbo. Z 42,4 % v letu 2012 se je delež najperspektivnejše skupine zgodnjih podjetnikov zmanjšal na samo 29,3 % v letu 2013. Upad deleža podjetnikov z visokošolsko izobrazbo smo zabeležili tudi pri ustaljenih podjetnikih, kjer se je njihov delež v primerjavi z letom 2012 zmanjšal z 29,2 % na 24,9 %. Takšni rezultati seveda znova izpostavljajo dejstvo, na katero opozarjamo že kar nekaj let, in sicer, da v Sloveniji premalo naredimo za to, da bi k podjetniški aktivnosti spodbudili mlade, izobražene posameznike. 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.

PODJETNIŠKE ASPIRACIJE

Podjetniške aspiracije nam 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.

Podjetnikove aspiracije po rasti podjetja oziroma podjetja v zgodnjih fazah podjetništva predstavljajo ključno dimenzijo pri pojasnjevanju njegovega ekonomskega vpliva na družbo. Rast podjetja, ki je povezana z ustvarjanjem novih zaposlitev, je namreč ključnega pomena za gospodarski razvoj in ustvarjanje blaginje. Pričakovanja podjetnikov glede rasti števila zaposlenih po posameznih globalnih geografskih regijah pa so precej različna. Določena gospodarstva izkazujejo precej visoko zgodnjo podjetniško aktivnost (npr. Podsaharska Afrika, kjer znaša indeks TEA 26,6), vendar ti podjetniki nimajo velikih pričakovanj o zaposlovanju (v Podsaharski Afriki le 4,6 % podjetnikov začetnikov načrtuje več kot 20 novih zaposlitev), medtem ko je v drugih gospodarstvih relativno manj podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti (npr. Evropska unija, kjer znaša povprečen indeks TEA le 8), vendar ti v svojih podjetjih načrtujejo višje stopnje rasti zaposlitev (v Evropski uniji kar 14,1 % podjetnikov načrtuje več kot 20 novih zaposlitev).

Aspiracije slovenskih podjetnikov po rasti so se v primerjavi z letom 2012 povečale za skoraj deset odstotnih točk (s 26 % v letu 2012 na 35 % v letu 2013). S tem se je Slovenija iz zlate sredine med inovacijskimi gospodarstvi povzpela v sam vrh, saj se je po tem kazalniku uvrstila na četrto mesto, in to kljub še vedno slabi gospodarski situaciji v Sloveniji. Očitno slovenski podjetniki verjamejo v svoje sposobnosti in se spogledujejo predvsem z obetavnimi tržnimi nišami in tujimi trgi. Sicer pa so bile najvišje uvrščene države med inovacijskimi gospodarstvi v letu 2013 Tajvan, Singapur, Japonska, Koreja in Slovenija. Najnižja pričakovanja v smislu rasti števila novih delovnih mest pa beležijo Grčija, Italija, Portoriko in Švedska.

Poznavanje inovacijske naravnosti podjetnikov in njihovih podjetij je pomembno, saj nam daje referenčni okvir, s pomočjo katerega je mogoče sklepati o konkurenčnem potencialu podjetij in njihovi zmožnosti tekmovanja z drugimi podjetji. Podjetja se med seboj razlikujejo po stopnji novosti, ki jih uvajajo na trgu. Inovacijska naravnost se nanaša na inovativnost oziroma uvajanje novosti na tržišču, in sicer z dveh vidikov, z vidika izdelka in z vidika panoge. Kot pri vrsti drugih kazalnikov lahko tudi glede inovativnosti opazimo, da delež podjetij, ki imajo inovativen značaj, v povprečju narašča z gospodarsko razvitostjo. Med evropskimi državami je na vrhu lestvice Luksemburg, kjer je 63 % podjetnikov, ki svojemu izdelku ali storitvi pripisujejo inovativen značaj. Med evropskimi državami mu sledijo Italija, Češka, Grčija in Slovenija, ki se z 48 % uvršča v zgornjo polovico lestvice držav z inovacijskim tipom gospodarstva. Če primerjamo vrednost za Slovenijo v letu 2013 z vrednostjo v letu 2012, lahko ugotovimo, da je izmerjena raven inovativnosti izdelkov oziroma storitev podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti ostala praktično nespremenjena, saj se je delež podjetnikov, ki poročajo, da so njihovi izdelki za vse ali vsaj za nekatere kupce novi, zmanjšal le za eno odstotno točko (z 49 % v letu 2012 na 48 % v letu 2013).

Podjetniške aspiracije nastajajočih in novih podjetnikov merimo tudi s stopnjo internacionalizacije zgodnje podjetniške aktivnosti, ki je tesno povezana z rastjo in konkurenčnostjo podjetij. Gre za ocene podjetnikov o tem, kolikšen del izdelkov ali storitev namenijo ali bodo namenili kupcem zunaj svoje države. Analiza strukture zgodnjega podjetništva v skupini držav GEM, ki jih uvrščamo med inovacijska gospodarstva, je pokazala, da je bil v Sloveniji leta 2013 delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov oziroma storitev prihaja iz tujine, 26 %. To pomeni, da se je v letu 2013 ta delež, ki je leta 2012 znašal 32 % (v letu 2011 je bil 23 %), rahlo znižal. Se je pa z letom 2013 v Sloveniji povečal delež nastajajočih in novih podjetnikov, ki poročajo, da imajo njihova podjetja vsaj 1 % kupcev zunaj Slovenije, in sicer z 61 % na 74 %, kar kaže, da se že skoraj tri četrtine slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov spogleduje s tujimi trgi. Po kazalniku, da več kot 25 % kupcev prihaja iz tujine, je na prvem mestu Singapur.

PODJETNIŠKO OKOLJE

Okolje, v katerem živijo in delujejo podjetni posamezniki, pomembno vpliva na njihovo odločitev, da ustanovijo podjetje ali razširijo obstoječe. Ker je okolje možno oblikovati z ustrezno industrijsko politiko, je treba razumeti, da je omogočanje pogojev za ambiciozno inovativno podjetništvo pomembno drugačno kot omogočanje pogojev za samozaposlitveno preživetveno podjetništvo. Ni zgolj število podjetnikov in število podjetij tisto, ki določa razvoj, ampak so to podjetniki, ki imajo željo in sposobnost razvijati svoje podjetje in zaposlovati. Tako na strani ponudbe podjetniškega talenta kot na strani povpraševanja po njem pa je vselej treba upoštevati konkretne razmere v posamezni državi. Na ta način je možno ustvariti podlago oblikovalcem podjetniške politike, ki lahko s svojimi ukrepi stimulatивно ali zaviralno vplivajo na podjetništvo. Ti ukrepi se lahko nanašajo na raven posameznika, podjetja ali nacionalnega gospodarstva.

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. Ugotavljamo, da so bili vsi okvirni pogoji za Slovenijo v letu 2013 ponovno ocenjeni zelo kritično. Najnižjo povprečno oceno si je tokrat prislužil okvirni pogoj, ki se nanaša na zasnovanost in vodenje vladne politike v podporo novih in rastočih podjetij (1,91), najvišjo povprečno oceno pa tako kot tudi leto poprej okvirni pogoj dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij (3,89).

Po mnenju nacionalnih izvedencev so v letu 2013 podjetniško aktivnost v Sloveniji najbolj zavirale vladne politike (45 %) ter razpoložljivost različnih finančnih virov za nova in rastoča podjetja (42 %). Temu sledijo kulturne in družbene norme (33 %), gospodarska kriza (21 %) ter pomanjkanje zmogljivosti za podjetništvo (21 %). V okviru vladne politike so izvedenci kot največji zaviralni dejavnik v letu 2013 navajali predvsem državno birokracijo ter nestimulativno davčno politiko, pa tudi zakonodajo na makro- in mikroobčinski ravni. V okviru finančne podpore je v letu 2013 predvsem primanjkovalo finančnih mehanizmov za zagon novih, rastočih ter inovativnih podjetij. Izvedenci kot slabost za razvoj podjetništva v Sloveniji štejejo tudi pomanjkanje podjetniške kulture, predvsem pa izpostavljajo, da podjetništvo zavirajo negativna klima za podjetništvo, podcenjevanje, odnos do uspeha in podjetnih posameznikov, manjša nagnjenost k tveganju, pa tudi pomanjkanje notranje podjetniške kulture obstoječih podjetij. Po mnenju izvedencev tesno sledi nestabilna politična in gospodarska situacija v državi in nestabilnost pogojev za poslovanje. Kot zaviralne dejavnike za razvoj podjetništva so v okviru zmogljivosti za podjetništvo izvedenci največkrat navedli pomanjkanje znanja in podjetniških kompetenc ter pomanjkanje samoiniciativnosti in prepoznavanja podjetniških priložnosti.

Med področji, ki v največji meri pospešujejo podjetniško aktivnost v Sloveniji, so izvedenci največkrat izbrali prenos raziskav in razvoja v podjetniško prakso (37 %), pri čemer ponovno, tako kot tudi leta poprej, izpostavljajo pomen inkubatorjev in tehnoloških parkov. Sledi sestava delovne sile (30 %), saj so izvedenci prepričani, da trenutna visoka brezposelnost in nuja prispevata k pospeševanju podjetništva. Nacionalni izvedenci vidijo prav tako veliko prednosti za spodbujanje podjetniške aktivnosti med pozitivnimi zmogljivostmi za podjetništvo (30 %). Med njimi so najpogostejše izpostavljeni podjetniška tradicija (obrt, močan segment družinskih podjetij), želja in motiviranost posameznikov za vstop v svet podjetništva, nenazadnje pa tudi znanje in inovativnost posameznikov.

Največ priporočil za izboljšanje podjetniškega okolja v Sloveniji so nacionalni izvedenci navedli tam, kjer hkrati vidijo tudi največ slabosti. To je na področju finančne podpore (56 %) in vladne politike (47 %), pa tudi na področju izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo (47 %). Izvedenci priporočajo predvsem izboljšanje pogojev za financiranje podjetij in s tem lažjo dostopnost do kapitala, bolj premišljen sistem subvencij ter več finančnih spodbud na makroravni za nova, rastoča in inovativna podjetja. V okviru vladne politike predlagajo izvedenci čim prejšnjo odpravo administrativnih ovir za podjetja in poenostavitev postopkov, stimulatивnejšo davčno politiko ter učinkovitejše vladne strategije, razvojne paradigme in izboljšanje zakonodaje. Na področju izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo se priporočila izvedencev v letu 2013 ponovno nanašajo na potrebne spremembe v izobraževalnem procesu v smislu uvedbe in spodbujanja podjetniških vsebin in aktivnosti v izobraževalnih programih – predvsem na nižjih ravneh, na čim večjo praktično usmerjenost podjetniškega izobraževanja ter na večji poudarek pri gradnji ugodne podjetniške kulture in klime, spodbujanju motiviranosti in inovativnosti. Sodobna globalizirana podjetniška družba namreč terja posameznike, ki so podjetni in so se pripravljene vključevati v podjetništvo, še zlasti najbolj ambiciozne, ki so zmožni in voljni graditi podjetja, ki zaposlujejo in rastejo.

Executive Summary

Global Entrepreneurship Monitor, the most comprehensive global longitudinal research of entrepreneurship, was established in 1997. It stems from the belief that economic prosperity is heavily dependent on the entrepreneurial sector with different types of entrepreneurship having a different amount of impact. That is, it is not unimportant whether individuals become involved in entrepreneurship because they have been pushed into it out of necessity (*necessity-driven entrepreneurship*) or whether they have been pulled into it in order to exploit a promising business opportunity (*opportunity-driven entrepreneurship*). If entrepreneurship is to be successful and if it is to contribute to national economic growth, a number of basic conditions should be fulfilled. These conditions mainly refer to well-functioning institutions, adequate infrastructure, the macroeconomic stability, well-functioning health care and basic education. While they have long been fulfilled by the developed countries, they can present one of the main obstacles hindering entrepreneurial growth in the developing ones. Only when these fundamental requirements have been met, it is possible to establish the factors which contribute to greater economic efficiency. If the establishment of these core requirements is neglected, investments in innovative and entrepreneurial support frameworks will have no effect. As regards the more developed environments, the focus should be on the factors such as higher education and training and labour market efficiency since without them, it is impossible neither to fully exploit the human capital nor to motivate the individuals to acquire adequate education and skills. Also, goods market efficiency and financial market sophistication contribute to the undisturbed development of companies and to the implementation of technological advancement while the internationalization of business operations and the increased international markets help exploit the benefits of the economies of scale and enforce comparative advantages.

The first GEM study was conducted in 1999 in collaboration between London Business School and Babson College and comprised 10 countries. Slovenia has been involved in the research since 2002, which has given us the insight into the state of entrepreneurship in Slovenia in comparison to the rest of the world. In addition, Slovenia has been included in all research based on the master GEM data base. In 2013, 69 countries were part of the GEM research consortium while throughout all the years of the research, more than 100 countries participated in it. The primary GEM research data consist of two sets of data, the first being the data collected via adult population surveys and the second being the data obtained via the national experts surveys. The representative random samples of approximately 2,000 adult individuals surveyed in each country were obtained in most cases between April and June 2013. In Slovenia, 2,002 adults aged 18-64 participated in the survey in the time period between the end of May and the beginning of June 2013.

The overall number of the surveyed adults in all GEM countries was 197,226, which represents an extensive database for the exploration of early-stage entrepreneurship and its characteristics as well as the interrelatedness of influential factors. Each year, adult population surveys are supplemented by national expert surveys. National experts are carefully selected individuals related with different framework conditions which are important for the understanding of the complexity of entrepreneurship and of the conditions for its development. These two key sources of data help us better understand numerous aspects of entrepreneurship, such as the level of entrepreneurial activity, the traits of entrepreneurially active adults and their demographic characteristics, the motivation, the diversity of the created ventures, growth aspirations and the influential social factors as well as cultural and social norms of a country that either encourage or hinder entrepreneurial processes in a society.

ENTREPRENEURIAL ATTITUDES

Societal attitudes about entrepreneurship are exhibited through the general regard of the population for entrepreneurship as a career option. If there is a broad societal acceptance of entrepreneurship, if individuals know many other entrepreneurs or if they believe that successful entrepreneurs will have a high level of status and respect, then it is more likely that they will become involved in entrepreneurial activity themselves than if this were not the case. The perception of business opportunities will also have a positive impact on the increase of entrepreneurship. The individuals who believe that they have the required skills and knowledge to start a business will more likely set up firms than those who believe that they do not possess such skills. In the environments where high levels of risk aversion exist or where the society stigmatizes failure, people will less likely decide for entrepreneurship and will try to build their career by looking for less risky jobs in the already existing companies. A general attitude of a society towards entrepreneurship is another significant structural basis for the creation of overall societal support, aid, support networks, the provision of financial resources and other factors for active entrepreneurs as well as for those who are still deciding to embark upon an entrepreneurial career.

In many countries, nurturing of positive attitudes towards entrepreneurship and the enhancement of positive tendencies of the population towards entrepreneurship is very high on the economic policy priority list. That is why GEM research tries to encompass both aspects: the individual and the social context. An individual's attitudes towards entrepreneurship comprises the perceptions of good business opportunities, fear of failure and his/her intentions to start a business. At the same time, GEM researches the societal perceptions about entrepreneurship as a career choice, the status of entrepreneurs in a society and whether this status receives positive media attention or not.

The perception of entrepreneurial opportunities is one of the key components of entrepreneurship. In factor-driven economies, the average perception of business opportunities is almost twice as high (61%) than in the innovation-driven economies (34%), and it is even lower in the group of European countries (29%). In Slovenia, the downward trend of the perception of business opportunities is still continuing. While in 2012, 20% of adults perceived good business opportunities, this rate was merely 16% in 2013, which ranked Slovenia 63rd out of 67 analysed countries together with the Slovak Republic and Spain. The Republic of Korea (13%) and Japan (8%) ranked last. As regards this measure, only Greece exhibited a more pessimistic situation than Slovenia in the European context with a one percentage increase from 2012

to 14% 2013. The highest rates of business opportunity perceptions in European countries in 2013 were in Sweden and Norway (64%), Estonia and Luxembourg (46%) and Finland (44%). Similar patterns were also observed as regards the perceived capabilities to start a business, and the knowledge of and the experience in entrepreneurship. It has to be noted that the level of individuals who believe to have entrepreneurial capacity and knowledge decreases with the increasing levels of economic development. On average, 69% of adult population in factor-driven economies, 52% of adults in efficiency-driven economies and only 41% of adults in innovation-driven economies believed to have the required knowledge and skills to start a business. Slovenians on average very strongly believed to have the required knowledge, skills and capacity for entrepreneurship (51% of adult population believed so in 2013, which is the same as the year before). In Europe, this percentage was higher only in Poland (52%). Globally, Slovenia ranked 30th among 67 countries.

The exploitation of business opportunities and business intentions can be hindered by fear of failure. In the majority of the less-developed economies with high rates of entrepreneurial intentions and high levels of business opportunity perceptions, the average fear of failure rate was the lowest. For example, only 15% of adults in Uganda, Malawi and Zambia who perceived business opportunities in their environment reported being afraid of potential business failure. On the other side of the spectrum were Angola (64%) and Vietnam (57%). In the group of European countries, Greece and Italy ranked highest (49%). In Slovenia, fear of failure rate of those adults who perceived business opportunities was 30% (a year before, this rate was a bit lower, i.e. 27%). Compared against other European countries, this rate was lower only in Switzerland (28%) and in Bosnia and Herzegovina (26%). On average, fear of failure rates are higher in more developed economies, since the type of entrepreneurial activity in these economies is much more demanding and requires more knowledge and skills than is the case with simpler entrepreneurial activity which is prevalent in factor- and efficiency-driven economies. It should also be taken into account that certain cultural and societal norms present in a number of countries, including Slovenia, stigmatize any kind of failure, including the entrepreneurial one.

The identification of individuals' intentions to start a business within the next three years showed that this rate was higher in factor-driven economies because there were fewer job opportunities available, which drove many people into entrepreneurship out of mere necessity. On a global scale, the lowest entrepreneurial intention rates in 2013 were exhibited by people in Russia (3%) and Japan (4%). On the other side, in many factor-driven African economies like Malawi (67%), Uganda (61%) and Botswana (59%) and also in Latin American countries such as Colombia (55%) and Chile (46%), these rates were very high. Due to similar reasons, the highest entrepreneurial intention rates among European countries were in Macedonia (29%) and Romania (24%). In Slovenia, the average of 12% of adult population expected to start a business (those individuals who were already entrepreneurially active were excluded), which is one percentage point less than in 2012. This ranked Slovenia 53rd on the global scale. Norway (5%) ranked last in the European country group.

Similar to the perception of entrepreneurship as a good career choice, the reported rates of high societal status of successful entrepreneurs were somewhat lower in more developed economies than in the less developed ones (e.g. Uganda 95%, Ghana 94%; Croatia 43%, Malaysia 45%, the Czech Republic 48%). The average rate of adults in factor-driven economies who believed that successful entrepreneurs had a high level of status and respect in a society was thus as high as 80%, while the average rate in innovation- and efficiency-driven economies was 67%. With 68%, Slovenia is grouped among the average European innovation-driven economies in 2013.

Positive media attention for entrepreneurship was higher in factor-driven economies (70%) than in efficiency-driven (61%) and innovation-driven (51%) ones. The levels of perception of positive media attention for entrepreneurship were particularly low in European economies regardless of whether they were highly developed or not. On the global scale, 12 out of 15 lowest ranking countries were the European ones, including Slovenia (51%). Finland ranked first on the scale of European countries (68%), while Slovenia ranked 10th.

Throughout all the years of GEM research, we have been faced with the gap between the respect people exhibit towards entrepreneurship as a profession and their belief that entrepreneurship is a good career choice. This is true for Slovenia and also for the average of innovation-driven economies as well as for the group of the European Union countries taking part in the GEM research. This gap shows that not enough is made in the society to transform the declared respect of individuals for entrepreneurship as a profession into their actual decisions to pursue an entrepreneurial career. Apart from the necessary creation of normal business environment comparable with business environments in the developed countries, the efforts should be made to increase the awareness that entrepreneurship can be a good career path which also allows for the creation of a good work-life balance (discussed in more detail in chapter eight).

ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

Entrepreneurship process begins with potential entrepreneurs who believe that they have the required entrepreneurial capabilities, who see business opportunities and who would like to exploit them. The next stage are *nascent entrepreneurs*, i.e. the individuals who have either already taken some action to start a business or who have been in business but have not paid any wages or salaries for more than three months. The entrepreneurs who have an active business and have paid wages and salaries for more than three months but less than three years and a half are called *new entrepreneurs / owner-managers of new firms*. Both categories of entrepreneurs together form *total early-stage entrepreneurial activity index* (TEA), which shows the percentage of adult population aged 18-64 who are involved in entrepreneurial activity. It therefore shows the scope of early stages of entrepreneurial process and is particularly sensitive to environmental factors that either encourage or hinder entrepreneurial activity. The entrepreneurs who have had an established business for more than three years and a half are called *established business owners*. In 2013, 14.68% of adult population in Slovenia expected to start a new business within the next three years (potential entrepreneurs). The fact that only 3.58% of the individuals actually created their new ventures and that they were in business for less than three months (nascent entrepreneurs) points to a gap between high entrepreneurial aspirations and the actual activities for setting up new ventures and commencing with their business operations. Not all start-ups are successful, which is evident from the fact that there were only 2.78% of businesses that were older than three months (new entrepreneurs / owner-managers of new firms). Therefore, the overall TEA index in Slovenia in 2013 was 6.45%, which is approximately one percent more than in 2012 (5.42%). The percentage of individuals who had a running business for more than three years and a half was 5.68% (established business owners), which is almost one per cent less than that of the early-stage entrepreneurs. This shows that not all new businesses survive beyond the first crucial years of their operations. Last year, business discontinuation rate in Slovenia was 1.6%.

The “mortality rate” of new businesses which shows the transformation of new businesses to the established ones, is high all over the world. However, its extent is highly dependent on business environment, the level of economic development and the overall entrepreneurial culture prevailing in a particular economy. For that reason, each country that wishes to promote entrepreneurship should have a long-term interest to implement adequate entrepreneurship policies and entrepreneurship programmes that would educate and encourage as many people as possible to become entrepreneurially active. At the same time, it should create such conditions that would enable entrepreneurial processes to run as smoothly as possible and that as many entrepreneurial intentions as possible would be realized, which means the adequate number of established businesses that can grow and provide new jobs.

The traditionally high early-stage entrepreneurial activity rate (TEA index) was exhibited by African countries, led by Zambia with 39.91% and Nigeria with 39.86%. The lowest levels of early-stage entrepreneurial activity among the 67 analyzed countries were in Italy (3.4%), Japan (3.7%) and France (4.6%). In Europe, the highest TEA rates were in all three Baltic states, namely in Latvia (13.3%), Estonia (13.1%) and Lithuania (12.4%). The TEA rates in the two leading Baltic economies were higher even than the rate in the USA (12.7%). Slovenia ranked 55th among all participating countries, which is four places better than its rank in 2012.

The extent of early-stage entrepreneurial activity is one of the key indicators of entrepreneurial actions in the core of entrepreneurial process. However, its mere quantity does not necessarily mean good quality entrepreneurship because of different reasons that make individuals venture into entrepreneurship as well as due to different social and contextual factors in which new businesses are created.

The motives leading individuals into entrepreneurship are various. In general, they can be grouped into the necessity-based ones and the opportunity-based ones. Necessity-based entrepreneurship means that individuals are pushed into entrepreneurship due to the need for survival as there are not enough companies providing adequate jobs for them. Throughout the years, African countries have continuously exhibited high rates of necessity-driven entrepreneurial activity. Last year, the highest necessity-driven entrepreneurial activity rate was in Zambia, followed by Malawi, Ecuador, Nigeria and Ghana. Since the overall rates of entrepreneurial activity are very high in these countries, this result in high rates of opportunity-driven entrepreneurship as compared against other countries, too. In Slovenia, 4.65% of entrepreneurs wanted to exploit a perceived business opportunity, which is less than in 2012 when this rate was 4.88%. At the same time, the rate of necessity-driven entrepreneurial activity increased from 0.4% in 2011 and 2012 to 1.55% in 2013. This increase is a result of the ongoing economic crisis in Slovenia which forced individuals to become entrepreneurs due to the loss of employment or due to the lack of adequate new jobs. In 2012, Slovenia had the lowest necessitydriven TEA rate among all GEM countries globally and in 2013 it ranked 15th among the 67 analyzed countries. Among all the individuals in Slovenia who were pulled into entrepreneurship by opportunity in 2013, 55.5% desired to obtain greater independence or to increase their income, which represents a significant drop compared to 65.7% in 2012.

Since entrepreneurial process inevitably includes business discontinuance, GEM research also focuses on those individuals who have discontinued a business in the previous 12 months. This dynamics of entrepreneurial exits is presented by the *business discontinuation rate*. It shows the percentage of entrepreneurially active adult population who have, in the past 12 months, discontinued a business. The lowest business discontinuation rates were in Indonesia (5.24%), India (7.24%) and Thailand (8.34%), while the highest rates were in Malawi (76.79%), Angola (74.94%) and Botswana (73.55%). As regards European countries, the lowest rates

were in Estonia (11.66%), the Netherlands (12.09%) and Switzerland (12.98%) whereas the highest rates were in Bosnia and Herzegovina (41.74%), Croatia (40.42%) and Slovakia (37.95%). In Slovenia, 2.59% of adult population discontinued their business, which represents 21.85% of all entrepreneurial activity. In 2013, business discontinuation rate increased substantially compared to 2012 when it was 14.4%.

There is a plethora of reasons for quitting business operations. The most frequent one in all types of economies is the lack of profitability, which amounts to approximately one third of all stated reasons. Other prevailing reasons are personal ones and those related to finance, while other reasons are less frequent. In Slovenia, the proportion of reasons differs from their structure in comparable countries. In 2013, retirement was a major reason for entrepreneurial exits (12%), which was much more than the average of other countries. Another major reason for business discontinuance in Slovenia was connected with the problems of getting finance (17%) compared to only 10% in innovation-driven economies. However, 6% of all business exits in Slovenia were planned in advance whereas in other countries such cases were less frequent (between 3.5% and 4%). Personal reasons were less often stated in Slovenia (15%) in comparison with other groups of countries (between 23% and 26%).

DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF SLOVENIAN ENTREPRENEURSHIP

One can start with entrepreneurial activity at any age. Over the years, however, the most active age group for early-stage entrepreneurial activity in all GEM countries has proven to be the 25-35 age group. This was also true for Slovenia for a number of years, but this trend changed in 2012 and remained the same in 2013. Namely, in the past two years, the highest rate of early-stage entrepreneurial activity was recorded in the 35-44 age group (almost 33%). We can assume that this trend is related to the worrying increase of youth unemployment rates both in Slovenia and in the entire European Union. Similarly, the prevalent age group of established business owners was the 35-44 age group, followed by the 45-54 age group. Together, these two groups amounted to 67.34% of established business ownership in Slovenia in 2013.

The proportion of young established business owners in the 25-34 age group was significantly lower than the overall average. In Slovenia, it amounted to only 7% while in other countries participating in the research this percentage was between 11% and 17%. This rather worrying state is related to the previously established low rate of early-stage entrepreneurial activity of young people and the issues related to their employability, which further stems from a high rate of Slovenian young people who are unemployed. It thus seems that young individuals in Slovenia do not perceive business opportunities and are also less successful in transforming these opportunities into more permanent forms of established business ownership activities. Governmental policies should therefore urgently be focused on this age group as this is the group in which the perception of entrepreneurship as a desirable career choice could increase the most if supported by various programmes and activities. Of course, education system should first train young people so they would be able to perceive business opportunities and should help them develop the skills and knowledge required to pursue them. These activities should primarily be directed towards the student population because the level of entrepreneurs with high education is decreasing.

The involvement of women in entrepreneurial activity differs substantially all over the world. These differences are the reflection of different cultures and customs regarding the involvement of women in the economic activities of individual countries. Despite the fact that women in the developed countries in Europe and in the USA have, on average, equal or even higher education than men, they are far less involved in entrepreneurial activities. The inglorious record of female participation in early-stage entrepreneurial activity in Slovenia in 2012 (merely one quarter) was improved to just below one third (31.44%) in 2013. The countries with even lower female participation rates than Slovenia were, for example, Croatia (30.83%), Italy (30.01%), Greece (29.01%), Macedonia (28.98%) and, interestingly, Norway (28.88%). Rather low rates of female early-stage entrepreneurs were also in Korea (28.52%), the Czech Republic (28.06%) and Iran (26.43%). Switzerland reported the highest rate of female early-stage entrepreneurial activity among European countries (49.12%), which ranked this country 6th among the 67 analyzed countries. The three leading countries in terms of female TEA rates were Ghana, Nigeria and Zambia (more than 50%).

We can thus see the shifts towards a better exploitation of female entrepreneurial potential; however, there are still no signs that this trend is a long-term one. For example, nothing happened in Slovenia in 2013 which would change the actual position of women in the society and alleviate them of the obligations they traditionally take on. The variables which had proven in the past years as the important ones when deciding for an entrepreneurial career remained equally less favourable for women than for men. A comparison of female early-stage entrepreneurial activity in Slovenia against the same female entrepreneurial activity in various groups of countries showed that we fall behind all these groups. As regards the innovation-driven countries and European countries, Slovenia lags behind by approximately four per cent. A similar lag is also evident in the rate of female established business ownership as compared to the above two groups of countries.

Entrepreneurial learning enables individuals to develop business knowledge and essential skills as well as change their attitudes towards entrepreneurship. In addition, they develop their creativity, initiative, tenacity, teamwork, understanding of risk and a sense of responsibility. This is the entrepreneurial mind-set that helps entrepreneurs transform ideas into action. (European Commission 2013, 6).

Numerous studies have proven that individuals who believe to have the capacity, the knowledge and the skills necessary for entrepreneurship become more often involved in entrepreneurial activity than those who lack such self-confidence. That is why entrepreneurship education is crucially important, especially since the 2013 data regarding the education levels of entrepreneurs are rather worrying. For the second year in a row, the data showed a significant decrease in the rate of early-stage entrepreneurs with university education. The proportion of the most prospective group of early-stage entrepreneurs fell from 42.4% in 2012 to mere 29.3% in 2013. The decrease in the number of entrepreneurs with high education was recorded also in the group of established business owners as their rate fell from 29.2% in 2012 to 24.9% in 2013. These results yet again point out the fact which we have been emphasising for a number of years, i.e. that not enough is being done in Slovenia to encourage young educated individuals to become entrepreneurially active. It is the formal education system which should instil in individuals the foundations on which they can decide upon their professional careers. If, during their formal education, individuals do not gain the awareness that entrepreneurial career is a good one, they will less likely become entrepreneurially active. Nevertheless, education system cannot act as a substitute to the environment which is supportive for entrepreneurship.

ENTREPRENEURIAL ASPIRATIONS

Entrepreneurial aspirations reflect the quality of entrepreneurial activity and comprise growth aspirations, job expectations, internationalization of business operations, etc. That is, entrepreneurs differ in their aspirations to introduce new products, to engage with international markets or to fund growth with external capital. If all these aspirations are realized, this can have a significant impact on the economic growth (even to a greater degree than the mere number of entrepreneurs).

Entrepreneurs' aspirations for the growth of their businesses or new ventures in early-stage entrepreneurial activity are crucial for the explanation of the economic impact these businesses have on a society. Namely, business growth, which is related to job creation, is of key importance for economic development and prosperity. The expectations of entrepreneurs regarding job growth differ significantly across geographic regions of the world. While certain economies in 2013 exhibited a rather high rate of early-stage entrepreneurial activity (e.g. Sub-Saharan Africa's TEA index is 26.6%), the entrepreneurs in these economies did not have high job expectations (in Sub-Saharan Africa only 4.6% of early-stage entrepreneurs planned at least 20 new jobs). In comparison, in economies with a relatively low number of early-stage entrepreneurs (e.g. the average TEA index for the European Union countries is 8%), these entrepreneurs had much higher job growth expectations (as many as 14.1% of early-stage entrepreneurs in the European Union expected to create at least 20 new jobs).

Compared to 2012, growth aspirations of Slovenian entrepreneurs increased by almost ten per cent in 2013 (from 26% in 2012 to 35% in 2013). This moved Slovenia from the 'golden mean' in the group of innovation-driven economies to the very top (ranking 4th in 2013) despite its ongoing bad economic situation. Apparently, Slovenian entrepreneurs believed in their capacities and were focusing mainly on the promising market niches and foreign markets. Overall, the highest ranking innovation-driven economies in 2013 were Taiwan, Singapore, Japan, the Republic of Korea and Slovenia. The lowest job growth expectations were reported in Greece, Italy, Puerto Rico and Sweden.

The information about the innovative orientation of entrepreneurs and their businesses is important as it provides a reference framework which helps us draw conclusions about the competitive potential of these businesses and their capacity to compete with other businesses. Businesses differ depending on the level of the novelty on the market in terms of product novelty and industry newness. As with a number of other indicators, it can be observed that the rate of innovation-oriented new ventures increases with the increasing economic development. In the group of European countries, Luxembourg ranked highest with 63% of entrepreneurs indicating innovative characteristics of their products or services, and was followed by Italy, the Czech Republic, Greece and Slovenia. Slovenia ranked in the upper half in the group of innovation-driven economies with 48%. Comparing this rate for Slovenia in 2013 with that in 2012, it can be established that there was practically no change in the level of product or service newness in early-stage entrepreneurial activity since the percentage of entrepreneurs who reported that their products were considered new by all or some of their customers dropped by one percentage point only (i.e. from 49% in 2012 to 48% in 2013).

Entrepreneurial aspirations of nascent and new entrepreneurs are also measured by the internationalization rate of early-stage entrepreneurial activity, which is closely linked to business growth and competitiveness. This refers to the estimations of these entrepreneurs regarding the proportion of products or services that are or will be meant for the customers that live outside their economy. The analysis of early-stage entrepreneurship structure in the

innovation-driven GEM economies revealed that in 2013 26% of early-stage enterprises in Slovenia claimed that more than 25% of their customers lived outside Slovenia. This indicates a slight decrease from 2012, when this rate was 32% (in 2011 it was 23%). Nevertheless, the proportion of nascent and new entrepreneurs who reported their companies having more than 1% of customers who lived outside Slovenia increased from 61% in 2012 to 74% in 2013, which shows that almost three quarters of Slovenian early-stage entrepreneurs are internationally oriented. Singapore ranked highest with regard to the export intensity measure that at least 25% of the firms' customers are from other countries.

ENTREPRENEURIAL FRAMEWORK CONDITIONS

The conditions in which entrepreneurially-active individuals live and work significantly influence their decisions to establish a new business or to expand an existing one. Since these conditions can be created by adequate industrial policy, it has to be made clear that the creation of conditions that would enhance ambitious innovative entrepreneurship significantly differs from the creation of conditions that are to support necessity-driven self-employment type of entrepreneurship. It is not only the number of entrepreneurs and the number of businesses that determine economic development, but it is the entrepreneurs who have both the desire and the capacity to develop their businesses and create jobs. When considering the supply of entrepreneurial talent on the one hand and the demand for such talent on the other, it is always necessary to take into account the actual conditions in a particular country. In this way, it is possible to develop foundations for policymakers regarding entrepreneurship as their measures can either encourage or hinder entrepreneurship. These measures can apply to the individuals, to businesses and to national economies.

Similar to some other surveys assessing the conditions for entrepreneurship, GEM research methodology also relies upon expert opinions in order to measure specific conditions of a particular national economy. Here, the focus is mainly on general background national conditions that have an important impact on the entrepreneurial sector. In this way, we are provided with relevant insight into the framework conditions in which entrepreneurs begin and develop their activities. As regards Slovenia, we can establish that all entrepreneurial framework conditions (EFC) were again evaluated very critically in 2013. The lowest average score (1.91) was given to the EFC governmental policy, i.e. to the extent to which governmental policies give support to entrepreneurship and see it as a relevant economic issue. The highest average score (3.89) was given to the EFC physical infrastructure, i.e. the ease of access to physical resources necessary for business operations, which was the same as the year before.

In the national experts' point of view, the two factors constraining entrepreneurial activities in Slovenia in 2013 the most were governmental policies (45%) and the lack of sufficient availability of different types of financial funding for new and growing firms (42%). They were followed by cultural and social norms (33%), the economic crisis (21%) and the lack of capacity for entrepreneurship (21%). Regarding governmental policies, national experts rated government bureaucracy, non-stimulating tax policy as well as the legislation at macro- and micro municipal levels as the strongest constraints. The lack of funding available for new, growing and innovative firms was the strongest constraint in terms of financial support in 2013. The experts reported the lack of entrepreneurial culture as another drawback to the development of entrepreneurship in Slovenia and mainly emphasised that entrepreneurship was hindered by negative attitudes towards it, next to the lack of respect for entrepreneurs,

the attitude towards success and successful entrepreneurs, low level of risktaking and the lack of appropriate intrapreneurial culture. These constraining factors were, according to national experts, closely followed by unstable political and economic situation in Slovenia and unstable conditions for business operations. The main constraints concerning the capacity for entrepreneurship were, in national experts' opinions, the lack of knowledge and entrepreneurial competence, the lack of self-initiative and perception of entrepreneurial opportunities.

As regards the factors supporting entrepreneurial activity in Slovenia the most, national experts most often selected R&D transfer to entrepreneurial firms (37%) and, similar to previous years, particularly emphasised the importance of business incubators and science parks. This factor was followed by the labour force features (30%) as the experts believed that current high unemployment rates and necessity fostered entrepreneurship. National experts also saw positive capacity for entrepreneurship as a major support to entrepreneurial activity (30%). Here, they most frequently stated well-rooted entrepreneurial tradition (crafts, strong family business segment), the desire and motivation of individuals to enter the world of entrepreneurship and, last but not least, also their knowledge and innovativeness.

The most frequent recommendations given by national experts for the improvement of entrepreneurial environment in Slovenia were in the areas which they also perceived as the main constraints, i.e. financial support (56%), governmental policies (47%) and entrepreneurship education and training (47%). They mainly recommended the improvement of the conditions for funding of businesses and, consequently, an easier access to capital, a more prudent system of subsidies and more financial incentives at the macro level for new, growing and innovative firms. Relating to governmental policies, the experts' recommendations were a rapid elimination of administrative barriers for businesses and the simplification of administrative procedures, the introduction of a more stimulating tax policy and more efficient government strategies and development paradigms as well as the improvement of legislation. As regards entrepreneurship education and training, the experts' recommendations in 2013 again focused on the necessary changes in the educational system in terms of the introduction and enhancement of entrepreneurship-related content and activities within education programmes (mainly at basic, i.e. primary and secondary, school levels), on as practical orientation of entrepreneurship learning as possible and on a stronger emphasis regarding the creation of favourable entrepreneurial culture and climate together with the encouragement of personal initiative and innovativeness. Namely, modern globalized entrepreneurial society demands for the individuals who are entrepreneurial and who are willing to become entrepreneurially active, who are ambitious and who are capable and willing to build businesses that grow and create jobs.

1 Global Entrepreneurship Monitor – globalni pogled na podjetništvo

1.1 PETNAJST LET PODJETNIŠKEGA RAZISKOVANJA Z GEM

Globalni podjetniški monitor je bil zasnovan leta 1997, ko skorajda ni bilo mednarodno primerljivih informacij o podjetništvu (Bosma et al. 2009). Obstajala je velika potreba po boljšem razumevanju različnih vlog in pomena podjetništva v gospodarstvu in v celotni družbi, vpogledu v dojemanja, nagnjenja in aspiracije posameznikov, ki se vključujejo v podjetništvo, ter po razumevanju dejavnikov, ki vplivajo na podjetniško aktivnost in odnos do podjetništva; vse to na nacionalni in mednarodni ravni.

GEM je bil tako ustanovljen zato, da bi uresničeval naslednje cilje:

- meril razlike v odnosu do podjetništva, aktivnosti in v aspiracijah posameznikov v čim večjem številu držav,
- odkrival dejavnike, ki določajo naravo in raven podjetniške aktivnosti, ter
- identificiral potrebne politične ukrepe za krepitev podjetništva.

Temeljlil je na razumevanju, da je gospodarska blaginja močno odvisna od podjetniškega sektorja, pri tem pa imajo različni tipi podjetništva različno moč vplivanja. Ni namreč vseeno, ali gre za posameznike, ki so se podjetništva lotili, ker so bili zaradi preživetja v to prisiljeni (podjetništvo zaradi nujnosti), ali za podjetnike, ki so šli v to, ker so hoteli izkoristiti obetavno podjetniško priložnost. Sodobna globalizirana podjetniška družba terjaja posameznike, ki so podjetni in so se pripravljene vključevati v podjetništvo, še zlasti najbolj ambiciozne, ki so zmogni in voljni izgrajevati podjetja, ki zaposlujejo in rastejo.

Ob zasnovi projekta GEM je na vseh teh področjih vladalo veliko pomanjkanje relevantnih in zanesljivih informacij in s tem razumevanje dejanskih vzgibov in mehanizmov podjetniškega procesa, hkrati pa je bilo oteženo tudi vodenje primerne ekonomske politike.

Prva raziskava je bila izpeljana leta 1999, in sicer v partnerstvu med London Business School in Babson Collegeem. Prva študija je zajela 10 držav, danes pa imamo podatke za skoraj 100 držav. Po 15 letih obstoja GEM lahko ocenimo nekatere njegove glavne prispevke:

- merjenje podjetniške dejavnosti z uporabo izvirnih in obsežnih kazalnikov, ki jih je mogoče prilagoditi različnim ključnim teoretičnim pristopom;

- uporaba dosledne konceptualne strukture, ki povezuje nacionalne kontekste z značilnostmi podjetništva na individualni ravni;
- ustvarjanje stabilnega vira informacij za opazovanje trendov v podjetniški aktivnosti in z njimi povezanih ključnih kazalnikov, namenjenih predvsem raziskovalcem in gospodarski politiki;
- predstavitev velikih razlik v podjetništvu glede na splošne stopnje gospodarskega razvoja in globalne regije;
- ocenjevanje temeljnih značilnosti podjetniškega okolja v posameznih državah;
- prispevanje k podjetniškim spodbudam v sodelujočih državah in dvigovanju zavedanja javnosti o ekonomskem in socialnem pomenu podjetništva;
- zagotavljanje novih informacij o specifičnih področjih podjetništva, kot so: žensko podjetništvo, financiranje podjetniškega procesa, dinamično podjetništvo, podjetniško izobraževanje, notranje podjetništvo, podjetništvo med imigranti, socialno podjetništvo.

V zadnjem desetletju so se ob merah, ki jih uporablja GEM, pojavile tudi druge kompleksne mere podjetniške aktivnosti, med katerimi velja omeniti predvsem pogosto uporabljan Kauffmanov indeks podjetniške aktivnosti, ki meri stopnjo novoustanovljenih podjetij na ravni posameznega lastnika, omogoča pa tudi globlji vpogled v demografske in geografske značilnosti novih podjetnikov v ZDA (Fairlie 2012); Danski podjetniški indeks, ki temelji na podatkih držav OECD ter ugotavlja prednosti in slabosti Danske kot podjetniške države (Hoffmann et al. 2006); ter Globalni podjetniški in razvojni indeks – GEDI, ki omogoča ločeno obravnavo treh ključnih področij podjetništva v posameznih državah, tj. odnos do podjetništva, podjetniško aktivnost ter podjetniške aspiracije (Acs in Szerb 2012). Indeks sestavlja povprečje vseh treh omenjenih podindeksov, ki temeljijo večinoma na podatkovni bazi GEM, pri čemer upošteva tako individualno kakor tudi institucionalno plat podjetništva (Tominc in Rebernik 2012). K temu lahko dodamo tudi številne druge iniciative, ki skušajo z upoštevanjem okvirnih pogojev empirično izmeriti podjetniško aktivnost v neki državi. Nekatere med njimi se osredotočajo zgolj na določen vidik podjetništva ali pa omogočajo skopo mednarodno primerjavo, pretežno med razvitimi državami. Razlike med posameznimi drugimi raziskovalnimi programi, ki so se razvili v vmesnem času, so razvidne iz spodnjega pregleda (Crnogaj in Rebernik 2013; Bosma et al. 2012).

Tabela 1.1: Pregled iniciativ, katerih cilj je merjenje podjetniške aktivnosti med državami in v času

Podjetniška aktivnost					
	Global Entrepreneurship Monitor – GEM (GERA)	OECD-Eurostat Entrepreneurship Indicators Program – EIP	World Bank Group Entrepreneurship Snapshots – WBGES	Eurobarometer Survey on Entrepreneurship (Evropska komisija)	SME Performance Review – SBA Fact Sheet (Evropska komisija)
Namen	ugotavljanje razlik v odnosu do podjetništva, vključevanja v podjetniške aktivnosti ter podjetniških aspiracij	mednarodno primerljivostatistika o podjetništvu in podjetniških dejavnikih	mednarodna primerjava in razumevanje dinamike novoregistriranih podjetij (formalni sektor gospodarstva)	ugotavljanje mnenja podjetnikov, proučevanje njihove motivacije, izbir, izkušenj in ovir, povezanih s samozaposlovanjem	spremljanje uspešnosti MSP in uresničevanja Akta za mala podjetja

Podjetniška aktivnost					
Mednarodna pokritost	globalno, 87 držav v vseh letih	države OECD (in kandidatke)	globalno, 112 držav	države EU, EFTA + Hrvaška, Turčija, ZDA, Japonska, Južna Koreja in Kitajska	EU 27 + Albanija, Hrvaška, Madžarska, Islandija, Izrael, Lihtenštajn, Norveška, Črna gora, Srbija in Turčija
Časovna vrsta	letno, 1999–2012	letno, 2006–2012	letno, 2004–2010	2001–2003, 2004, 2007, 2009	2008, 2009, 2010–2011, 2012
Enota analize	posameznik	podjetje	novoregistrirano podjetje (z omejeno odgovornostjo)	posameznik	mala in srednje velika podjetja
Podatkovni viri	odrasla populacija med 18. in 64. letom, vsaj 2.000 (APS) odgovorov/državo	OECD, WB, GCR, GEM, Eurobarometer, nacionalni statistični uradi in drugo	podatkovne baze WBGES, zunanji viri (poslovni registri, ministrstva, statistični uradi in drugo)	odrasla populacija, starejša od 15 let, 500 oz. 1.000 odgovorov/državo	ključni indikatorji MSP, podatkovne baze EK, zunanji viri (Eurostat, OECD, WB, ECB, GEM in drugo)
Vplivni dejavniki podjetniške aktivnosti – institucionalno okolje					
	National Expert Survey – NES GEM (GERA)	Ease of Doing Business (WB)	Global Competitiveness Index (WEF)	Index of Economic Freedom (Fraser Institute)	Index of Economic Freedom (Heritage Foundation)
Namen	mnenja o različnih vidikih in komponentah podjetniškega okolja v posameznem gospodarstvu	analiza vpliva predpisov na zagon podjetja v različnih državah sveta ter njihovo razvrščanje glede na kakovost poslovnega okolja	razvrščanje držav glede na ocene ekonomske uspešnosti oz. nacionalne konkurenčnosti	ocenjevanje ekonomske svobode indeks EFW	ocenjevanje ekonomske svobode indeks IEF
Mednarodna pokritost	globalno, 87 držav v vseh letih	globalno, 185 držav	globalno, 114 držav	globalno, 141 držav	globalno, 185 držav
Časovna vrsta	letno, 1999–2012	letno, 2003–2013	letno, GCI, 2004–2013	letno, 1970–2010	letno, 1995–2013
Podatkovni viri	vsaj 36 odgovorov posameznikov (ekspertov)/državo (NES)	Doing Business database (proučitev zakonov in drugih predpisov ob sodelovanju preko 9.600 ekspertov)	Executive Opinion Survey in zunanji podatkovni viri (IMF, UN, WB in drugi)	Economic Freedom Database, World Bank Development Indicators	različni podatkovni viri (IMF, WB, WTO, vladne publikacije in drugo)
Kontekstualni pokazatelji					
	Demografske značilnosti (statistični uradi, WB, IMF)	Gospodarska rast BDP (IMF)	Družbeni (trajnostni) razvoj*		

*Pregled kazalnikov družbenega razvoja je mogoče najti v Crnogaj (2012).

Kaj torej dela GEM tako drugačen, da se je uveljavil kot največja longitudinalna raziskava podjetništva v svetu? Kot je možno delno prebrati tudi na domači strani konzorcija GEM (www.gemconsortium.org/unique), gre predvsem za naslednje značilnosti:

- za merjenje podjetništva in dejavnikov okolja uporablja harmonizirani pristop, ki omogoča globalne primerjave med državami,
- raziskovalni konzorcij vključuje okrog 200 izvedencev za podjetniško raziskovanje, kar daje zagotovilo za kakovost zbiranja podatkov in analize, ki so redno predstavljene v letnih globalnih in nacionalnih poročilih in akademskih prispevkih,
- verjame, da je za razumevanje podjetništva ključna osredotočenost na posameznika in njegovo kontekstualno soodvisnost z okoljem,
- podjetništvo razume kot proces in s svojimi merami zajema njegove različne elemente – od spoznavanja priložnosti, podjetniških namer, nastajajočega podjetništva in podjetniške aktivnosti do podjetniških aspiracij,
- letno zajemanje podatkov je ustvarilo izjemno podatkovno bazo, ki zajema poldrugi milijon opazovanj v skoraj 90 državah, kar omogoča številne analize in testiranja, ki doslej niso bila možna,
- uspeva mu pridobiti nekatere ključne vpogled v notranje podjetništvo in inovacijsko aktivnost v podjetjih,
- zagotavlja nekatere podatke o neformalnih investitorjih ter
- s svojim načinom raziskovanja zagotavlja nekatere statistične podatke, ki jih v svojih nadaljnjih analizah uporabljajo tako nacionalni viri kot tudi Eurostat, OECD ipd.

Slovenija je v raziskavo vključena od leta 2002, z njo pa smo dobili vpogled v to, kam se na področju podjetništva umeščamo v svetovnem merilu, prav tako pa se Slovenija pojavlja v vseh tistih raziskavah, ki črpajo podatke iz podatkovne baze GEM.

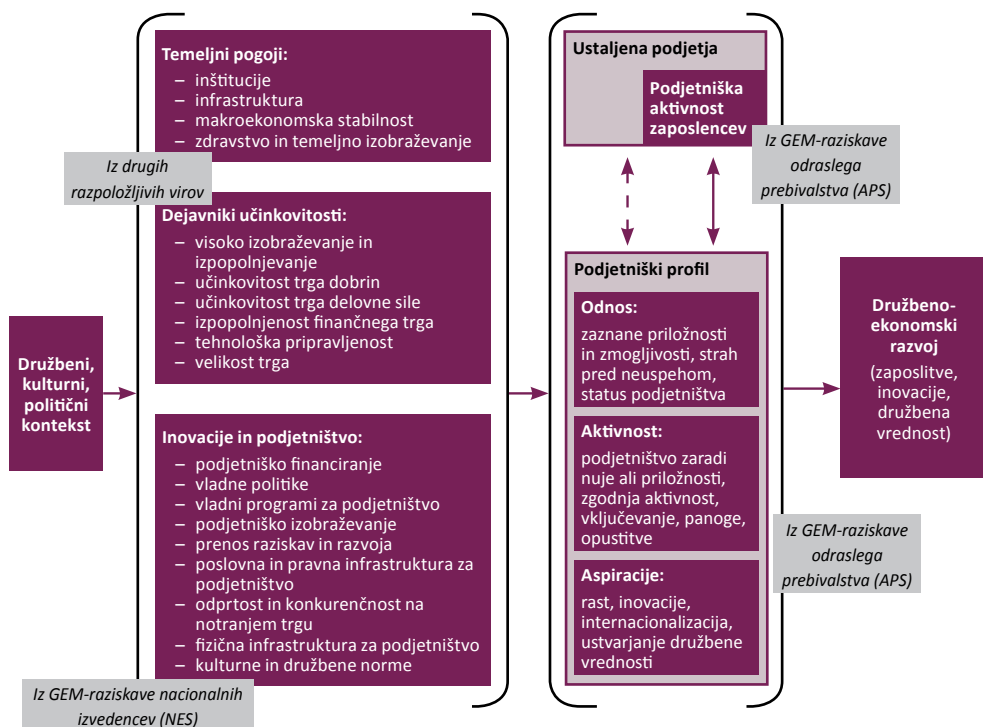
1.2 CILJI IN TEORETIČNI MODEL GEM

Konceptualni model za raziskovanje vzajemnih vezi med podjetništvom in gospodarsko rastjo, ki ga je začel pred petnajstimi leti uveljavljati Globalni podjetniški monitor, upošteva izhodišče, da specifične okoliščine za izvajanje podjetniške aktivnosti v posamezni državi pomembno vplivajo na odnos prebivalstva do podjetništva ter na dejavnost in aspiracije podjetnikov. Velja tudi obratno: tudi obstoječa raven ekonomskega razvoja vpliva na podjetništvo in podjetniške okoliščine. V ekonomskem sistemu namreč delujeta dva temeljna mehanizma rasti. Prvi temeljni vir so ustaljena, še zlasti večja podjetja, ki igrajo odločilno vlogo predvsem v razvojnem in mednarodnem ali globalnem smislu. Če so splošni nacionalni pogoji za poslovanje urejeni in naravnani h konkurenčnosti, podjetja pa dobro operativno in razvojno 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 namreč ni omejeno samo na vzpostavljanje novih podjetij in rojevanje podjetij, temveč se podjetniška aktivnost 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 potek 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 vsekakor vplivajo še številni 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 ter razvijali podjetja. Proces sta komplementarna, razmerja med podjetništvom in ekonomsko rastjo pa zelo kompleksna.

Slika 1.1: Konceptualni model GEM



Na *sliki 1.1* je prikazan konceptualni model GEM. Ta 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 visokošolsko 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.

Globalni podjetniški monitor je sprejel Porterjevo tipologijo (Porter et al. 2002), ki glede na doseženo razvojno stopnjo razvršča svetovna gospodarstva v »faktorska« (ang. *factor-driven*), »učinkovitostna« (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. Značilnosti teh treh razvojnih tipov držav so podrobno pojasnjene v naših predhodnih monografijah (Rebernik et al. 2011 in 2012) in jih na tem mestu ne navajamo znova.

Razvrstitev držav, ki so sodelovale v GEM leta 2013, je prikazana v *tabeli 1.2*.

Tabela 1.2: Države GEM leta 2013 po tipih gospodarstev

Tip gospodarstva	Države
faktorska gospodarstva	Alžirija, Angola, Bocvana, Filipini, Gana, Iran, Indija, Libija, Malavi, Nigerija, Uganda, Vietnam, Zambija
učinkovitostna gospodarstva	Argentina, Barbados, Bosna in Hercegovina, Brazilija, Čile, Ekvador, Estonija, Gvatemala, Hrvaška, Indonezija, Jamajka, Republika Južna Afrika, Kitajska, Kolumbija, Latvija, Litva, Madžarska, Makedonija, Malezija, Mehika, Panama, Peru, Poljska, Romunija, Rusija, Slovaška, Surinam, Tajska, Urugvaj
inovacijska gospodarstva	Belgija, Češka, Finska, Francija, Grčija, Irska, Italija, Izrael, Japonska, Kanada, Koreja, Luksemburg, Nemčija, Nizozemska, Norveška, Portoriko, Portugalska, Singapur, Slovenija, Španija, Švedska, Švica, Tajvan, Trinidad in Tobago, Velika Britanija, ZDA

Kot vidimo, 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.

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 »infrastrukturalna podlaga« za ustvarjanje splošne kulturne podpore, pomoči, podpornih mrež, zagotavljanja finančnih virov in drugih elementov za delujoče podjetnike in tudi za tiste, ki o podjetniški karieri šele razmišljajo.

Vključevanje v podjetniške aktivnosti se kaže na več načinov. V prvi vrsti gre za število ljudi, ki ustanavljajo podjetja tako v absolutnem smislu kot tudi, relativno gledano, v primerjavi z drugimi ekonomskimi aktivnostmi, recimo zapiranjem podjetij. Identificiramo lahko različne vrste podjetniških aktivnosti glede na panogo, velikost ustanoviteljskega tima, demografijo podjetij in podjetnikov (spol, starost, izobrazba ipd.), ali gre za samostojna podjetja ali za podjetniške aktivnosti 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 PODATKOVNE PODLAGE ZA GEM

Vsakoletni raziskovalni cikel raziskave GEM vključuje pripravo podatkovne baze v vsaki od sodelujočih držav, za katere se nato v okviru konzorcija GEM izvedeta verifikacija in harmonizacija podatkov. Metodologija zbiranja podatkov in kodiranja je uveljavljena in enotna za vse sodelujoče države, kar zagotavlja primerljivost zbranih podatkovnih baz ter zanesljive in smiselne poglobljene analize znotraj posameznega gospodarstva kot tudi primerjalne analize

med sodelujočimi državami. Metodologija raziskave in proces harmoniziranja podatkov sta podrobno opisana v Reynolds et al. (2005).

Število sodelujočih držav se je od zametkov raziskave v letu 1999, ko je bila izvedena prva raziskava, v kateri je sodelovalo 10 držav, razširilo. V letu 2013 je raziskovalni konzorcij GEM vključeval 69 držav, v vseh letih raziskave pa je skupaj sodelovalo že več kot 100 držav.

Primarne podatke raziskave GEM pridobivamo na dva načina, z anketiranjem odraslih prebivalcev ter z intervjuji in anketiranjem nacionalnih izvedencev.

Anketiranje odraslega prebivalstva. Reprezentativni naključni vzorci približno 2.000 anketiranih odraslih ljudi v posamezni državi so bili v večini držav pridobljeni v času od aprila do junija 2013. V Sloveniji sta od konca maja do začetka junija 2013 v anketni raziskavi sodelovala skupaj 2.002 odrasla človeka v starosti od 18 do 64 let. V harmonizirano bazo GEM je vključenih 67 držav (brez Turčije in Namibije, ki nista zagotovili ustreznega vzorca odrasle populacije).

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 predstavlja podatkovno osnovo 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 1.3*. 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. V letu 2013 (tako kot že leto poprej) je bil v Sloveniji uporabljen način kombiniranega anketiranja s pomočjo fiksnih in mobilnih telefonskih števil, ki zagotavlja lažjo vključenost zlasti mlajših ljudi v anketiranje ter večjo reprezentativnost slučajnega vzorca (manjšo velikost uteži).

Tabela 1.3: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2013, APS

	Neuteženi vzorec	Uteženi vzorec
Skupaj	2002	2002
Moški	918	1028
Ženske	1084	974
Število nastajajočih podjetmov	66	72
Število novih podjetmov	53	52
Motivacija – priložnost	85	93
Motivacija – nujnost	29	31
Število ustaljenih podjetij	110	114
Poslovni angeli	56	58

V vseh sodelujočih državah je bilo skupaj anketiranih 197.226 ljudi, kar predstavlja široko podatkovno osnovo za proučevanje zlasti zgodnjega podjetništva in njegovih značilnosti ter medsebojnih povezav vplivnih dejavnikov. V nekaterih državah vsako leto opravljajo tudi regionalno primerjalno analizo, ki zahteva neproporcionalno stratificirano vzorčenje in s tem zadostno število anketiranih oseb v posameznih regijah, zato je tam anketiranih oseb bistveno več (Španija, Brazilija). Število anketiranih oseb v vsaki izmed sodelujočih držav v letu 2013 je prikazano v tabeli 1.4.

Tabela 1.4: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav, GEM 2013, APS

Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav, GEM 2013		Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav, GEM 2013	
Alžirija	2497	Kolumbija	3400
Angola	2049	Koreja	2000
Argentina	1867	Latvija	2000
Belgija	2001	Libija	2246
BiH	2004	Litva	2000
Bocvana	2204	Luksemburg	2005
Brazilija	10.000	Madžarska	2000
Češka	5009	Makedonija	2000
Čile	5760	Malavi	2094
Ekvador	1818	Malezija	2000
Estonija	1741	Mehika	2798
Filipini	2499	Nemčija	5995
Finska	2005	Nigerija	2604
Francija	1567	Nizozemska	2441
Gana	2100	Norveška	2000
Grčija	2000	Panama	2004
Gvatemala	2138	Peru	2075
Hrvaška	2000	Poljska	2000
Indija	3000	Portoriko	1610
Indonezija	4500	Portugalska	2003
Iran	3633	Romunija	2021
Irska	2002	Rusija	2029
Italija	2052	Singapur	1998
Izrael	2039	Slovaška	2007
Jamajka	2246	Slovenija	2002
Japonska	2000	Surinam	2074
Republika Južna Afrika	3133	Španija	24.600
Kanada	2648	Švedska	1820
Kitajska	3634	Švica	1588

Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav, GEM 2013	
Tajska	2362
Tajvan	2007
Trinidad in Tobago	1787
Uganda	2513
Urugvaj	1620

Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav, GEM 2013	
Velika Britanija	9012
Vietnam	2000
Zambija	2099
ZDA	4266

Anketni vprašalnik je standardiziran in vključuje temeljni del, v katerega so vključena vprašanja, na osnovi katerih lahko identificiramo podjetniško aktivnost posameznikov, kar nam omogoča opredeliti osnovne mere obsega oziroma nivoja posameznih vrst podjetniške aktivnosti v državi. Dodatni deli vprašalnika so namenjeni analizi značilnosti teh vrst podjetniške aktivnosti ter pridobivanju podatkov o različnih vplivnih dejavnikih, ki vplivajo na količino in kakovost podjetniške aktivnosti, odnos anketiranih do podjetništva, odnos do novosti in inovativnosti, zmogljivosti za podjetništvo itd. V vprašalnik je vsako leto vključena vsaj ena dodatna tema raziskav, npr. podjetniško izobraževanje, socialno podjetništvo; v letu 2012 so bile to mednarodne migracije in njihov vpliv na podjetniško aktivnost, v letu 2013 pa družbena blaginja (ang. *wellbeing*), ki jo merimo večdimenzionalno, in sicer je sestavljena iz treh komponent: osebna blaginja, zadovoljstvo z delom oziroma zaposlitvijo ter uravnoteženost med delom in zasebnim življenjem.

Anketiranje nacionalnih izvedencev (ang. *National Expert Survey – NES*) je del standardne metodologije raziskave GEM, ki omogoča vpogled v podjetniško start-up okolje posameznih nacionalnih gospodarstev v povezavi z devetimi okvirnimi pogoji 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.

Vzorec NES obsega najmanj 36 vprašanih v posamezni državi, po štiri v vsakem okvirnem pogoju za podjetništvo (9 okvirnih pogojev za podjetništvo x 4 strokovnjaki = 36 anketirancev). Gre za skrbno izbrane posameznike iz gospodarstva, politike, državne uprave in akademske sfere, z ustreznim znanjem, izkušnjami ter ugledom. Od tega je v vzorcu najmanj 25 % podjetnikov ali lastnikov podjetij, 50 % strokovnjakov, vpletenih v oblikovanje posameznega okvirnega pogoja, ter drugih opazovalcev, npr. akademikov s posebnim znanjem na spremljanih področjih. Tipična rotacija je okrog 25 % novih izvedencev vsako leto. Prav tako so pri vzorčenju upoštevani dodatni vidiki, kot so geografska porazdelitev, spol, javni ali zasebni sektor in raven izkušenj. Upoštevani so pravilno izpolnjeni vprašalniki in tisti, v katerih je podanih vsaj 75 % vseh odgovorov. V letu 2013 je v NES skupaj sodelovalo 2.634 izvedencev iz 69 držav.¹ Standardizirani vprašalnik je leta 2013 obsegal skupaj 108 trditev, izvedenci pa so podali tudi svoje lastne poglede na, po njihovem mnenju, temeljne slabosti, ki zavirajo podjetniško aktivnost v Sloveniji, temeljne prednosti ter priporočila za izboljšanje podjetniškega okolja. Anketiranje nacionalnih izvedencev je tako kot v drugih državah GEM potekalo od maja do julija 2013.

¹ Nekaterе države (Barbados, Namibija in Turčija) niso v celoti izpolnile zahtev APS, vendar so sodelovale in izpolnile NES ter so vključene v podatkovno bazo NES. Japonska raziskave NES v letu 2013 ni izvedla.

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

1.4 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 leta 2012 so podatkovne baze za pretekla leta urejene tako, da ponujajo možnosti primerjav posameznih indikatorjev med državami (gl. <http://www.gemconsortium.org/Data>), kar je še posebej priročno za nekatere hitre preglede stanja podjetništva.

Natančno razlago celotne metodologije GEM lahko sicer zainteresirani bralec najde v Bosma et al. (2012), za podrobnejše informacije pa je na voljo tudi podatkovni priročnik GEM (*GEM Data Manual*), dosegljiv na spletni strani www.gemconsortium.org.

2 GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji

Raziskovanje podjetništva je prav zaradi njegove kompleksnosti zahtevna naloga. Ob enostavnih kazalnikih, ki smo jih oblikovali v prvih letih, ko se je oblikovala metodologija raziskovanja podjetništva v okviru raziskave GEM, smo oblikovali tudi kompleksne večdimenzionalne indekse, hkrati pa skušamo zajeti več pomembnih vidikov raziskovanja podjetniškega procesa.

Enostavni kazalnik, s katerim v okviru raziskave GEM opisujemo količino zgodnje podjetniške aktivnosti v posamezni državi, je 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.

Večplastnosti podjetništva tako ni mogoče enostavno opisati. V *tabeli 2.1* zbirno prikazujemo različne vidike podjetniške aktivnosti v Sloveniji leta 2013 primerjalno z letom poprej. Prikazujemo tako kazalnike, ki se nanašajo na raven posameznika, kot tudi tiste, ki se nanašajo na družbeno raven oziroma raven gospodarstva.

Pri tem posamezne opredeljene kazalnike prikazujemo 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 podjetniškega procesa,
- 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,

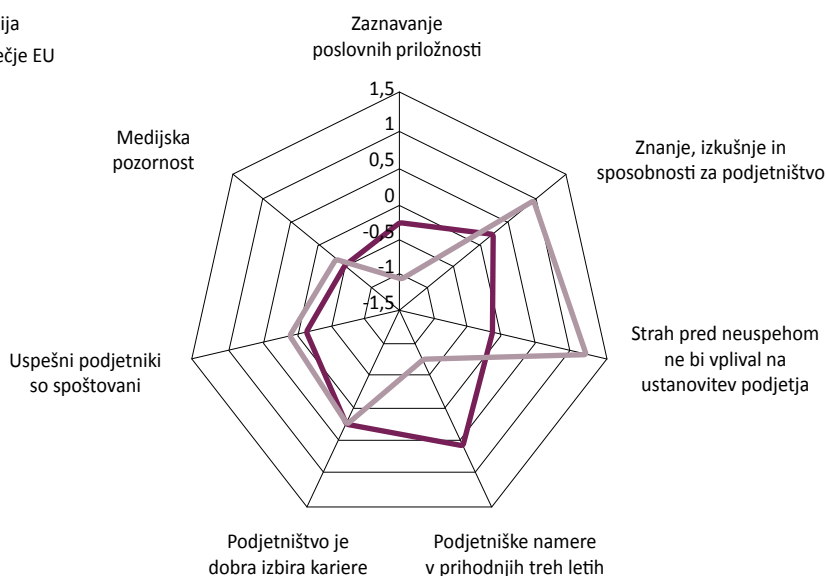
- aspiracije po rasti podjetniških podjetij, kar podjetniki izražajo z oceno pričakovanega povečevanja števila novih delovnih mest ter z oceno internacionalizacije poslovanja.

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.

Na *sliki 2.1* za nekatere izbrane kazalnike prikazujemo primerjavo njihove vrednosti za Slovenijo in za povprečje držav EU, ki so sodelovale v raziskavi GEM, s povprečjem vrednosti kazalnikov v inovacijskih gospodarstvih držav, ki so v letu 2013 sodelovale v raziskavi GEM. Na sliki so prikazane standardizirane vrednosti, povprečje vrednosti kazalnikov v inovacijskih gospodarstvih je na osi označeno z vrednostjo 0.

Slika 2.1: Primerjava Slovenije in povprečja držav EU s povprečjem vrednosti v inovacijskih gospodarstvih, za izbrane kazalnike



GEM 2013, APS

S *slike 2.1* je razvidno, da Slovenija dosega povprečne vrednosti inovacijskih držav pri dveh obravnavanih vidikih odnosa do podjetništva v družbi – pri mnenju ljudi, da je podjetništvo dobra izbira kariere ter da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status. Povprečje držav EU je nekoliko pod vrednostjo, ki jo dosega Slovenija. Tako Slovenija kot povprečje držav EU pa sta precej pod povprečno vrednostjo inovacijskih gospodarstev glede na delež ljudi, ki menijo, da mediji v državi posvečajo dovolj pozornosti uspešnim podjetniškim zgodbam.

Slovenija je izrazito pod povprečjem po zaznavanju poslovnih priložnosti, ki jih ljudje pričakujejo v svojem okolju, ter tudi po podjetniških namerah v prihodnjih treh letih, in to tako v primerjavi s povprečjem držav EU kot v primerjavi s povprečjem inovacijskih gospodarstev. Hkrati so Slovenci v povprečju bistveno bolj, kot je značilno v povprečju za države EU in za povprečje inovacijskih gospodarstev, prepričani v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti za opravljanje podjetniškega poklica ter so tudi v večji meri pripravljeni na tveganje. Tako je rezultat Slovenije za 1,04 standardnega odklona nad povprečjem inovacijskih gospodarstev glede na delež ljudi, ki menijo, da jih strah pred neuspehom ne bi odvrnil od ustanovitve podjetja (merjeno med vsemi tistimi, ki zaznavajo poslovne priložnosti) ter za 0,87 standardnega odklona nad povprečjem glede na delež ljudi, ki so prepričani v lastno podjetniško znanje, izkušnje in sposobnosti.

O vseh teh ter še drugih vidikih podjetništva podrobneje govorimo v naslednjih poglavjih te monografije.

Tabela 2.1: GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2013, APS

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2012	rang	2013	rang	2012	rang	2013	rang	2012	rang	2013	rang	2012	rang	2013	rang
vklučenost v podjetništvo (% populacije)	2,95	59/67	3,58	52/67	2,53	55/67	2,87	51/67	5,42	59/67	6,45	55/67	5,79	42/67	5,68	44/67
spol (% populacije):																
moški	1,38		4,9		3,8		3,8		8,09	53/67	8,76	53/67	8,54	37/67	8,20	40/67
ženske	0,44		2,2		1,2		1,9		2,59	63/67	4,02	55/67	2,87	51/67	3,02	51/67
spol (% podjetnikov):																
moški	77,2		70,8		76,7		68,4		76,8		68,6		75,9		74,2	
ženske	22,8		29,2		23,3		31,6		23,2		31,4		24,1		26,8	
starost (% populacije):																
- od 18 do 24 let	2,8		5		1,6		1,3		4,49	60/67	6,32	52/67	0,81	44/67	1,84	22/67
- od 25 do 34 let	5,4		4,9		2,3		3,5		7,64	50/67	8,34	52/67	2,56	52/67	1,86	59/67
- od 35 do 44 let	3,8		4,4		4,4		5,2		7,92	64/67	9,56	48/67	7,45	42/67	9,21	27/67
- od 45 do 54 let	1,7		2,5		2,1		2,5		3,77	59/67	5,04	60/67	10,01	33/67	7,84	50/67
- od 55 do 64 let	0,9		1,5		1,8		1,1		2,68	44/67	2,63	61/67	5,82	48/67	5,96	51/67
starost (% podjetnikov):																
- od 18 do 24 let	12,1		17,6		8,1		5,6		10,36	52/67	12,25	48/67	1,75	47/67	4,05	28/67
- od 25 do 34 let	40,5		30,4		20		26,9		31,39	44/67	28,83	44/67	9,83	60/67	7,30	63/67
- od 35 do 44 let	28,3		27		38,7		40		32,33	7/67	32,81	5/67	28,52	39/67	35,89	8/67
- od 45 do 54 let	13		16,3		18,9		19,9		15,91	39/67	17,86	31/67	39,55	6/67	31,54	30/67
- od 55 do 64 let	6,1		8,7		14,3		7,7		10,01	20/67	8,25	34/67	20,35	26/67	21,22	34/67
izobrazba (% podjetnikov):																
- dokončana osn. šola ali manj	0		1,4		0		1,7		0		1,5		2,5		2,8	
- dokončana poklicna šola	4,6		4,5		11,3		7,1		7,7		5,7		11,2		10,6	
- srednješolska izobrazba	43,1		39,4		33,1		40,6		37,8		39,9		31,1		42,2	
- višješolska strok. izobrazba	13,1		21,5		10,7		26,2		12,1		23,6		26		19,4	
- visokoš. ali univ. izobr. ali več	39,2		33,2		44,9		24,5		42,4		29,3		29,2		24,9	
izobrazba (% populacije):																
- manj kot srednješolska									2,32	63/67	2,67	62/67	5,47	33/67	4,86	31/67
- srednješolska									4,75	58/67	6,11	53/67	4,29	48/67	5,63	35/67
- več kot srednješolska									6,77	53/67	7,79	53/67	7,78	26/67	5,69	45/67

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2012		2013		2012		2013		2012	rang	2013	rang	2012	rang	2013	rang
dohodkovni razredi (% populacije):																
- spodnja tretjina	2,4		1,5		1,8		2,3		1,80	61/67	2,05	56/67	1,18	48/67	1,92	40/67
- srednja tretjina	3,1		3,3		2,2		3,2		2,28	62/67	4,08	51/67	2,07	49/67	3,07	43/67
- zgornja tretjina	3,3		5		3		3,5		2,51	64/67	4,58	50/67	3,59	48/67	3,76	53/67
dohodkovni razredi (% podjetnikov):																
- spodnja tretjina	27,6		13,5		26,3		22,6		27,5		17,8		16,8		20,6	
- srednja tretjina	39,1		42,4		35,3		44		36,4		43,2		30,6		40	
- zgornja tretjina	33,3		44,1		38,4		33,4		36,2		39		52,7		39,4	
motivacija (% populacije):																
- nujnost	0,26		0,84		0,01		0,7		0,40	67/67	1,55	47/67	1,39		1,7	
- priložnost	2,6		2,7		2,34		1,99		4,88	48/67	4,65	52/67	4,23		3,7	
motivacija (% podjetnikov):																
- v celoti priložnost	67,5		57,4		67,7		63,3		68,3		59,9		61,8		56,9	
- deloma priložnost	20,6		18,6		22,7		10		21,8		14,9		11,5		11,1	
- nujnost	8,8		23,9		5,5		26,5		7,4		25		24		31,7	
- ne more opredeliti	3,1		0,1		4,1		0,2		2,5		0,2		2,7		0,3	
izkoriščanje poslovne priložnosti zaradi (% podjetnikov, katerih motivacija je v celoti priložnost):																
- neodvisnosti in osebne svobode pri delu	49,7		38,5		58,5		49,4		53,95	13/67	43,56	33/67	61,9		51,7	
- povečanja dohodka	43,8		45,8		30,6		29,8		37,37	43/67	38,37	40/67	23		26,6	
- ohranitve ravni dohodka	3		4		10,9		13,8		6,83	44/67	8,58	31/67	12,4		15,4	
- drugega	3,5		11,6		0		7,1		1,84	32/67	9,50	6/67	2,6		6,3	

	Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2012	rang	2013	rang	2012	rang	2013	rang
inovacijska naravnost (% podjetnikov):								
- novost izdelkov – izdelek je nov za vse kupce	15,45	32/67	15,20	32/67	9,73	31/67	8,16	38/67
- konkurenca – ni konkurenčnih podjetij	12,48	17/67	12,99	13/67	6,04	25/67	3,52	47/67
- tehnologija – uporaba tehnologij, ki so na voljo manj kot eno leto	6,05	54/67	10,66	37/67	4,52	26/67	2,11	44/67
nagnjenost k rasti (% podjetnikov):								
- zaposlovanje – porast za najmanj 10 delovnih mest in hkrati za najmanj 50 % v petih letih	19,21	25/67	22,73	11/67	7,36	15/67	9,50	7/67
- izvoz – več kot 50 % strank živi zunaj države	1,22	21/67	1,15	24/47	0,78	13/67	0,87	11/67

	Nastajajoči podjetniki		Novi podjetniki		Ustaljeni podjetniki		% prebivalstva v starosti od 18 do 64 let				Nepodjetniki	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	rang	2013	rang	2012	2013
razpoznavanje poslovnih priložnosti	50	39,7	40,1	20,5	22	17,1	19,62	58/67	16,06	63/67	17,8	14,7
podjetniška zmogljivost – dojemanje kulturne podpore:												
- egalitarizem	76,6	79,2	80,3	80	80,4	70,8	82,92	4/54	81,75	3/67	83,3	82,6
- poklicna izbira	37	50,4	45,2	51,6	45,2	44,5	52,73	46/54	57,83	43/67	54,7	58,6
- spoštovanje podjetniškega poklica	67,1	58,9	73,3	52,3	48,8	55	71,08	35/54	68,14	37/67	72,6	69,7
- odnos medijev	54,7	47,3	51,2	47,4	39	54,1	51,08	40/54	50,52	44/67	51,7	50,6
podjetniška zmogljivost – samozaupanje:												
- znanje in veščine	85,9	91,1	94,8	88,3	88	90	51,32	30/67	51,48	29/67	46,5	46,3
- strah pred neuspehom	22,6	23,1	24,2	26,4	24,5	24,4	41,50	23/67	41,98	26/67	43,7	44,3

Peter Korun, podjetnik, A.s.K., d. o. o.



A.s.K.
Aktivna signalizacija Korun



Mlad podjetnik Peter Korun je lastnik inovativnega visokotehnološkega podjetja A.s.K., d. o. o., ki ga je leta 2012 preoblikoval iz podjetja A.S.K. Peter Korun, s. p. Kot pravi Peter, ga je prometna nesreča na »domačem dvorišču« privedla do poglobljenega razmišljanja o varnosti v prometu. Ko se je znašel na nepreglednem cestnem odseku v križišču z mrtvim kotom, je prišel na idejo, da bi lahko naredil opozorilni sistem za nepregledne cestne odseke, ki bi uporabnike v realnem času opozarjal na nevarnost prometne nesreče.

Ideja o pametnem prometnem znaku je sovpadla z diplomsko nalogo, ki jo je pripravljaj kot študent Fakultete za elektrotehniko, računalništvo in informatiko. Že na začetku razvoja proizvoda mu je sosed inovator svetoval, naj svojo inovacijo »Opozorilni detektor mrtvega kota v križišču« čim bolje zaščiti, zato je invencijo tudi ustrezno patentno zaščitil. Gre za napravo, ki se namesti na že obstoječe prometno ogledalo ali pa opravlja vlogo samostojnega znaka. Ime naprave so spremenili, in sicer v COPS (Collision Preventing System). Naprava deluje na osnovi mikrovalovnih senzorjev, ki zaznavajo več hkrati premikajočih se objektov v križišču. Algoritem sistema COPS je zasnovan tako, da začne z utripajočim klicajem opozarjati na nevarnost trka, ko se udeleženec cestnega prometa približuje priključku na prednostno cesto in mu grozi nevarnost trka z udeležencem cestnega prometa na prednostni cesti. Križišča, na katerih se sistem namesti, so ponavadi zelo nepregledna, tako da se s tem sistemom izboljšata varnost in tudi pretočnost vozil.

Sistem COPS je uporaben za nevarne in nepregledne cestne odseke, nivojske prehode, v garažnih hišah in tovarnah, kjer imajo problem z nepreglednostjo. Naprava lahko tam, kjer je ni mogoče priključiti na električno omrežje, deluje na sončno energijo, kar jo uvršča v zeleni razred porabe in izrabe energije. Podjetnik pri razvoju izdelka tesno sodeluje s fakulteto za računalništvo in informatiko, in sicer z Laboratorijem za elektro-optične in senzorske sisteme ter z Inštitutom za elektroniko in telekomunikacije. Prav tako se je Peter že v začetni fazi razvoja podjetja obrnil po pomoč na podjetniški inkubator Univerze v Mariboru Tovarna podjetmov, kjer so mu pomagali predvsem pri poslovnem delu razvoja podjetja. V sodelovanju s podpornim okoljem si je pridobil zagonsko subvencijo P2 Slovenskega podjetniškega sklada, ki mu je omogočila nemoten razvoj proizvoda. Prvi dve leti razvoja podjetja A.s.K (Aktivna signalizacija Korun) sta bili tako bolj razvojno-testno naravnani, lani pa se je podjetje intenzivneje usmerilo na trg. V sodelovanju z AMZS so sistem predstavili širši javnosti.

Varnost v cestnem prometu je namreč pereč problem večine držav v svetu. V Sloveniji se je v prometnih nesrečah zaradi neupoštevanja pravil o prednosti leta 2012 hudo poškodovalo 145 udeležencev cestnega prometa, življenje pa izgubilo 10 ljudi. S postavitvijo sistema COPS bi število teh nesreč lahko drastično zmanjšali, saj je ravno nepreglednost cestnih odsekov vzrok za izsiljevanje prednosti. Žalostna je tudi statistika nivojskih prehodov, saj je v letih od 1995 do 2009 na teh prehodih življenje izgubilo že 137 ljudi, kar je povprečno skoraj 10 ljudi na leto. Tudi na teh prehodih bi z namestitvijo sistema COPS lahko drastično izboljšali varnost.

Trenutno deluje že več kot 10 sistemov, ki so jih naročile občine in tudi že prva tovarna. Za sistem se zelo zanimajo tudi ruske železnice in sosednja Hrvaška. Po Petrovih besedah je njihov cilj namestitvev sistemov COPS na čim več nevarnih odsekih doma in tudi v tujini, saj se je po statističnih podatkih tam, kjer je sistem postavljen, število prometnih nesreč zmanjšalo za skoraj 90 %.

Obseg proizvodnje za zdaj še dovoljuje sestavljanje sistema »pod eno streho«, kar jim omogoča tudi boljši nadzor nad kakovostjo naprav. V ekipi delujejo v glavnem inženirji elektrotehnike, pomagajo pa jim tudi zunanji sodelavci. Podjetnik bo tudi v prihodnje razvoj posvetil t. i. aktivnim prometnim znakom, ki se počasi že vključujejo v cestnoprometno infrastrukturo. Mnogo novih idej je že na papirju.

Peter svetuje vsem posameznikom, ki imajo znanje za razvoj visokotehnološkega proizvoda, da se opogumijo in preizkusijo, iz kakšnega testa so. Če ne, tega ne bodo nikoli vedeli in celo življenje se bodo spraševali, ali so zamudili priložnost za izgradnjo lastnega podjetja. Seveda pa je treba navezati stike s pravimi ljudmi in verjeti vase, potem je pol poti že opravljene. Treba je delati, delati in še enkrat delati. Vzponi in padci so sestavni del posla, toda če delaš prave stvari na pravi način, prevladajo prvi.

3 Nagnjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu in zaznavanje odnosa do podjetništva v družbi

3.1 OPREDELITEV NAGNJENOSTI ODRASLEGA PREBIVALSTVA K PODJETNIŠTVU IN ZAZNAVANJA ODNOSA DO PODJETNIŠTVA V DRUŽBI

V velikem številu gospodarstev je spodbujanje pozitivnega odnosa do podjetništva ter spodbujanje nagnjenosti prebivalstva k podjetništvu zelo visoko na lestvici ciljev ekonomske politike. Zaznava obetavnih podjetniških priložnosti v okolju ter odnos posameznikov do podjetništva – ob hkratnem zadostnem potrebnem znanju za podjetniški poklic – sta zagotovo povezana in pomembna za podjetniško aktivnost (Eckhardt in Shane 2003; Shane in Venkataraman 2000), a hkrati je odločitev posameznika za podjetništvo odvisna tudi od drugih dejavnikov, npr. od razpoložljivosti drugih dobrih možnosti za zaposlitev, od odnosa drugih ljudi do podjetništva v družbi in drugih dejavnikov. Nekatere raziskave tudi kažejo, da zaznavanje poslovnih priložnosti naj ne bi bilo najpomembnejše za odločitev za podjetniško pot, saj naj bi ocena obetavnosti poslovne priložnosti ter ocena možnosti in zmožnosti posameznika za njeno uresničitev predstavljali pravzaprav ločeni komponenti podjetniške odločitve (McMullen in Shepard 2006). Pri drugih posameznikih pa lahko najprej pride do odločitve o vključitvi v podjetništvo, temu pa sledi sistematično in intenzivno iskanje poslovne ideje in poslovne priložnosti (Kelley et al. 2011). Ko se posameznik odloča za podjetniško aktivnost, je lahko tudi strah pred morebitnim neuspehom pomemben dejavnik, ki negativno vpliva na odločitev za to, da bi izkoristil zaznano poslovno priložnost.

V okviru raziskave GEM zato skušamo zajeti oba vidika: posameznika in družbeni kontekst.

Posameznikova nagnjenost k podjetništvu vključuje razpoznavanje poslovnih priložnosti, podjetniške kompetence, strah pred neuspehom in odločenost oziroma namero, da bo ustanovil podjetje. Kazalniki, ki jih vključujemo v analizo, se nanašajo na delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo:

- da se bodo v okolju, v katerem živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti;

- da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetniški poklic;
- 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;
- da bodo v prihodnjih treh letih začeli ustanavljati lastni podjem oziroma lastno podjetje (in v času raziskave še niso bili vključeni v podjetniško aktivnost).

Obenem proučujemo tudi 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,
- da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status,
- da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjemih.

Opisani kazalniki so prikazani v *tabeli 3.1* za vse države, ki so leta 2013 sodelovale v raziskavi GEM, pri čemer smo jih grupirali glede na stopnjo gospodarske razvitosti med factorska, učinkovitostna ali inovacijska gospodarstva. V *tabeli 3.2* prikazujemo primerjalno vrednost kazalnikov za Slovenijo ter povprečje vrednosti kazalnikov za posamezne skupine držav, kar je prikazano še grafično na *sliki 3.1*.

Tabela 3.1: Elementi nagnjenosti do podjetništva in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi (v odstotkih delovno aktivnih prebivalcev), GEM 2013, APS

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Znanje, izkušnje in sposobnosti	Strah pred neuspehom*	Podjetniške namere**	Podjetništvo je zaželena poklicna izbira***	Uspešni podjetniki so v družbi spoštovani****	Pozitivna medijska pozornost***
Faktorska gospodarstva							
Alžirija	62	56	33	36	80	84	47
Angola	57	56	64	38	67	73	62
Bocvana	66	67	19	59	81	84	86
Filipini	48	68	36	44	85	79	87
Gana	69	86	25	46	82	94	82
Indija	41	56	39	23	61	70	61
Iran	37	57	36	31	64	82	60
Libija	52	59	33	62	85	84	38
Malavi	79	89	15	67			
Nigerija	85	87	16	47	81	62	77
Uganda	81	84	15	61	88	95	88
Vietnam	37	49	57	24	63	82	81
Zambija	77	80	15	44	67	71	69
netehtano povprečje	61	69	31	45	75	80	70

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Znanje, izkušnje in spodobnosti	Strah pred neuspehom*	Podjetniške namere**	Podjetništvo je zaželena poklicna izbira***	Uspešni podjetniki so v družbi spoštovani****	Pozitivna medijska pozornost****
Učinkovitostna gospodarstva							
Argentina	41	62	25	31			
BiH	23	51	26	22	82	72	39
Brazilijska	51	53	39	27	85	82	84
Čile	68	60	28	46	69	67	66
Ekvador	57	74	35	40	66	68	79
Estonija	46	40	39	19	53	59	41
Gvatemala	59	66	33	39	87	71	55
Hrvaška	18	47	35	20	61	43	43
Indonezija	47	62	35	35	71	80	75
Jamajka	51	79	27	40	79	81	82
Republika Južna Afrika	38	43	27	13	74	75	78
Kitajska	33	36	34	14	70	74	71
Kolumbija	68	58	32	55	91	71	68
Latvija	35	48	42	23	61	59	59
Litva	29	35	42	22	69	57	48
Madžarska	19	38	45	14	46	74	28
Makedonija	37	50	36	29	69	68	67
Malezija	41	28	33	12	42	45	62
Mehika	54	59	32	17	58	62	51
Panama	59	66	29	27	64	59	70
Peru	61	62	26	34	70	71	71
Poljska	26	52	47	17	67	60	59
Romunija	29	46	37	24	74	73	61
Rusija	18	28	29	3	66	68	49
Slovaška	16	51	33	16	49	59	52
Surinam	53	54	24	13	76	79	66
Tajska	45	44	49	18	75	75	77
Urugvaj	48	61	27	25	58	56	58
<i>netehtano povprečje</i>	42	52	34	25	68	67	61
Inovacijska gospodarstva							
Belgija	32	34	47	8	55	52	44
Češka	23	43	36	14		48	

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Znanje, izkušnje in sposobnosti	Strah pred neuspehom*	Podjetniške namere**	Podjetništvo je zaželeno poklicna izbira***	Uspešni podjetniki so v družbi spoštovani***	Pozitivna medijska pozornost***
Finska	44	33	37	8	44	85	69
Francija	23	33	41	13	55	70	41
Grčija	14	46	49	9	60	65	32
Irska	28	43	40	13	50	81	60
Italija	17	29	49	10	66	72	48
Izrael	47	36	52	24	61	80	49
Japonska	8	13	49	4	31	53	58
Kanada	57	48	35	14	61	70	70
Koreja	13	28	42	12	51	68	68
Luksemburg	46	43	43	14	39	71	36
Nemčija	31	38	39	7	49	75	50
Nizozemska	33	42	37	9	79	66	55
Norveška	64	34	35	5	49	75	57
Portoriko	28	53	25	13	18	50	69
Portugalska	20	49	40	13			
Singapur	22	25	40	15	51	59	75
Slovenija	16	51	30	12	57	68	51
Španija	16	48	36	8	54	52	46
Švedska	64	39	37	10	52	72	59
Švica	42	45	28	10	41	65	48
Tajvan	42	27	41	28	73	64	87
Trinidad in Tobago	58	75	20	29	80	72	61
Velika Britanija	36	44	36	7	54	79	50
ZDA	47	56	31	12			
<i>netehtano povprečje</i>	<i>34</i>	<i>41</i>	<i>38</i>	<i>12</i>	<i>53</i>	<i>67</i>	<i>56</i>

* Delež med tistimi, ki zaznavajo poslovne priložnosti.

** Delež med nepodjetniki.

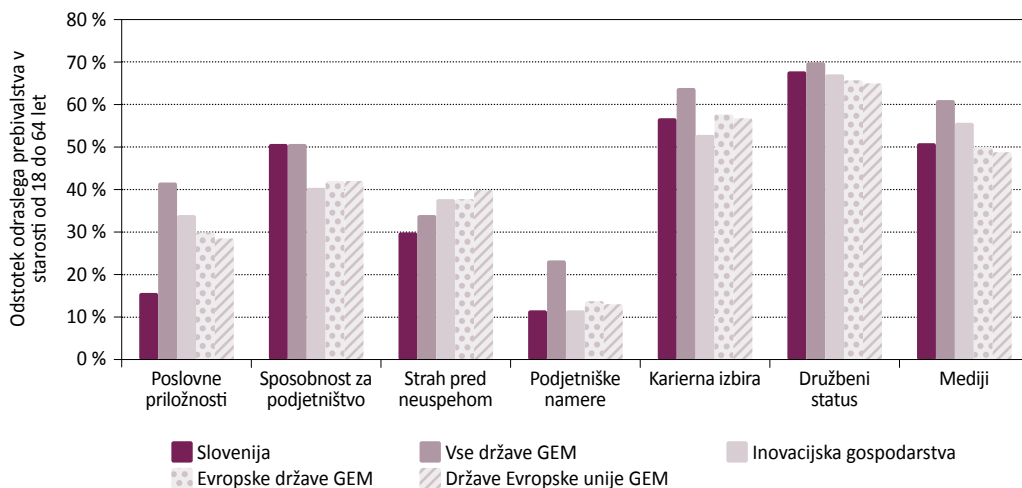
*** Pri zadnjih treh spremenljivkah je bilo anketiranje neobvezno po državah.

Tabela 3.2: Elementi nagnjenosti do podjetništva in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi (v odstotkih delovno aktivnih prebivalcev), GEM 2013, APS

	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropske države	Evropska unija
Zaznavanje poslovnih priložnosti	16	42	34	30	29
Znanje, izkušnje in sposobnost za podjetništvo	51	51	41	42	42
Strah pred neuspehom	30	35	38	38	40
Podjetniške namere	12	24	12	14	13
Podjetništvo kot zaželena poklicna izbira*	57	64	53	58	57
Uspešni podjetniki so v družbi spoštovani*	68	70	67	66	65
Pozitivna medijska pozornost*	51	61	56	50	49

* V tem delu pridobivanja podatkov je sodelovalo 62 držav.

Slika 3.1: Elementi nagnjenosti do podjetništva in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi



GEM Slovenija 2013, APS

3.2 ZAZNAVANJE POSLOVNIH PRILOŽNOSTI, SPOSOBNOST ZA PODJETNIŠTVO TER STRAH PRED NEUSPEHOM

Kazalnik *zaznavanje poslovnih priložnosti* odraža delež delovno aktivnih prebivalcev v državi, ki menijo, da so v njihovem okolju dobre poslovne priložnosti, *spodobnosti za podjetništvo* merimo z deležem tistih, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za opravljanje podjetniškega poklica, kazalnik *strah pred neuspehom* pa odraža delež tistih, ki zaznavajo poslovne priložnosti, a bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja. Vsi trije kazalniki se nanašajo na različne možnosti za podjetniško aktivnost z različnimi značilnostmi, ki jih imajo v mislih posamezniki v različnih državah pa tudi znotraj posameznega gospodarstva. Vrednosti kazalnikov se tako po državah tudi močno razlikujejo, kar prikazujemo v *tabeli 3.2*.

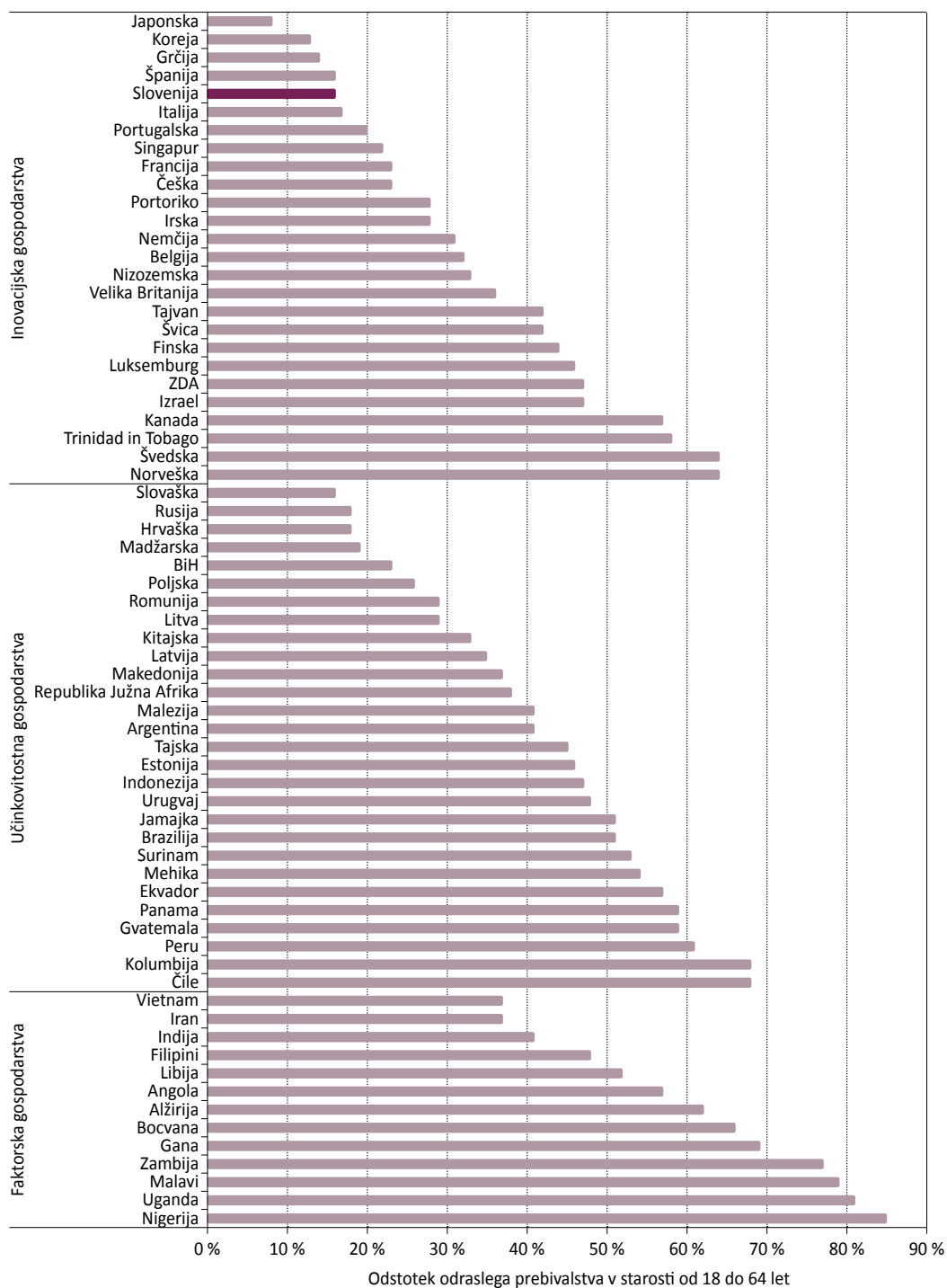
V faktorskih gospodarstvih je zaznavanje poslovnih priložnosti v povprečju skoraj dvakrat tolikšno (61 %) kot v inovacijskih gospodarstvih (34 %), v skupini evropskih držav pa je povprečje še nekoliko nižje (29 %). Na najvišjih mestih v svetovnem merilu najdemo zlasti manj razvita afriška factorska gospodarstva (Nigerija 85 %, Uganda 81 %), v katerih so značilnosti zaznanih poslovnih priložnosti seveda bistveno drugačne kot v bolj razvitih državah. Zaznavanje podjetniških priložnosti po skupinah držav glede na gospodarsko razvitost prikazujemo na *sliki 3.2*.

V Sloveniji se nadaljuje trend upadanja zaznavanja poslovnih priložnosti v okolju. Po 20 % odraslih, ki so poslovne priložnosti v Sloveniji zaznali v letu 2012, jih je v letu 2013 takšnih le še 16 %. Slovenija tako skupaj s Slovaško in Španijo zaseda 63. mesto med 67 državami, ki jih zajema naša analiza, zadnji mesti pa zasedata Koreja (13 %) in Japonska (8 %). V evropskem merilu izkazuje bolj pesimistično sliko od Slovenije le še Grčija (pri kateri se je ta kazalnik glede na leto poprej izboljšal za eno odstotno točko in v letu 2013 znaša 14 %). Med evropskimi državami je bil v letu 2013 delež najvišji na Švedskem in Norveškem (64 %), v Estoniji in Luksemburgu (46 %) ter na Finskem (44 %). Lestvico evropskih držav prikazujemo na *sliki 3.3*.

Podoben vzorec je mogoče opaziti tudi za zaznane sposobnosti, znanja in izkušnje, potrebne za podjetništvo, pri čemer z naraščanjem gospodarske razvitosti v povprečju upada tudi delež tistih, ki menijo, da imajo podjetniške sposobnosti in znanje. V faktorskih gospodarstvih je v to, da imajo potrebno znanje in kompetence za podjetniško pot, prepričanih v povprečju 69 % odraslih prebivalcev, v učinkovitostnih 52 %, v inovacijskih gospodarstvih pa je takšnih v povprečju le še 41 %. Ravno zaupanje v lastne sposobnosti in znanje je ena najpomembnejših komponent za vstop v podjetništvo (Koellinger et al. 2005). Glede na različno stopnjo razvitosti gospodarstva 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 (Rebernik et al. 2013). Factorska gospodarstva imajo zelo velik delež podjetništva zaradi nujnosti, kar prav tako vpliva na razumevanje lastnih sposobnosti za podjetništvo. Slovenci so v povprečju zelo prepričani v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo (tako meni 51 % odraslih, enako kot leto poprej), med evropskimi državami je delež višji le na Poljskem (52 %), v svetovnem merilu pa Slovenija zaseda 30. mesto med 67 državami.

Uresničevanje poslovnih priložnosti in podjetniških namer po drugi strani lahko zavira strah pred neuspehom. Seveda imajo posamezniki ob vsem tem v mislih različne podjeme, različne vrste podjetniških priložnosti in različne motive za podjetništvo, kar se lahko odraža tudi v njihovih zaznavah poslovnih priložnosti ter v strahu pred morebitnim neuspehom. V večini manj razvitih držav z visoko stopnjo podjetniških namer in visoko stopnjo zaznavanja poslovnih

Slika 3.2: Zaznavanje poslovnih priložnosti

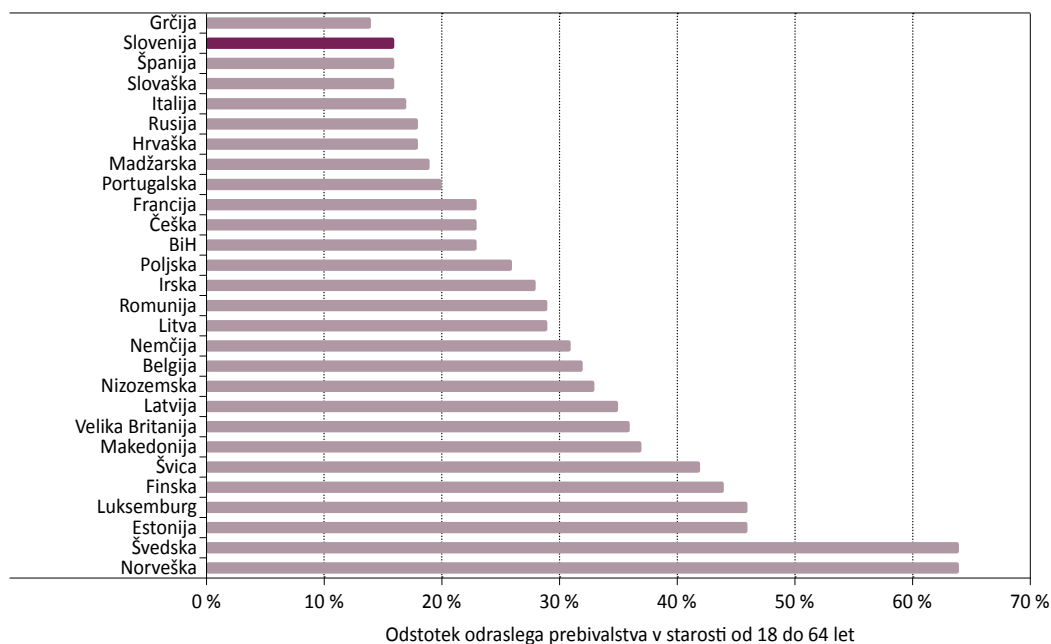


GEM 2013, APS

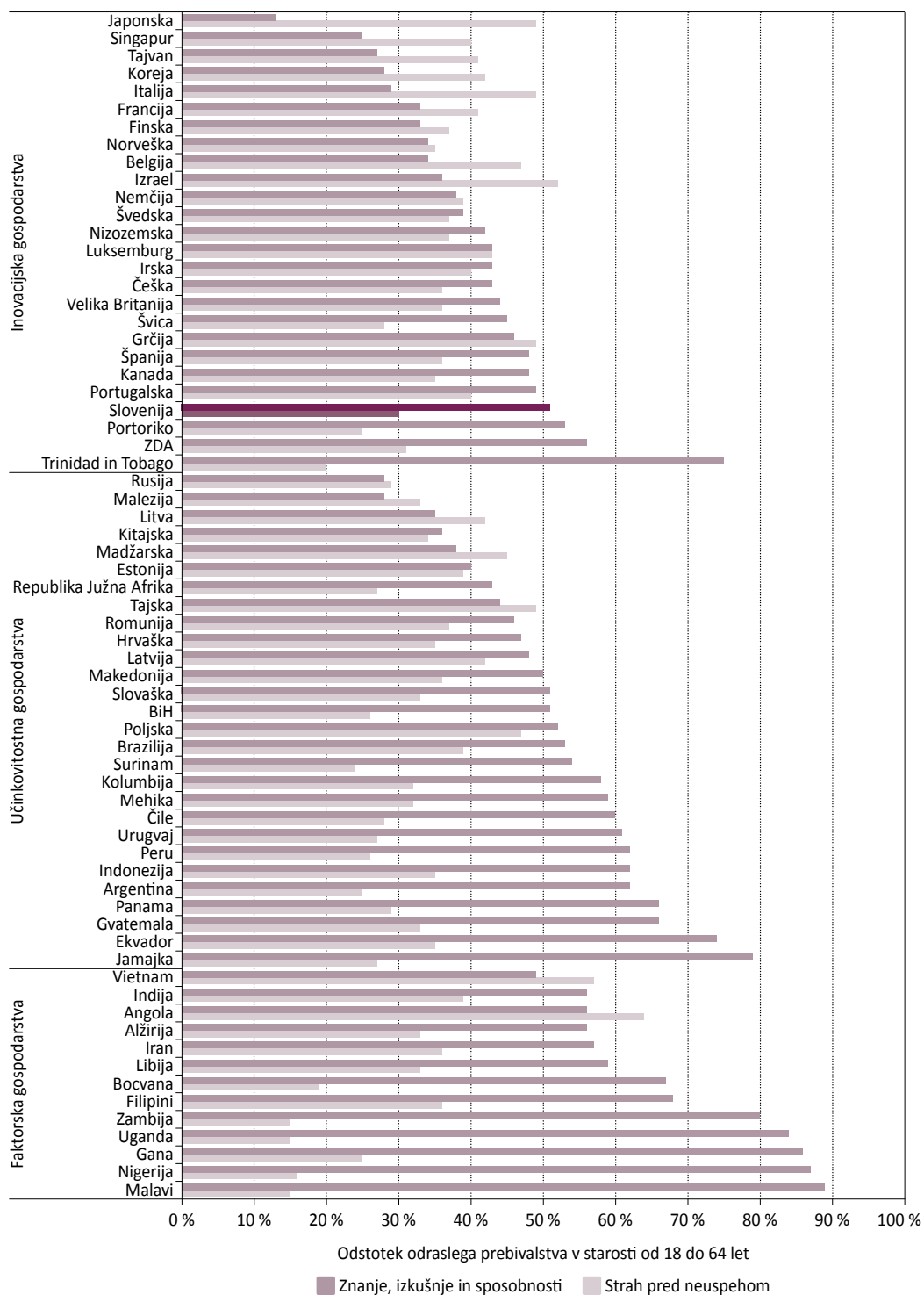
priložnosti je v povprečju strah pred neuspehom najmanj prisoten. V Ugandi, Malaviju in Zambiji je tako le 15 % tistih odraslih, ki prepoznajo poslovne priložnosti v okolju, strah morebitnega podjetniškega neuspeha. Na drugi strani lestvice sta Angola (64 %) in Vietnam (57 %), od evropskih držav pa sta na lestvici najvišje Grčija in Italija (49 %). V Sloveniji je neuspeha strah 30 % tistih, ki zaznavajo poslovne priložnosti (leto poprej je bil strah pred neuspehom prisoten v nekoliko manjši meri – 27 %), ta delež pa je v primerjavi z evropskimi državami nižji le še v Švici (28 %) ter BiH (26 %). V povprečju je strahu pred neuspehom več v bolj razvitih gospodarstvih, verjetno tudi zato, ker je tip podjetniške aktivnosti v razvitih gospodarstvih lahko precej zahtevnejši in zahteva več znanja in veščin kot enostavnejše podjetniške aktivnosti, ki jih je več v državah s faktorskim in učinkovitostnim gospodarstvom. Upoštevati je treba tudi, da določeni kulturni vzorci, ki veljajo v številnih državah, tudi v Sloveniji, stigmatizirajo vsak neuspeh, tudi podjetniškega (Rebernik et al. 2013).

V Sloveniji ugotavljamo, da je tiste posameznike, ki so prepričani v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti, v povprečju tudi manj strah podjetniškega neuspeha. Korelacijski koeficient (v nadaljevanju kor. k.) je negativen ($-0,101$) in statistično značilen ($p < 0,05$). Podobno povezanost med obema kazalnikoma lahko ugotovimo tudi na ravni povprečnih vrednosti kazalnikov sodelujočih držav: v državah, v katerih je delež ljudi, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo, višji, je v povprečju nižji delež tistih, ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od realizacije zaznane poslovne priložnosti. Opisana povezanost velja na ravni vseh sodelujočih držav (kor. k. = $-0,629$, $p < 0,05$) ter tudi v skupini inovacijskih gospodarstev (kor. k. = $-0,715$, $p < 0,05$), v skupini evropskih držav ter držav Evropske unije pa je povezava prav tako negativna, vendar ni statistično značilna. Primerjava obeh kazalnikov v faktorskih, učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstvih je razvidna tudi s *slike 3.4*.

Slika 3.3: Zaznavanje poslovnih priložnosti v evropskih državah, ki sodelujejo v raziskavi GEM



Slika 3.4: Podjetniško znanje in sposobnosti ter strah pred neuspehom



3.3 PODJETNIŠKE NAMERE IN PODJETNIŠTVO KOT KARIERNA IZBIRA

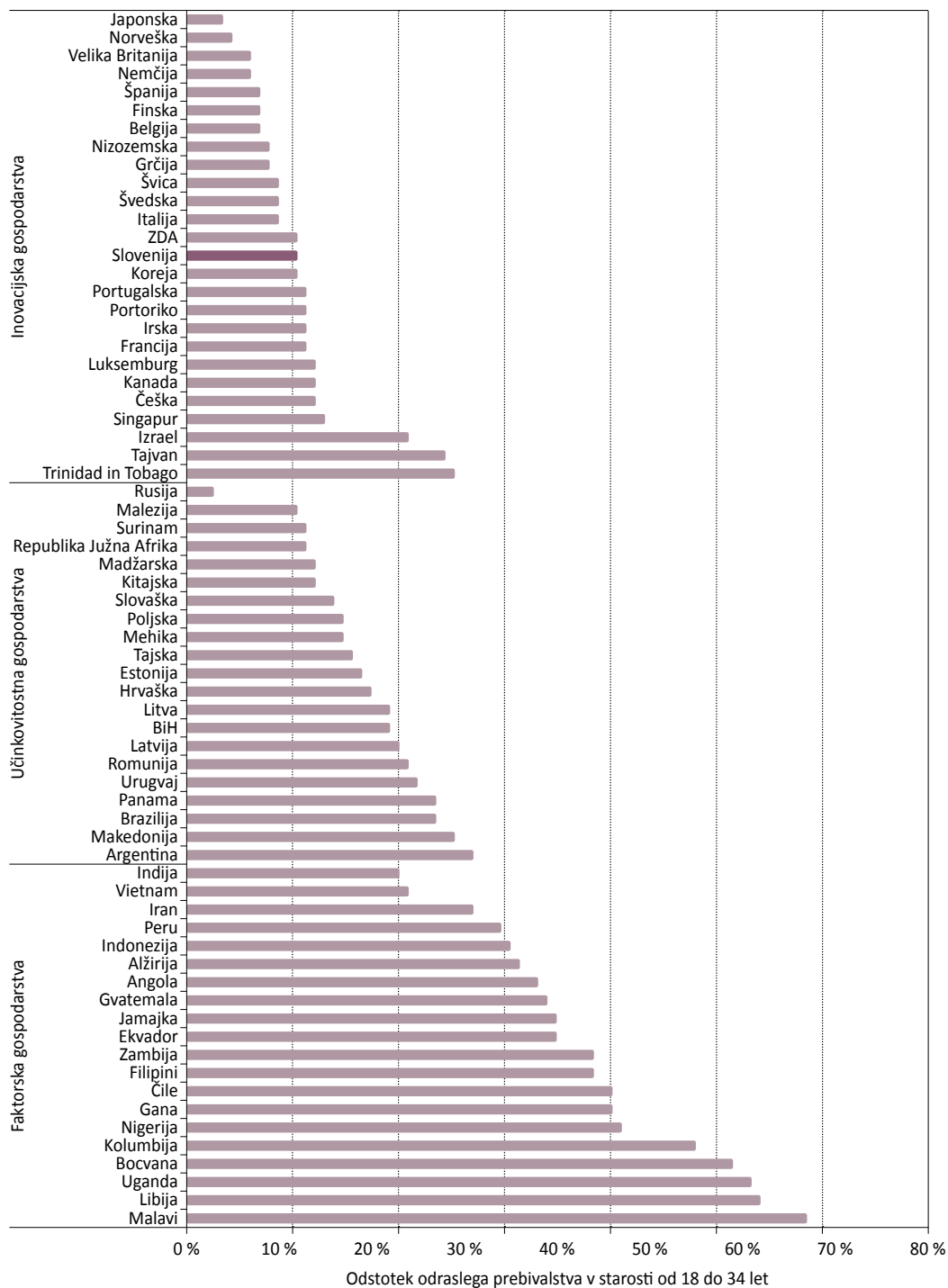
Naslednji korak v podjetniškem procesu je identificiranje namere posameznikov, da podjetje ustanovijo v prihodnjih treh letih. V povprečju je ta delež višji v manj razvitih državah, v katerih je na voljo malo zaposlitvenih možnosti in lahko pričakujemo več nujnostnega podjetništva. V učinkovitostnih in še posebej v inovacijskih gospodarstvih so podjetniške namere v povprečju nižje, kar je prikazano na *sliki 3.5*. V svetovnem merilu izkazujejo najnižjo raven podjetniških namer ljudje v Rusiji (3 %) in na Japonskem (4 %), na drugi strani lestvice pa ponovno najdemo nekatere afriške države s faktorskim tipom gospodarstva, kot so Malavi (67 %), Uganda (61 %) in Bocvana (59 %), pa tudi južnoameriške države, kot sta Kolumbija (55 %) in Čile (46 %). Iz podobnih razlogov je med evropskimi državami delež najvišji v Makedoniji (29 %) in Romuniji (24 %). V Sloveniji namerava ustanoviti podjetje v povprečju 12 % odraslih (izvzeti so tisti, ki so že podjetniško aktivni), kar je še za eno odstotno točko manj kot v letu poprej in uvršča Slovenijo na 53. mesto v svetovnem merilu. Najnižji delež v evropskem merilu zaseda Norveška (5 %).

Kot smo že zapisali, so podjetniške namere lahko posledica odločitve o realizaciji zaznane poslovne priložnosti, lahko pa tovrstna odločitev posameznika sproži proces iskanja poslovnih priložnosti in možnosti njihove realizacije (McMullen in Shepherd 2006; Kelley et al. 2011; Holcombe 2003) – v obeh primerih pa sta zaznavanje poslovnih priložnosti in podjetniške namere med seboj povezana dejavnika v podjetniškem procesu. Ugotavljamo, da to velja tudi v Sloveniji – posamezniki, ki zaznavajo poslovne priložnosti, v povprečju v večji meri izražajo podjetniške namere (kor. k. = 0,205, $p < 0,05$). Še močnejšo pozitivno povezavo med obema kazalnikoma lahko najdemo na ravni povprečij kazalnikov v vseh sodelujočih državah GEM (kor. k. = 0,710, $p < 0,05$), v inovacijskih gospodarstvih ter evropskih državah in državah Evropske unije pa je povezava prav tako pozitivna, vendar ni statistično značilna. Primerjava povprečnih vrednosti obeh kazalnikov je za obravnavane skupine držav prikazana na *sliki 3.6*.

V Sloveniji ugotavljamo tudi, da tisti posamezniki, ki jih je strah podjetniškega neuspeha, v povprečju izkazujejo nižje podjetniške namere (kor. k. = -0,097, $p < 0,05$). Podobno povezanost med obema kazalnikoma lahko ugotovimo tudi na ravni povprečnih vrednosti kazalnikov sodelujočih držav: v državah, v katerih je delež ljudi, ki jih je strah neuspeha, višji, je v povprečju nižji delež tistih, ki izkazujejo podjetniške namere. Opisana povezanost velja na ravni vseh sodelujočih držav (kor. k. = -0,448, $p < 0,05$), v skupini inovacijskih gospodarstev, v skupini evropskih držav ter v skupini držav Evropske unije pa je povezava prav tako negativna, vendar ni statistično značilna. Primerjava povprečnih vrednosti obeh kazalnikov je za obravnavane skupine držav prikazana na *sliki 3.7*.

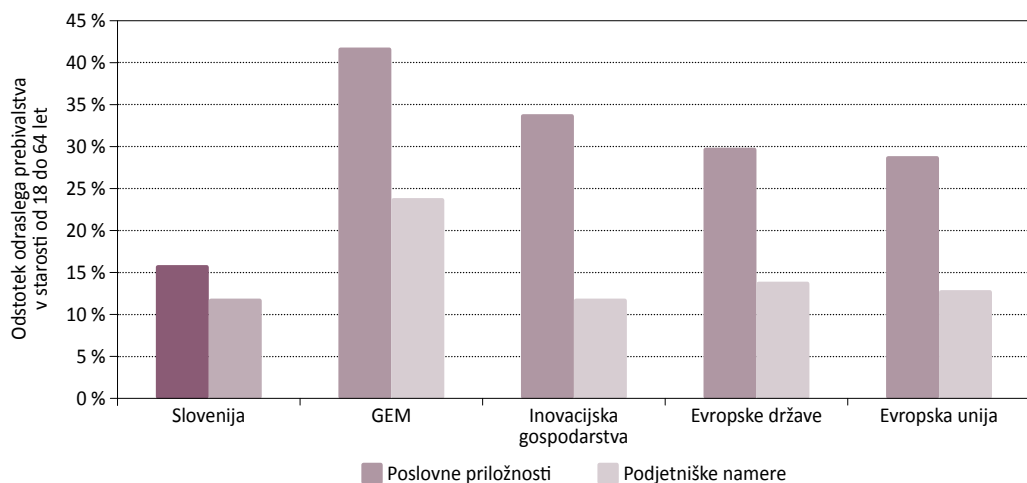
Kot je razvidno s *slike 3.7*, je nivo podjetniških namer v vseh evropskih državah nizek, kar je lahko povezano tudi z zaznanim položajem in ugledom uspešnega podjetnika v družbi, s kulturnimi in družbenimi normami in drugimi dejavniki okolja. Vedno gre torej za preplet individualnih in družbenih dejavnikov ter naključnih vplivov (Bosma in Schutjens 2011). Pozitiven odnos do podjetništva v družbi lahko posameznike dodatno spodbuja in motivira k temu, da začnejo podjetniško pot, hkrati pa lahko vpliva tudi na to, da bodo drugi deležniki v družbi podpirali podjetne posameznike pri uresničevanju njihovih podjetij (vlagatelji, svetovalci idr.; Amorós in Bosma, 2014). Zaznavanje podjetništva kot dobre poklicne izbire je v povprečju nekoliko nižje v visoko razvitih državah kot v srednje in manj razvitih državah: najvišji delež je v Kolumbiji (91 %) in Ugandi (88 %), najnižji na Japonskem (31 %). V povprečju je ta delež v državah s faktorskim gospodarstvom 75 %, v učinkovitostnih 68 %, v inovacijskih pa le še 53 %. Slovenija je s 57 % na sredini lestvice kot povprečna država z inovacijskim tipom gospodarstva.

Slika 3.5: Podjetniške namere



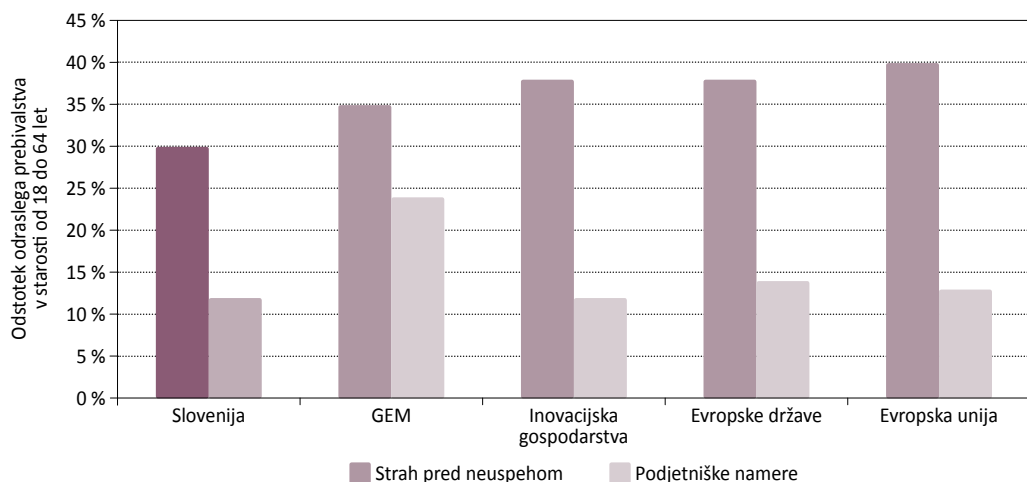
GEM 2013, APS

Slika 3.6: Podjetniške namere in zaznavanje poslovnih priložnosti



GEM Slovenija 2013, APS

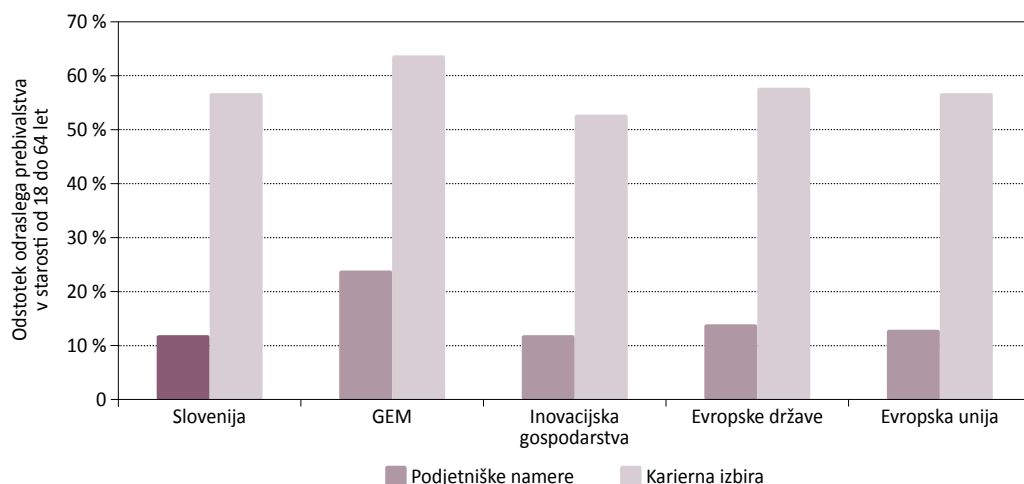
Slika 3.7: Podjetniške namere in strah pred neuspehom



GEM Slovenija 2013, APS

Predpostavljamo lahko, da bo nivo podjetniških namer v gospodarstvu v povprečju višji, če je podjetniški poklic zaznan kot dobra poklicna izbira. To lahko potrdimo na ravni skupine vseh držav, vključenih v raziskavo (kor. k. = 0,689, $p < 0,05$), na ravni skupine inovacijskih držav (kor. k. = 0,474, $p < 0,05$) ter evropskih držav (kor. k. = 0,426, $p < 0,05$), ki so sodelovale v GEM. Na ravni delovno aktivnih prebivalcev Slovenije ta povezava ni statistično značilna, saj zaznavanje podjetništva kot dobre poklicne izbire ni značilno povezano s posameznikovimi podjetniškimi namerami. Primerjava povprečnih vrednosti obeh kazalnikov je za obravnavane skupine držav prikazana na *sliki 3.8*.

Slika 3.8: Podjetniške namere in zaznavanje podjetništva kot dobre karijerne izbire



GEM Slovenija 2013, APS

3.4 DRUŽBENI STATUS PODJETNIKA TER ODNOS MEDIJEV DO PODJETNIŠTVA

Kakšen je odnos do podjetništva v družbi, proučujemo – poleg že omenjenega zaznavanja podjetništva kot dobre poklicne izbire – tudi tako, da analiziramo, v kolikšni meri odrasli prebivalci spoštujejo uspešne podjetnike ter koliko je zaznavanja pozitivnega medijskega odnosa do podjetništva. Spoštovanje uspešnih podjetnikov v družbi je – zelo podobno, kot to velja za zaznavanje podjetništva kot karijerne izbire – nekoliko nižje v visoko in srednje razvitih državah ter nekoliko višje v manj razvitih gospodarstvih (Uganda 95 %, Gana 94 %, na drugi strani lestvice Hrvaška 43 %, Malezija 45 %, Češka 48 %). V faktorskih gospodarstvih je delež ljudi, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status, v povprečju enak kar 80 %, v učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstvih pa je povprečje 67 %. Slovenija se z 68 % uvršča med povprečne evropske države z inovacijskim tipom gospodarstva.

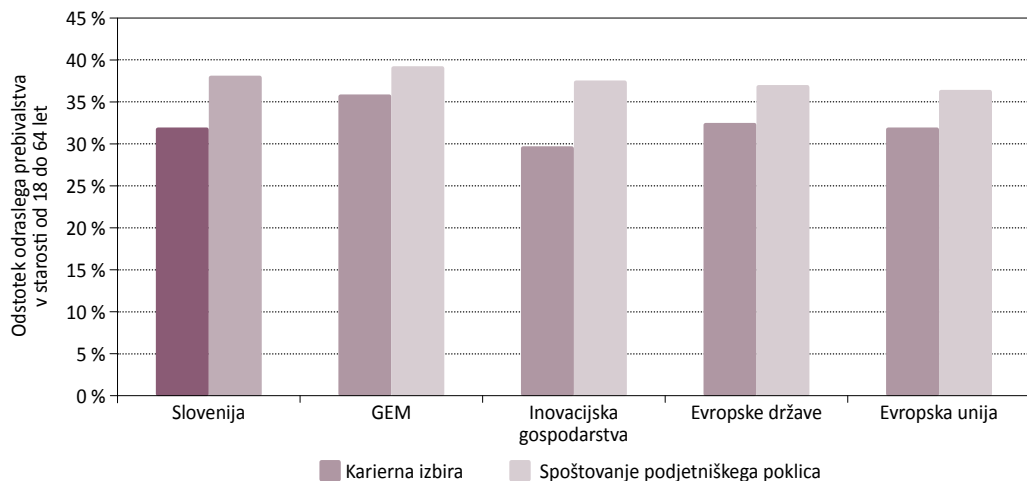
Pozitiven medijski odnos prav tako v večji meri zaznavajo ljudje v faktorskih gospodarstvih (70 %), manj pa v učinkovitostnih (61 %) in inovacijskih (51 %). Zaznavanja pozitivnega medijskega odnosa do podjetništva je še posebej malo v evropskih državah, ne glede na to, ali sodijo v visoko ali srednje razvita gospodarstva: na zadnjih 15 mestih svetovne lestvice je kar 12 evropskih držav, med njimi tudi Slovenija (51 %). Na najvišjem mestu evropske lestvice je Finska (68 %), Slovenija pa je med evropskimi državami na 10. mestu.

V Sloveniji ljudje, ki menijo, da je podjetništvo dobra izbira kariere, v povprečju tudi menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani (kor. k. = 0,143, $p < 0,05$). Pozitivno in statistično značilno povezanost med tema dvema kazalnikoma lahko izmerimo tudi na ravni povprečnih vrednosti kazalnikov v skupini vseh sodelujočih držav.

V vseh letih raziskave GEM se soočamo z razkorakom med tem, da ljudje spoštujejo podjetniški poklic, in tem, da menijo, da je podjetništvo dobra poklicna izbira. To velja za Slovenijo, v povprečju pa velja tudi v skupini inovacijskih gospodarstev in v skupini držav Evropske unije,

ki sodelujejo v GEM. Razkorak med spoštovanjem podjetniškega poklica in zaznavanjem podjetništva kot dobre poklicne izbire je za vse obravnavane skupine držav in za Slovenijo prikazan na *sliki 3.9*.

Slika 3.9: Spoštovanje podjetniškega poklica in karierna izbira



GEM 2013, APS

Ta razkorak opozarja, da je v družbi narejenega premalo, da bi se načelno spoštovanje podjetniškega poklica pretočilo tudi v dejansko odločanje za podjetniško kariero. Poleg nujne vzpostavitve normalnega poslovnega okolja, ki bo primerljivo s poslovnim okoljem v razvitih državah, gre predvsem za ustvarjanje razumevanja, da je lahko podjetništvo dobra življenjska pot, ki omogoča tudi primerno usklajevanje zasebnega in poklicnega življenja, o čemer podrobneje pišemo v osmem poglavju.

Jakob Šušterič, podjetnik, MESI, d. o. o.



Jakob Šušterič je soustanovitelj in direktor podjetja MESI, ki se ukvarja z razvojem visokotehnoloških medicinskih naprav. Njihov prvi proizvod je bil avtomatski merilnik gleženjskega indeksa, ki ga danes prodajajo že v 15 državah. Idejo za napravo so dobili od zdravnikov v izolski bolnišnici. Takrat sta bila Jakob in poslovni partner Tomo Krivc še študenta na Fakulteti za elektrotehniko. Opravila sta teste, izdelala študijo izvedljivosti in ugotovila, da naprava lahko nadomesti doslej uveljavljeno Dopplerjevo ultrazvočno metodo. Ker sta videla potencial za komercializacijo, sta začela pisati poslovni načrt za novo podjetje. Začetki so bili sicer težki, saj sta Jakob in Tomo ves denar od študentskega dela vložila v projekt. Podjetju je uspelo pridobiti podporo Ljubljanskega univerzitetnega inkubatorja in subvencijo P2 Slovenskega podjetniškega sklada, s katero so plačali sodelovanje s fakulteto, kasneje pa so pridobili še bančno posojilo za financiranje proizvodnje naprave. Pri izdelavi tržnega prototipa so sodelovali z Laboratorijem za digitalno obdelavo signalov, slik in videa na Fakulteti za elektrotehniko, s katerim so razvili precej kompleksen algoritem. Po zaključenem razvoju so pridobili certifikat EC, ki jim dovoljuje prodajo v Evropi, saj potrjuje, da je naprava izdelana po medicinski direktivi, ki je v Evropi zelo stroga. Za pridobitev certifikata so morali urediti tudi sistem vodenja kakovosti v podjetju, za kar so pridobili še certifikata ISO 9001 in ISO 13485.

V okolju so se uveljavili zaradi sodelovanja na različnih tekmovanjih. Tako so dobili rektorjevo nagrado za najboljšo inovacijo, se uvrstili v finale tekmovanja Start:up Slovenija 2011 in bili

istega leta še zmagovalci Slovenskega foruma inovacij. Medijska promocija je imela pozitiven učinek tudi na njihov ugled med potencialnimi poslovnimi partnerji. V Sloveniji, kjer naprave prodajajo sami, so jih prodali že v vse večje zdravstvene domove in bolnišnice. Če je v Sloveniji prostora le za okoli 200 naprav, ga je samo v Evropi ogromno, saj jih načrtujejo tam prodati okoli 50.000. Na trgu sta sicer dve konkurenčni napravi, ki sta se pojavili vzporedno z njihovim razvojem, in sicer angleški Huntleigh in nemški Boso. Je pa njihova naprava cenejša, manjša, bolj enostavna za uporabo in je ni treba priklopiti na računalnik. Na tujih trgih so začeli intenzivno delati v začetku lanskega leta, kot njihovi najboljši trgi pa so se izkazale Švica, Nizozemska, Češka, Švedska, Turčija, Romunija, Makedonija, Kanada, Avstralija in ZDA. Imajo tudi že pisarno v Londonu, ki je zadolžena za prodajo na angleškem trgu in v državah Commonwealtha. Pripravljajo se na odprtje poslovalnice na Hrvaškem, druge pa delujejo prek distributerjev. Za letos imajo v načrtu vstopiti še na trge Poljske, Francije in Nemčije.

V podjetju že razvijajo novo uporabniku prijazno napravo, ki bo namenjena diagnozi vseh žilnih bolezni. Naprava bo brezžično merila EKG, temperaturo, krvni tlak, gleženjski indeks, indeks palec - nadlaht, frekvenco dihanja ipd. in podatke pošiljala v oblak ali bolnišnični informacijski sistem. K sodelovanju pri razvoju so povabili podjetje Gigodesign za uporabniško izkušnjo, podjetje D.Labs za razvoj aplikacije na pametni napravi in podjetje SmartCom za razvoj storitev v oblaku. Poleg njih sodelujejo še Inštitut Jožef Stefan ter Medicinska fakulteta in Fakulteta za elektrotehniko Univerze v Ljubljani. Ker lastni viri ne zadoščajo za realizacijo smelih načrtov, iščejo poti do investorjev in skladov tveganega kapitala. So pa sicer že prejeli angelsko investicijo.

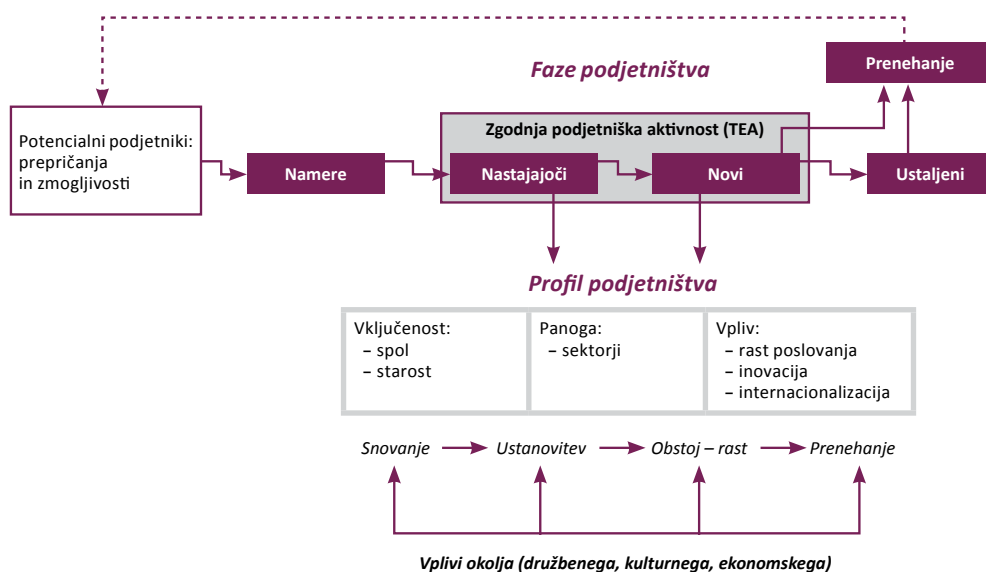
Jakob meni, da je vedno mogoče poiskati pot, kako priti od točke A do točke B. Pri tem ni pomembno, na katero fakulteto hodiš, kakšna je tvoja zgodovina, pomembno je, da si pripravljen stvar prenesti od točke A do točke B. Če si to pripravljen narediti, ti bo tudi uspelo.

4 Podjetniška aktivnost v letu 2013

4.1 FAZE PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI

Raziskava GEM proučuje podjetništvo kot proces v celotnem življenjskem ciklu, ki obsega vrsto faz: od podjetniških namer prek nastajajočih in novih podjetnikov do ustaljenih podjetnikov in takih, ki prenehajo poslovati. Prehajanje iz ene faze v naslednjo ni kontinuiran proces in je odvisno od okoliščin in pogojev v posameznih nacionalnih gospodarstvih, zato npr. veliko število potencialnih podjetnikov še ne pomeni nujno tudi visoke stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti, prav tako tudi visoka stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti še ni zrcalo uspešnosti podjetniškega procesa v določeni državi. Na *sliki 4.1* so prikazani faze in profil podjetništva, kot ga proučuje GEM, diskontinuitete in nenujnost poteka zaporedja posameznih faz pa so prikazane z neravnimi puščicami.

Slika 4.1: Faze in profil podjetništva



Proces podjetniške aktivnosti, kot ga proučuje GEM, omogoča analizo stanja podjetništva v posameznih fazah. Ta proces se začne z identificiranjem tistih *potencialnih podjetnikov* posameznikov, ki menijo, da imajo podjetniške sposobnosti za zagon podjetja, ki prepoznavajo podjetniške priložnosti in se ne bojijo tveganja in neuspeha. Na podjetniško obnašanje vpliva tudi njihovo doživetje naklonjenosti družbe do podjetništva, statusa podjetnikov v družbi in medijskega odnosa do podjetnikov. Drugo fazo predstavljajo *nastajajoči podjetniki*. To so posamezniki, ki so začeli izvajati aktivnosti za ustanovitev podjetja ali pa že imajo ustanovljeno podjetje manj kot tri mesece. Zaradi izzivov, povezanih z začetkom poslovanja novega podjetja, veliko nastajajočih podjetij propade v prvih nekaj mesecih in ne preidejo na naslednjo stopnjo, med nove podjetnike. *Novi podjetniki* so tisti, ki so prešli iz faze nastajajočih podjetnikov, saj imajo podjetje in izplačujejo plače več kot tri mesece, vendar ne več kot tri leta in pol. To obdobje je bilo izbrano, ker empirične raziskave kažejo, da je prav ta čas kritičen za razvoj podjetij.

Nastajajoči in novi podjetniki skupaj tvorijo *indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA* (ang. total early-stage entrepreneurial activity), ki je ena izmed ključnih mer raziskave GEM. Indeks TEA prikazuje odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom starosti, ki se vključuje v podjetništvo. Podjetniki, ki imajo podjetje več kot tri leta in pol, sodijo med *ustaljene podjetnike* in imajo svoje značilnosti. Življenjski cikel podjetja zajema tudi *prenehanje poslovanja podjetja*, ki prav tako predstavlja pomemben vidik podjetništva, saj mnogo posameznikov, katerih podjetja so prenehala poslovati, ustanovi novo podjetje, nekateri med njimi pa postanejo tudi t. i. serijski podjetniki (Bosma in Levie 2010; Hessels et al. 2010) ali pa se zaposlijo v drugih podjetjih in se uveljavijo kot notranji podjetniki. Zato je pomembno upoštevati tudi ustaljene podjetnike in podjetnike, ki so prenehali poslovati, saj sta ti dve skupini pomemben vir za druge podjetnike npr. z zagotavljanjem financiranja, z mentorstvom, svetovanjem in drugimi vrstami podpore.

Predstavljene faze v podjetniškem procesu podrobno analiziramo na osnovi številnih spremenljivk, povzetek rezultatov za leto 2013 pa je prikazan na *sliki 4.2*, na kateri so izpostavljene najznačilnejše spremenljivke.

Kot je prikazano na *sliki 4.2*, je v Sloveniji 15 % (14,68 %) odraslih prebivalcev v letu 2013 menilo, da se bodo v prihodnjih treh letih začeli ukvarjati s podjetništvom (potencialni podjetniki). Da so podjetniške namere visoke, realne aktivnosti za ustanovitev in začetek poslovanja podjetja pa precej nižje, kaže podatek, da je le 3,58 % posameznikov dejansko realiziralo svoj podjem in poslujejo manj kot tri mesece (nastajajoči podjetniki). Da vsi začetki niso uspešni, pa kaže podatek, da je podjetij, starih od tri mesece do tri leta in pol, le še 2,87 % (novi podjetniki). Skupaj je tako v Sloveniji novih in nastajajočih podjetnikov (indeks TEA) 6,45 %, kar je približno en odstotek več kot leta 2012, ko jih je bilo 5,42 %. Posameznikov, ki imajo podjetje več kot tri leta in pol (ustaljeni podjetniki), je bilo 5,68 %, kar je skoraj odstotek manj, kot je nastajajočih in novih podjetnikov, kar kaže na to, da vsa nova podjetja ne preživijo prvih kritičnih let poslovanja. Posameznikov, ki so v zadnjem letu opustili poslovanje, je bilo v Sloveniji 1,6 %.

Kot vidimo iz navedenih podatkov, je pot nastajanja podjetij zelo negotova. Če predpostavimo, da so nastajajoči podjetniki v letu 2013 rezultat podjetniških namer v letu 2012, novi podjetniki v letu 2013 pa rezultat nastajajočih podjetnikov v letu 2012, primerjava pokaže, da je delež odraslih prebivalcev (nepodjetnikov), ki so v letu 2012 izražali podjetniško namero (17,8 %), upadel na 3,58 % tistih, ki so lansko leto namero tudi realizirali. Tudi stopnja smrtnosti, ki kaže pretvarjanje nastajajočih podjetij v nova podjetja, je povsod po svetu visoka, kolikšna je, pa je zelo odvisno od poslovnega okolja, razvojne stopnje in splošne podjetniške kulture, ki vlada v določeni državi. Zato mora biti dolgoročni interes vsake države, ki želi spodbujati podjetništvo,

da z ustrezno podjetniško politiko in primernimi podjetniškimi programi čim več ljudi navduši in usposobi za podjetništvo, obenem pa ustvari razmere, da bo podjetniški proces potekal čim bolj nemoteno in da se bo čim več podjetniških namer realiziralo v končnem rezultatu. Ta pa je zadostno število ustaljenih podjetij, ki so sposobna zaposlovati in se razvijati.

V tabeli 4.1 je prikazan zbirni pregled vključenosti prebivalstva v posamezne faze podjetniškega procesa, kot jih proučuje GEM, in vključuje vse sodelujoče države v letu 2013, razdeljene glede na stopnjo gospodarske razvitosti na faktorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva. Prikazani so deleži nastajajočih in novih podjetnikov, celotne zgodnje podjetniške aktivnosti, motivacije za podjetništvo, ustaljenih podjetnikov, podjetnikov, ki so prenehali poslovati, in notranjih podjetnikov; vse te vsebine so podrobneje analizirane v naslednjih poglavjih.

Slika 4.2: Delež odraslega prebivalstva v Sloveniji, vključenega v posamezne faze podjetniškega procesa

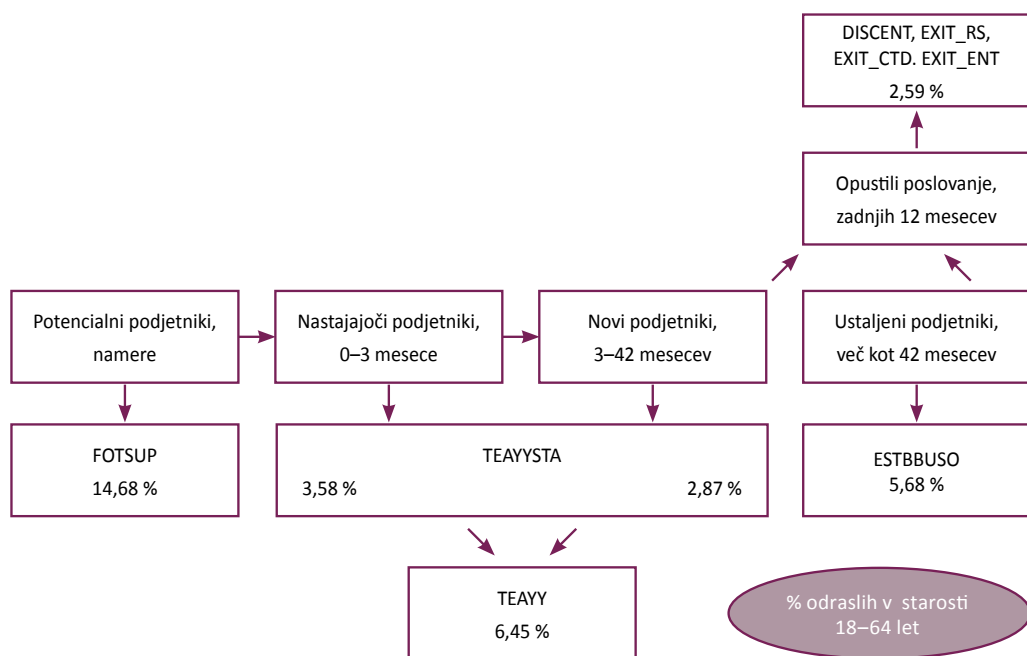


Tabela 4.1: Pregled vključenosti prebivalstva v posamezne faze procesa podjetniške aktivnosti, GEM 2013, APS

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje poslovanja	Delež podjetnikov iz nje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Delež podjetništva zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Podjetni zaposleni z vodilno vlogo v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih, kot % zaposlenih*
Faktorska gospodarstva								
Alžirija	2,24	2,64	4,89	5,45	3,25	21,31	62,3	11,94
Angola	8,03	14,68	22,23	8,52	22,83	26,12	40,26	–
Bocvana	11,01	10,17	20,85	3,44	17,71	26,27	52,01	3,02
Filipini	12	6,73	18,52	6,61	12,28	43,59	38,03	1,53
Gana	8,45	17,74	25,82	25,93	8,27	33,31	44,07	–
Indija	5,08	4,86	9,88	10,66	1,47	38,76	35,94	–
Iran	6,43	6,09	12,32	10,59	5,67	37,99	35,79	9,76
Libija	6,63	4,69	11,15	3,44	8,12	8,13	60,27	–
Malavi	10,06	18,78	28,11	12,03	30,16	43,69	29,42	–
Nigerija	20,01	20,66	39,86	17,51	7,91	25,43	52,31	4,96
Uganda	5,63	20	25,21	36,09	20,13	25,08	47,53	–
Vietnam	4,05	11,45	15,35	16,35	4,25	25,08	62,21	3,97
Zambija	22,58	18,04	39,91	16,55	19,8	38,8	37,25	–
netehtano povprečje	9,4	12,04	21,08	13,32	12,45	30,27	45,95	–
Učinkovitostna gospodarstva								
Argentina	10,51	5,63	15,93	9,62	5,47	29,82	47,43	–
BiH	5,75	4,64	10,34	4,51	6,18	58,95	22,04	9,88
Brazilijska	5,12	12,61	17,31	15,44	4,7	28,6	57,36	–
Čile	15,37	9,62	24,33	8,46	7,5	20,11	57,65	9,97
Ekvador	25,3	13,59	35,97	17,99	8,25	33,64	32,11	6,06
Estonija	8,79	4,54	13,11	5,01	2,07	14,82	50,07	–
Gvatemala	7,62	4,85	12,28	5,07	2,95	31,43	44,19	–
Hrvaška	6,33	1,98	8,27	3,28	4,51	37,4	29,84	–
Indonezija	5,7	20,41	25,52	21,2	2,38	25,45	43,68	–
Jamajka	7,96	6,02	13,75	6,28	7,37	40,6	34,19	–
Republika Južna Afrika	6,58	4,05	10,59	2,86	4,91	30,34	31,52	2,66
Kitajska	5,23	8,89	14,02	11,04	2,71	33,88	35,9	1,36
Kolumbija	13,63	10,34	23,71	5,85	5,42	18,05	26,65	–
Latvija	8,09	5,26	13,25	8,84	3,47	21,21	52,69	–

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje poslovanja	Delež podjetnikov iz nje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Delež podjetništva zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Podjetni zaposleni z vodilno vlogo v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih, kot % zaposlenih *
Litva	6,07	6,35	12,43	8,34	3,46	23,3	55,17	11,28
Madžarska	5,99	3,75	9,68	7,2	2,92	28	38,67	6,49
Makedonija	3,35	3,53	6,63	7,29	3,29	60,98	22,95	–
Malezija	1,46	5,18	6,6	6,03	1,49	18,4	64,87	1,08
Mehika	11,9	3,29	14,83	4,18	6,54	6,75	26,27	–
Panama	15,39	5,25	20,64	3,5	3,38	18,57	39,79	–
Peru	17,84	5,94	23,38	5,42	4,16	22,48	54,21	2,80
Poljska	5,14	4,34	9,28	6,47	3,98	47,4	32,7	8,34
Romunija	6,2	4,21	10,13	5,35	4,26	31,64	31,59	9,74
Rusija	3,05	2,76	5,75	3,41	1,64	35,39	41,99	–
Slovaška	6,11	3,61	9,52	5,39	5,47	40,17	40,17	7,68
Surinam	3,88	1,26	5,13	1,71	0,77	17,76	57,58	–
Tajska	7,87	10,43	17,66	28,02	3,55	18,67	67,8	5,03
Urugvaj	8,54	5,69	14,08	4,91	3,44	11,98	36,8	12,66
netehtano povprečje	8,38	6,36	14,43	7,95	28,78	28,78	41,99	–
Inovacijska gospodarstva								
Belgija	3,06	1,93	4,92	5,94	1,92	28,98	43,89	–
Češka	4,89	2,67	7,33	5,26	3,35	22,72	60,26	–
Finska	2,75	2,69	5,29	6,65	2,01	17,93	65,99	8,32
Francija	2,73	1,84	4,57	4,09	1,85	15,66	60,87	–
Grčija	3,25	2,26	5,51	12,6	5,04	23,46	35,83	–
Irska	5,55	3,84	9,25	7,5	2,52	18,02	43,85	–
Italija	2,36	1,11	3,43	3,67	1,9	18,7	18,38	–
Izrael	5,3	4,78	10,04	5,94	4,78	17,41	49,25	–
Japonska	2,23	1,49	3,72	5,71	1,45	25	59,63	–
Kanada	7,79	4,7	12,19	8,44	4,36	15,09	66,89	–
Koreja	2,65	4,25	6,85	9,01	2,51	36,48	51,14	8,80
Luksemburg	6	2,78	8,69	2,39	2,8	5,63	56,59	–
Nemčija	3,07	2	4,98	5,07	1,47	18,71	55,7	–
Nizozemska	4,67	4,77	9,27	8,68	2,14	7,98	67,12	–

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje poslovanja	Delež podjetnikov iz nje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Delež podjetništva zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Podjetni zaposleni z vodilno vlogo v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih, kot % zaposlenih *
Norveška	2,9	3,4	6,25	6,15	1,6	4	60,8	–
Portoriko	6,56	1,83	8,28	2,03	1,75	21,55	42,89	7,30
Portugalska	4,22	4,16	8,25	7,72	2,82	21,45	50,65	–
Singapur	6,39	4,43	10,68	4,2	3,32	8,41	68,77	–
Slovenija	3,58	2,87	6,45	5,68	2,59	24,06	53,42	11,46
Španija	3,09	2,2	5,21	8,39	1,91	29,24	33,18	–
Švedska	5,87	2,46	8,25	6,03	2,38	9,69	58,43	–
Švica	4,55	3,7	8,18	9,96	2,31	7,49	67,19	–
Tajvan	3,28	4,99	8,16	8,28	4,95	28,68	45,75	–
Trinidad in Tobago	11,38	8,5	19,48	11,4	4,05	11,24	76,03	–
Velika Britanija	3,63	3,65	7,14	6,55	1,92	16,13	45,18	11,80
ZDA	9,16	3,73	12,73	7,49	3,76	21,24	57,43	–
<i>netehtano povprečje</i>	<i>4,65</i>	<i>3,35</i>	<i>7,89</i>	<i>6,72</i>	<i>2,75</i>	<i>18,27</i>	<i>53,66</i>	<i>–</i>

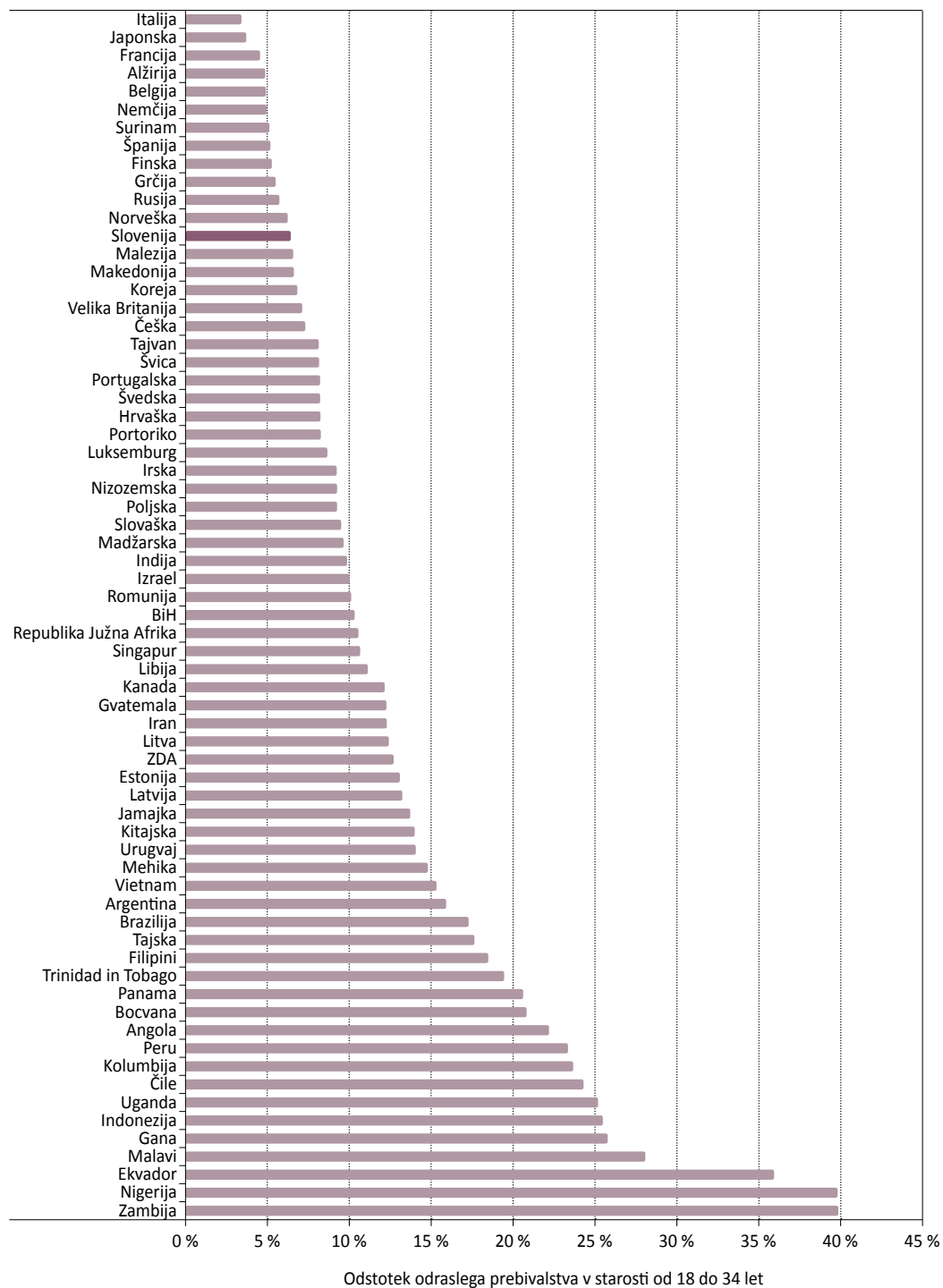
* V ta del raziskave niso bile vključene vse države, zato povprečij za posamezne skupine držav nismo računali.

4.2 ZGODNJA PODJETNIŠKA AKTIVNOST

Zgodnja podjetniška aktivnost oziroma indeks TEA, ki vključuje nastajajoče in nove podjetnike, predstavlja eno izmed osrednjih mer raziskave GEM in kaže, kolikšen delež odraslih v posamezni državi je vključen v zgodnje faze podjetniške aktivnosti. Na zgodnjo podjetniško aktivnost v Sloveniji lahko zremo z optimizmom, saj že drugo leto zapored beležimo trend rasti. Potem ko je bila najnižja podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva, tj. 3,65 %, zabeležena leta 2008, je leta 2013 narasla na 6,45 %, kar je za en odstotek več kot leta 2012.

Kot je prikazano na *sliki 4.3*, v svetu izkazujejo že tradicionalno visoko stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti (indeks TEA) afriške države, med katerimi vodita Zambija z 39,91 % in Nigerija z 39,86 %. Najmanj zgodnje podjetniške aktivnosti so med 67 sodelujočimi državami izkazovale Italija (3,4 %), Japonska (3,7 %) in Francija (4,6 %). V Evropi je največ zgodnje podjetniške aktivnosti v vseh treh baltskih državah, v Latviji (13,3 %), Estoniji (13,1 %) in Litvi (12,4 %), kar je v vodilnih dveh državah celo več kot v ZDA (12,7 %). Slovenija je na 55. mestu med vsemi sodelujočimi državami sveta, kar je štiri mesta više kot v letu 2012. Višina indeksa TEA pa ni nujno povezana z razvitostjo gospodarstva. Tako na primer Trinidad in Tobago, ki spada med inovacijska gospodarstva, izkazuje visok indeks TEA (19,48 %). Zato indeksa TEA ni smotno povezovati neposredno z ekonomsko razvitostjo (Kelley et al. 2011). Pomembnejši od neposredne ekonomske razvitosti posameznega gospodarstva je institucionalni okvir za podjetništvo v posamezni državi.

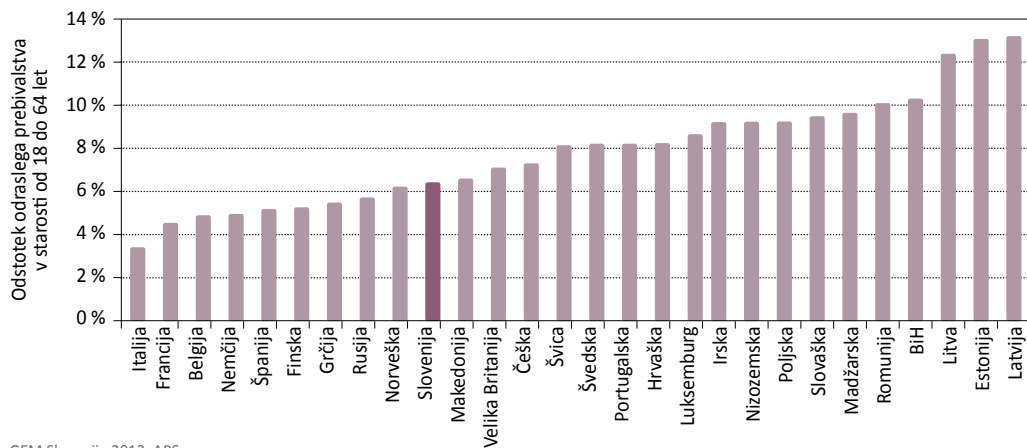
Slika 4.3: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v vseh sodelujočih državah GEM 2013



GEM Slovenija 2013, APS

Količina zgodnje podjetniške aktivnosti je eden izmed osnovnih pokazateljev podjetniškega dogajanja v vrelišču podjetniškega procesa, vendar pa količina ne pomeni nujno tudi kakovostnega podjetništva, saj so zelo različni tako razlogi za vstop v podjetništvo kot tudi podjetniški okviri, v katerih se podjetja rojevajo. Zato je države smotrno razvrščati v podobne skupine in jih nato primerjati. Smotrna je tudi primerjava zgodnje podjetniške aktivnosti med evropskimi državami, kot je prikazana na *sliki 4.4*, saj se večina evropskih držav uvršča med inovacijska gospodarstva.

Slika 4.4: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi



GEM Slovenija 2013, APS

Med 28 vključenimi evropskimi državami je Slovenija na 19. mestu. Naša država zaostaja za dvema od treh vključenih sosednjih držav, za Madžarsko, kjer je celotna zgodnja podjetniška aktivnost 9,68 %, in Hrvaško, kjer je delež zgodnje podjetniške aktivnosti 8,27 %. Sicer pa za Slovenijo med evropskimi državami zaostajajo Norveška, Rusija, Grčija, Finska, Španija, Nemčija, Belgija, Francija in Italija. Med evropskimi državami je opaziti velike razlike, saj je med prvo in zadnjo državo 10 odstotnih točk razlike, kar je na skupnem trgu Evropske unije relativno velika razlika, ki kaže na to, da so nacionalni pogoji za ustanavljanje in poslovanje podjetij bistveno različni.

4.3 MOTIVACIJA ZA PODJETNIŠTVO

Razlogi, ki vodijo posameznike v podjetniško aktivnost, so različni. V okviru raziskave GEM ločimo dve osnovni skupini motivov za podjetništvo, in sicer nujo in priložnosti. Podjetništvo iz nuje pomeni, da so se posamezniki odločili za podjetniško pot, ker so bili v to prisiljeni zaradi preživetja, saj v okolju ni bilo možno najti podjetij, ki bi jim nudila primerna delovna mesta. Te vrste podjetništva je v povprečju največ v revnejših factorskih gospodarstvih. Nasprotno pa podjetništvo zaradi priložnosti pomeni, da posamezniki prepoznajo obetavne poslovne priložnosti in jih svobodno izkoriščajo z namenom, da bi imeli dohodek, postali neodvisni in poželi dobiček. Z gospodarskim razvojem se podjetništvo zaradi nuje praviloma zmanjšuje, povečujejo pa se motivi podjetnikov zaradi priložnosti. V *tabeli 4.2* je prikazana celotna zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti (TEA – priložnost) in zaradi nujnosti (TEA – nujnost).

Tabela 4.2: Podjetništvo zaradi priložnosti in podjetništvo zaradi nuje, GEM 2013, APS

Država	TEA – priložnost	TEA – nujnost	Država	TEA – priložnost	TEA – nujnost
Alžirija	3,4	1,04	Luksemburg	6,71	0,49
Angola	15,76	5,81	Madžarska	6,73	2,71
Argentina	11,04	4,75	Makedonija	2,3	4,05
Belgija	2,96	1,43	Malavi	15,73	12,28
BiH	4,19	6,1	Malezija	5,38	1,21
Bocvana	14,92	5,48	Mehika	7,47	1
Braziliya	12,28	4,95	Nemčija	3,82	0,93
Češka	5,56	1,67	Nigerija	29,42	10,14
Čile	18,63	4,89	Nizozemska	8,06	0,74
Ekvador	22,72	12,1	Norveška	5,65	0,25
Estonija	10,37	1,94	Panama	16,57	3,83
Filipini	10,33	8,07	Peru	17,66	5,26
Finska	3,84	0,95	Poljska	4,51	4,4
Francija	3,64	0,72	Portoriko	6,38	1,78
Gana	16,87	8,6	Portugalska	6,19	1,77
Grčija	4,14	1,29	Romunija	6,78	3,2
Gvatemala	8,37	3,86	Rusija	3,52	2,04
Hrvaška	5	3,09	Singapur	9,59	0,9
Indija	5,75	3,83	Slovaška	5,6	3,82
Indonezija	18,94	6,49	Slovenija	4,65	1,55
Iran	7,56	4,68	Surinam	4,06	0,91
Irska	7,29	1,67	Španija	3,48	1,52
Italija	2,56	0,64	Švedska	6,81	0,8
Izrael	7,74	1,75	Švica	7,11	0,61
Jamajka	7,39	5,58	Tajska	13,83	3,3
Japonska	2,6	0,93	Tajvan	5,82	2,34
Republika Južna Afrika	7,26	3,21	Trinidad in Tobago	17,18	2,19
Kanada	9,85	1,84	Uganda	18,7	6,32
Kitajska	9,09	4,75	Urugvaj	12,07	1,69
Kolumbija	19,03	4,28	Velika Britanija	5,71	1,15
Koreja	4,15	2,5	Vietnam	11,5	3,85
Latvija	10,24	2,81	Zambija	22,58	15,48
Libija	10,17	0,91	ZDA	9,31	2,7
Litva	9,34	2,9			

Iz *tabele 4.2* izhaja, da je zelo dosti podjetništva zaradi nujnosti v revnih državah, v katerih posamezniki nimajo druge možnosti za preživetje, kot da se podajo v podjetništvo, čeprav za to nimajo posebnih sposobnosti ali obetavnih poslovnih priložnosti. Visoke stopnje podjetništva zaradi nuje tako že vsa leta izkazujejo afriške države. Lani je bilo največ podjetništva iz nuje v Zambiji, sledijo pa ji Malavi, Ekvador, Nigerija in Gana. Tudi sicer so stopnje podjetniške aktivnosti v teh državah zelo visoke, zato so primerjalno z drugimi državami visoke tudi stopnje podjetništva iz priložnosti. Med njimi je npr. Nigerija, ki ima največ podjetništva iz priložnosti med vsemi državami na svetu (29,42 %). Vedeti pa seveda moramo, da so vrste podjetniških priložnosti in iz njih izhajajoče poslovne aktivnosti v faktorskih gospodarstvih pomembno drugačne kot npr. v učinkovitostnih ali inovacijskih gospodarstvih. Najmanj podjetnikov iz priložnosti je bilo leta 2013 v Makedoniji, kjer jih je le 2,3 %. Višji delež podjetnikov iz nuje kot iz priložnosti najdemo le v dveh državah, in sicer v Makedoniji, kjer je podjetnikov zaradi nuje 4,05 %, in v Bosni in Hercegovini, kjer jih je 6,1 % (zaradi priložnosti pa 4,19 %).

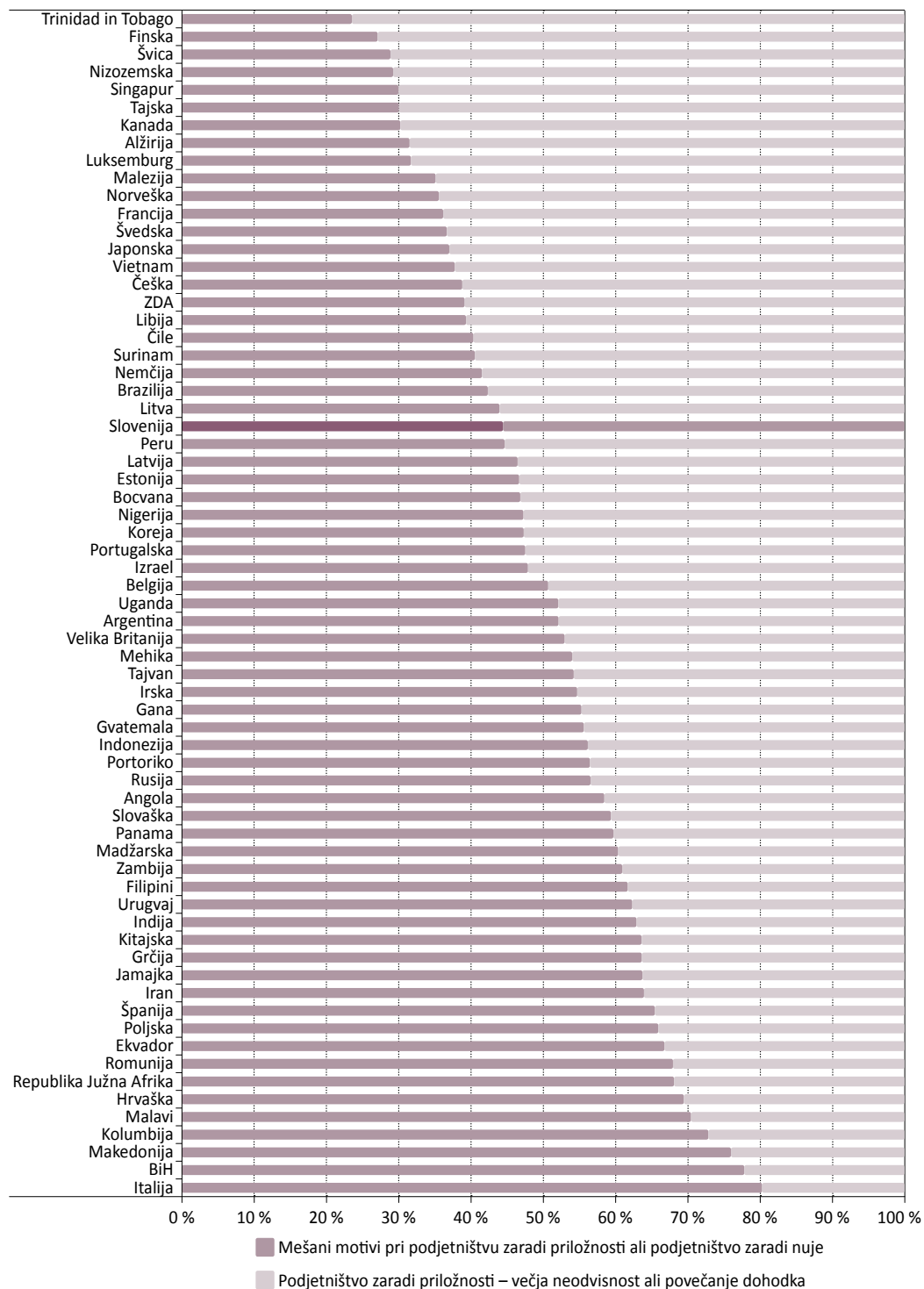
V *tabeli 4.3* je prikazan pregled najznačilnejših rezultatov obeh vrst motivov za podjetništvo. V Sloveniji je podjetnikov, ki izkoriščajo zaznane poslovne priložnosti, 4,65 %, kar je manj kot v letu 2012, ko jih je bilo 4,88 %. Hkrati se je glede na leto 2012 močno povečalo število podjetnikov zaradi nuje, in sicer je naraslo z 0,4 % v letih 2012 in 2011 na 1,55 % v letu 2013. Takšno povečanje lahko pripišemo gospodarski krizi, ki v Sloveniji še zmeraj traja, ljudje pa so zaradi izgube službe in pomanjkanja primernih novih delovnih mest prisiljeni postati podjetniki. Slovenija, ki je imela leta 2012 najnižjo stopnjo zgodnjega podjetništva zaradi nuje med državami GEM na svetu, je letos na 15. mestu med 67 vključenimi državami.

Tabela 4.3: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in zaradi nujnosti, GEM Slovenija 2013, APS

	TEA – priložnost	TEA – nužnost
Slovenija	4,65 %	1,55 %
Najvišja vrednost	Nigerija 29,42 %	Zambija 15,48 %
Najnižja vrednost	Makedonija 2,30 %	Norveška 0,25 %
Rang Slovenije med vsemi državami GEM	47/67	15/67
Rang Slovenije med evropskimi državami GEM	15/28	17/28
Rang Slovenije med inovacijskimi državami GEM	17/26	11/26
Rang Slovenije med državami EU	15/23	12/23

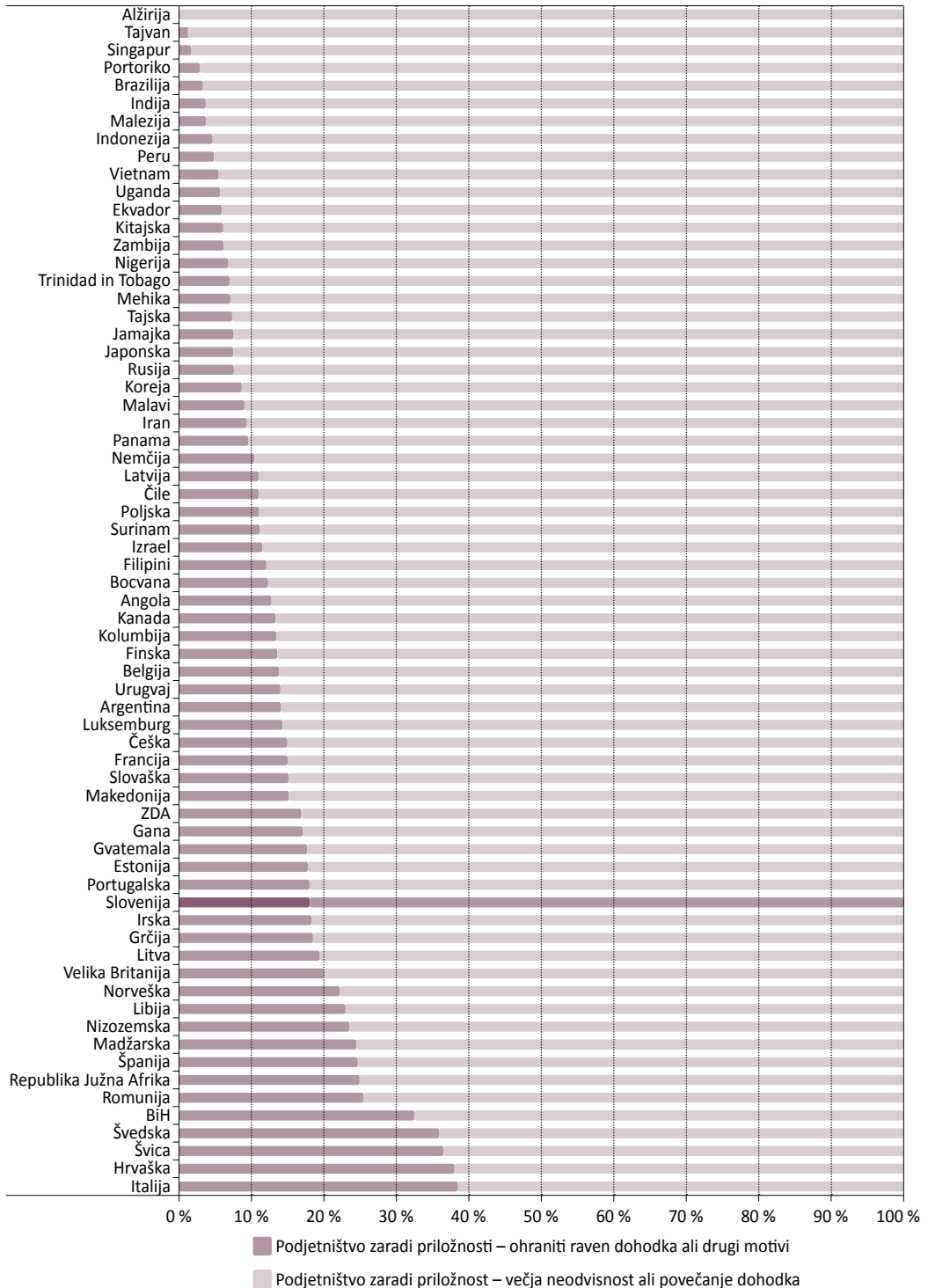
Analiza motivov za vključevanje v podjetništvo zaradi nuje in zaradi priložnosti je prikazana na *slakah 4.5* in *4.6*. S *sliko 4.5* je razvidno, da v Sloveniji prevladuje podjetništvo, motivirano z željo po večji neodvisnosti in povečanju dohodka, ki ga je 55,5 %, vendar ga je bilo leta 2012 kar za 10,2 % več. Podjetništva, motiviranega z nujo ali drugimi mešanimi motivi, je bilo v Sloveniji v letu 2013 44,5 %, v letu 2012 pa 34,3 %, torej se je razmerje bistveno poslabšalo v škodo podjetništva iz priložnosti. Najslabše razmerje med tema dvema skupinama motivov je sicer v Italiji, kjer je podjetništva zaradi nuje in z mešanimi motivi kar 80,3 %. Na drugi strani pa je največ podjetništva, motiviranega z željo po večji neodvisnosti in povečanju dohodka, v Trinidadu in Tobagu, in sicer 76,5 %.

Slika 4.5: Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo



GEM 2013, APS

Slika 4.6: Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti



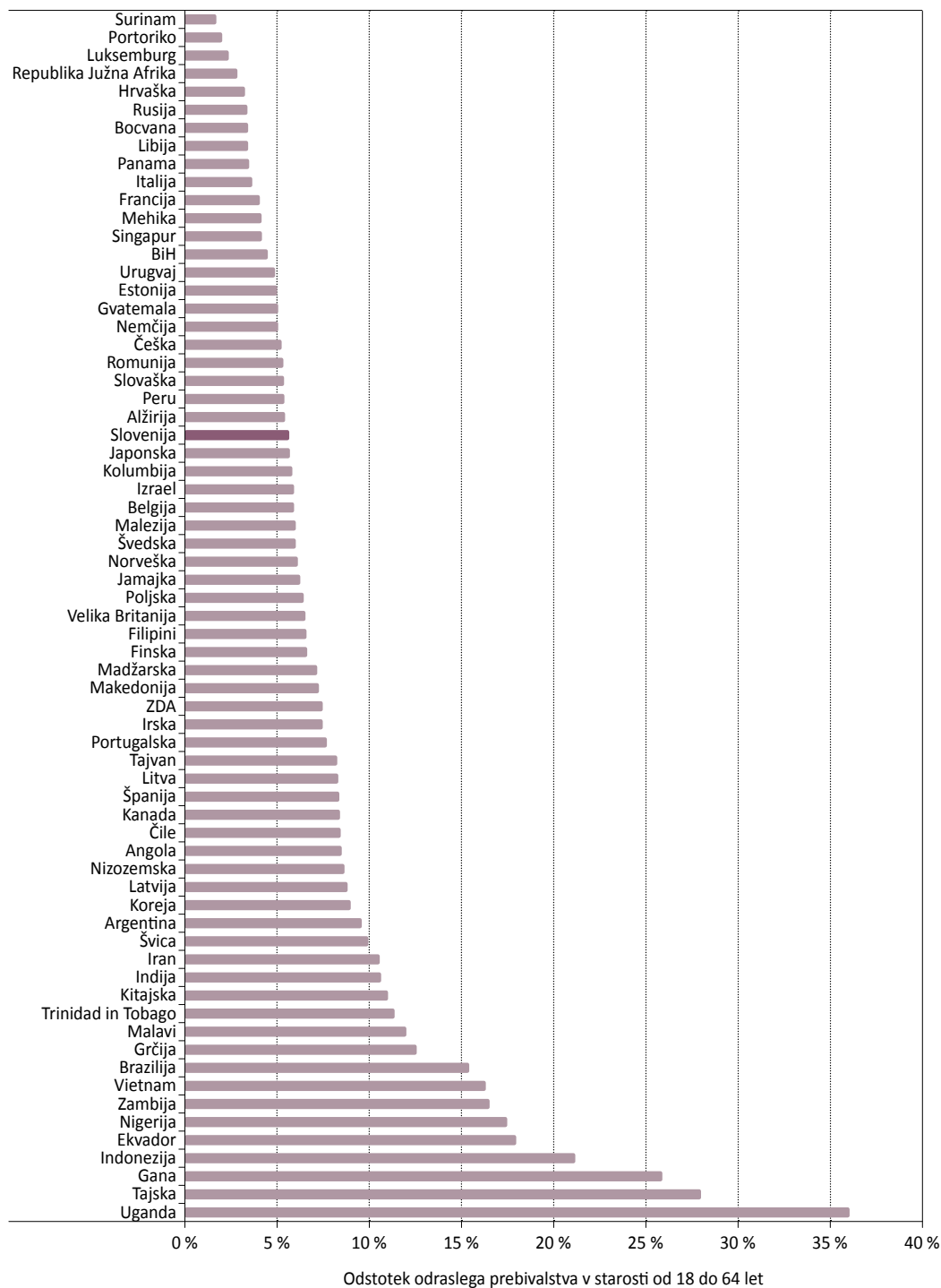
GEM 2013, APS

Podjetništvo zaradi izkoriščanja poslovnih priložnosti vsebuje tri motive, ki smo jih za potrebe analize združili v dve skupini, in sicer v (1) motiv ohranjanja ravni dohodka in (2) motiv povečanja neodvisnosti in povečanja dohodka. S *slike 4.6* je mogoče razbrati, da v vseh državah prevladuje drugi motiv, to je povečanje neodvisnosti in dohodkov. Ta struktura je dobra, saj je za večino podjetnikov zaradi priložnosti motiv izboljševanje njihovega finančnega položaja, ne le njegovo ohranjanje, in povečevanje neodvisnosti. Taki bodo skušali doseči večjo dodano vrednost svojih izdelkov in storitev, poskušali bodo biti inovativni ter dosegati čim boljšo dobičkonosnost podjetij. V Sloveniji je takih podjetnikov 81,9 %, zgodnje podjetniške aktivnosti, motivirane z ohranjanjem dohodka, pa je 18,1 %.

4.4 USTALJENI PODJETNIKI

Medtem ko zgodnja podjetniška aktivnost prispeva k dinamiki in inovativnosti v gospodarstvih, pa ustaljena podjetja in podjetniki zagotavljajo stabilne zaposlitve ter izkoriščajo znanje, pridobljeno v prejšnjih fazah poslovanja. Ustaljeni podjetniki so v raziskavi GEM posamezniki, ki so lastniki in managerji podjetij več kot tri leta in pol. Deleži ustaljenih podjetnikov se med posameznimi državami bistveno razlikujejo, če jih primerjamo z zgodnjo podjetniško aktivnostjo. V splošnem je v državah v razvoju (faktorska gospodarstva) stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti visoka, ustaljenih podjetnikov pa je velikokrat malo. Obratna situacija je v inovacijskih državah. Razloga za to sta dva. Prvič, v razvitih, inovacijskih državah je ponudba zaposlitev bistveno večja in kakovostnejša kot v faktorskih gospodarstvih, zato manj posameznikov izbere podjetniško pot in so stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti v teh državah nižje. Drugič, v okolju, v katerem je podjetniški ekosistem dobro razvit, je verjetnost preživetja v zgodnjih podjetniških fazah višja kot v manj razvitih ekosistemih, zato več podjetij preživi prve kritične faze poslovanja in postanejo ustaljena podjetja.

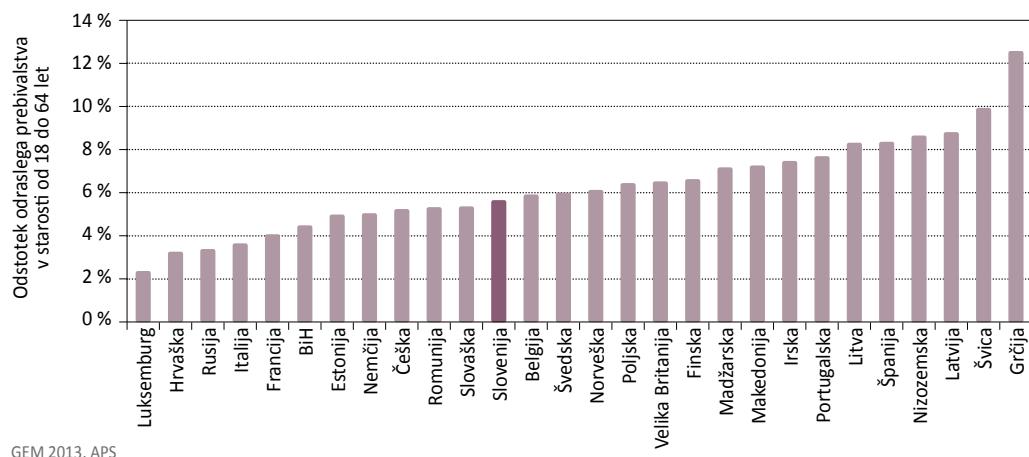
Slika 4.7: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v vseh državah GEM



V Sloveniji je bilo v letu 2013 med odraslim prebivalstvom 5,68 % ustaljenih podjetnikov, leto poprej pa 5,79 %. Kot je razvidno s *slike 4.7*, je najmanjša stopnja ustaljenega podjetništva v Surinamu (1,71 %), Portoriku (2,09 %) in Luksemburgu (2,39 %). Največ ustaljenih podjetnikov najdemo v Ugandi (36,09 %), na Tajskem (28,02 %) in v Gani (25,93 %).

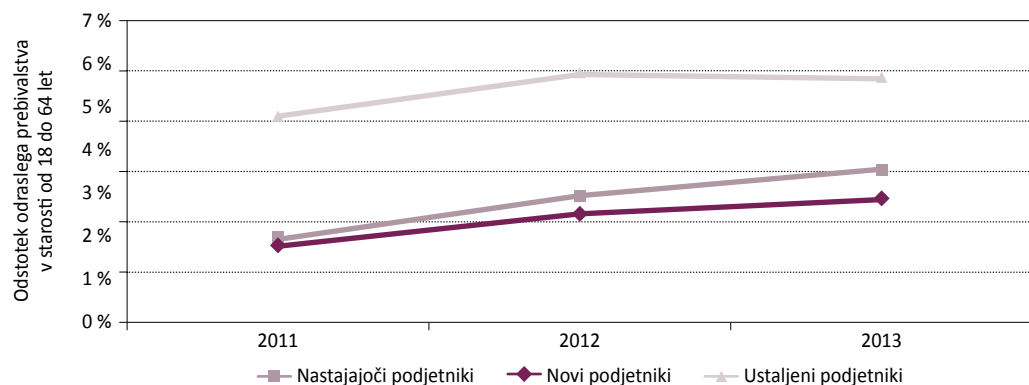
Kot je razvidno s *slike 4.8*, je Slovenija glede na delež ustaljenih podjetnikov malo pod sredino med evropskimi državami. Najmanj ustaljenih podjetnikov je v Luksemburgu (2,39 %) in na Hrvaškem (3,28 %), največ pa v Grčiji (12,6 %) in Švici (9,96 %).

Slika 4.8: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v evropskih državah GEM



GEM 2013, APS

Slika 4.9: Vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo v Sloveniji od leta 2011 do leta 2013



GEM Slovenija 2013, APS

Časovna vrsta od leta 2011 do leta 2013 na *sliki 4.9*, ki prikazuje vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo v Sloveniji, kaže osnovni trend sprememb med nastajajočimi, novimi in ustaljenimi podjetniki. V zadnjih treh letih je opazen trend naraščanja zgodnje podjetniške aktivnosti, pred tem pa smo tri leta beležili njen upad. Vsa opazovana leta je bilo nastajajočih

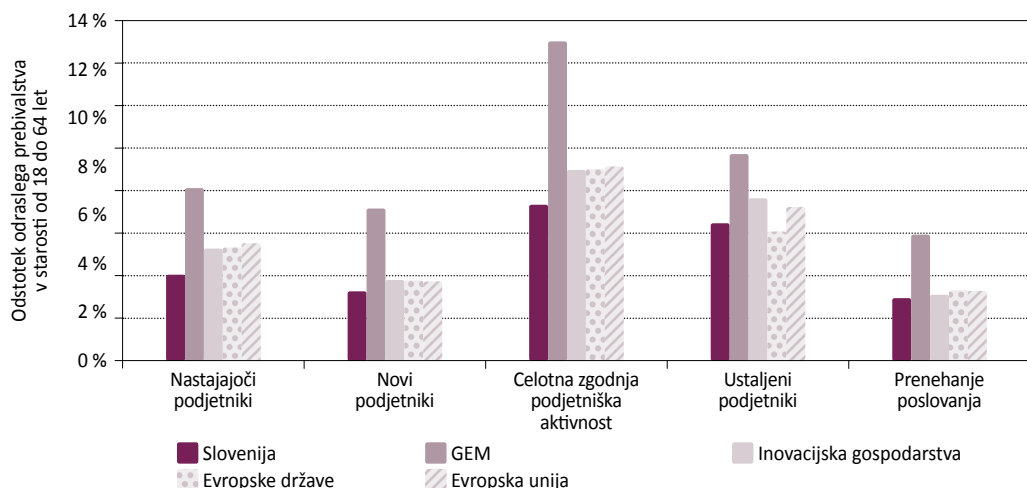
podjetnikov več kot novih, razen leta 2010. Dinamika sprememb pri ustaljenih podjetnikih je manjša kot pri zgodnji podjetniški aktivnosti, čeprav tudi tukaj beležimo rast v letih 2011 in 2012, pred tem in v letu 2013 pa je bilo zaznati njihov minimalni upad.

Primerjava podjetniške aktivnosti v posameznih fazah v Sloveniji z različnimi skupinami držav je prikazana v *tabeli 4.4* in na *sliki 4.10*. Vidimo, da je v Sloveniji nastajajočih in novih podjetnikov – in s tem tudi celotne zgodnje podjetniške aktivnosti – manj kot v kateri koli primerjani skupini držav. Tudi primerjava ustaljenih podjetnikov v Sloveniji kaže, da jih je manj kot v preostalih kategorijah, razen pri primerjavi z evropskimi državami GEM. Je pa v Sloveniji primerjalno prenehalo poslovati najmanj podjetnikov, seveda gledano na povprečje primerjanih preostalih štirih skupin držav. V splošnem lahko ugotovimo, da so rezultati podjetniške aktivnosti v Sloveniji zelo blizu povprečja inovacijskih gospodarstev, evropskih držav GEM in EU-držav GEM, bistveno pa se razlikujejo od povprečja vseh držav GEM.

Tabela 4.4: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po skupinah držav, GEM 2013, APS

Delež odraslega prebivalstva	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropska unija	Evropske države
nastajajoči podjetniki	3,58	7,13	4,65	4,85	4,68
novi podjetniki	2,87	6,29	3,35	3,27	3,33
celotna zgodnja podjetniška aktivnost	6,45	13,18	7,89	8,01	7,91
ustaljeni podjetniki	5,68	8,52	6,72	6,35	5,34
prenehanje poslovanja	2,59	5,22	2,75	2,9	2,92

Slika 4.10: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po skupinah držav

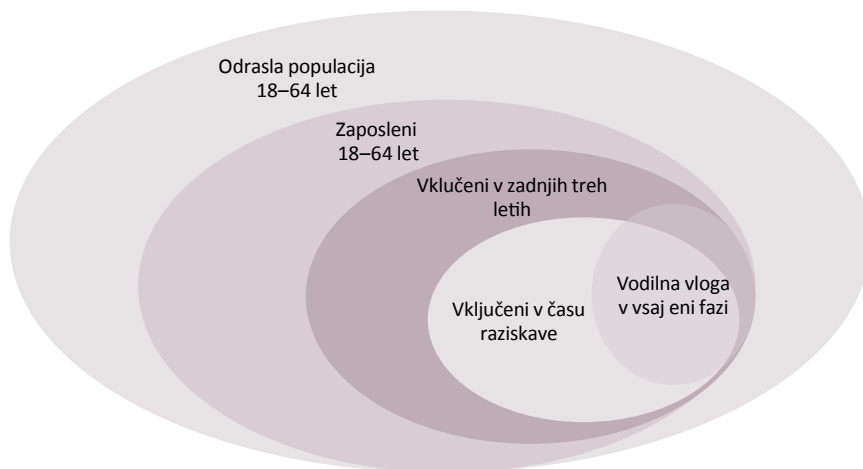


GEM Slovenija 2013, APS

4.5 PODJETNIŠKA AKTIVNOST ZAPOSLENIH

V raziskovanju podjetništva obstaja jasna razlika med samostojnim in notranjim podjetništvom. Raziskava GEM od leta 2011 proučuje tudi notranje podjetništvo, saj je pilotna študija leta 2008 pokazala, da podjetni zaposleni predstavljajo pomemben vidik podjetništva. Notranje podjetništvo namreč izkorišča poslovne priložnosti, prispeva k ustanavljanju novih podjetij, uvajanju novih izdelkov in storitev ter k inovativnosti. GEM opredeljuje podjetniško aktivnost zaposlenih kot »zaposlene, ki razvijajo nove aktivnosti za glavnega delodajalca, kot so razvoj ali lansiranje novih izdelkov ali storitev ali odpiranje nove poslovne enote, ustanove ali podružnice« (Bosma et al. 2012). Vključuje široko in ozko opredelitev. Široka opredelitev pomeni vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost in vodilno vlogo v preteklih treh letih, ozka pa predstavlja aktualno vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost in vodilno vlogo (Bosma et al. 2012). Razmerja med posameznimi opredelitvami skupin podjetnih zaposlenih so prikazana na *sliki 4.11*.

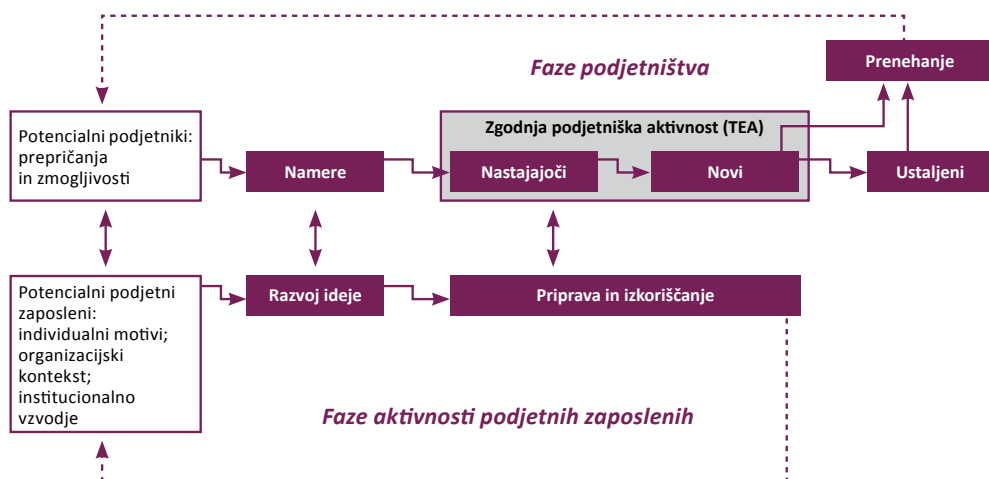
Slika 4.11: Razmerja med skupinami podjetniško aktivnih zaposlenih



GEM EEAR 2013

Sicer pa je notranjepodjetniška aktivnost zaposlenih razdeljena na dve fazi, kot sta prikazani na *sliki 4.12*. Prva faza se nanaša na razvoj idej za novo dejavnost, druga pa na planiranje in izvedbo novih dejavnosti. V povprečju je podjetniška aktivnost zaposlenih nižja od celotne zgodnje podjetniške aktivnosti. Vendar pa je moč opaziti, da je v faktorskih gospodarstvih notranjepodjetniška aktivnost zaposlenih izjemno redka, zgodnja podjetniška aktivnost pa zelo velika. Le v inovacijskih državah je raven notranjepodjetniške aktivnosti približno enaka kot raven zgodnje podjetniške aktivnosti. V najrazvitejših državah je povprečno slabih 5 % odraslega prebivalstva aktivno vključenega v razvoj novih poslovnih aktivnosti za svojega delodajalca. Tj. i. podjetni zaposleni so manj številni v tranzicijskih državah, kjer jih je v povprečju le 1,8 %, medtem ko so v državah razvoju zelo redki, saj jih je le 0,3 %.

Slika 4.12: Faze podjetniškega procesa notranjih podjetnikov



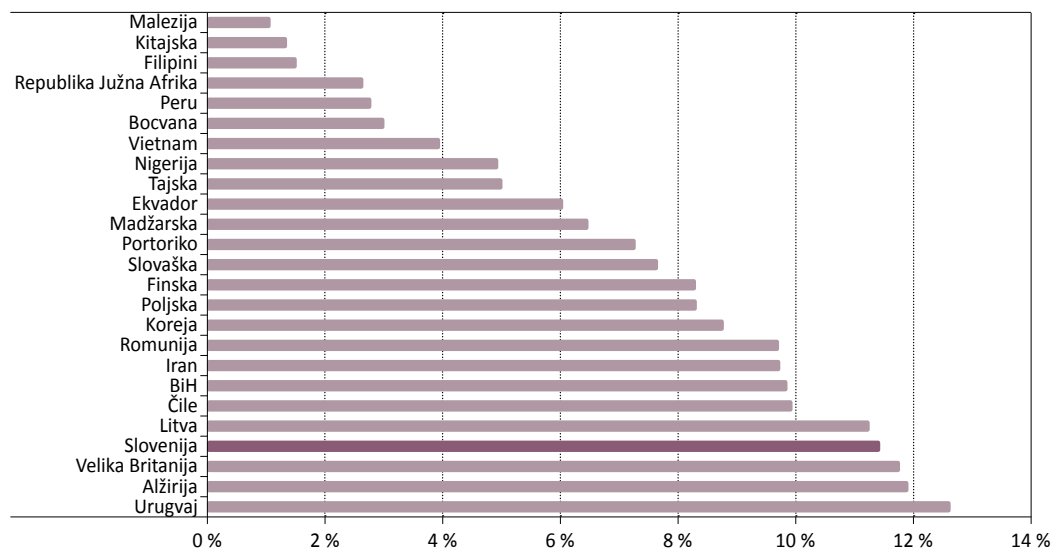
Pregled podjetniške aktivnosti zaposlenih v Sloveniji in njeno spreminjanje v letih glede na različne opredelitve sta prikazana v tabeli 4.5. Izkoriščanje podjetniškega potenciala zaposlenih je pomembno predvsem za ustaljena in večja podjetja, v katerih se klasični podjetniški duh velikokrat izgubi. Podjetnih zaposlenih, ki imajo vodilno vlogo pri podjetniških aktivnostih, je bilo v letu 2013 med vsemi zaposlenimi v Sloveniji 9,8 % (ozka opredelitev) in jih je v zadnjih treh letih za 2,4 % več, kar kaže na to, da podjetja vse bolj izkoriščajo podjetniški potencial svojih zaposlenih.

Tabela 4.5: Podjetniška aktivnost zaposlenih v letih od 2011 do 2013 v Sloveniji, GEM Slovenija 2013, APS

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

Podjetni zaposleni so redek vir, saj jih je v povprečju na svetu le slabe 3 %. Leta 2013 so podjetne zaposlene v raziskavi proučevali le v nekaterih državah (skupaj 25), kar je razvidno s slike 4.13, na kateri je prikazan odstotek podjetnih zaposlenih, ki so aktivno vključeni v vsaj eno fazo v zadnjih treh letih in imajo v njej vodilno vlogo. Kot je razvidno s slike 4.13, je najvišja stopnja podjetniške aktivnosti zaposlenih v Urugvaju (12,66 %) in Alžiriji (11,94 %), najnižja stopnja pa v Maleziji (1,08 %) in na Kitajskem (1,36 %). Med devetimi evropskimi državami imata najnižjo raven podjetnih zaposlenih Madžarska (6,49 %) in Slovaška (7,68 %), najvišjo pa Velika Britanija (11,8 %) in Slovenija (11,46 %).

Slika 4.13: Podjetniška aktivnost zaposlenih*



GEM Slovenija 2013, APS

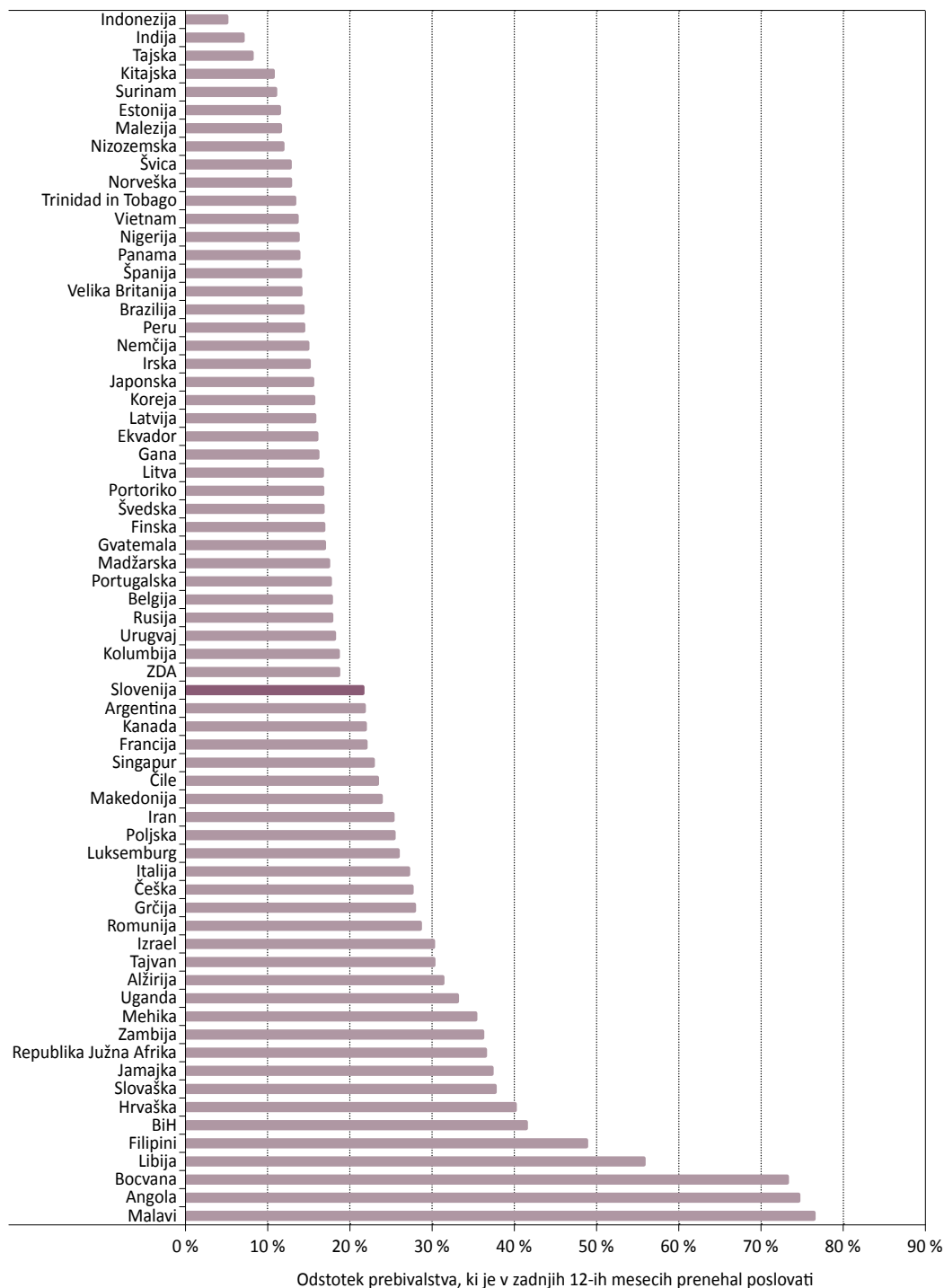
* Podjetni zaposleni, ki so aktivno vključeni v vsaj eno fazo v zadnjih treh letih in imajo v njej vodilno vlogo, kot % zaposlenih

4.6 PRENEHANJE POSLOVANJA

Podjetniški proces zajema tudi prenehanje poslovanja, zato raziskava GEM posveča pozornost tudi posameznikom, ki so prenehali poslovati v zadnjih 12 mesecih. Mera prenehanja poslovanja skupaj z indeksom TEA kaže na dinamiko v podjetniškem procesu. V splošnem stopnja prenehanja poslovanja upada z naraščanjem stopnje razvitosti gospodarstva, vendar obstajajo razlike med posameznimi skupinami držav. Na višanje stopenj prenehanja poslovanja v nekaterih inovacijskih državah Evrope je vplivala tudi gospodarska kriza (npr. v Španiji in Grčiji).

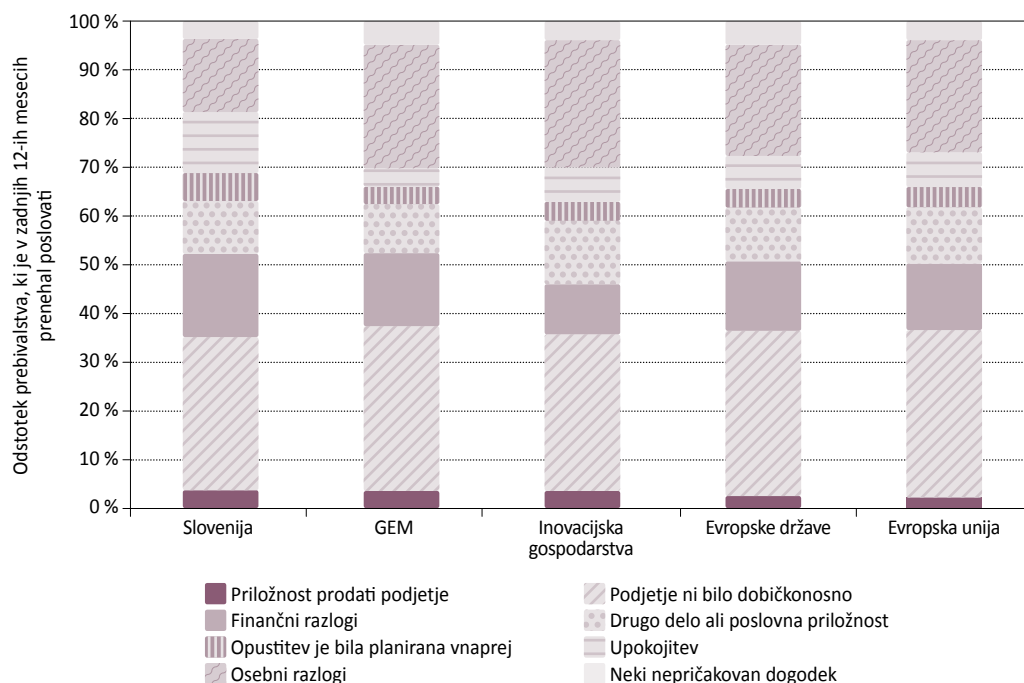
Dinamiko prenehanja poslovanja prikazujemo z *opustitvenim indeksom*. Ta indeks predstavlja delež prebivalstva, ki je v zadnjih 12 mesecih prenehal poslovati, v celotni podjetniški aktivnosti in je za vse države GEM prikazan na *sliki 4.14*. Najnižji opustitveni indeks je v Indoneziji (5,24 %), Indiji (7,24 %) in na Tajskem (8,34 %), najvišji pa je v Malaviju (76,79 %), Angoli (74,94 %) in Bocvani (73,55 %). Med evropskimi državami imajo najnižji opustitveni indeks Estonija (11,66 %), Nizozemska (12,09 %) in Švica (12,98 %), najvišjega pa BiH (41,74 %), Hrvaška (40,42 %) in Slovaška (37,95 %). V Sloveniji je posel opustilo 2,59 % odraslega prebivalstva, kar predstavlja 21,85 % celotne podjetniške aktivnosti. Opustitveni indeks je leta 2013 bistveno narasel v primerjavi z letom poprej, ko je znašal 14,4 %.

Slika 4.14: Opustitev poslovanja v državah GEM



Za prenehanje poslovanja obstaja cela vrsta razlogov. Raziskava GEM proučuje šest skupin teh razlogov, ki so za Slovenijo in izbrane skupine držav prikazani na *sliki 4.15*. Najpogostejši razlog v vseh gospodarstvih je nedobičkonosnost poslovanja, ki predstavlja približno eno tretjino vseh razlogov. Ob tem so pomembni še osebni in finančni razlogi, ki prevladujejo, drugi razlogi pa so redkejši.

Slika 4.15: Razlogi za prenehanje poslovanja



GEM Slovenija 2013, APS

V Sloveniji se struktura nekaterih razlogov za prenehanje poslovanja razlikuje od strukture v primerjanih državah. Slovenija izstopa predvsem pri prenehanju poslovanja zaradi upokojitev (12 %), ki jih je v preostalih državah povprečno precej manj. Pomembni so bili tudi finančni razlogi, ki so bili v 17 % razlog za opustitev poslovanja, medtem ko so bili npr. v inovacijskih gospodarstvih razlog v 10 %. Je pa bilo v Sloveniji skoraj 6 % primerov prenehanja poslovanja planiranih vnaprej, medtem ko jih je bilo v preostalih državah manj (med 3,5 in 4 %). Manj pogosti kot v drugih državah so bili v Sloveniji osebni razlogi (15 %, v primerjanih skupinah držav pa med 23 in 26 %).

Hine Alex Vrtačnik, podjetnik, Svetloba, d. o. o.

REFLECTA 



Uspešen podjetnik Hine Alex Vrtačnik, ustanovitelj in tehnični direktor podjetja Svetloba, d. o. o., se je s podjetništvom srečal že v srednji elektrotehniški šoli. Na začetku kariere se je preizkušal na različnih področjih in nekaj časa preživel tudi v Nemčiji. Tam se je med drugim ukvarjal tudi s projektiranjem industrijskih sistemov razsvetljave in se dodobra podučil o slabostih obstoječe problematike na tem področju. Ko se je vrnil v Slovenijo, je začel z ekipo razvijati industrijske sisteme razsvetljave, ki bi na bistveno višji ravni zadovoljevala potrebe industrijskega osvetljevanja tako na področju energijske varčnosti kot ugodnih delovnih razmer. Tako je Hine s sodelavci razvil inteligentni sistem razsvetljave z imenom Reflecta, ki podjetjem omogoča prihranke tudi do nekaj 100.000 EUR letno. Za svoje inovacije je sam ali v soavtorstvu prejel vrsto priznanj. Pri razvoju sodelujejo tudi z zunanjimi razvojnimi centri. Inteligentni sistem razsvetljave Reflecta je bil razvit v sodelovanju z zunanjimi partnerji, pri preboju na trg pa so tesno sodelovali z raziskovalci Fakultete za elektrotehniko Univerze v Ljubljani, Inštitutom Jožef Stefan, Slovenskim inštitutom za kakovost in meroslovje (SIQ), Tehnološkim parkom Ljubljana in Gospodarsko zbornico Slovenije. Danes je njegovo podjetje Svetloba, d. o. o., na področju inteligentnih sistemov razsvetljave vodilno ne samo v Sloveniji, temveč tudi v svetovnem vrhu. Podjetje ima razvit celovit menedžment spremljanja delovnega procesa proizvodnje inteligentnih sistemov. Sledijo in preverjajo poreklo vseh vgrajenih materialov, ki morajo biti nadstandardne kakovosti. Vse postopke združujejo in potrjujejo s testi in certifikati, ki so dokazilo ustrezne kvalitetne izdelave.

Svojim strankam, kot so npr. Toyota Peugeot Citroën Automobile (TPCA), Kia, Hyundai, Litostroj Power, Fructal, Alples, in mnogim drugim so s svojimi inovativnimi pristopi in proizvodi prihranili nad 80 % stroškov za razsvetljavo, hkrati pa so dosegli občutno izboljšano osvetljenost (tudi do 500 %). Neposredni ekonomski učinki inteligentnih sistemov razsvetljave Reflecta so merljivi in so vzvod dvigovanja dodane vrednosti in mednarodne konkurenčnosti podjetij.

Kot pravi Hine, se proces ni zgodil čez noč, na način »hevreka«. Ker je trg že obstajal, so prvo serijo rešitev naredili kar za konkretno stranko, pri čemer je od ideje do prve serije trajalo več kot tri leta. Svojevrsten preboj je podjetje doseglo, ko se je za naročilo njihovih rešitev odločil koncern Toyota Peugeot Citroën Automobile (TPCA). Po skoraj letu dni testiranja je koncern TPCA izbral in odobril Reflecto kot edino stropno svetilko v tovarni. S celotnim projektom bo TPCA prihranil več kot 250.000 EUR samo v eni njihovi tovarni, ob povračilni dobi investicije 2,17 leta. Na koncu jim bo 1.250 svetilk Reflecta prihranilo 1.770.519 kWh letno. Posebej so v podjetju ponosni na inovativen poslovni model za svoje stranke, ki so ga poimenovali projekt Zero, s katerim podjetjem omogočajo, da staro razsvetljavo zamenjajo z učinkovitejšim sistemom razsvetljave. Podjetja investicijo odplačajo s prihranki električne energije in lahko takoj ustvarjajo dobiček. Podjetje Svetloba pa svojim strankam uredi tudi pridobitev nepovratnih sredstev. V podjetju so odprti za sodelovanje s podjetji in ustanovami iz cele Slovenije in seveda tudi širše, saj se širijo tudi na globalni trg. Trenutno je Slovenija še vedno njihov glavni prodajni trg, se pa močno trudijo, da bi se to v prihodnje povsem spremenilo. Trenutno so prisotni na trgih Češke, Slovaške, Združenih arabskih emiratov, Jordanije, Avstrije, Nemčije, Hrvaške, Srbije in Črne gore, naslednje leto se nameravajo podati tudi v ZDA in Kanado, spogledujejo pa se tudi že z Brazilijo.

Hine Alex je mnenja, da uspevajo predvsem strukture, ki združujejo potrebna znanja v enotni blagovni znamki. Če podjetje ne obvladuje znanja celotnega procesa, od inovacije do prodaje končnemu kupcu, ne more hitro rasti in je dolgoročno bolj izpostavljeno neusmiljenim zakonom trga.

5 Demografske značilnosti slovenskega podjetništva

5.1 STAROST

Podatki raziskave GEM kažejo, da je podjetniško aktivnost mogoče začeti v katerem koli starostnem obdobju v posameznikovem življenju. Kot najaktivnejše starostno obdobje za zgodnjo podjetniško aktivnost se v vseh državah, ki jih zajema raziskava GEM, v povprečju že vrsto let kaže starostna skupina od 25 do 35 let. Tudi v Sloveniji smo v preteklosti ugotavljali podobno stanje, ki pa se je leta 2012 spremenilo in ostalo podobno tudi v letu 2013. Največ zgodnje podjetniške aktivnosti imamo v zadnjih dveh letih v starostni skupini od 35 do 44 let. Teh podjetnikov je skoraj 33 % (tabela 5.1). Sklepamo lahko, da je takšen trend povezan z zaskrbljujočim večanjem brezposelnosti mladih, ki velja tako za Slovenijo kakor tudi za celotno Evropsko unijo. Podoben trend kot v Sloveniji je značilen tudi za skupino inovacijskih gospodarstev, kamor spada večina evropskih držav.

Tabela 5.1: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2013, APS

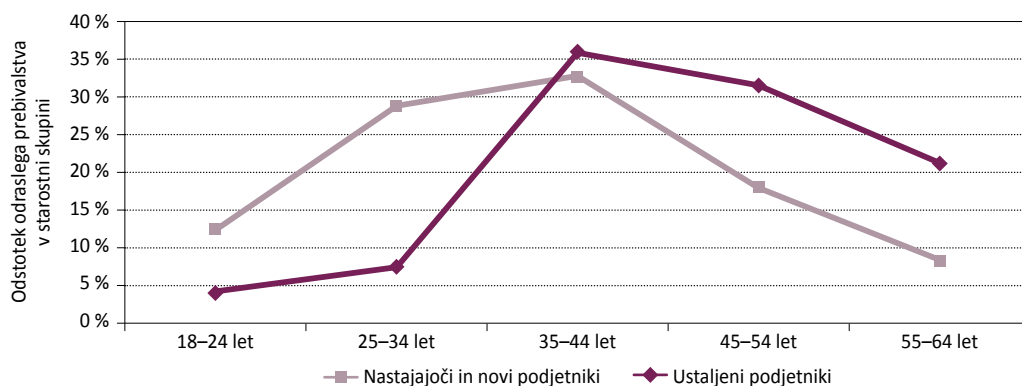
Starost podjetnikov	Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov*				
	Slovenija	GEM	inovacijska gospodarstva	evropske države	Evropska unija
18–24 let	12,25	15,58	10,93	12,99	12,79
25–34 let	28,83	31,5	27,89	30,05	30,46
35–44 let	32,81	26,09	28,57	27,05	27,08
45–54 let	17,86	18,2	21,92	20,47	20,53
55–64 let	8,25	8,63	20,69	9,44	9,14

*Izračunana so netehtana povprečja.

Največ nastajajočih in novih podjetij v vseh sodelujočih državah GEM ustvarijo posamezniki v starostnem obdobju od 25 do 44 let (57,6 %), z višanjem starosti pa zgodnja podjetniška aktivnost upada (Arenius in Minniti 2005; Lévesque in Minniti 2006). Razlogov za takšno stanje je seveda več. Starejši ljudje so manj odprti za pridobivanje novih izkušenj in spremembe. Soočajo se z višjimi oportunitetnimi stroški (Shane 2003) svojih odločitev. Z leti so si sicer pridobili veliko izkušenj, osebnega premoženja, poznanstev, ki bi eventualno lahko prispevali k lažjemu vstopu v podjetniško kariero, zlasti kadar gre za iskanje in pridobivanje ustreznih virov, vendar ne gre pozabiti, da so sočasno vlagali napore v izgradnjo obstoječe karierni poti, ki jim zagotavlja socialno varnost, blagostanje družine ipd. Spodbude in pričakovane koristi od podjetniške aktivnosti morajo biti v tem primeru bistveno bolj privlačne kot pri mlajših posameznikih, ki se pri svojih odločitvah za podjetniško kariero s tovrstnimi dilemami ne soočajo.

Primerjava zgodnje podjetniške aktivnosti z ustaljeno kaže, da je v slednji prav tako najbolj aktivna starostna skupina podjetnikov med 35. in 44. letom. Sledi ji skupina podjetnikov v starostnem obdobju od 45. do 54. leta. Skupaj predstavljata 67,34 % podjetniške aktivnosti ustaljenih podjetnikov. Rezultati drugih proučevanih skupin držav kažejo drugačne rezultate, da namreč največji delež ustaljenih podjetnikov prihaja iz starostne skupine od 45 do 54 let (tabela 5.2). Takšen rezultat je pričakovan, saj pot do uspešne podjetniške kariere zahteva določene izkušnje, ki jih posameznik pridobi s starostjo, so pa pomemben vir znanja in potencial za prenašanje tega znanja na nove, mlajše generacije. Zato so še kako pomembni mentorski programi za spodbujanje podjetniške aktivnosti med mladimi, ki jih danes v Sloveniji izvajajo zelo različni akterji, pogosto v medsebojnem sodelovanju in prepletenosti. Omenimo naj aktivnosti in programe, ki so trajnejše narave, npr. program Go:Global, CEED klub, Start:up vikendi, konferenca PODIM, podjetniški vikendi, Go International, dogodki in aktivnosti Initiative Start:up Slovenija, Imagine Cup, Start:up mreženja, Internet vikend, Startup muesli, Co:Working Slovenija, Spletne urice, konferenca Coinvest in mnoge druge.

Slika 5.1: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost



GEM Slovenija 2013, APS

Ko govorimo o ustaljenih podjetnikih, ne gre spregledati dejstva, da podobno kot v mnogih evropskih državah tudi med slovenskimi malimi in srednje velikimi podjetji prevladujejo družinska podjetja. V nasprotju z večino evropskih gospodarstev z dolgoletno podjetniško tradicijo so slovenska družinska podjetja relativno mlada. Več kot 80 % družinskih podjetij je še vedno v lasti ustanoviteljev (Glas et al. 2004; Duh in Tominc 2006), lastniki druge in tretje

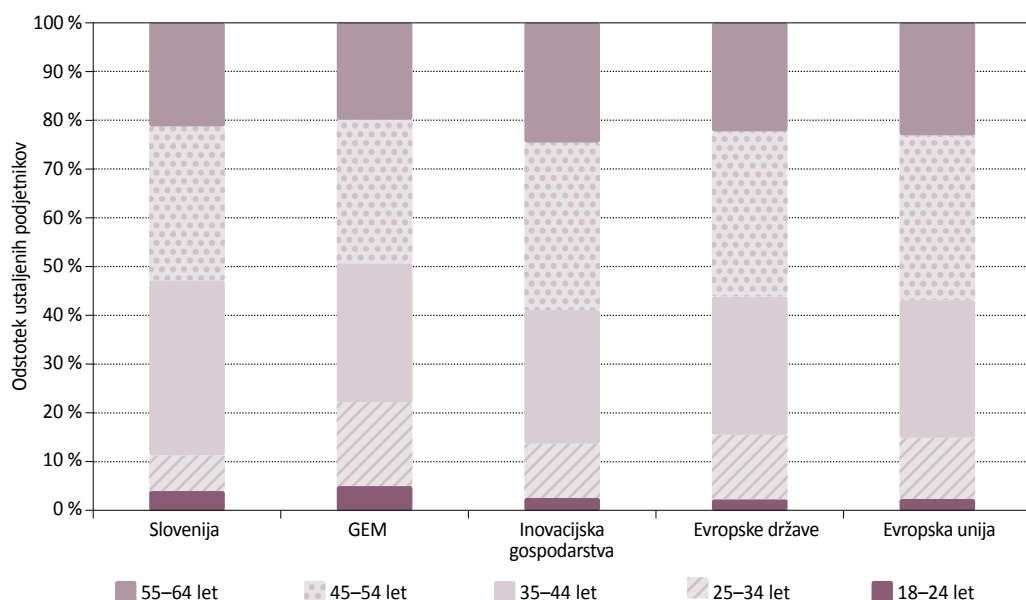
generacije so precej manj pogosti. Takšno stanje seveda pomeni, da imajo slovenska ustaljena podjetja zelo malo izkušenj s prenosom lastništva in upravljanja (Duh in Tominc 2005; Duh et al. 2007) in da bodo v prihodnjih letih izjemnega pomena projekti lastniškega prestrukturiranja tega pomembnega segmenta ustaljenih podjetij (Širec in Rebernik 2012).

Tabela 5.2: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2013, APS

Starost podjetnikov	Odstotek ustaljenih podjetnikov*				
	Slovenija	GEM	inovacijska gospodarstva	evropske države	Evropska unija
18–24 let	4,05	5,1	2,64	2,34	2,43
25–34 let	7,3	17,26	11,16	13,25	12,57
35–44 let	35,89	28,57	27,52	28,47	28,27
45–54 let	31,54	29,6	34,53	33,89	33,84
55–64 let	21,22	19,92	24,66	22,29	23,1

*Izračunana so netehtana povprečja.

Slika 5.2: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav



GEM 2013, APS

Na *sliki 5.2* je prikazano, da je distribucija ustaljenega podjetništva med proučevanimi skupinami držav zelo podobna. Slovenija izraziteje odstopa le v starostni skupini od 35 do 44 let, v kateri v povprečju za kar 8 % presega deleže ustaljenih podjetnikov v preostalih proučevanih skupinah držav. Znatno nižji od splošnega povprečja je delež mladih ustaljenih podjetnikov v starosti od 25 do 34 let. Teh je v Sloveniji le dobrih 7 %, medtem ko se v preostalih proučevanih skupinah ta delež giblje med 11 in 17 %. Stanje je seveda povezano z že ugotovljeno nizko stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti mladih in njihove težke zaposljivosti, ki izhaja iz visoke stopnje brezposelnosti mladih v Sloveniji. Kot kaže, mladi premalo zaznavajo poslovne priložnosti in so tudi manj uspešni pri spreminjanju teh priložnosti v trajnejše oblike ustaljene podjetniške aktivnosti. Vladne politike bi zato svoje programe morale nujno usmeriti k tej starostni populaciji, v kateri je z različnimi programi in aktivnostmi zagotovo mogoče največ prispevati k zaznavanju podjetniške kariere kot zaželene izbire poklicne poti. Seveda pa je treba mlade s programi izobraževanja najprej usposobiti za prepoznavanje poslovnih priložnosti ter jim pomagati razviti znanja in veščine, potrebne za njihovo udeležanje.

5.2 PODJETNIŠTVO IN MLADI

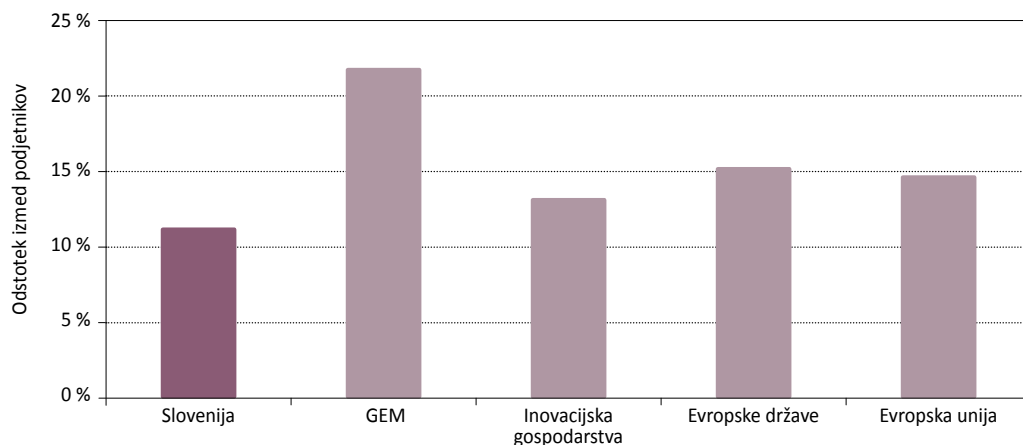
Razmere na trgu dela so se v obdobju 2009–2012 močno zaostrole. Za trg dela v Sloveniji je značilna visoka segmentacija; starostna segregacija in strukturna neskladja pa so se v zadnjem obdobju še okrepila. V zadnjem letu je tudi močno porasla brezposelnost mladih (MG 2013). Tudi v EU stopnja brezposelnosti mladih že več let narašča. Po podatkih ILO (International Labour Office 2013) je bilo leta 2013 že 73 milijonov mladih brezposelnih, kar pomeni, da je verjetnost brezposelnosti med mladimi kar trikrat tolikšna kot med odraslo populacijo. GEM definira mlade kot posameznike v starostni skupini med 18. in 34. letom in jih primerja s preostalo odraslo populacijo (od 35 do 64 let).

Mlade generacije, ki so danes v fazi izobraževanja, končujejo izobraževanje in vstopajo na trg dela, ter mladi, ki so brezposelni, predstavljajo izjemno pomemben del ponudbene strani trga dela. Zaradi izrazito negativnih demografskih trendov si Slovenija ne more privoščiti, da bi se zaradi sedanjega premajhnega povpraševanja na trgu dela ta potencial začel izgubljati in s tem že na srednji rok povzročil krizo na trgu dela zaradi pomanjkanja delavcev, torej krizo zaradi premajhne ponudbe (MDDSZ in ZRSZ 2013, 38). Organizacije in pobude, kot so ILO20, Združeni narodi, Svetovna banka in YBI (Youth Business International), izpostavljajo številne prednosti spodbujanja podjetništva med mladimi (Kew et al. 2013):

- podjetništvo mladih je možnost za ustvarjanje delovnih mest za mlade, saj obstaja večja verjetnost, da bodo ti zaposlovali svoje vrstnike;
- mladi podjetniki se še posebej odzivajo na nove poslovne priložnosti in trende;
- mladi so aktivni v hitro razvijajočih se panogah;
- mladi s podjetniškimi sposobnostmi so boljši zaposlovalci;
- mladi ljudje so bolj inovativni in pogosto ustvarjajo nove oblike samostojnega dela;
- mladi, ki so samozaposleni, so bolj zadovoljni z življenjem;
- podjetništvo ponuja brezposelnim ali deprivilegiranim mladim priložnost za izgradnjo trajnostnih pogojev za preživetje ter priložnost za vključitev v družbo;
- podjetniške izkušnje in/ali izobraževanje pomagajo mladim razviti nova znanja, uporabna tudi v drugih življenjskih izzivih; sposobnosti, npr. zaznavanje priložnosti, inovativnost, kritična miselnost, odpornost, odločanje, timsko delo in vodenje, pa koristijo vsem mladim ne glede na to, ali se nameravajo zaposliti ali nadaljevati svojo kariero kot podjetniki.

Podobno kot smo ugotovili že v poglavju o starostni strukturi ustaljenih podjetnikov, lahko s slike 5.3 razberemo, da je delež mladih med ustaljenimi podjetniki v Sloveniji najnižji in znaša 11,34 %. K takšni neugodni strukturi med drugim zagotovo prispeva tudi premalo podprto podjetniško izobraževanje. Visoka stopnja brezposelnosti med mladimi, še zlasti tistimi s terciarno izobrazbo, ki lahko predstavljajo pomemben razvojni potencial, tako zahteva temeljit razmislek. Prvič, ali imajo visokošolske institucije v Sloveniji primerne izobraževalne programe, in drugič, ali so diplomanti teh programov primerno usposobljeni za zahteve, ki jih postavljajo trg delovne sile in delodajalci. Slednji bi morali biti izraziteje vključeni v faze priprave in izvedbe izobraževalnih programov za podjetnost in podjetništvo. Brez podjetnih posameznikov, ki so sposobni najti nove poslovne priložnosti v podjetju ali samostojno, ustvarjati nove podjeme in ustanavljati podjetja s potencialom rasti, pač ni razvoja, ne gospodarskega in posledično tudi ne družbenega. Za navedene ključne probleme slovenskega izobraževalnega sistema bi zato morali skupaj iskati rešitve nosilci politike izobraževanja in zaposlovanja ter socialni partnerji, še zlasti pa delodajalci.

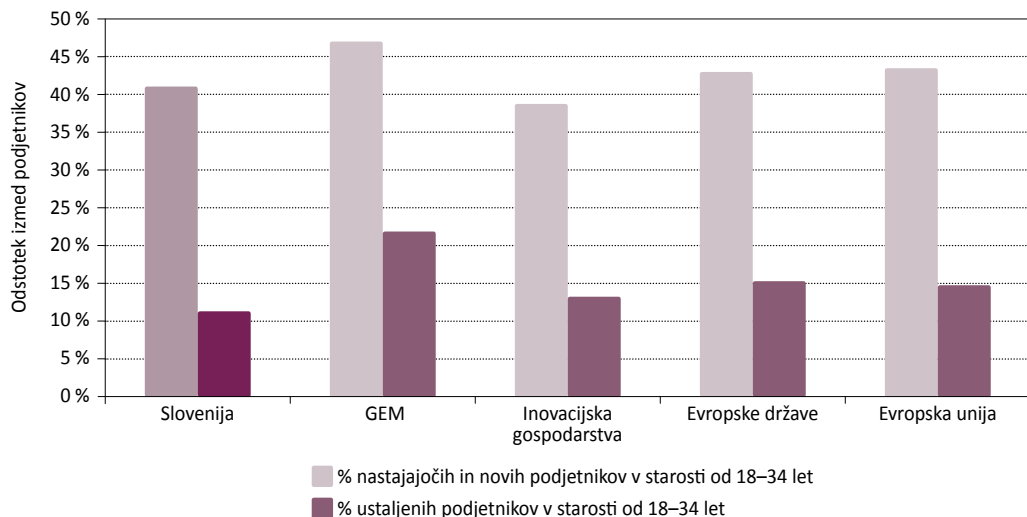
Slika 5.3: Odstotek ustaljenih podjetnikov v starostni skupini od 18 do 34 let



GEM Slovenija 2013, APS

Delež mladih, ki so vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost, je v vseh proučevanih skupinah držav (razen v ZDA) višji od deleža ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let. Primerjalna analiza med zgodnjo in ustaljeno podjetniško aktivnostjo je pomembna zaradi ugotavljanja trajnosti podjetništva v gospodarstvu. Podjetja, ki preživijo zgodnje faze podjetništva, prispevajo gospodarstvu nove proizvode in/ali storitve ter zagotavljajo stabilne zaposlitve. Medtem ko so uveljavljena podjetja pomembna za ohranjanje stabilnosti v nacionalnem gospodarstvu, so zgodnje faze podjetniške aktivnosti pomembne za ustvarjanje dinamike gospodarske aktivnosti. Gospodarski razvoj zahteva tako dinamičnost kakor tudi stabilnost poslovne dejavnosti, torej oboje, zgodnjo in ustaljeno podjetniško aktivnost. Dinamičnost namreč zagotavlja nenehno obnavljanje idej in vrednot v družbi, stabilnost pa najobetavnejšim priložnostim omogoča preživetje in rast (Bosma in Levie 2010).

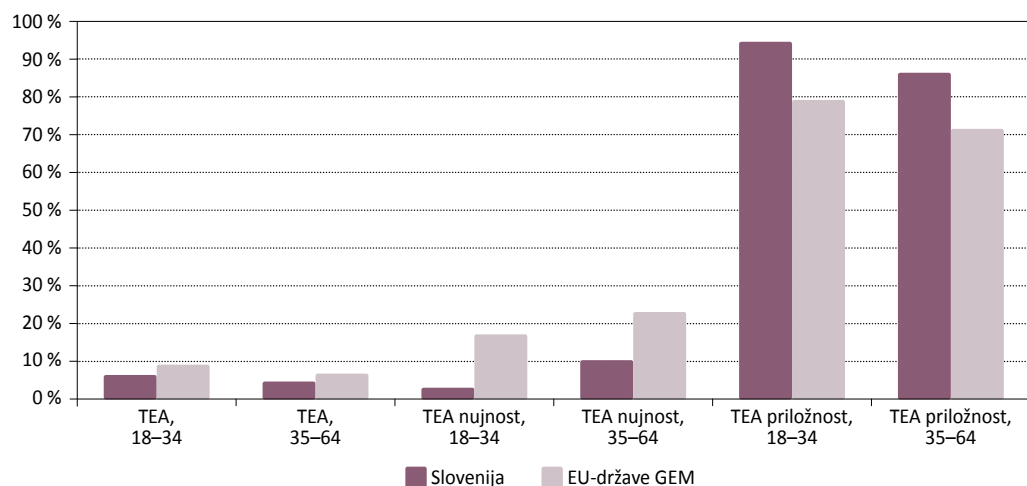
Slika 5.4: Odstotek nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov v starostni skupini od 18 do 34 let



GEM Slovenija 2013, APS

Po podatkih posebnega poročila Youth Business International (YBI) o podjetništvu med mladimi ti v Evropi niso preveč naklonjeni ustanavljanju lastnih podjetij. V primerjavi z mladimi iz Afrike, z Bližnjega vzhoda in iz Latinske Amerike so najnižje ocenili poslovno klimo za ustanavljanje novih podjetij v njihovih državah, izkazujejo nizko stopnjo zaupanja v svoje podjetniške veščine in znanje, izražajo strah pred neuspehom ter podjetništva ne dojemajo dovolj kot zaželeno karierno izbiro (Kew et al. 2013).

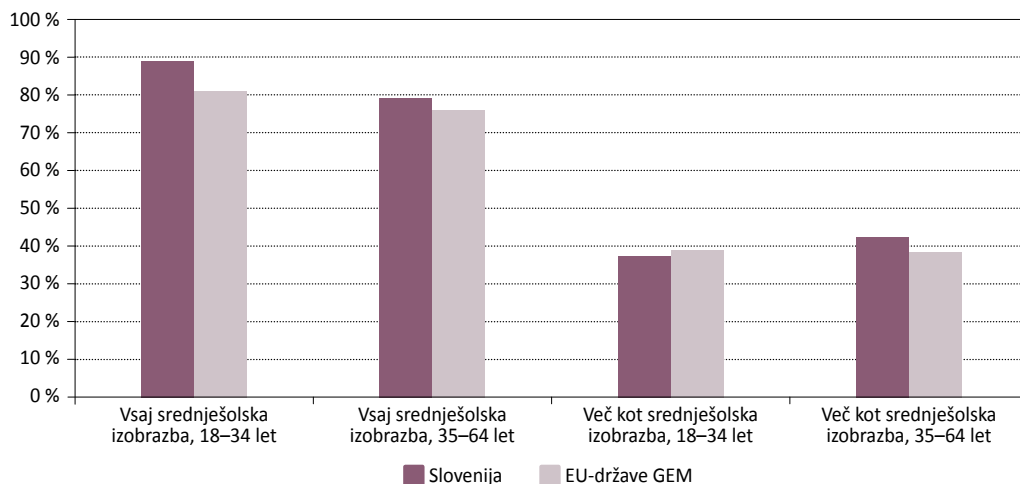
Slika 5.5: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti in priložnosti po starostnih skupinah od 18 do 34 let in od 35 do 64 let



GEM YER 2013

Na *sliki 5.5* je prikazana zgodnja podjetniška aktivnost mladih glede na motivacijo za podjetništvo. V Sloveniji imamo primerjalno z državami Evropske unije, ki so vključene v raziskavo GEM, manj zgodnje podjetniške aktivnosti v obeh opazovanih starostnih skupinah. Veseli pa, da je delež tistih, ki se odločajo za podjetništvo zaradi nujnosti, majhen, še zlasti v starostni skupini od 18 do 34 let. Spodbuden je podatek, da imamo precej več (94,9 % v starostni skupini od 18 do 34 let) podjetniške aktivnosti zaradi zaznavanja priložnosti. Čeprav torej majhen delež mladih stopa na samostojno podjetniško pot, podatki kažejo, da jo skoraj v celoti spodbuja zaznavanje obetavnih poslovnih priložnosti.

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



GEM YER 2013

Na *sliki 5.6* je prikazan zaostanek visoko izobraženih zgodaj podjetniško aktivnih mladih podjetnikov. Teh je v Sloveniji 37,6 %, v proučevanih državah EU pa znaša njihov delež 39 %. Del razlage je moč najti v dejstvu, da v proučevanem starostnem obdobju nekateri še niso zaključili izobraževalnega procesa. K temu nas navaja podatek o skoraj 43 % podjetnikov z več kot srednješolsko izobrazbo v starostni skupini od 35 do 64 let. V vseh preostalih proučevanih starostnih skupinah beležimo v Sloveniji višje izobrazbene ravni zgodaj aktivnih podjetnikov v primerjavi s povprečjem držav EU.

Če strnemo še nekatere ključne ugotovitve iz raziskave YBI (Kew et al. 2013), ugotovimo, da le 17,3 % mladih Evropejcev meni, da obstajajo dobre poslovne priložnosti in da imajo spretnosti in znanja, potrebna za zagon podjetja. Primerjalno je 60 % mladih v Podsaharski Afriki potrdilo obstoj dobrih priložnosti, v Latinski Ameriki in na Karibih 40 %, na Bližnjem vzhodu in v Severni Afriki pa 30 %. Le Južna Azija in Pacifik sta območji z malenkost nižjo oceno (16,8 %). Mladi so v EU v veliko večjem deležu kot kjer koli drugje na svetu potrdili verjetnost, da bi jim strah pred neuspehom preprečil ustanovitev podjetja. Skoraj 42 % jih navaja strah pred neuspehom kot oviro v primerjavi s samo 24 % v Podsaharski Afriki in 27,7 % v Latinski Ameriki, in čeprav skoraj dve tretjini (61,2 %) mladih v Evropi meni, da je ustanovitev podjetja dobra izbira kariere, ta podatek zasenčijo vrstniki v Latinski Ameriki (74,9 %), na Bližnjem vzhodu ter v Severni in Podsaharski Afriki (76 %; Kew et al. 2013).

Spodbuden je tudi podatek, da mladi nastajajoči in novi podjetniki niso pretirano osredotočeni na dejavnosti prodaje na drobno, hotelirstvo in restavracije, pač pa so dobro zastopani tudi v bolj propulzivnih panogah, npr. na področju informacijske tehnologije. Evropska mladina žal ni zelo ambiciozna v svojih načrtih za prihodnost, saj so njene aspiracije po rasti podjetij s 6,6 % pod svetovnim povprečjem. Kot zanimivost naj izpostavimo, da imajo ZDA najvišji odstotek (12,6 %) novih ali nastajajočih lastnikov podjetij v starosti od 18 do 35 let z visokimi pričakovanji po rasti. Mladi podjetniki pa so se tudi v vseh regijah sveta v povprečju počutili bolj inovativne od odraslih glede na kriterij, da so njihovi izdelki in/ali storitve novi za nekatere ali za vse stranke in da obstaja le malo ali nič drugih podjetij, ki ponujajo kupcem enake izdelke (Kew et al. 2013).

5.3 SPOL

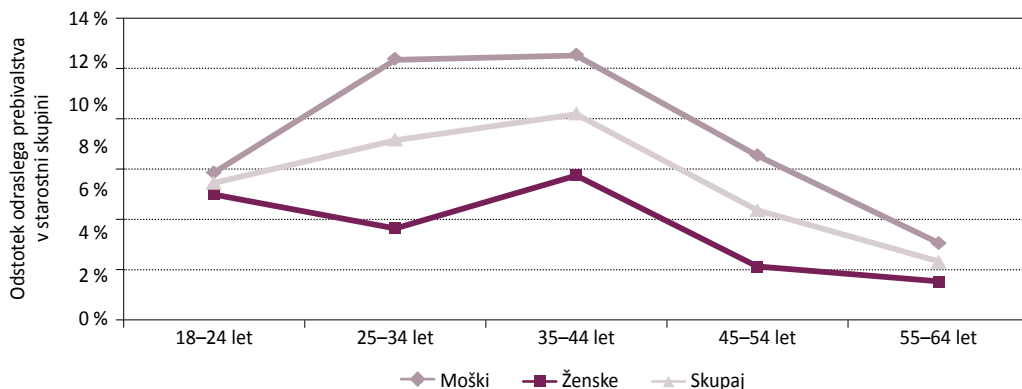
Raziskava GEM že vrsto let kaže, da se vključenost žensk v zgodnjo podjetniško aktivnost močno razlikuje po vsem svetu. Te razlike so odraz različnih kultur in običajev o vključevanju žensk v gospodarsko aktivnost posameznih držav. Razlogi za vstop žensk na podjetniško pot so zelo podobni razlogom, zaradi katerih se podjetništva lotevajo moški. Najpogostejši motivi so tako preživitveni motivi, finančna neodvisnost in obogatitev poklicne kariere. Nedavna študija GEM o ženskem podjetništvu je pokazala, da se kljub podobnim motivom žensko podjetništvo razlikuje od moškega po mnogih značilnostih (Kelley et al. 2013). Ženske ne zaposlujejo le sebe, temveč – kot kažejo ocene – 48 milijonov podjetnic v nastajajočih in novih podjetjih ter 64 milijonov podjetnic v ustaljenih podjetjih v svojih podjetjih zaposluje enega ali več ljudi. Ženske tudi pričakujejo rast svojih podjetij. Sedem milijonov podjetnic, ki začenjajo podjetniško aktivnost, ter pet milijonov podjetnic v že uveljavljenih podjetjih pričakuje, da bo njihovo podjetje v prihodnjih petih letih odprlo vsaj šest novih delovnih mest. Ženske v povprečju v veliko večji meri kot moški delujejo v storitvenem sektorju, ki je usmerjen k potrošniku. V tem sektorju sicer pogosto delujejo tudi podjetniki, vendar pa v razvitih državah moški močno prevladujejo v proizvodnem in storitvenem sektorju, ki temeljita na kapitalu in znanju (Kelley et al. 2013).

Kljub temu da so v razvitih državah v Evropi in v ZDA ženske v povprečju enako ali bolje izobražene kot moški, imajo bistveno nižjo stopnjo samozaupanja v lastne podjetniške sposobnosti. V vseh regijah sveta velja, da se ženske tudi bolj bojijo podjetniškega neuspeha kot moški, kar še zlasti velja za razvite azijske države in Evropo (Kelley et al. 2013).

Raziskava GEM že vrsto let ugotavlja, da se ženske vključujejo v podjetništvo starejše od moških. Za leto 2013 ugotavljamo, da je najpogostejša starost tako podjetnic kot podjetnikov med 35. in 44. letom. Izrazitejše odstopanje ženskega podjetništva opazimo v starostni skupini mladih med 25. in 34. letom, v kateri je žensk občutno manj.

Med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki smo v Sloveniji neslavni rekord iz leta 2012, povezan z udeležbo žensk v podjetništvu, s slabe četrtnine izboljšali na slabo tretjino (31,44 %). Za nami so se npr. uvrstile Hrvaška (30,83 %), Italija (30,01 %), Grčija (29,01 %), Makedonija (28,98 %) in, zanimivo, tudi Norveška (28,88 %). Nižji delež med podjetniki predstavljajo ženske v Koreji (28,52 %), na Češkem (28,06 %) in v Iranu (26,43 %). Med evropskimi državami je tudi tokrat delež žensk najvišji v Švici (49,12 %), kar jo uvršča na 6. mesto na lestvici med 67 sodelujočimi državami, na kateri so na prvih treh mestih Gana, Nigerija in Zambija z nad 50-odstotnim deležem zgodaj podjetniško aktivnih žensk.

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



GEM Slovenija 2013, APS

Kažejo se torej premiki v smeri večje izkoriščenosti podjetniškega potenciala žensk, vendar pa ni znakov, da bi šlo za bolj dolgoročno povečanje. V Sloveniji se namreč v zadnjem letu ni zgodilo nič takšnega, da bi spreminjalo realni položaj žensk v družbi ter jih razbremenilo obveznosti, ki jih tradicionalno prevzemajo nase. Spremenljivke, ki so se v prejšnjih letih pokazale kot pomembne pri odločanju za podjetniško kariero, so za ženske še vedno 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. Da bi bilo lanskoletno povečanje trajnejše narave, bi bilo treba sprejemati učinkovitejše ukrepe, ki bodo posegali globlje od kratkoročnih in enkratnih akcij ali pozivov. Šele s povsem konkretnimi ukrepi, začenši z ustreznim izobraževanjem za podjetništvo, tako v formalnem izobraževanju kot z neformalnimi podjetniškimi vsebinami, se lahko nadamo sčasoma doseči višjo udeležbo žensk v podjetništvu. Nenazadnje smo v letošnjem GEM tudi ugotovili, da so podjetnice bolj zadovoljne s svojimi delovnimi pogoji in življenjsko blaginjo kot ženske, ki niso podjetniško aktivne, kar pomeni, da je treba potencialnim podjetnicam pokazati, da je v podjetniški karieri mogoče najti primerno usklajenost med poslom in življenjem.

Primerjava zgodnje podjetniške aktivnosti žensk v Sloveniji z enako podjetniško aktivnostjo žensk v različnih skupinah držav (*tabela 5.3*) namreč kaže, da zaostajamo za vsemi proučevanimi skupinami. V primerjavi z inovacijskimi in evropskimi državami GEM je ta zaostanek približno 4-odstoten. Podoben je tudi zaostanek ustaljene podjetniške aktivnosti žensk v primerjavi s proučevanimi skupinami držav.

Med ustaljenimi podjetnicami je delež žensk dosegel le dobro četrtino (26,88 %; *tabela 5.3*), kar pomeni sicer korak v smer povečevanja deleža žensk v primerjavi z letom poprej, vendar še vedno precej zaostaja za nivojem (31,09 %) izpred dveh let, ko smo bili v Sloveniji po deležu ženskega podjetništva precej usklajeni z evropskim povprečjem in smo bili tako tipični predstavnik držav z inovacijskim gospodarstvom.

Slika 5.8: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami

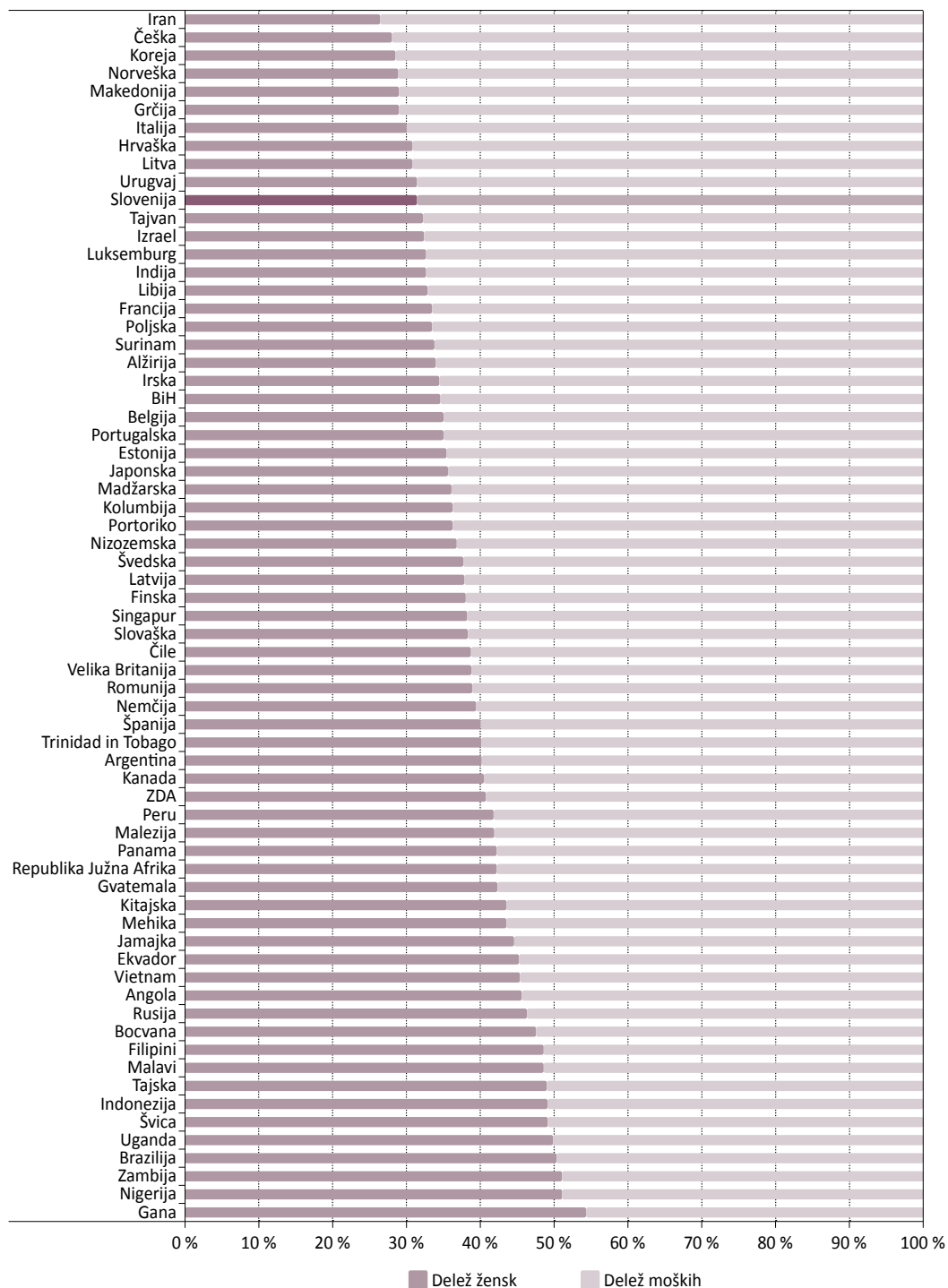
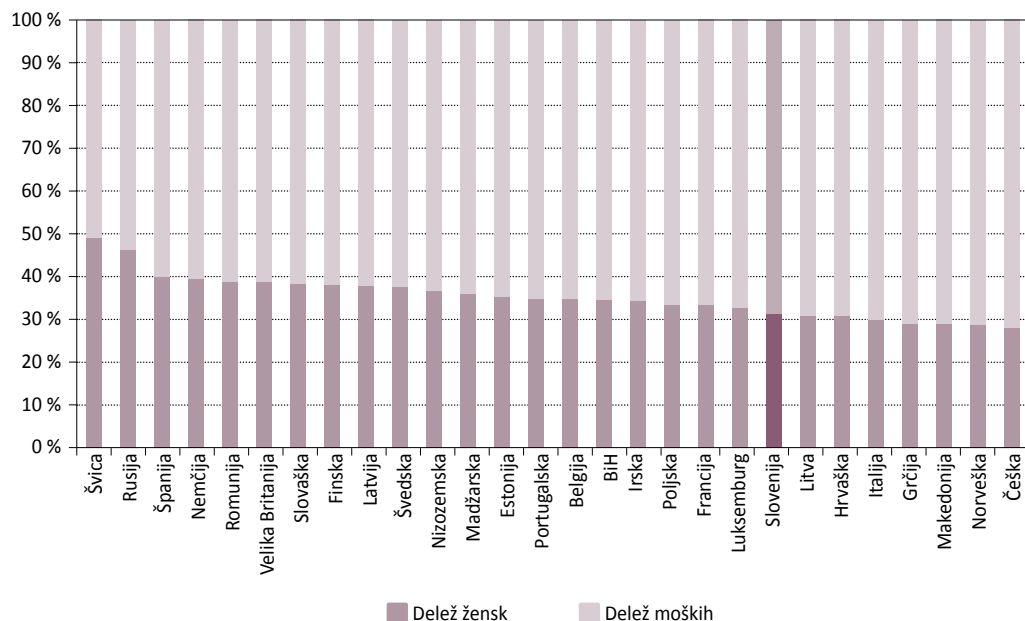


Tabela 5.3: Odstotek podjetnic med vsemi podjetniki v letih 2011, 2012 in 2013, GEM Slovenija 2013, APS

Odstotek podjetnic (izračunano je netehtano povprečje)	Slovenija	GEM	inovacijska gospodarstva	Evropska unija	evropske države
odstotek nastajajočih in novih podjetnic					
2013	31,44	38,78	35,49	34,86	35,34
2012	24,28	37,09	34,24	33,08	33,17
2011	37,01	36,66	36,03	33,85	34,46
odstotek ustaljenih podjetnic					
2013	26,88	34,97	30,87	31,12	31,55
2012	25,14	33,68	31,78	30,18	31,37
2011	31,09	32,6	31,4	30,6	31,53

Za lažjo primerjavo Slovenije z Evropo prikazujemo na *sliki 5.9* zgodnjo podjetniško aktivnost glede na spol v vseh evropskih državah GEM. Najmanjši delež podjetnic je na Češkem, Norveškem, v Makedoniji in Grčiji. Med države z najvišjo vključenostjo žensk v zgodnjo podjetniško aktivnost pa so se ob Švici uvrstile še Rusija, Španija in Nemčija.

Slika 5.9: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami v Evropi



GEM Slovenija 2013, APS

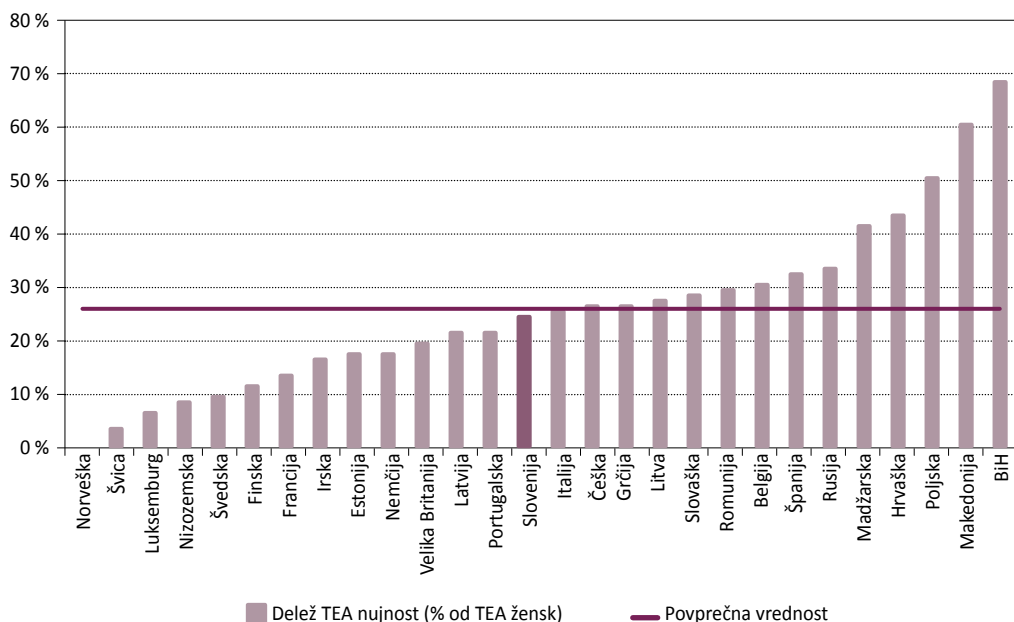
Sklenemo lahko, da vključenost žensk v podjetništvo v svetu zelo variira in je v Evropi precej skromna, še posebej v Sloveniji, ki se je glede na delež odraslih žensk, ki se vključujejo v podjetništvo v nastajajočih in novih podjetjih, uvrstila na 21. mesto med 28. evropskimi državami.

Globalno poročilo o ženskem podjetništvu (Kelley et al. 2013) ugotavlja, da bo potrebnih še veliko naporov, virov ter programov, ki jih podjetnice potrebujejo za uspešnejše delovanje in rast svojih podjetij:

- graditi nova sodelovanja in najti vzrode za uresničitev idej in zamisli,
- razvijati podjetniške sposobnosti in odnos do podjetništva,
- omogočati dostop do sredstev, potrebnih za rast podjetij in generiranje zaposlovanja.

Pozitivno je dejstvo, da je prevladujoč motiv za vključevanje v podjetništvo v vseh regijah sveta, še posebej v razvitejših državah, izkoriščanje zaznane podjetniške priložnosti. Največ podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti med ženskami je v razvitih evropskih državah, kjer se v povprečju le vsaka četrta ženska vključuje v podjetništvo zaradi nujnosti in iskanja možnosti za preživetje. Na *sliki 5.10* je prikazan delež zgodnje podjetniške aktivnosti žensk zaradi nujnosti. Slovenijo najdemo na sredini lestvice proučevanih držav s 25-odstotnim deležem podjetniške aktivnosti žensk zaradi nuje, kar je tik pod evropskim povprečjem.

Slika 5.10: Zgodnja podjetniška aktivnost žensk zaradi nujnosti v Evropi



GEM Slovenija 2013, APS

5.4 IZOBRAZBA

Naraščajoč pomen podjetniškega vedenja je sprožil zahtevo po boljših podjetniških veščinah in sposobnostih za reševanje tveganj in negotovosti. Inovativnost, ustvarjalnost, samozavest, prevzemanje tveganja, pripravljenost na spremembe in drugačno reševanje problemov postajajo čedalje bolj pomembni atributi za reševanje dinamičnih ekonomskih, socialnih in političnih izzivov. Vse te lastnosti so dejansko povezane s podjetništvom, zato potreba po izobraževanju za podjetništvo še nikoli ni bila večja. Z izobraževanjem za podjetništvo posamezniki razvijejo poslovna znanja, pridobijo spretnosti in spremenijo odnos do podjetništva. Prav tako razvijejo svojo ustvarjalnost, iniciativnost, vztrajnost, sposobnost za skupinsko delo, razumevanje tveganja in občutek odgovornosti. Gre za razvoj podjetniškega načina razmišljanja, ki podjetnikom omogoča spreminjati zamisli v dejanja (Evropska komisija 2013, 6).

Številne raziskave potrjujejo, da se v podjetništvo v večji meri vključujejo ljudje, ki verjamejo, da imajo znanje, sposobnosti in obvladujejo veščine, potrebne za podjetništvo, kot pa tisti, ki tega samozaupanja nimajo (Arenius in Minniti 2005). Samozaupanje ljudi v lastno znanje in veščine, potrebne za podjetništvo, se krepi z njihovo udeležbo v podjetniškem izobraževanju in usposabljanju. Viri podjetniškega izobraževanja in usposabljanja so različni. V okviru formalnega izobraževanja posameznik pridobiva podjetniška znanja v okviru učnega procesa na vseh treh stopnjah izobraževanja (osnovna, srednja, višja ali visoka šola in fakulteta). Neformalno izobraževanje se nanaša na vse druge oblike izobraževanja in usposabljanja, ki lahko poteka na univerzah in fakultetah, pa tudi v okviru gospodarskih združenj ali državnih institucij. Z vidika uspešnosti podjetniškega izobraževanja in usposabljanja je razlikovanje seveda pomembno, saj lahko na takšen način opredeljujemo pomen vladnih politik pri zagotavljanju formalnega izobraževanja na eni strani, hkrati pa na drugi strani ugotavljamo pomembnost neformalnih virov izobraževanja, ki so na voljo ljudem takrat, ko se morda bolj kot splošni izobrazbi posvečajo izobraževanjem in usposabljanjem, ki so povezana s podjetništvom.

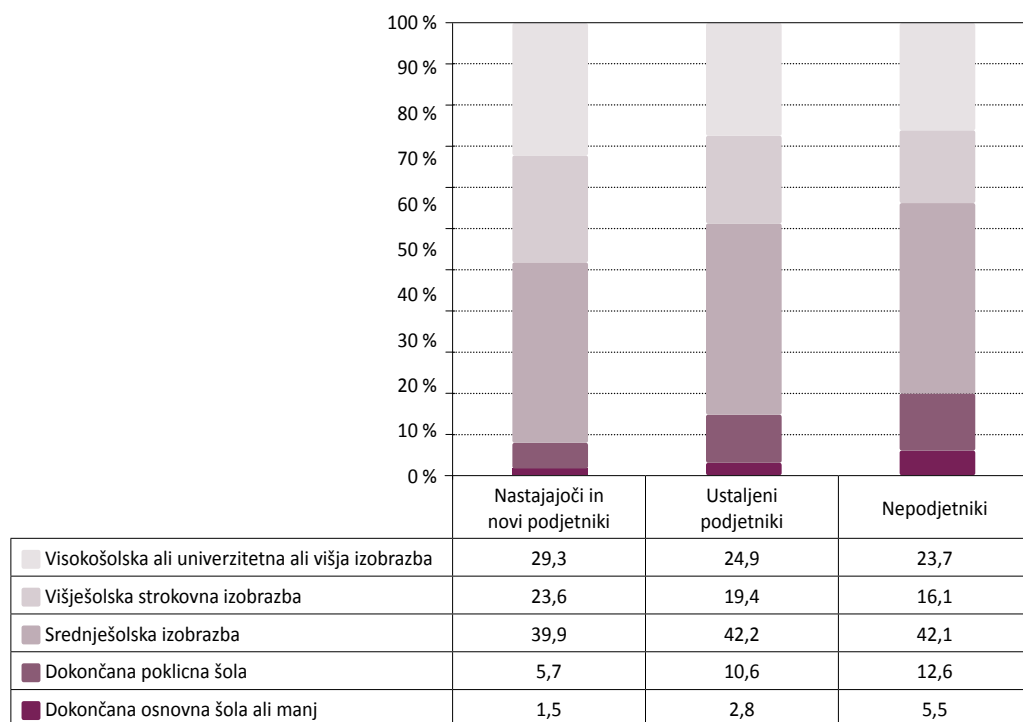
Podatki o izobrazbi podjetnikov za leto 2013 so precej zaskrbljujoči (tabela 2.1 v drugem poglavju), saj že drugo leto zapovrstjo ugotavljamo občuten padec deleža nastajajočih in novih podjetnikov z visokošolsko izobrazbo. Z 42,4 % v letu 2012 se je delež najperspektivnejše skupine zgodnjih podjetnikov zmanjšal na samo 29,3 % v letu 2013. Upad deleža podjetnikov z visokošolsko izobrazbo smo zabeležili tudi pri ustaljenih podjetnikih, kjer se je njihov delež v primerjavi z letom 2012 zmanjšal z 29,2 % na 24,9 %.

Takšni rezultati seveda znova izpostavljajo dejstvo, na katero opozarjamo že kar nekaj let, in sicer, da v Sloveniji premalo naredimo za to, da bi k podjetniški aktivnosti spodbudili mlade, izobražene posameznike. 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.

Na osnovi podatkovnih baz GEM ugotavljamo, da se podjetništvo značilno razlikuje med državami ter da se glede na posamezne razvojne stopnje gospodarstva in družbe spreminjata njegov pomen in vpliv. Tako tudi bolje razumemo vpliv podjetništva na gospodarsko rast. Ekonomska politika in politika pospeševanja podjetništva bi morali razumeti, da niso vse podjetniške aktivnosti enake, še manj pa, da so motivi za ukvarjanje s podjetništvom enoznačni. Omogočanje pogojev za ambiciozno inovativno podjetništvo je pomembno drugačno kot omogočanje pogojev za samozaposlitveno preživitveno podjetništvo. Ni zgolj

število podjetnikov in podjetij tisto, ki določa razvoj, ampak so to podjetniki, ki imajo željo in sposobnost razvijati svoje podjetje in zaposlovati. V svetovnem merilu je takšnih podjetnikov zelo malo in v vsakem narodu so najdragocenejši človeški vir. Imenujemo jih podjetniki z visokim vplivom (ang. *high-impact*). To so posamezniki, ki so ustanovili podjetja ali jih vodijo, ki imajo nadpovprečen vpliv v smislu ustvarjanja novih delovnih mest in bogastva. Hitro rastoča podjetja so podjetja, katerih realni letni prihodki znašajo vsaj 20 % več, kot je bilo sprva načrtovano, in ki imajo v desetih letih poslovanja 34 ali več zaposlenih (Morris 2011, 1–2). Po podatkih revije The Economist (2009) so v zadnjih dvajsetih letih v ZDA 85 % vseh hitro rastočih podjetij ustanovili diplomanti. Sodeč po raziskavi, ki jo je opravil C-HIE in temelji na podatkih GEM, je izobrazba podjetnikov z visokim vplivom zelo pomembna. Podjetniki z visokim vplivom imajo v 31 % visokošolsko izobrazbo. Splošna populacija je bistveno manj izobražena od hitro rastočih podjetnikov (Morris 2011, 12). Čeprav podjetniki z visokim vplivom predstavljajo le 4 % vseh podjetnikov, ki so sodelovali v raziskavi GEM, ti ustvarijo največ delovnih mest. Podjetja, ki so jih ustanovili ali soustanovili podjetniki z visokim vplivom, so namreč odgovorna za kar 40 % novih zaposlitev (Morris 2011, 12). Zdi se tudi, da imajo podjetja, ki izhajajo iz akademskega okolja, poseben potencial za rast in inovacije in tako tudi potencial za visok vpliv (Steffensen et al. 2000).

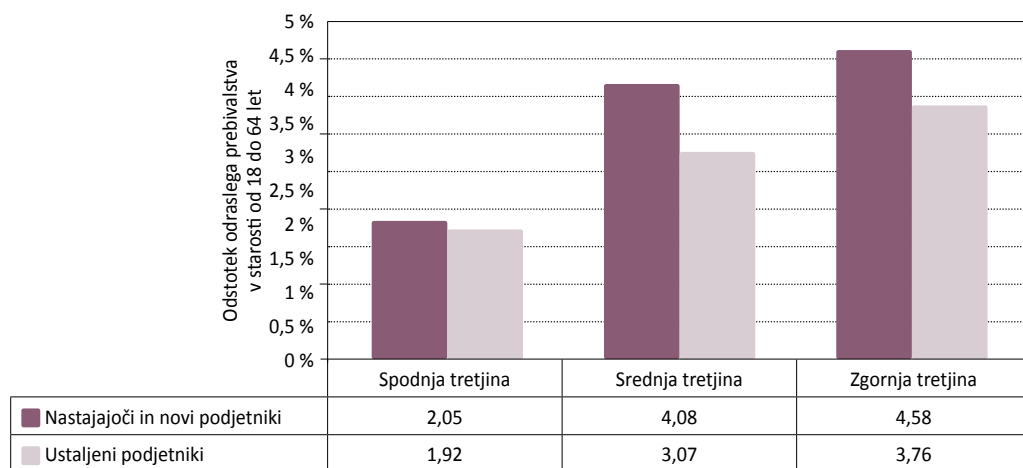
Slika 5.11: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo



5.5 DOHODEK

Raziskava GEM nam omogoča vpogled v značilnosti podjetništva tudi z vidika dohodka gospodinjstev, iz katerih prihajajo podjetniki in podjetnice. Primerjavo med letoma 2013 in 2012 prikazujemo v GEM-ovi preglednici značilnosti podjetništva v Sloveniji v drugem poglavju (*tabela 2.1*). Gospodinjstva so glede na dohodek razdeljena na tretjine.

Slika 5.12: Podjetniška aktivnost glede na dohodek



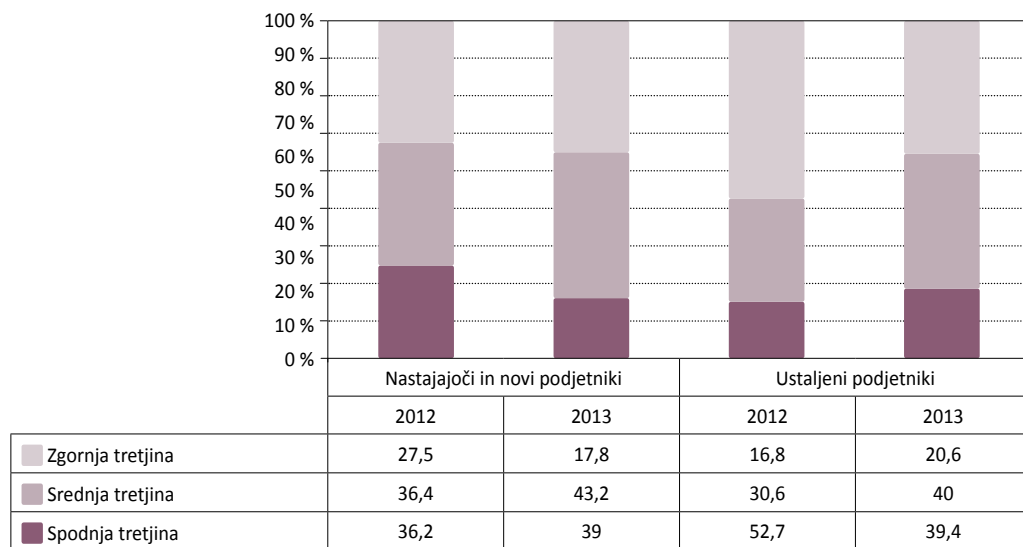
GEM Slovenija 2013, APS

Odraslo prebivalstvo iz zgornjega dohodkovnega razreda (*slika 5.12*) je prispevalo največji delež tako zgodnje kot tudi ustaljene podjetniške aktivnosti. Iz tega dohodkovnega razreda je bilo leta 2013 podjetniško aktivnih kar 8,3 % odraslega prebivalstva. V primerjavi s 6 % v letu 2012 je zaznati precejšen porast podjetniške aktivnosti najbogatejših posameznikov. V srednjem dohodkovnem razredu je bilo podjetniško aktivnih dobrih 7 % prebivalstva, v spodnjem dohodkovnem razredu pa slabi 4 % prebivalstva. Takšen rezultat lahko povezujemo tudi z motivi za podjetniško aktivnost v Sloveniji, kjer večino podjetniške aktivnosti spodbujata zaznava in izraba poslovnih priložnosti in bistveno manj nujnost. Prebivalstvo z višjih dohodkovnih ravni ima po eni strani več finančnih sredstev, potrebnih za zagon podjetja, po drugi strani pa tudi višjo stopnjo izobrazbe ter z njo povezana znanja in veščine za ustanovitev lastnega podjetja. Tudi dostop do različnih alternativnih oblik financiranja, tako dolžniških kakor tudi lastniških, je lažji za tiste posameznike, ki lahko dokazujejo tudi ustrezno lastno finančno udeležbo za udeležanje podjetniških idej.

Na *sliki 5.13* prikazujemo deleže nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov glede na posamezni dohodkovni razred. Primerjava z letom 2012 (*tabela 2.1*) kaže znaten padec deleža novih in nastajajočih podjetnikov med uvrščenimi v spodnji dohodkovni razred (s 27,5 % na 17,8 %), kar dodatno potrjuje že omenjeno dejstvo, da so se pogoji za zgodnjo podjetniško aktivnost zaostri predvsem za tiste, ki nimajo lastnih virov za začetek podjetniške aktivnosti. Med ustaljenimi podjetniki po drugi strani beležimo povečan delež tistih s spodnje dohodkovne

ravni (s 16,8 % leta 2012 na 20,6 % v letu 2013) in znaten padec tistih z najvišje dohodkovne ravni (z 52,7 % leta 2012 na 39,4 % v letu 2013). Prav na račun slednjih se je okrepil delež ustaljenih podjetnikov s srednje dohodkovne ravni (s 30,6 % leta 2012 na 40 % v letu 2013).

Slika 5.13: Dohodkovni razredi in podjetništvo



GEM Slovenija 2013, APS

Kristina Kočet, podjetnica, Tiko Pro, d. o. o.

TIKOPRO✓



Mlada podjetnica Kristina Kočet je leta 2010 ustanovila podjetje Tiko Pro, d. o. o., katerega uspešno poslovanje je prispevalo k pridobitvi laskavega naslova mlada podjetnica leta 2013, ki ga podeljuje Zavod mladi podjetnik. Komisijo je prepričala predvsem z izjemnim smislom za organizacijo in jasno načrtano vizijo tako na poslovnem kot tudi osebnem področju. Kristina izhaja iz podjetniške družine. Oče ji je že v mladosti pripovedoval o svojih podjetniških izkušnjah in z njo delil svoja znanja. Kariero je začela s študentskim delom v večjem državnem podjetju, v katerem se je kot skrbnica projektov prvič srečala z razpisi in pridobivanjem nepovratnih sredstev. Za samostojno podjetniško pot se je odločila potem, ko je ostala brez službe, čeprav o možnosti samostojne podjetniške poti pred tem pravzaprav sploh ni razmišljala. Začela je s študentskim s. p. in ga kasneje hitro preoblikovala v d. o. o. Prve stranke je dobila tako, da je o svoji dejavnosti obvestila številna podjetja, ki so se na srečo v velikem številu tudi zelo pozitivno odzvala. To ji je že prvo leto poslovanja omogočilo realizacijo prihodkov v višini 60.000 evrov, prav tako pa ji je potrdilo pravilnost odločitve o izbiri dejavnosti podjetja. Podjetje je hitro raslo in se razvijalo, tako da danes že vodi ekipo devetčlanskega, pretežno ženskega kolektiva. Ob tem se ji je že uspelo umakniti iz vsakodnevne operativega vodenja podjetja, saj je vzpostavila organizacijo, ki za delovanje ne potrebuje njene stalne prisotnosti.

Podjetje Tiko Pro pomaga različnim podjetjem in organizacijam pri pridobivanju nepovratnih in povratnih sredstev iz evropskih skladov. Njihove glavne storitve so povezane z iskanjem ustreznih

razpisov za partnerja, pripravo razpisne dokumentacije, vodenjem projektov po pozitivnem sklepu, pripravo vseh poročil in skrbjo za uspešen zaključek projekta. Pri tem rešujejo ključne probleme podjetij, povezane z vprašanji, kje dobiti dodatna javna sredstva za uresničitev ideje, ali smo sploh upravičeni do teh sredstev, na koga se moramo obrniti v različnih fazah projekta in kaj moramo v teh fazah nujno storiti. Ekipa podjetja Tiko Pro podjetjem pomaga iskati odgovore na ta vprašanja in jim omogoča, da se osredotočijo na svojo osnovno dejavnost. Pri tem se podjetje sooča s številnimi težavami, povezanimi z zapleteno birokracijo in dolgotrajnim potekom poslovnega cikla. Ko namreč zaključijo zahtevno fazo priprave dokumentacije, sledi oddaja dokumentacije na razpis in nato čakanje na odločitev razpisne komisije, po pozitivnem odgovoru sledi izvedba investicije in plačilo vseh računov, kar je osnova za oddajo zahtevka za pridobitev sredstev, iz katerih se potem poplača pretežni del njihovega dela. To je za podjetje velik likvidnostni izziv in visoko tveganje.

Podjetje Tiko Pro je kljub vsem težavam in izzivom zelo ambiciozno, saj načrtuje od 15- do 20-odstotno letno rast prihodkov, kar želijo dosegati s sistematičnim prodorom na tuje trge. Prek poslovnega partnerja tako že poslujejo v Italiji, podjetje so ustanovili tudi na Hrvaškem, kjer že uspešno izvajajo prve projektne aktivnosti, aktivno iščejo nove poslovne priložnosti in kadrovske okrepitve. Pri širjenju na nove trge so naredili tudi nekaj napak, ki so jih uspešno rešili, so pa vsekakor vzele nekaj dragocene energije in denarja.

Kristina sporoča vsem potencialnim podjetnikom in podjetnicam, da je vredno poskusiti podjetniško pot, še posebej če imaš idejo in znaš nekaj delati. Izgubiti namreč nimaš skoraj nič, naučiš pa se lahko ogromno.

6 Podjetniške aspiracije

Ekonomski pomen podjetništva v družbi velikokrat ni povsem jasno in pravilno razumljen. Vzrok za to je delno v slabi empirični pojasnitvi vplivov, delno pa v nerazumevanju oziroma nepoznavanju strokovnih ugotovitev raziskav v strokovni in laični javnosti. Zato smo si v okviru raziskave GEM zadali izziv, da z merjenjem aspiracij podjetnikov po ustvarjanju novih delovnih mest, po uporabi sodobnih tehnologij ter aspiracij po usmerjenosti v internacionalizacijo poslov boljše pojasnimo ekonomski pomen podjetnikov in njihov prispevek h gospodarski dinamiki družbe ter jih predstavimo javnosti. Te oblike podjetniških aspiracij so namreč pozitivno povezane z ekonomskim razvojem (Wong et al. 2005; Wennekers et al. 2010; Bosma 2011). V okviru tega poglavja se osredotočamo na podjetnike oziroma njihove podjeme v zgodnjih fazah podjetništva.

6.1 USMERJENOST V RAST

Podjetnikove aspiracije po rasti podjetja oziroma podjema v zgodnjih fazah podjetništva predstavljajo ključno dimenzijo pri pojasnjevanju njegovega ekonomskega vpliva na družbo. Rast podjetja, ki je povezana z ustvarjanjem novih zaposlitev, je namreč ključnega pomena za gospodarski razvoj in ustvarjanje blaginje. Ustvarjanje novih delovnih mest je še posebej pomembno v času krize, ko je postalo primaren cilj praktično vseh vlad, zato je proučevanje in razumevanje rasti zelo pomembno. Podjetnikovo usmerjenost v rast analiziramo na osnovi njegovih ocen o tem, koliko novih delovnih mest bo njegovo podjetje zagotovilo v naslednjih petih letih. S tem pomembno dopolnjujemo informacije, ki nam jih podaja indeks TEA; ta kaže količino podjetniške aktivnosti, ko želimo razumeti in pojasniti vpliv posameznih podjetnikov na ekonomijo. Namere za rast so namreč v populaciji podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva v posameznih družbah zelo različne in jih je dobro natančneje poznati in razumeti.

V okviru raziskave GEM zato vprašamo podjetnike v zgodnjih fazah podjetništva, koliko novih delovnih mest bodo predvidoma ustvarili v prihodnjih petih letih. Odgovor dobimo tako, da jih povprašamo, koliko ljudi zaposluje njihov podjem oziroma podjetje (brez lastnikov) v času anketiranja in kolikšno bo to število po njihovem mnenju čez pet let. Podjetnikove ambicije po rasti so opredeljene kot razlika med obema vrednostma in so tako podjetnikova subjektivna ocena o tem, koliko novih delovnih mest bo podjetje zagotovilo v prihodnjih petih letih obstoja. Podjetnikove ocene lahko temeljijo na strokovnih ocenah potenciala posla za rast oziroma predstavljajo le njihove želje po rasti, ki pa nimajo trdnih podlag v poslu samem. Zato se moramo

seveda zavedati omejitev pri raziskovanju aspiracij po rasti, saj imajo podjetniki ob stopanju na podjetniško pot z novim podjemom velikokrat zelo nerealna pričakovanja in želje po rasti svojih podjetij in podjetij v prihodnosti (Rebernik et al. 2011), kar pomeni, da se veliko pričakovanj o rasti v praksi dejansko ne realizira. Je pa zagotovo pomembno, da imajo podjetniki želje po rasti, saj velja, da se dejanska rast podjetja realizira zelo redko, če podjetnik nima teh ambicij (Stam et al. 2012). Zato lahko predpostavljamo, da bo v državah z višjo ugotovljeno stopnjo aspiracij podjetnikov po rasti njihovih podjetij ustvarjenih tudi relativno več novih delovnih mest.

Na *sliki 6.1* so prikazana pričakovanja podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva glede rasti števila delovnih mest po ključnih globalnih geografskih regijah. Nastajajoči in novi podjetniki so pri tem razdeljeni v tri skupine glede na pričakovanja o rasti števila zaposlenih v naslednjih petih letih, in sicer na skupino podjetnikov, ki pričakujejo:

- *majhno rast števila novih delovnih mest* (od 0 do 5 novih delovnih mest v petih letih),
- *srednjo rast števila novih delovnih mest* (od 6 do 19 novih delovnih mest v petih letih) in
- *veliko rast števila novih delovnih mest* (nad 20 novih delovnih mest v petih letih).

Iz prikaza na *sliki 6.1* lahko razberemo, da so pričakovanja podjetnikov glede rasti števila zaposlenih po posameznih globalnih geografskih regijah precej različna. Struktura različnih pričakovanj o rasti števila zaposlenih je prikazana v stolpcih (prikazujejo strukturo pričakovanj o majhni, srednji oziroma veliki rasti števila zaposlenih, ki je v odstotkih natančneje prikazana v *tabeli 6.1.*), ki sicer prikazujejo višino indeksa TEA. Iz tega indeksa lahko razberemo, da izkazujejo določena gospodarstva precej visoko zgodnjo podjetniško aktivnost (npr. Podsaharska Afrika, kjer znaša indeks TEA 26,6 %), vendar ti podjetniki nimajo velikih pričakovanj o zaposlovanju (v Podsaharski Afriki le 4,6 % podjetnikov začetnikov načrtuje več kot 20 novih zaposlitev), medtem ko je v drugih gospodarstvih relativno manj podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti (npr. Evropska unija, kjer znaša povprečen indeks TEA le 8 %), vendar ti v svojih podjetjih načrtujejo višje stopnje rasti zaposlitev (v Evropski uniji kar 14,1 % podjetnikov načrtuje več kot 20 novih zaposlitev).

Slika 6.1: Indeks TEA po posameznih globalnih geografskih regijah s prikazano strukturo pričakovane rasti števila zaposlenih

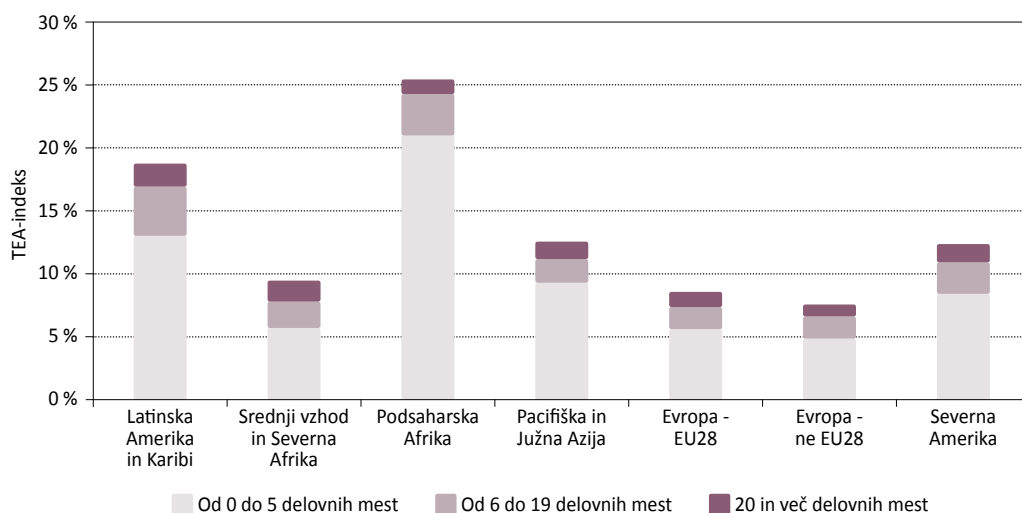


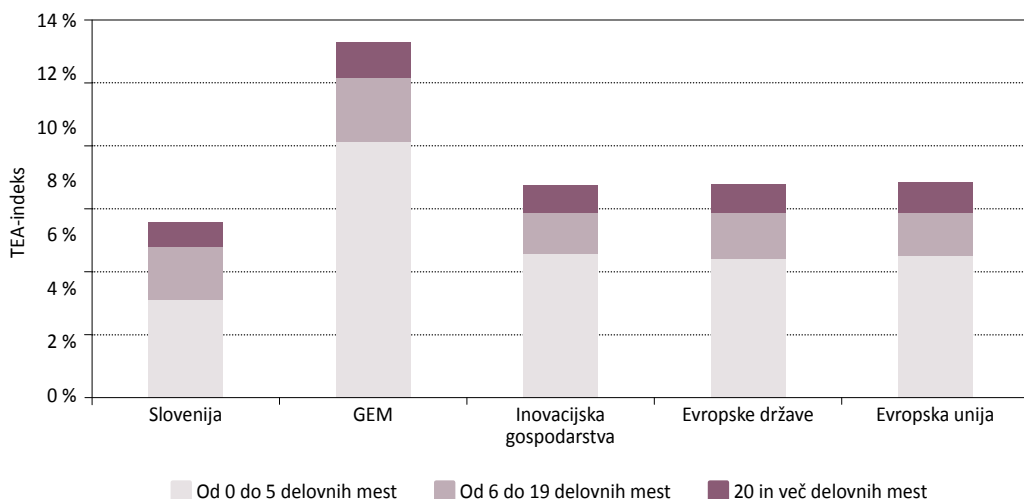
Tabela 6.1: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov glede na pričakovanja o rasti števila zaposlenih po posameznih globalnih geografskih regijah, GEM 2013, APS

Pričakovano število novih delovnih mest	Globalna geografska regija						
	Latinska Amerika in Karibi	Srednji vzhod in Severna Afrika	Pod-saharska Afrika	Pacifiška in Južna Azija	Evropa – EU28	Evropa – ne EU28	Severna Amerika
0 do 5 delovnih mest	69,5 %	60,3 %	82,5 %	74,0 %	65,6 %	64,3 %	68,1 %
6 do 19 delovnih mest	20,8 %	22,1 %	12,9 %	15,0 %	20,3 %	23,2 %	20,2 %
20 in več delovnih mest	9,7 %	17,6 %	4,6 %	11,0 %	14,1 %	12,5 %	11,7 %
skupaj	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Iz podatkov v *tabeli 6.1* tudi izhaja, da v evropskih državah, ki niso članice EU, kljub relativno nizki stopnji indeksa TEA (gl. *slika 6.1*) 12,5 % zgodnjih podjetnikov predvideva rast v višini 20 in več zaposlitev, v državah Evropske unije pa celo 14,1 %.

Iz prikaza na *sliki 6.2* lahko razberemo, da so pričakovanja podjetnikov glede rasti števila zaposlenih različna tudi po proučevanih skupinah držav.

Slika 6.2: Pričakovana rast števila zaposlenih kot odstotek TEA za proučevane skupine držav

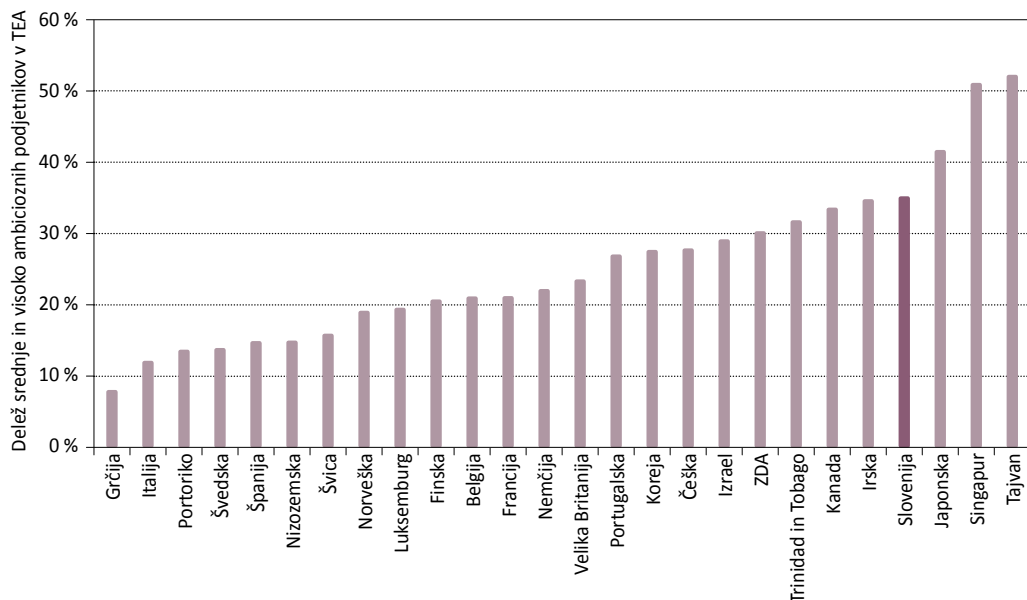


GEM Slovenija 2013, APS

Podatki raziskave GEM v letu 2013 kažejo na višanje podjetniških aspiracij slovenskih podjetnikov po rasti. Nastajajoča in nova podjetja v Sloveniji bodo namreč po prepričanju podjetnikov zaposlovala več, saj se je delež podjetnikov, ki načrtujejo več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih, leta 2013 v primerjavi z letom 2012 povečal za skoraj deset odstotnih točk (s 26 % v letu 2012 na 35 % v letu 2013). S tem se je Slovenija iz zlate sredine

med inovacijskimi gospodarstvi povzpela v sam vrh, saj se je po tem kazalniku uvrstila na četrto mesto (gl. *slika 6.3*), in to kljub še vedno slabi gospodarski situaciji v Sloveniji. Očitno slovenski podjetniki verjamejo v svoje sposobnosti in se spogledujejo predvsem z obetavnimi tržnimi nišami in tujimi trgi. Sicer pa so najvišje uvrščene države med inovacijskimi gospodarstvi v letu 2013 Tajvan, Singapur, Japonska, Koreja in Slovenija. Najnižja pričakovanja v smislu rasti števila novih delovnih mest pa beležijo Grčija, Italija, Portoriko in Švedska.

Slika 6.3: Delež zgodnjega podjetništva s srednjo in visoko stopnjo ambicioznosti pri zaposlovanju (več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih)

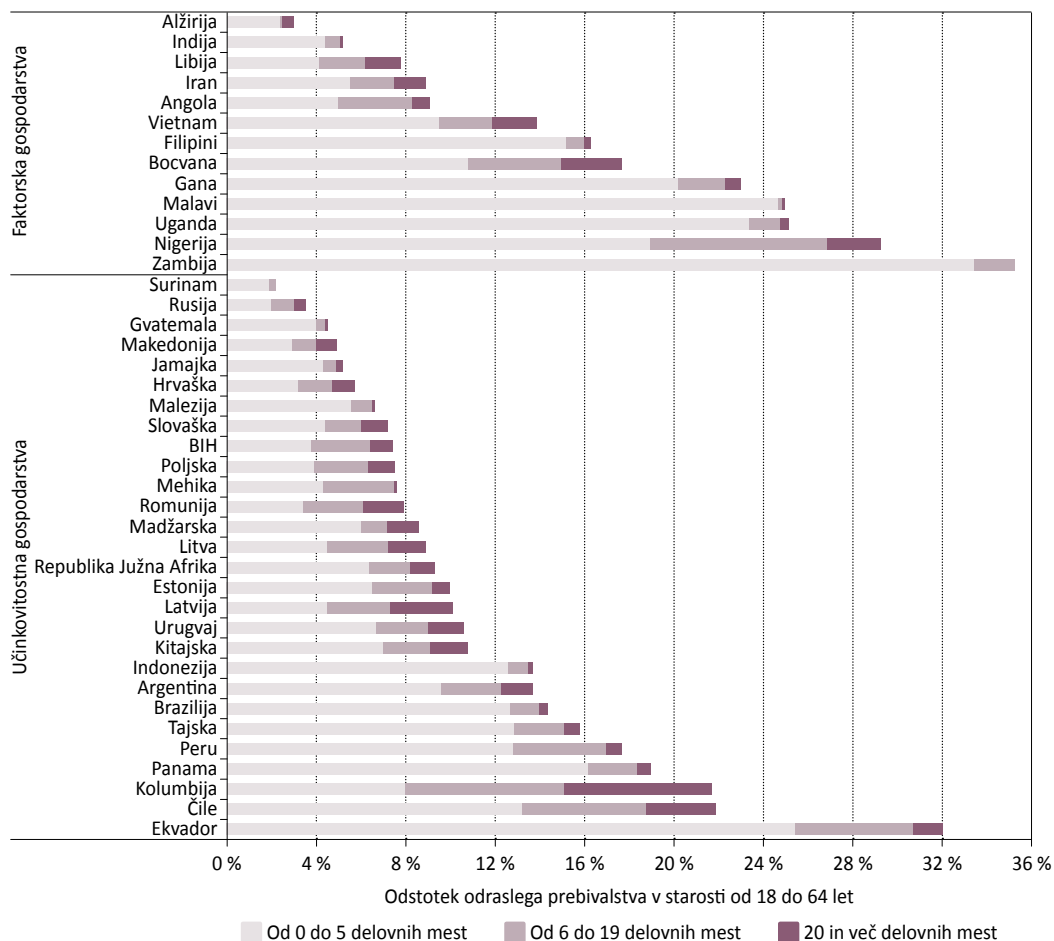


GEM Slovenija 2013, APS

Struktura zgodnje podjetniške aktivnosti glede na aspiracije po rasti zaposlovanja je za različne skupine držav prikazana na slikah v nadaljevanju. Na *sliki 6.4* je prikazana struktura v faktorskih in učinkovitostnih gospodarstvih, na *sliki 6.5* v inovacijskih gospodarstvih ter na *sliki 6.6* posebej za evropske države, vključene v raziskavo GEM, in sicer na osnovi podatkovne baze za leto 2013.

Na *sliki 6.4* je vidno, da je v faktorskih gospodarstvih obseg zgodnje podjetniške aktivnosti v povprečju večji kot v preostalih dveh skupinah držav, hkrati je tudi delež podjetnikov z nizko stopnjo aspiracij po rasti večji. V skupini učinkovitostnih gospodarstev izkazujejo relativno visok delež podjetnikov z visoko stopnjo aspiracij po rasti zaposlovanja Romunija, Latvija in Kolumbija.

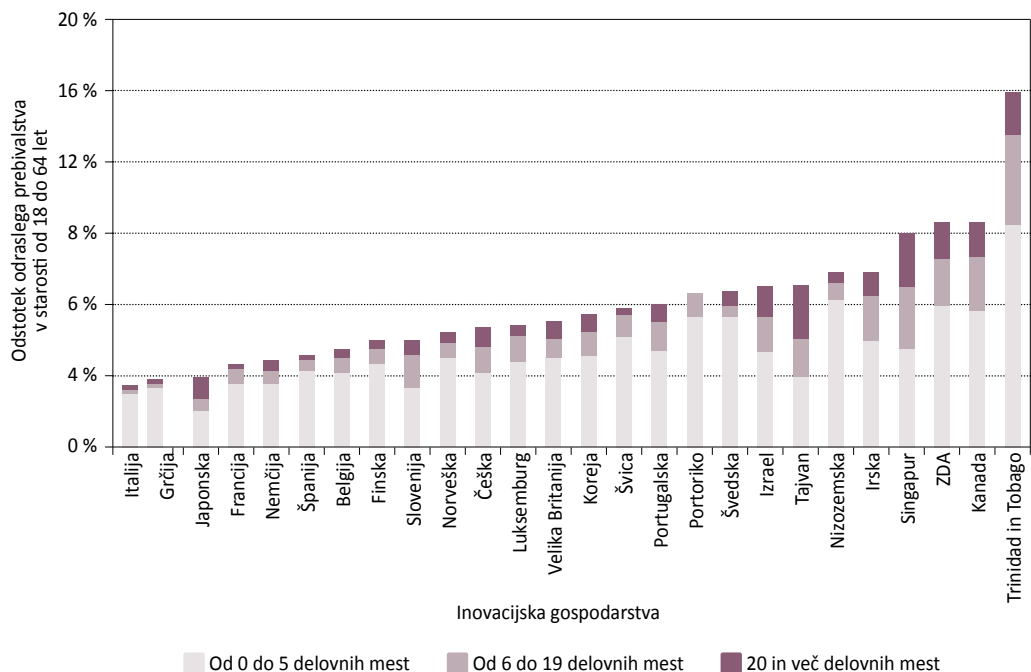
Slika 6.4: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, faktorska in učinkovitostna gospodarstva



GEM Slovenija 2013, APS

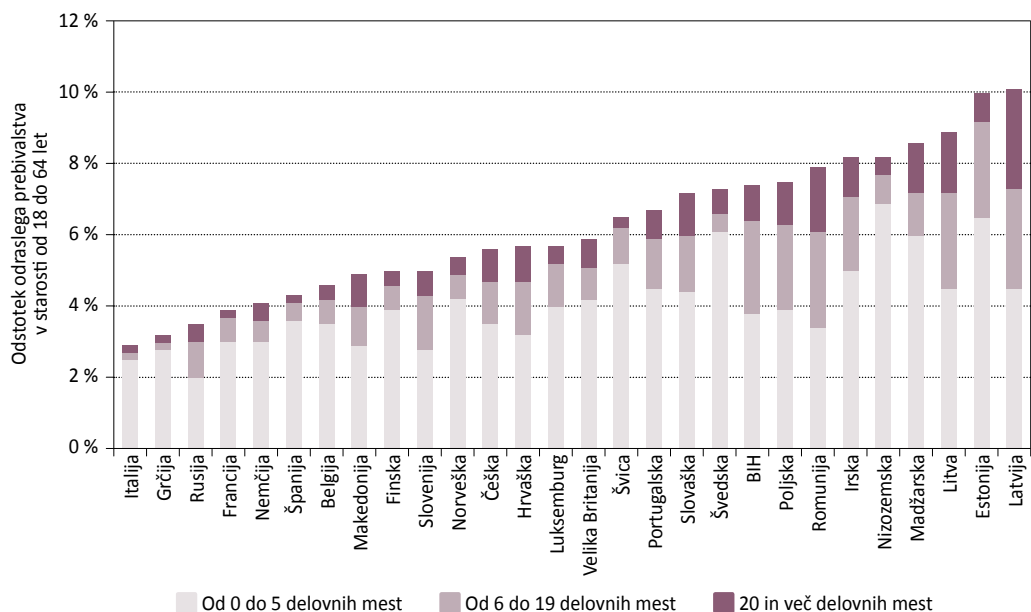
V skupini inovacijskih gospodarstev (slika 6.5) srednjo in visoko stopnjo aspiracij po rasti zaposlovanja izkazujejo neevropske države, in sicer Singapur (5,4 % delovno aktivnega prebivalstva), Tajvan, Trinidad in Tobago ter tudi Kanada in ZDA. Pri tem je pomembno vedeti, da ZDA in Kanada izkazujeta visok delež pričakovane rasti (20 in več) ob sočasnem visokem indeksu TEA, kar kaže na izjemno gospodarsko dinamiko teh dveh inovativnih gospodarstev, od evropskih držav pa zlasti Irska, kjer 1,1 % delovno aktivnega prebivalstva načrtuje več kot 20 novih zaposlitev, ter Češka z 0,9 % in Portugalska z 0,8 %.

Slika 6.5: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, inovacijska gospodarstva



GEM Slovenija 2013, APS

Slika 6.6: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, evropska gospodarstva



GEM Slovenija 2013, APS

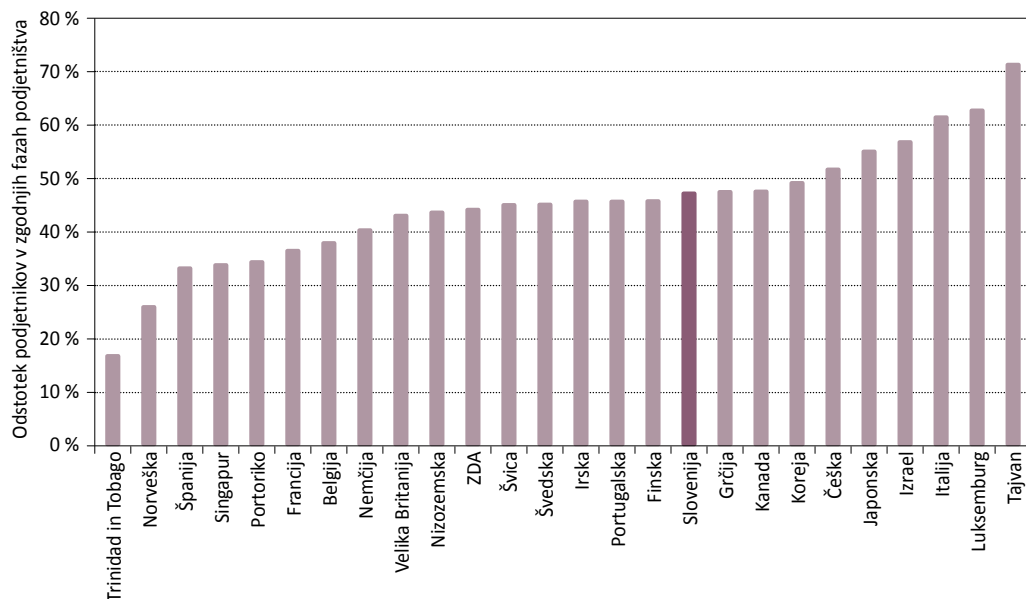
6.2 INOVACIJSKA NARAVNANOST

Kot smo že poudarjali (Rebernik et al. 2011), je poznavanje inovacijske naravnosti podjetnikov in njihovih podjetij pomembno, saj nam daje referenčni okvir, s pomočjo katerega je mogoče sklepati o konkurenčnem potencialu podjetij in njihovi zmožnosti tekmovanja z drugimi podjetji. Podjetja se med seboj razlikujejo po stopnji novosti, ki jih uvajajo na trgu. Inovacijska naravnost se nanaša na inovativnost oziroma uvajanje novosti na tržišču, in sicer z dveh vidikov, z vidika izdelka in z vidika panoge.

V okviru raziskave GEM proučujemo, ali izdelek oziroma storitev, ki nastane v okviru podjetja nastajajočega ali novega podjetja, bodoči kupci poznajo. Ob tem nas zanima tudi podjetnikova ocena, ali na tržišču obstajajo konkurenčna podjetja, ki bi ponujala enake ali podobne izdelke ali storitve. Pri raziskovanju inovacijske naravnosti v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti je treba upoštevati tudi raziskovalne omejitve, saj gre na eni strani za subjektivne ocene podjetnikov, na drugi strani pa tudi za možnost pristranske ocene podjetnika zaradi stopnje razvitosti gospodarstva, v katerem podjetnik deluje. V določenem faktorskem gospodarstvu lahko neki izdelek ali storitev označimo kot zelo inovativen, kar pa morda ne velja v drugem inovativnem gospodarstvu, kjer že obstajajo enaki, sorodni ali celo bolj inovativni izdelki oziroma storitve.

Na *sliki 6.7* je prikazan delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva v inovacijskih gospodarstvih, katerih podjemi imajo inovativen značaj, kar pomeni, da podjetnik ocenjuje, da je njegov izdelek ali storitev nov in ga nekateri ali celo vsi potencialni kupci ne poznajo ter da hkrati ta izdelek ali storitev na tržišču ponuja le malo drugih podjetij ali celo nobeno.

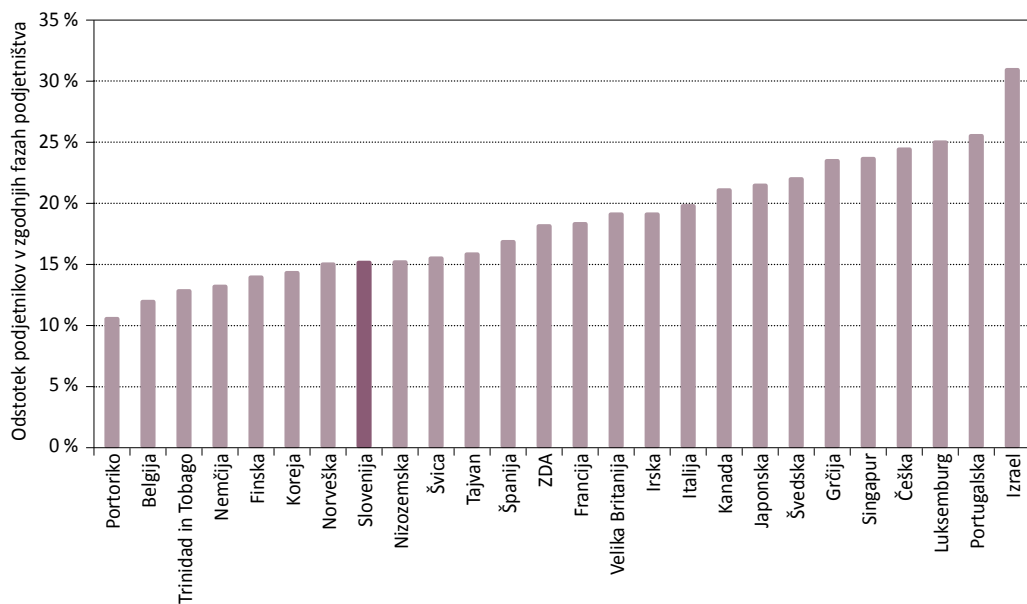
Slika 6.7: Delež zgodnjega podjetništva z inovativnimi izdelki ali storitvami v inovacijskih gospodarstvih



Kot pri vrsti drugih kazalnikov lahko tudi glede inovativnosti opazimo, da delež podjetmov, ki imajo inovativen značaj, v povprečju narašča z gospodarsko razvitostjo. Med evropskimi državami je na vrhu lestvice Luksemburg, kjer je 63 % podjetnikov, ki svojemu izdelku ali storitvi pripisujejo inovativen značaj. Med evropskimi državami mu sledijo Italija, Češka, Grčija in Slovenija, ki se s 48 % uvršča v zgornjo polovico lestvice držav z inovacijskim tipom gospodarstva. Če primerjamo vrednost za Slovenijo v letu 2013 z vrednostjo v letu 2012, lahko ugotovimo, da je izmerjena raven inovativnosti izdelkov oziroma storitev podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti ostala praktično nespremenjena, saj se je delež podjetnikov, ki poročajo, da so njihovi izdelki za vse ali vsaj za nekatere kupce novi, zmanjšal le za eno odstotno točko (z 49 % v letu 2012 na 48 % v letu 2013).

Na *sliki 6.8* prikazujemo delež nastajajočih in novih podjetnikov, ki menijo, da uporabljajo relativno nove tehnologije – takšne, ki niso starejše od pet let. Delež takšnih zgodnjih podjetnikov je leta 2013 v Sloveniji znašal 15 %. Leta 2012 je bil ta delež znatno višji – 25 %.

Slika 6.8: Delež zgodnjega podjetništva z uporabo novih tehnologij v inovacijskih gospodarstvih

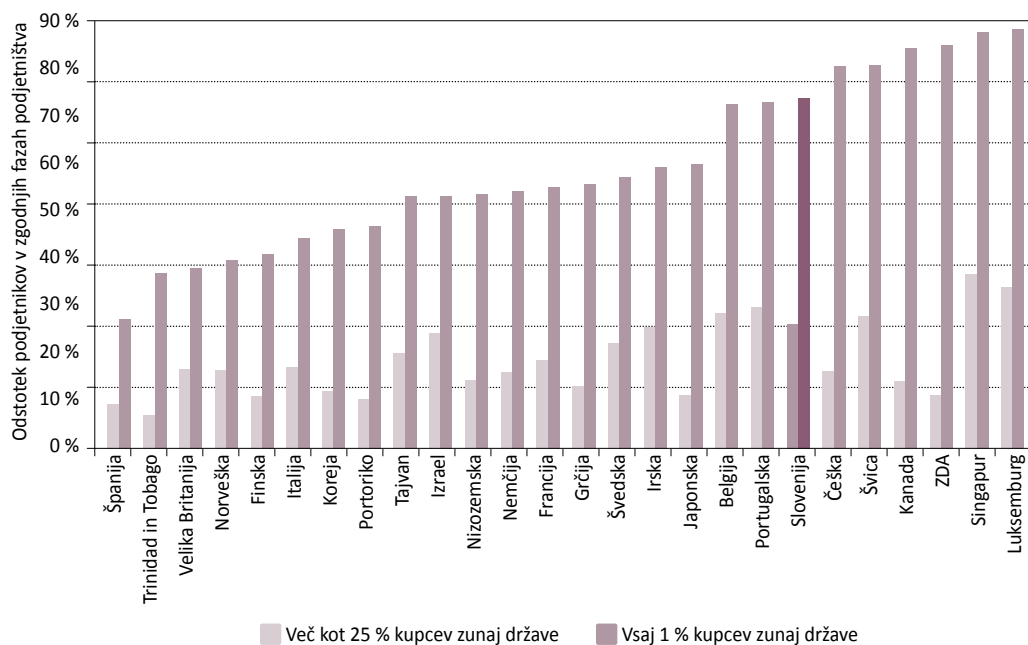


GEM Slovenija 2013, APS

6.3 INTERNACIONALIZACIJA

S stopnjo internacionalizacije zgodnje podjetniške aktivnosti, ki je tesno povezana z rastjo in konkurenčnostjo podjetij, merimo podjetniške aspiracije nastajajočih in novih podjetnikov po izvozu izdelkov ali storitev. To so ocene podjetnikov o tem, kolikšen del izdelkov ali storitev namenijo ali bodo namenili kupcem zunaj svoje države. Ocena zajema tako neposredni izvoz kakor tudi morebitno internetno prodajo v tujini ter nakupe tujcev v proučevani državi. Z raziskavo GEM identificiramo nastajajoče in nove podjetnike, ki ocenjujejo, da je več kot 25 % njihovih proizvodov oziroma storitev namenjenih kupcem zunaj države, in tiste, ki pričakujejo vsaj 1 % kupcev iz tujine.

Slika 6.9: Zgodnja podjetniška aktivnost z mednarodno usmerjenostjo v inovacijskih gospodarstvih



GEM Slovenija 2013, APS

Analiza strukture zgodnjega podjetništva v skupini držav GEM, ki jih uvrščamo med inovacijska gospodarstva, kaže, da je bil v Sloveniji leta 2013 delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov oziroma storitev prihaja iz tujine, 26 %. To pomeni, da se je v letu 2013 ta delež, ki je leta 2012 znašal 32 % (v letu 2011 je bil 23 %), rahlo znižal. Se je pa z letom 2013 v Sloveniji povečal delež nastajajočih in novih podjetnikov, ki poročajo, da imajo njihova podjetja vsaj 1 % kupcev zunaj Slovenije, in sicer z 61 % na 74 %, kar kaže, da se že skoraj tri četrtine slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov spogleduje s tujimi trgi. Po kazalniku, da več kot 25 % kupcev prihaja iz tujine, je na prvem mestu Singapur.

Štefan Furlan, podjetnik, Optilab, d. o. o.



Uspešen podjetnik Štefan Furlan je soustanovitelj in direktor visokotehnološkega podjetja Optilab, ki s pomočjo najnaprednejših metod ponuja rešitve za odkrivanje in obvladovanje goljufij ter nepravilnosti. Podjetje je nastalo kot spin-out ljubljanske Fakultete za računalništvo in informatiko, svoj začetek pa je financiralo z angelsko investicijo. Njihov vodilni izdelek je računalniška rešitev Admiral, ki podjetjem pomaga preprečevati in odkrivati goljufije. Po odkriti goljufiji Admiral poskrbi, da podjetje stranka izbere ustrezne sodne oziroma izvensodne postopke, ter podjetje stranko učinkovito usmerja po zapletenih procesih, ki jo pripeljejo do povračila škode.

Štefan Furlan se je s podjetniškim razmišljanjem soočil že v rani mladosti. V enem izmed intervjujev je povedal, da je že kot desetletnik prišel na idejo, da bi lahko babicam, ki so obiskovale pokopališče blizu njegovega doma, prodajal zemljo za sajenje rož. Kot otrok se je ukvarjal z glasbo, veliko je risal in tudi sicer ustvarjal. Tako sta s kolegom v srednji šoli izdelala pravo risanko. Po gimnaziji se je vpisal na študij računalništva; na Fakulteti za računalništvo in informatiko Univerze v Ljubljani je tudi doktoriral in bil zaposlen kot mladi raziskovalec. V okviru raziskovalne skupine na fakulteti pod vodstvom prof. dr. Marka Bajca so med drugim delali tudi na različnih prototipih računalniških rešitev za odkrivanje goljufij. Ker so uvideli, da ima zadeva tudi tržni potencial, so se odločili za ustanovitev spin-out podjetja Optilab.

Danes je podjetje eden redkih ponudnikov rešitev na področju visokotehnološkega odkrivanja goljufij nasploh. Z intenzivnim raziskovanjem algoritmov, ki omogočajo odkrivanje goljufij, so se v ekipi tudi mnogo naučili ter še izboljšali svojo rešitev. Že po prvem zagonu algoritma na resničnih podatkih so odkrili bistveno več goljufij kot zavarovalnice same. Prav tako so strankam z rešitvijo bistveno olajšali reševanje sumov goljufij. V svetu so identificirali le nekaj konkurenčnih podjetij, ki imajo podobne izdelke. Od njih se razlikujejo po tem, da se njihova rešitev osredotoča na kompleksne, organizirane goljufije v zavarovalništvu, kar predstavlja tržno nišo.

Prve posle je podjetju pomagal pridobiti partner v podjetju prof. dr. Marko Bajec, ki ima dobre povezave v gospodarstvu. Kot pravi Štefan, poskušajo pridobiti čim večji del slovenskega trga in prodreti v tujino. Vsekakor so glavni cilj zahtevni zahodno- in severnoevropski trgi, kjer so večje zavarovalnice. Njihov cilj je z Admiralom v petih letih osvojiti evropski trg in se na njem uveljaviti kot pomemben igralec. Danes podjetje zaposluje več kot 15 sodelavcev in dosega skoraj milijon evrov prihodkov.

Štefan priporoča uporabo sodobnih metod izgradnje start-up podjetij. Te metode izpostavljajo koncept minimalno sprejemljivega proizvoda, ki ga je že mogoče tržiti. Preveč razvoja v praksi namreč še vedno temelji na predpostavkah, ki niso nujno točne in lahko podjetnikom povzročijo veliko nepotrebnih časovnih in finančnih izgub. Zato je o tem, v katero smer proizvod razvijati, najbolje čim prej povprašati kar trg sam.

7 Ocena podjetniškega okolja

7.1 PODJETNIŠKO OKOLJE IN UKREPI PODJETNIŠKE POLITIKE

Okolje, v katerem živijo in delujejo podjetni posamezniki, pomembno vpliva na njihovo odločitev, da ustanovijo podjetje ali razširijo obstoječe. Ker je okolje možno oblikovati z ustrežno industrijsko politiko, v tem poglavju na osnovi tistega dela podatkovne baze, ki je bila pridobljena z anketiranjem nacionalnih izvedencev, analiziramo podjetniško okolje v Sloveniji leta 2013. Pri oceni specifičnih pogojev nacionalnega gospodarstva se osredotočamo na tiste temeljne pogoje, ki imajo pomemben vpliv na podjetniški sektor. Ta način nam omogoča natančnejši vpogled v kontekst, v katerem podjetniki začenjajo in razvijajo svojo podjetniško aktivnost.

Omogočanje pogojev za ambiciozno inovativno podjetništvo je pomembno drugačno kot omogočanje pogojev za samozaposlitveno preživetveno podjetništvo. Ni zgolj število podjetnikov in število podjetij tisto, ki določa razvoj, ampak so to podjetniki, ki imajo željo in sposobnost razvijati svoje podjetje in zaposlovati. Tako na strani ponudbe podjetniškega talenta kot na strani povpraševanja po njem pa je vselej treba upoštevati konkretne razmere v posamezni državi. Na ta način je možno ustvariti podlago oblikovalcem podjetniške politike, ki lahko s svojimi ukrepi stimulatивно ali zaviralno vplivajo na podjetništvo. Ti ukrepi se lahko nanašajo na raven posameznika, podjetja ali nacionalnega gospodarstva.

Evropski oblikovalci političnih ukrepov so relativno pozno prepoznali pozitivne učinke podjetništva, saj je bil Zeleni dokument o podjetništvu v Evropi (*Green Paper, Entrepreneurship in Europe*) prvi dokument EU, ki je povsem nedvoumno predstavil podjetništvo kot najpomembnejše gonilo gospodarstva. Po njem je glavni izziv EU identificirati ključne dejavnike za ustvarjanje ozračja, v katerem lahko uspevajo podjetniške pobude in poslovne aktivnosti (Evropska komisija 2003). EU je umestila potrebe MSP kot ključni dejavnik ustvarjanja blaginje v lokalnih in regionalnih skupnostih v središče lizbonske strategije za rast in delovna mesta, zlasti od leta 2005 z uporabo partnerskega pristopa, s katerim je tudi dosegla nekatere oprijemljive rezultate. Z Aktom za mala podjetja (*Small Business Act*) iz leta 2007 je Evropska komisija želela izboljšati splošni pristop politike do podjetništva in s temeljem na dosežkih politike Komisije in držav članic ustvariti nov okvir politike, ki bi združeval obstoječe politične instrumente na področju podjetništva, temeljil na Evropski listini za mala podjetja in uvajal sodobno politiko do MSP. Opredeljena načela za usmerjanje in izvajanje politik na ravni EU in držav članic so po teh dokumentih bistvena za ustvarjanje dodane vrednosti na ravni EU, vzpostavitev enotnih pogojev

za delovanje za MSP ter izboljšanje pravnega in upravnega okolja v celotni uniji (Evropska komisija 2008, 4). Podpora podjetništvu z namenom izkoriščanja evropskega podjetniškega potenciala za obnove gospodarstva rasti predvideva tudi Akcijski načrt za podjetništvo 2020. Načrt zajema tri vsebinska področja: podjetniško izobraževanje, vzpostavitev okolja za razvoj in rast podjetništva ter programe za posamezne skupine prebivalstva (Evropska komisija 2013).

Osrednjo podlago za razvoj podpornega okolja v Sloveniji predstavlja dopolnjen program ukrepov Vlade RS za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013. Program ukrepov temelji na štirih osnovnih stebrih, ki so med seboj povezani v celoto: spodbujanje podjetništva in podjetništvu prijaznega okolja, znanje za gospodarstvo, razvoj in inovacije v gospodarstvu ter spodbujanje malih in srednje velikih podjetij z lastniškimi in dolžniškimi viri (GOV 2008). V Sloveniji so bile z namenom spodbujanja podjetništva in konkurenčnosti sprejete tudi nekatere druge strategije, kot so Program krepitve regionalnih razvojnih potencialov 2007–2013, Razvojno-inovacijska strategija RS 2011–2020, drugi regionalni razvojni programi in strategije, ki posegajo na specifična področja podjetništva. Nekaj strategij do leta 2020 je še v pripravi (GOV 2013).

Namen razvojnih politik podjetništva je, da se z ustreznimi in razumnimi finančnimi in nefinančnimi ukrepi sooblikuje okolje, ki bo spodbudno vplivalo na pojav in razvoj podjetniškega potenciala. Politični ukrepi morajo biti ekonomsko upravičeni, kar pomeni, da morajo temeljiti na odpravljanju tržnih nepravilnosti, ki se pojavijo na povpraševalni in/ali ponudbeni strani. Istočasno to tudi pomeni, da morajo politični ukrepi temeljiti na natančnih podatkih in informacijah, ki zagotavljajo dovolj sistemsko in sistematično ukrepanje ter ugotavljanje dejanskih učinkov različnih vladnih intervencij.

7.2 METODOLOGIJA SPREMLJANJA PODJETNIŠKEGA OKOLJA

Raziskava GEM upošteva, da se podjetniška aktivnost oblikuje s pomočjo jasnih dejavnikov, ki smo jih poimenovali okvirni pogoji za podjetništvo (*Entrepreneurial Framework Conditions – EFC*). Pričakuje se namreč, da imajo različne države in regije različne EFC oziroma različna »pravila igre«, kar pomembno vpliva na vhode in izhode podjetniške aktivnosti. To upošteva tudi konceptualni model GEM (Reynolds et al. 1999), ki upošteva konceptualno povezavo med okvirnimi pogoji za podjetništvo, dinamiko podjetniške aktivnosti ter gospodarsko rastjo.

EFC so tako nepogrešljiv del sestavljanke pri razumevanju ustanavljanja podjetij. Stanje teh pogojev neposredno vpliva na obstoj podjetniških priložnosti in podjetniških zmožnosti ter preferenc, kar posledično določa dinamiko podjetniške aktivnosti. Podatke o okvirnih pogojih za podjetništvo pridobivamo s standardiziranim vprašalnikom, ki je namenjen nacionalnim izvedencem v vsaki izmed sodelujočih držav GEM, kot je bilo opisano v prvem poglavju. Z anketiranjem nacionalnih izvedencev (*National Expert Survey – NES*) pridobimo mnenja strokovnjakov, ki jih je mogoče povzeti z uporabo različnih statističnih analiz. V *tabeli 7.1* prikazujemo devet glavnih okvirnih pogojev za podjetništvo, ki jih spremljamo v naši raziskavi.

Vsak posamezni okvir je sestavljen iz bloka trditev. Vprašalnik za anketiranje nacionalnih izvedencev je tako tudi za leto 2013 vključeval 52 trditev, ki opisujejo predstavljenih devet okvirnih pogojev za podjetništvo. Zraven teh so bile, tako kot v letih poprej, vključene tudi trditve, ki se nanašajo na nekatere druge teme, kot so priložnosti in zmogljivosti za ustanovitev podjetij, družbeni status podjetnika, zaščita intelektualne lastnine, odnos do žensk v podjetništvu, podpora za rast podjetij in interes za inovacije. Poleg teme o podjetništvu

med mladimi smo v letu 2013 kot posebno temo raziskovali tudi sklop stališč, ki se nanašajo na osebno blaginjo. Skupaj je tako vprašalnik v letu 2013 obsegal 108 trditev. V drugem delu vprašalnika so izvedenci izrazili svoje mnenje o dejavnikih, ki zavirajo in pospešujejo podjetništvo v Sloveniji, ter o ukrepih, s katerimi bi bilo podjetništvo po njihovem mnenju mogoče spodbuditi. V tretjem delu vprašalnika smo pridobili standardne sociodemografske informacije o značilnostih in delovnih izkušnjah posameznega nacionalnega izvedenca.

Tabela 7.1: Ključni GEM-ovi okvirni pogoji za podjetništvo, GEM 2013, NES

1. Finančna podpora. Razpoložljivost različnih finančnih virov (lastniški in dolžniški viri financiranja) za nova in rastoča podjetja, vključno z garancijami in subvencijami.
2.a Vladne politike – podpora. Ocena vladne podpore za nova in rastoča podjetja.
2.b Vladne politike – regulativa. Ocena vladne regulative (npr. davki in drugi predpisi) za nova in rastoča podjetja.
3. Vladni programi. Izvajanje vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva (spodbuda za nova in rastoča podjetja), na vseh vladnih ravneh.
4.a Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo – v OŠ in SŠ. Razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v osnovi in srednji šoli.
4.b Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo – po SŠ. Razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo po srednji šoli.
5. Prenos raziskav in razvoja. Obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso.
6. Poslovna in strokovna infrastruktura. Kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo nova in rastoča podjetja.
7.a Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – dinamičnost. Spreminjanje trga iz leta v leto: dinamičnost.
7.b Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – odprtost, bremena. Prost vstop novih podjetij na obstoječa tržišča: odprtost, bremena.
8. Fizična infrastruktura. 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.
9. Kulturne in družbene norme. Obstoj kulturnih in družbenih norm, ki spodbujajo ali zavirajo podjetniško aktivnost.

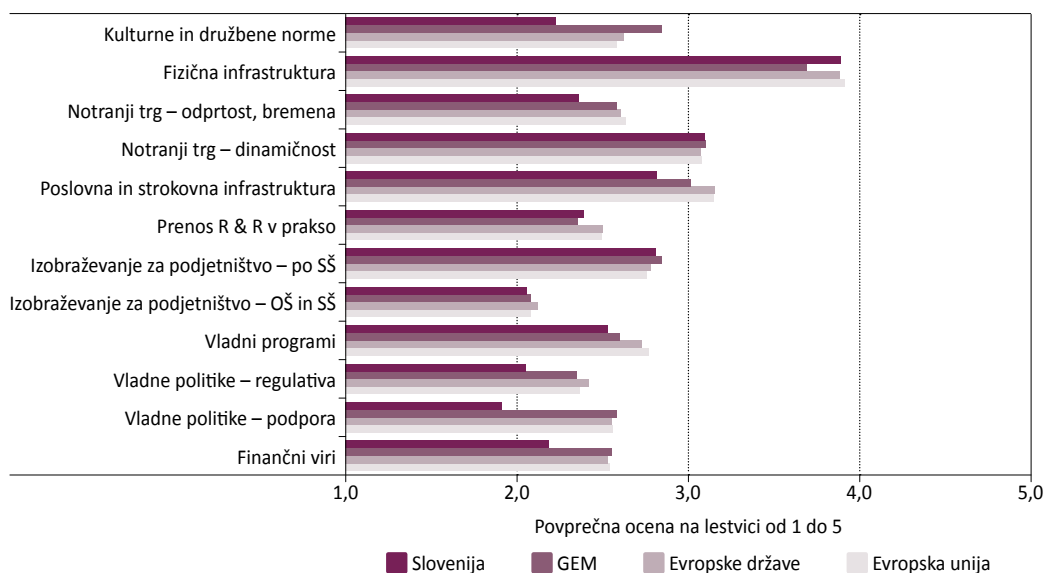
Nacionalni izvedenci (v Sloveniji smo jih v skladu s kriteriji vzorčenja, ki jih uporabljamo v raziskavi GEM, zajeli 36) so trditve ocenjevali na 5-stopenjski Likertovi lestvici, pri čemer ocena 1 pomeni, da je trditev po njihovem mnenju popolnoma napačna, ocena 5 pa, da je trditev po mnenju izvedenca popolnoma resnična. Izjave so oblikovane tako, da ocene nad 3 pomenijo pozitivno rangiranje, ocene pod tri pa negativno rangiranje. Odgovori nacionalnih izvedencev iz vseh sodelujočih držav v letu 2013 so bili ustrezno harmonizirani, opravljena je bila analiza zanesljivosti ter z metodo glavnih komponent pridobljena večdimenzionalna mera – skupna povprečna ocena posameznega okvirnega pogoja za podjetništvo v posamezni državi. Skupaj je v raziskavi GEM leta 2013 sodelovalo 2.634 izvedencev iz 69 držav.

7.3 OCENE OKVIRNIH POGOJEV ZA PODJETNIŠTVO

Pri analizi ocen okvirnih pogojev za podjetništvo ugotavljamo, da so bili vsi okvirni pogoji za Slovenijo v letu 2013 ponovno ocenjeni zelo kritično. Zanimiv je podatek, da sta zgolj dva okvirna pogoja ocenjena s povprečno oceno nad 3, vendar kljub temu še vedno pod 4. Najnižjo povprečno oceno si je tokrat prislužil okvirni pogoj, ki se nanaša na zasnovanost in vodenje vladne politike v podporo novih in rastočih podjetij (1,91), najvišjo povprečno oceno pa tako kot tudi leto poprej okvirni pogoj dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij (3,89).

Pri tem nam o okolju za podjetništvo v lastni državi največ pove primerjava z drugimi. V nadaljevanju zato prikazujemo povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo ter primerjalno povprečje za nekatere skupine držav, kot je razvidno s slike 7.1.

Slika 7.1: Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo – Slovenija, vse države GEM, evropske države in države EU



GEM 2013, NES

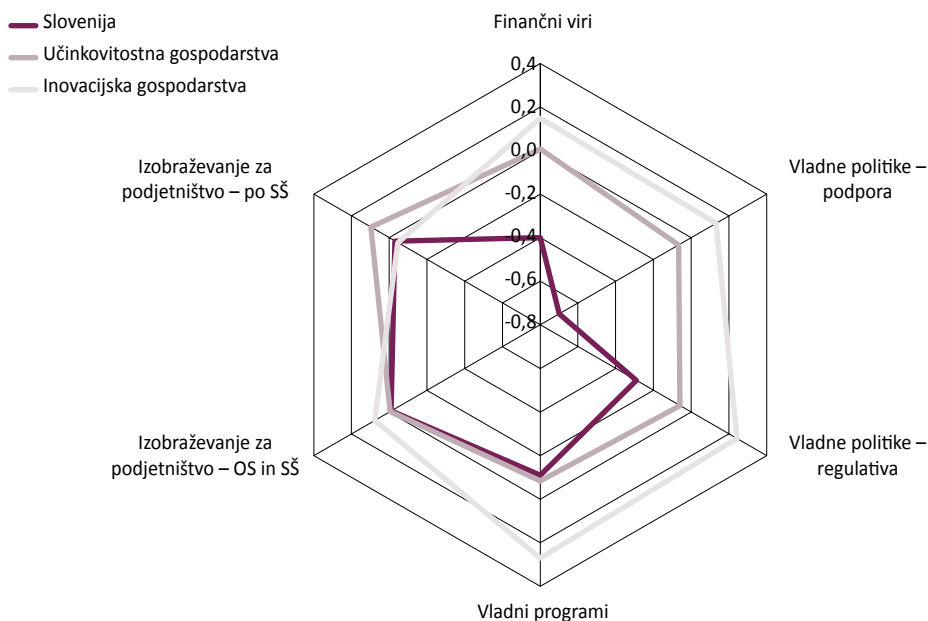
Pri primerjavi ocen v sodelujočih državah GEM lahko ugotovimo, da na splošno še vedno velja, da je zlasti fizična infrastruktura okvirni pogoj, pri katerem Slovenija in v povprečju tudi druge skupine držav dosegajo najvišje ocene, zato se ne zdi, da bi predstavljala omejitev pri večini gospodarstev po vsem svetu. Najslabše pa je v povprečju ponovno ocenjen okvirni pogoj podjetniško izobraževanje v osnovni in srednji šoli. Nizke ocene pri tem okvirnem pogoju beleži tudi Slovenija (2,06), samo Nizozemska ima ta okvirni pogoj ocenjen z oceno nad 3. Slovenija za državami EU v letu 2013 zaostaja pri vseh okvirnih pogojih za podjetništvo, razen pri izobraževanju za podjetništvo po srednji šoli in okvirnem pogoju dinamičnost na notranjem trgu. Boljše ocene od Slovenije so pri okvirnem pogoju izobraževanje za podjetništvo po srednji šoli med državami EU dosegle le Nizozemska, Belgija, Romunija, Portugalska, Luksemburg, Finska,

Latvija in Estonija, pri okvirnem pogoju notranji trg – dinamičnost pa Grčija, Francija, Italija, Romunija, Švedska, Poljska, Nemčija, Litva, Estonija in Hrvaška. Dinamičnost na notranjem trgu velja za enega izmed bolje ocenjenih okvirov tudi v številnih drugih državah, predvsem v Evropi.

Primerjalno z vsemi državami, ki so v letu 2013 sodelovale v raziskavi GEM, Slovenija nekoliko višjo povprečno oceno beleži pri prenosu raziskav in razvoja v podjetniško prakso in dostopu do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij. Največje razlike med povprečnimi ocenami se kažejo pri okvirnem pogoju vladne politike – podpora, pri katerem nižje ocene od Slovenije dosegajo le Rusija, Indija, Iran in Slovaška. V primerjavi s povprečnimi ocenami v drugih državah GEM so slovenski izvedenci slabo ocenili tudi kulturne in družbene norme, ki podpirajo ali zavirajo podjetniško aktivnost (2,23).

Ker je razvitost gospodarstva ena izmed pomembnih determinant okvirnih pogojev za podjetništvo, je smiselno prikazati tudi razlike med Slovenijo in povprečnimi ocenami inovacijskih ter učinkovitostnih gospodarstev GEM. Višje stopnje v najrazvitejših gospodarstvih so v skladu s konceptualnim modelom GEM in dejstvom, da imajo okvirni pogoji za podjetništvo tam višje prioritete. Za vizualizacijo obstoječih razlik so na *slikah 7.2 in 7.3* prikazane standardizirane vrednosti za Slovenijo ter na osnovi standardiziranih vrednosti povprečja za skupino učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstev.

Slika 7.2: Sestavljeni kazalniki okvirnih pogojev za podjetništvo (prva skupina pogojev)

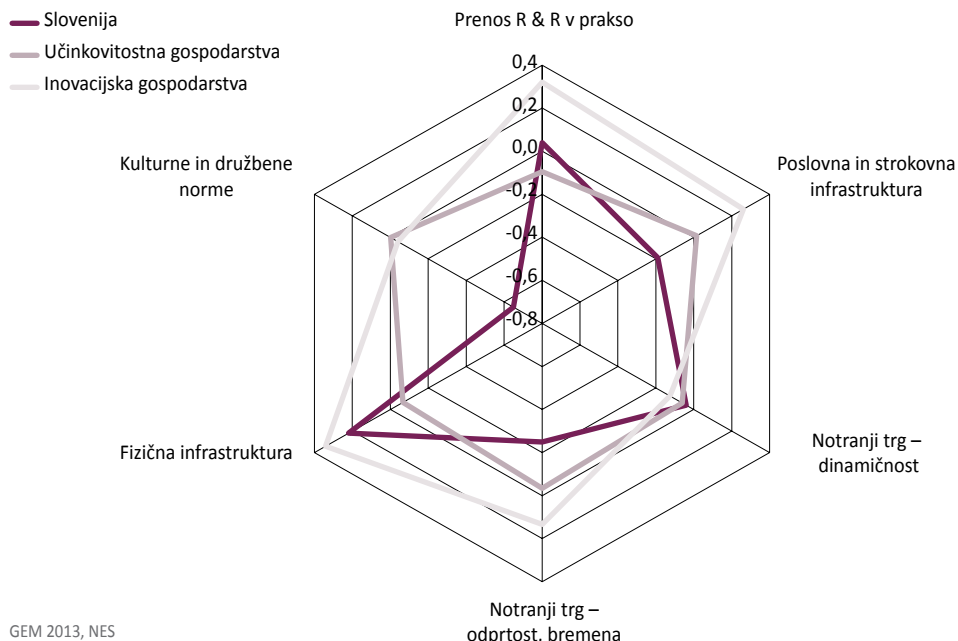


GEM 2013, NES

Opomba: Vrednosti kazalnikov temeljijo na povprečju Z-vrednosti (standardizirane vrednosti) za Slovenijo ter gospodarstva glede na učinkovitostno ali inovacijsko fazo razvoja.

Številke kažejo, da se številni okvirni pogoji za podjetništvo razlikujejo glede na fazo gospodarske razvitosti. Za Slovenijo je največjo razliko od povprečja skupine inovacijskih gospodarstev mogoče ugotoviti pri okvirnem pogoju vladne politike – podpora, sledijo finančni viri, vladna politika – regulativa ter vladni programi. Zaskrbljujoče pa je, da so ocene nacionalnih izvedencev za Slovenijo v letu 2013 v omenjenih okvirnih pogojih za podjetništvo nižje tudi od povprečnih ocen v učinkovitostnih gospodarstvih, kar za Slovenijo, ki sicer glede na BDP na prebivalca sodi v skupino inovacijskih gospodarstev, ni spodbudno.

Slika 7.3: Sestavljeni kazalniki okvirnih pogojev za podjetništvo (druga skupina pogojev)



GEM 2013, NES

Opomba: Vrednosti kazalnikov temeljijo na povprečju Z-vrednosti (standardizirane vrednosti) za Slovenijo ter gospodarstva glede na učinkovitostno ali inovacijsko fazo razvoja.

V drugi skupini okvirni pogoji za podjetništvo po večini ne kažejo tako očitnih razlik. Slovenija glede na povprečne vrednosti sicer še vedno zaostaja za skupino inovacijskih gospodarstev (z izjemo dinamičnosti na notranjem trgu), a se hkrati nad povprečje učinkovitostnih gospodarstev uvršča pri treh okvirnih pogojih: to velja za dostopnost do fizične infrastrukture, prenos raziskovalnih dosežkov v podjetniško prakso ter dinamičnost na notranjem trgu, kar je bila značilnost Slovenije tudi v preteklih letih. Zanimivo je, da se povprečne ocene učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstev zelo približajo predvsem pri okviru kulturne in družbene norme, ki vplivajo na podjetniško aktivnost, medtem ko Slovenija ravno na tem segmentu najbolj zaostaja. Med evropskimi državami so nižje povprečne ocene v tem okviru prejele le Belgija, Španija, Italija in Slovaška med inovacijskimi gospodarstvi ter Hrvaška, Bosna in Hercegovina ter Češka med učinkovitostnimi gospodarstvi.

7.4 NAJVIŠE IN NAJNIŽE OCENJENI OKVIRNI POGOJI ZA PODJETNIŠTVO

Primerjalno z letom 2012 so izvedenci v Sloveniji okvirne pogoje za Slovenijo ocenili še bolj kritično, tako da se trend upadanja povprečnih ocen okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji še kar nadaljuje. Največje poslabšanje sta v letu 2013 primerjalno z letom prej zabeležila okvirna pogoja, ki se nanašata na dinamičnost notranjega trga ter na razpoložljivost finančnih virov za nova in rastoča podjetja. Nekoliko boljše povprečne ocene pa so izvedenci v primerjavi z letom prej namenili izobraževanju za podjetništvo po srednji šoli, dostopu do fizične infrastrukture ter obstoju in učinkovitosti različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov v podjetniško prakso.

V tabeli 7.2 prikazujemo pet najvišje in pet najnižje ocenjenih trditev v Sloveniji leta 2012, kar primerjamo tudi s povprečnimi ocenami evropskih držav GEM.

Tudi za leto 2013 velja, da so slovenski izvedenci daleč najboljše ocenili dostop do fizične infrastrukture in kar vseh pet najboljše ocenjenih trditev izhaja ravno iz tega okvirnega pogoja. Vsaka od petih trditev je namreč ocenjena više ali približno enako, kot je povprečje ocen vseh evropskih držav GEM. Po dostopu do fizične infrastrukture – dober dostop do telekomunikacij, cest, zgradb, priključkov ipd. Slovenija tako ne zaostaja za najrazvitejšimi evropskimi državami.

Najnižje ocenjene trditve v letu 2013 pa se ponovno nanašajo v največji meri na področje vladne politike. Sicer najslabše ocenjena trditev v Sloveniji je bila tako kot leta 2012, da je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic. S to trditvijo se slovenski izvedenci niso strinjali (povprečna ocena 1,39) oziroma jo ocenjujejo kot napačno. Slovenija je pri tej trditvi v letu 2013 zasedla celo zadnje mesto med vsemi evropskimi državami, sodelujočimi v raziskavi GEM. Sledijo trditve, da državne politike dosledno favorizirajo nova podjetja ter da višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja, pri čemer po mnenju izvedencev prav tako zaostajamo za evropskim povprečjem in najrazvitejšimi državami. Zadnje mesto si je Slovenija v letu 2013 prislužila tudi pri trditvi, da politika v občinah in upravnih enotah postavlja podpiranje novih in rastočih podjetij kot svojo bistveno prioriteto (povprečna ocena 1,86). Mesto med pet najnižje ocenjenih trditev sta si prislužili tudi trditvi iz okvira – izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah. Izvedenci so bili kritični do trditev, da poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij ter zagotavlja primerno poznavanje načel tržnega gospodarstva, kar sta sicer kritično ocenjeni trditvi tudi v drugih razvitih gospodarstvih.

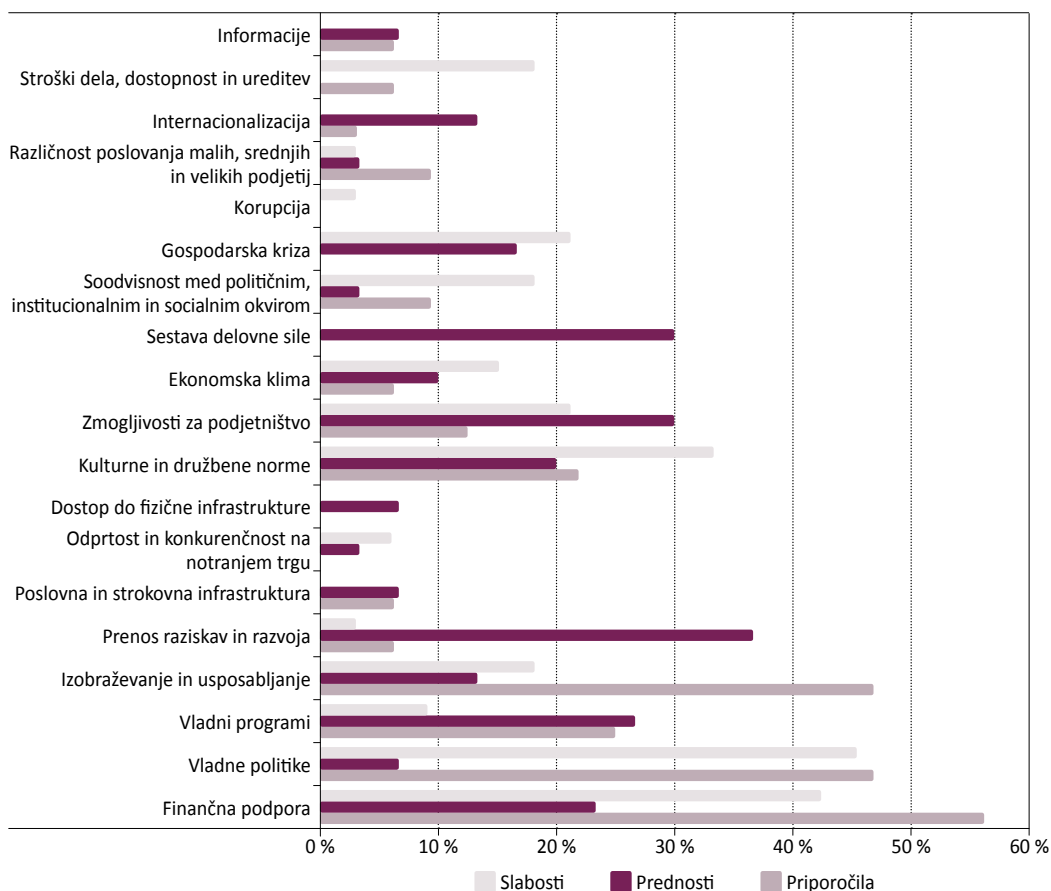
Tabela 7.2: Pet najvišje in pet najnižje ocenjenih okvirnih pogojev za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2013, NES

Oznaka trditve	Trditev	Slovenija	Evropske države GEM (N = 29)				
		povprečna ocena	najnižja povprečna ocena		povprečna ocena	najvišja povprečna ocena	
Pet najvišje ocenjenih trditev: V Sloveniji ...							
H02	... dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) za nova ali rastoča podjetja ni predrag.	4,33	2,94	Romunija	4,01	4,64	Nizozemska
H03	... potrebuje novo ali rastoče podjetje za dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) približno teden dni.	4,17	3,14	Nemčija	4,09	4,75	Estonija
H01	... fizična infrastruktura (ceste, zgradbe, komunikacije, zbiranje odpadkov) zagotavlja dobro podporo za nova in rastoča podjetja.	3,86	1,8	Rusija	3,50	4,86	Švica
H04	... nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške osnovnih potrebščin (plin, voda, elektrika, kanalizacija).	3,77	2,69	Romunija	3,78	4,67	Švica
H05	... lahko novo ali rastoče podjetje pridobi dostop do priključkov na plin, vodo, elektriko in kanalizacijo v približno mesecu dni.	3,44	2,24	Rusija	3,89	4,71	Švica
Pet najnižje ocenjenih trditev: V Sloveniji ...							
A06	... je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic.	1,39	1,39	Slovenija	2,16	3,42	Norveška
B01	... državne politike (npr. javni razpisi) dosledno favorizirajo nova podjetja.	1,75	1,44	Italija	2,06	3,03	Švica
B05	... višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja.	1,83	1,44	Italija	2,43	4,09	Švica
B03	... politika v občinah in upravnih enotah postavlja podpiranje novih in rastočih podjetij kot svojo bistveno prioriteto.	1,86	1,86	Slovenija	2,73	3,8	Finska
D03	... poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij.	1,94	1,24	Španija	1,95	2,72	Nizozemska
D02	... poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno poznavanje načel tržnega gospodarstva.	1,94	1,47	Španija	2,17	3,16	Nizozemska

7.5 SLABOSTI IN PREDNOSTI OKOLJA ZA RAZVOJ PODJETNIŠTVA PO MNENJU IZVEDENCEV IN NJIHOVA PRIPOROČILA

Nacionalne izvedence smo v sklopu vprašalnika NES povprašali tudi o treh najpomembnejših okvirnih pogojih, ki po njihovem mnenju zavirajo podjetniško aktivnost v Sloveniji, treh pogojih, ki jo pospešujejo, in treh priporočilih, kje oziroma kako bi po njihovem mnenju veljalo ukrepati. Mnenja smo pridobili na osnovi odprtih vprašanj, njihove sistematizirane odgovore pa prikazujemo na *sliki 7.4*.

Slika 7.4: Slabosti in prednosti okolja za razvoj podjetništva po mnenju izvedencev in njihova priporočila



GEM Slovenija 2013, NES

Po mnenju nacionalnih izvedencev v letu 2013 podjetniško aktivnost v Sloveniji najbolj zavirajo vladne politike (45 %) ter razpoložljivost različnih finančnih virov za nova in rastoča podjetja (42 %). Temu sledijo kulturne in družbene norme (33 %), gospodarska kriza (21 %) ter pomanjkanje zmogljivosti za podjetništvo (21 %). V okviru vladne politike so izvedenci kot

največji zaviralni dejavnik v letu 2013 navajali predvsem državno birokracijo ter nestimulativno davčno politiko, pa tudi zakonodajo na makro (nacionalni) in mikro (občinski) ravni. V okviru finančne podpore je v letu 2013 predvsem primanjkovalo finančnih mehanizmov za zagon novih, rastočih ter inovativnih podjetij. Izvedenci kot slabost za razvoj podjetništva v Sloveniji štejejo tudi pomanjkanje podjetniške kulture, predvsem pa izpostavljajo, da podjetništvo zavira negativna klima za podjetništvo, podcenjevanje, odnos do uspeha in podjetnih posameznikov, manjša nagnjenost k tveganju, pa tudi pomanjkanje notranje podjetniške kulture obstoječih podjetij. Po mnenju izvedencev tesno sledi nestabilna politična in gospodarska situacija v državi in nestabilnost pogojev za poslovanje. Kot zaviralne dejavnike za razvoj podjetništva so v okviru zmogljivosti za podjetništvo izvedenci največkrat navedli pomanjkanje znanja in podjetniških kompetenc, pomanjkanje samoiniciativnosti ter prepoznavanja podjetniških priložnosti.

Med področji, ki v največji meri pospešujejo podjetniško aktivnost v Sloveniji, so izvedenci največkrat izbrali prenos raziskav in razvoja v podjetniško prakso (37 %), pri čemer ponovno, tako kot tudi leta poprej, izpostavljajo pomen inkubatorjev in tehnoloških parkov. Sledi sestava delovne sile (30 %), saj so izvedenci prepričani, da trenutna visoka brezposelnost in nuja prispevata k pospeševanju podjetništva. Nacionalni izvedenci vidijo prav tako veliko prednosti za spodbujanje podjetniške aktivnosti med pozitivnimi zmogljivostmi za podjetništvo (30 %). Med njimi so najpogostejše izpostavljeni podjetniška tradicija (obrt, močan segment družinskih podjetij), želja in motiviranost posameznikov za vstop v svet podjetništva, nenazadnje tudi znanje in inovativnost posameznikov.

Največ priporočil za izboljšanje podjetniškega okolja v Sloveniji so nacionalni izvedenci navedli tam, kjer hkrati vidijo tudi največ slabosti. To je na področju finančne podpore (56 %) in vladne politike (47 %), pa tudi na področju izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo (47 %). Izvedenci priporočajo predvsem izboljšanje pogojev za financiranje podjetij in s tem lažjo dostopnost do kapitala, bolj premišljen sistem subvencij ter več finančnih spodbud na makroravni za nova, rastoča in inovativna podjetja. V okviru vladne politike predlagajo izvedenci čim prejšnjo odpravo administrativnih ovir za podjetja in poenostavitev postopkov, stimulatивnejšo davčno politiko ter učinkovitejše vladne strategije, razvojne paradigme in izboljšanje zakonodaje. Na področju izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo se priporočila izvedencev v letu 2013 ponovno nanašajo na potrebne spremembe v izobraževalnem procesu v smislu uvedbe in spodbujanja podjetniških vsebin in aktivnosti v izobraževalnih programih – predvsem na nižjih ravneh, čim večjo praktično usmerjenost podjetniškega izobraževanja ter večji poudarek na gradnji ugodne podjetniške kulture in klime, spodbujanju motiviranosti in inovativnosti.

Slovenski izvedenci v letu 2013

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja (maj–julij 2013)	Ustanova
dr. Maja Bučar	redna profesorica	Fakulteta za družbene vede, UL
mag. Violeta Bulc	ustanoviteljica in direktorica, inovatorica	Vibacom d.o.o.
mag. Zlatko Erlih	direktor	SUN Gornja Radgona d.o.o.
Roman Ferenčak	direktor	Ocean Orchids d.o.o.
Sonja Fon Sekolec	direktorica	SOFIR S.F.S. d.o.o.
dr. Anton Habjanič	direktor	TehnoCenter UM d.o.o.
Matej Hojnik	direktor	APIS-VITA d.o.o.
Simon Hvalec	izvršilni direktor uprave banke	Nova KBM d.d.
dr. Timotej Jagrič	redni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM
dr. Andreja Jaklič	izredna profesorica	Fakulteta za družbene vede, UL
dr. Matjaž B. Jurič	redni profesor	Fakulteta za računalništvo in informatiko, UL
dr. Karin Stana Kleinschek	redna profesorica, prorektorica	Fakulteta za strojništvo, UM
mag. Sabina Koleča	generalna direktorica	Direktorat za podjetništvo, konkurenčnost in tehnologijo, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo
Peter Korun	direktor	A.s.K., Aktivna signalizacija Korun d.o.o.
mag. Tadej Krošlin	direktor razvoja	Gorenje Surovina d.o.o.
mag. Jaka Lenardič	direktor	ENKI d.o.o.
mag. Iztok Lesjak	direktor	Tehnološki park Ljubljana d.o.o.
dr. Borut Likar	izredni profesor	Fakulteta za management, UP
mag. Samo Lubej	prokurist, svetovalec	Finančni Center d.o.o.
Emil Marinšek	direktor	Maremico d.o.o.

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja (maj–julij 2013)	Ustanova
dr. Aleš Mihelič	vodja sektorja za tehnologijo	Direktorat za podjetništvo, konkurenčnost in tehnologijo, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo
mag. Igor Pavlin	izvršni direktor	Slovensko franšizno združenje
mag. Aleksandra Podgornik	direktorica	Štajerska gospodarska zbornica
mag. Amna Potočnik	vodja OE Mednarodno sodelovanje	Mariborska razvojna agencija
Stane Rozman	direktor	Pokrajinski muzej Celje
mag. Matej Rus	direktor	IRP, Tovarna podjetmov
dr. Mitja Ruzzier	izredni profesor	Fakulteta za management, UP
Marlen Skarlovnik	vodja sektorja za podjetništvo	Direktorat za podjetništvo, konkurenčnost in tehnologijo, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo
dr. Peter Stanovnik	direktor, raziskovalec	Inštitut za ekonomska raziskovanja
dr. Metka Stare	znanstvena svetnica	Fakulteta za družbene vede, UL
Katja Šajnovič	direktorica sektorja za prodajo in marketing	AMIS družba za telekomunikacije d.o.o.
Dejan Šumak	direktor	Paradajz d.o.o.
dr. Maks Tajnikar	redni profesor	Ekonomska fakulteta, UL
Boštjan Tancer	namestnik predsednika upravnega odbora	Varnost Maribor d.d.
mag. Denis Topolnik	generalni direktor	Skupina vrtovi panonski, z.o.o.
dr. Jaka Vadnjal	izredni profesor	GEA College d.d.
mag. Andrej Vizjak	poslanec DZ, predsednik Komisije za nadzor javnih financ	Državni zbor RS, Komisija za nadzor javnih financ
dr. Alenka Žnidaršič Kranjc	izvršna direktorica	Prva osebna zavarovalnica d.d.

Literatura in viri

1. Ács, Z. J. in Szerb, L. (2012). *Global Entrepreneurship and Development Index 2012*. Edward Elgar Publishing.
2. Amoros, J. E. in Bosma, N. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor, 2013 Global Report*. Babson Park MA, Santiago, Chile: Babson College, Universidad del Desarrollo.
3. Arenius, P. in Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship, *Small Business Economics*, 24 (3): 233–247.
4. 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.
5. Bosma, N. S. in Schutjens, V. (2011). Understanding regional variation in entrepreneurial activity and entrepreneurial attitude in Europe. *The Annals of Regional Science*, 47 (3), 711–742.
6. Bosma, N. S., Schutjens, V. A. J. M. in Stam, E. (2009). Entrepreneurship in European Regions: Implications for Public Policy. V: J. Leitao in R. Baptista (ur.), *Public Policies for Fostering Entrepreneurship: A European Perspective*, New York: Springer, 59–89.
7. Bosma, N., Coduras, A., Litovsky, Y. in Seaman, J. (2012). *GEM Manual: A report on the design, data and quality control of the Global Entrepreneurship Monitor*.
8. Bosma, N., Wennekers, S. in Amoros, J. (2012). *2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe*. London: GERA.
9. Bosma, N., Wennekers, S. in Amoros, J. E. (2012). *Global entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report*. Babson College; Universidad de Desarrollo, Universiti Tun Abdul Razak: Wellesley MA, Santiago, Chile, Kuala Lumpur Malaysia.
10. Crnogaj, K. (2012). Vpliv izbranih institucionalnih in individualnih dejavnikov na podjetniško aktivnost ter njihova povezava z gospodarskim in družbenim napredkom: *doktorska disertacija*. Maribor. <http://dkum.uni-mb.si/Dokument.php?id=48241>.
11. Crnogaj, K. in Rebernik, M. (2013). Kritični pregled mednarodno primerljivih mer podjetniške aktivnosti. *Naše gospodarstvo*, 59 (5/6): 23–34.

12. Duh, M. in Tominc, P. (2005). Pomen, značilnosti in prihodnost družinskih podjetij. V: Rebernik, M., Tominc, P., Duh, M., Krošlin, T., Radonjič, G. (2005): *Slovenski podjetniški observatorij 2004, 2. del*. Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Univerza v Mariboru, 19–31.
13. Duh, M. in Tominc, P. (2006). Primerjalna analiza družinskih in nedružinskih podjetij v Sloveniji. V: Rebernik, M., Tominc, P., Duh, M., Rus, M., Pušnik, K., Krošlin, T., Bradač, B., Monik, D. (2006): *Slovenski podjetniški observatorij 2005*. Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Univerza v Mariboru, 59–68.
14. Duh, M., Tominc, P. in Rebernik, M. (2007). Succession issues within family enterprises in Slovenia. *Društvena istraživanja* (Journal for general social issues), 16 (4/5): 751–779.
15. Eckhardt J. T. in Shane, S. A. (2003). Opportunities and Entrepreneurship. *Journal of Management*, 29 (3): 333–349.
16. Evropska komisija, (2013). *Entrepreneurship 2020 action plan*. Dostopno na: [<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:EN:PDF>].
17. Evropska komisija, (2003). *Green Paper, Entrepreneurship in Europe*, Brussels, 21.01.2003, COM(2003) 27 final. Dostopno na: [http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/green_paper/green_paper_final_en.pdf].
18. Evropska komisija, (2008). *Akt za mala podjetja za Evropo*, {SEC(2008), COM (2008) 394 Final. Dostopno na: [[h_p://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:SL:PDF](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:SL:PDF)].
19. Fairlie, Robert W. Kauffman Index of Entrepreneurial Activity, 1996–2011 (March 2012). Dostopno na: [<http://ssrn.com/abstract=2027008> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2027008>].
20. Glas, M., Vadjal, J. in Čoh, M. (2004). Family businesses in Slovenia – how do they differ from the EU? Proceedings of the International Conference *An Enterprise Odyssey: Building Competitive Advantage* (Compact disc ed.), Graduate School of Economics and Business, University of Zagreb, Zagreb.
21. GOV, (2008). *Dopolnjen program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013*. Dostopno na: [http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/DPK/Microsoft_Word_-_PROGRAM_UKREPOV_junij_2008.pdf].
22. GOV, (2013). *Spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti*. Dostopno na: [http://www.arhiv.svrez.gov.si/si/delovna_podrocja/priprava_strategije_razvoja_slovenije_2013_2020/javna_razprava/spodbujanje_podjetnistva_in_konkurencnosti/].
23. Hessels, J., Grilo, I., Thurik, R. in Van der Zwan, P. (2010). Entrepreneurial exit and entrepreneurial engagement, *Journal of evolutionary economics*, 21 (3): 447–471.
24. Hoffmann, A. (2006). *The Danish Entrepreneurship Index 2006* (January 12, 2006). Dostopno na: [<http://ssrn.com/abstract=1016006> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1016006>].
25. Holcombe, R. (2003). The origins of Entrepreneurial Opportunities. *Review of Austrian Economics*, 16 (1): 25–43.
26. International Labour Office (2013). *ILO's Global Employment Trends for Youth: A generation at risk*. Geneva: ILO 2013. Dostopno na: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_212423.pdf].

27. Kelley, D. J., Brush, C. G., Greene, P. G. in Litovsky, Y. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor: 2012 Women's Report*. US: Babson College, Massachusetts, Snatiago, Chile: Universidad Del Desarrollo, Malaysia: Universiti Tun Abdul Razak, London, UK: GERA. Dostopno na: [<http://www.gemconsortium.org/docs/download/2825>].
28. Kelley, D., Bosma, N. in Amoros, J. E. (2011). *Global entrepreneurship Monitor, 2010 Global Report*. Babson Park, MA, Santiago, Chile: Babson College, Universidad de Desarrollo.
29. Kew, J., Herrington, M., Litovsky, J. in Gale, H. (2013). *Generation Entrepreneur? The state of global youth entrepreneurship*. Youth Business International. Dostopno na: [<http://www.gemconsortium.org/docs/download/2835>].
30. Koellinger P., Minniti, M. in Schade, C. (2005). »I think I can, I think I can«: Overconfidence and entrepreneurial behavior. *Journal of Economic Psychology*, 28 (4): 502–527.
31. Levesque, M. in Minitti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior, *Journal of business venturing*, 21 (2): 177–194.
32. McMullen, J. S. in Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31, 132–152.
33. MDDSZ in ZRSZ, (2013). *Mladi in trg dela*. Dostopno na: [http://www.ess.gov.si/_files/4809/mladi_in_trg_dela.pdf].
34. MG (2013): *Strategija razvoja Slovenije 2014–2020* (osnutek). Ministrstvo za gospodarstvo, Ljubljana, Avgust 2003. Dostopno na: [http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/EKP/Drugi_dokumenti/SRS_09_08_2013.pdf].
35. Morris, R. (2011). *2011 High-Impact Entrepreneurship Global Report*. Dostopno na: [<http://www.gemconsortium.org/docs/download/295>].
36. 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.
37. Rebernik, M., Tominc, P. in Crnogaj, K. (2011). Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva, *GEM Slovenija 2010*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
38. Rebernik, M., Tominc, P. in Crnogaj, K. (2012). *Usihanje podjetništva v Sloveniji: GEM Slovenija 2011*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
39. Rebernik, M., Tominc, P., Crnogaj, K., Širec, K. in Bradač Hojnik, B. (2013). *Nezaznane priložnosti, GEM Slovenija 2012*. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta Maribor.
40. Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P. in Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998–2003, *Small Business Economics*, 24 (3), 205–231.
41. Reynolds, P., Hay, M. in Camp, S. 1999. *Global Entrepreneurship Monitor: 1999 Executive Report*. Kansas City, MO.: Kauffman Foundation.
42. Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship. The Individual-Opportunity Nexus*. Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Edward Elgar.

43. Shane, S. in Venkataraman, S. (2000). *A General Theory of Entrepreneurship. The individual Opportunity Nexus*. Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
44. Stam, E., Bosma, N., Van Witteloostuijn, A., De Jong, J., Bogaert, S., Edwards, N. in Jaspers, F. (2012). *Ambitious Entrepreneurship. A review of the academic literature and new directions for public policy. AWT Report. 41*. The Hague: AWT.
45. Steffensen, M., Rogers, E. M. in Speakman, K. (2000). Spin-offs from research centers at a research university. *Journal of Business Venturing*, 15 (1): 93–111.
46. Širec, K. in Rebernik, M. (2012). *Restructuring in SMEs: Slovenia*. Dublin: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, cop. 2012. Dostopno na: [<http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2012/474/en/1/EF12474EN.pdf>].
47. The Economist (2009). *Special report: Global heroes. A special report on entrepreneurship*. The Economist print edition, 12. marec 2009.
48. Tominc, P. in Rebernik, M. (2012). Komparativna analiza podjetniške aktivnosti z globalnim indeksom podjetništva in razvoja – GEDI. *Naše gospodarstvo*, 58 (1/2): 55–63.
49. Wennekers, S., Van Stel, A., Carree, M. in Thurik, A. R. (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship*. 6 (3): 167–237.
50. Wong, P. K., Ho, Y. P. in Autio, E. (2005). Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*. 24 (3): 335–350.

Ključne GEM-mere

Mera	Opis
<i>Odnos do podjetništva in njegovo dojetje (Entrepreneurial Attitudes and Perceptions)</i>	
Zaznane priložnosti (Perceived opportunities)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki vidi 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 verjame, da ima potrebne veščine in znanje, da bi ustanovila podjetje.
Podjetniške namere (Entrepreneurial intentions)	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 navaja, da bi jo 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 strinja s trditvijo, da je v njeni državi podjetništvo zaželena poklicna izbira.
Visok status uspešnega podjetništva (High-status successful entrepreneurship)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se strinja s trditvijo, da so v njeni državi uspešni podjetniki spoštovani in ugledni.
Pozornost medijev do podjetništva (Media attention for entrepreneurship)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se strinja s trditvijo, da je v njeni 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.

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

Mera	Opis
Podjetniške aspiracije (Entrepreneurial Aspirations)*	
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity - HEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali novi podjetniki (lastniki - managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj, <i>ter</i> pričakujejo, da bodo čez pet zaposlovali najmanj 20 ljudi.
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo: relativni delež (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki pričakujejo, da bodo čez pet let zaposlovali najmanj 20 ljudi.
Zgodnja podjetniška aktivnost, pričakovano samostojna ali z nizko rastjo zaposlovanja (Solo/Low job expectation early-stage entrepreneurial activity-SLEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali novi podjetniki (lastniki - managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj, <i>ter</i> pričakujejo, da bodo čez pet zaposlovali manj kot 5 ljudi. Na osnovi podatkov 2009–2011.
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano srednjo/visoko rastjo zaposlovanja (Medium/high job expectation early-stage entrepreneurial activity-MHEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali novi podjetniki (lastniki - managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj, <i>ter</i> pričakujejo, da bodo čez pet zaposlovali 5 ali več ljudi. Na osnovi podatkov 2009–2011.
Zgodnja podjetniška aktivnost, usmerjena k novim izdelkom in trgom: relativni delež (New product-market oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki navajajo, da je njihov izdelek ali storitev nov za vsaj nekaj kupcev, in tudi navajajo, 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 je trenutno vključena v razvoj nove podjetniške dejavnosti za svojega delodajalca in ima pri tem udeležbo v vodenju vlog.
Podjetniška aktivnost zaposlenih v zasebnem sektorju (Private sector entrepreneurial employee activity-PEEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki je trenutno vključena v razvoj nove podjetniške dejavnosti za svojega delodajalca v zasebnem sektorju in ima pri tem udeležbo v vodenju vlog. 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 njen delodajalec zagotavlja zaposlenim vsaj nekaj podpore pri novih idejah.

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

Raziskovalni timi in sponzorji GEM v letu 2013

Tím	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Alžirija	CREAD	Abderrahmane Abedou	German Development Cooperation (Deutsche Gesellschaft fuer Internationale Zusammenarbeit, GIZ)	CREAD
		Ahmed Bouyacoub		
		Hamid Kherbachi		
		Boukahri Mohamed		
		Marita Riedel		
		Marcus Antonius Casel		
Angola	Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI) Centro de Estudos e Investigação Científica (CEIC) of the Universidade Católica de Angola (UCAN)	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		
		Manuel Alves da Rocha		
		Salim Abdul Valimamade		
Argentina	IAE Business School	Silvia Torres Carbonell	Buenos Aires City Government – Economic Development Ministry	MORI Argentina
		Aranzazu Echezarreta		
		Juan Martin Rodriguez		
Barbados	The Cave Hill School of Business, The University of the West Indies	Marjorie Wharton	International Development Research Centre (IDRC) First Citizens Bank Ltd	Systems Consulting Ltd
		Donley Carrington		
		Jeannine Comma		
		Jason Marshall		
		Camara Lee		
Belgija	Vlerick Business School	Hans Crijns	STORE (Flemish Research Organisation for Entrepreneurship and Regional Economy) EWI (Department of Economy, Science and Innovation)	TNS Dimarso
		Niels Bosma		
		Tine Holvoet		
		Jeff Seaman		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Bocvana	University of Botswana	C.R. Sathyamoorthi	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Botswana Team
		B. Kealesitse		
		J. Pansiri		
		R. Makgosa		
		S. Biza-Khupe		
		T. Mphela		
		R. Morakanyane		
		T. Ditshweu		
		T. Tsheko		
		L. Setswalo		
		I. Radikoko		
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	
		Aziz Šunje	Ministry of Development and Entrepreneurship of Tuzla Canton	
		Rasim Tulumović	Oxfam	
		Kenan Crnkić	Independent Office for Development (NBR)	
		Zdenko Klepić	Local Economic Development Network (LEDnet)	
		Ranko Markuš	Swiss Agency for Development and Cooperation (Youth Employment Project)	
		Slađana Simić		
		Majda Mujanović		
Brazilija	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	Simara Maria de Souza Silveira Greco	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE	Zoom Serviços Administrativos Ltda
		Adriano Luiz Antunes	Fundação Getúlio Vargas - FGV-EAESP	
		Kristie Seawright	Universidade Federal do Paraná - UFPR	
		Marco Aurélio Bedê	Instituto de Tecnologia do Paraná - TECPAR	
		Mariano Mato Macedo		
		Mario Tamada Neto		
		Morlan Luigi Guimarães		
		Tales Andreassi		
Češka	University of Economics, Prague	Martin Lukes	Technology Agency of the Czech Republic	ppm factum
		Martina Jakl		
		Jan Zouhar		
		Jan Mares		
Čile	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós	Telefónica Chile: Movistar Innova & Wayra	Questio, Estudios de Mercado y Opinión Limitada
		Carlos Poblete	SOFOFA (Federation of Chilean Industry)	
		Carlos Albornoz	InnovaChile Corfo	
		Gianni Romani	Ministerio de Economía	

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Ekvador	ESPOL- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio	Banco del Pacífico	Survey Data
		Guido Caicedo	CLARO	
		Xavier Ordeñana	Dyvenpro	
		Andrea Gabriela Samaniego Diaz	ESPOL	
		Ramon Villa	Mexichem Group	
		Edgar Izquierdo	Telconet	
Estonija	Estonian Development Fund	Tõnis Arro	Estonian Development Fund	Saar Poll
		Tõnis Mets	University of Tartu	
		Tiit Elenurm		
Filipini	De La Salle University	Aida Licaros Velasco	International Development Research Centre (IDRC)	TNS Philippines
		Emilina Sarreal		
		Brian Gozun		
		Junette Perez		
		Gerardo Largoza		
		Mitzie Conchada		
Finska	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen	Ministry of Employment and the Economy Turku School of Economics, University of Turku	IROResearch Oy
		Jarna Heinonen		
		Tommi Pukkinen		
		Pekka Stenholm		
		Sanna Suomalainen		
Francija	EMLYON Business School	Alain Fayolle	EMLYON Business School	Institut Think
		Emeran Nzali		
		Danielle Rousson		
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
		Aggelos Tsakanikas		
		Ioannis Giotopoulos		
Gvatemala	Universidad Francisco Marroquin	Hugo Maúl	Francisco Marroquín University -UFM- School of Economic Sciences -UFM- Kirzner Entrepreneurship Center	Khanti Consulting
		Mónica de Zelaya		
		Carolina Uribe		
		David Casasola		
		Fritz Thomas		
		Jaime Diaz		
		Lisardo Bolaños		
		Gustavo Saenz		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Hrvaška	J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer	Ministry of Economy	Puls d.o.o., Zagreb
		Nataša Šarlija	Ministry of Entrepreneurship and Crafts	
		Sanja Pfeifer	CEPOR SME & Entrepreneurship Policy Centre	
		Suncica Oberman Peterka	J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics	
		Mirna Oberman		
Indija	Entrepreneurship Development Institute of India (EDI), Ahmedabad Institute of Management Technology (IMT), Ghaziabad Indian School of Business (ISB), Hyderabad	Sunil Shukla	Centre for Research in Entrepreneurship, Education and Development (CREED), Entrepreneurship Development Institute of India (EDI) Institute of Management Technology (IMT) Wadhvani Centre for Entrepreneurship Development (WCED), ISB Wadhvani Centre for Entrepreneurship Development (WCED), ISB	IMRB International
		Pankaj Bharti		
		Amit Kumar Dwivedi		
		Bibek Banerjee		
		Noel Saraf		
		Krishna Tanuku		
		Santosh Srinivas		
		Vijay Vyas		
		Kumar Ashish		
Indonezija	Parahyangan Catholic University (UNPAR) Bandung	Catharina Badra Nawangpalupi	International Development Research Centre (IDRC)	PT Spire Indonesia
		Gandhi Pawitan		
		Agus Gunawan		
		Maria Widyarini		
		Triyana Iskandarsyah		
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan	Labour Social Security Institute (LSSI)	Elham Kabuli Sedigheh Yeganegi
		Nezameddin Faghih		
		Ali Akbar Moosavi-Movahedi		
		Leyla Sarfaraz		
		Asadollah Kordrnaeij		
		Jahangir Yadollahi Farsi		
		Mahmod Ahamadpour Daryani		
		S. Mostafa Razavi		
		Mohammad Reza Zali		
		Mohammad Reza Sepehri		
		Ali Rezaean		
		Thomas Schøtt		
Irska	Fitzsimons Consulting Dublin City University Business School	Paula Fitzsimons	Enterprise Ireland Forfás	BMG Research
		Colm O’Gorman		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Italija	University of Padua	Moreno Muffatto	Università degli Studi di Padova Università Politecnica delle Marche Fondazione Aristide Merloni Grafica Veneta Spa	Doxa
		Patrizia Garengo		
		Paolo Giacom		
		Donato Iacobucci		
		Alessandra Micozzi		
		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 Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University	Dialogue Corporation
		Yoash Avrahami		
		Miri Lerner		
		Eli Gimmon		
		Zeev Greenberg		
		Geula Biton		
Jamajka	University of Technology, Jamaica	Michelle Black	International Development Research Centre (IDRC)	Market Research Services Ltd
		Paul Golding		
		Orville Reid		
		Vanetta Skeete		
		Horace Williams		
		Michael Steele		
		O'Neil Perkins		
		Girjanauth Boodraj		
		Claudette Williams-Myers		
Japonska	Musashi University	Noriyuki Takahashi	Venture Enterprise Center	Social Survey Research Information Co Ltd (SSRI)
		Takeo Isobe		
		Yuji Honjo		
		Takehiko Yasuda		
		Masaaki Suzuki		
Republika Južna Afrika	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington	Department of Economic Development and Tourism of the Western Cape Government	Nielsen South Africa
		Gerhard Mulder		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Kanada	The Centre for Innovation Studies (THECIS) University of Calgary Memorial University Téluq-Université du Québec Ryerson University Université du Québec à Trois-Rivières University of Manitoba University of Saskatchewan University of Alberta CPROST, Simon Fraser University University of Regina	Peter Josty	Atlantic Canada Opportunities Agency	Opinion Search Inc.
		Chad Saunders	British Columbia Innovation Council	
		Gary Gorman	Canadian Youth Business Foundation	
		Dennis Hanlon	EY	
		Diane-Gabrielle Tremblay	Government of Alberta	
		Charles Davis	Government of Ontario	
		Dave Valliere	Government of Newfoundland	
		Howard Lin	Government of Manitoba	
		Neil Wolff	Government of Quebec	
		Etienne St-Jean	Innovation Saskatchewan	
		Nathan Greidanus	Institut de recherche sur les PME	
		Cami Ryan	International Development Research Centre (IDRC)	
		Cooper Langford	International Institute for Sustainable Development	
		Ted Heidrick	Stu Clark Centre for Entrepreneurship, University of Manitoba	
		Adam Holbrook	University of Alberta	
		Brian Wixted		
		Blair Winsor		
		Chris Street		
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		
Kolumbija	Universidad Icesi Universidad de los Andes Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali	Rodrigo Varela Villegas	Universidad Icesi	Centro Nacional de Consultoría
		Jhon Alexander Moreno	Universidad de los Andes	
		Monica Bedoya	Universidad del Norte	
		Rafael Augusto Vesga	Pontificia Universidad Javeriana Cali	
		Liyis Gómez		
		Ignacio Negrette		
		Juan Guillermo Restrepo		
		Fernando Pereira		
		Fabian Osorio		
		Ana Maria Fierro		
Koreja	Gyeongnam National University of Science and Technology (GnTech)	Sung-sik Bahn	GEM Korea Center	Hankook Research Co
		Sanggu Seo	Hanaro Tech Co., Ltd.	
		Kyung-Mo Song	Korea Aerospace Industries, Ltd (KAI)	
		Jong-hae Park	Taewan Co., Ltd.	
		Min-Seok Cha	Chonhaiji Co., Ltd.	
		Mim-sun Cho		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Latvija	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga Baltic International Centre for Economic Policy Studies (BICEPS)	Marija Krumina	TeliaSonera AB	SKDS
		Anders Paalzow		
		Alf Vanags		
Libija	University of Benghazi	Fathi Ali	International Development Research Centre (IDRC) Silatech	Research & Consulting Center University of Benghazi
		Ali Omar		
		Yousef El Gimati		
		Paul Dyer		
		Nader Kabbani		
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 Milliute		
		Skaiste Varniene		
Luksemburg	University of Luxembourg	Denise Elaine Fletcher	Chambre de Commerce Luxembourg	TNS ILRES
		Anne-Laure Mention	Ministère de l'Économie et du Commerce extérieur	
		Olivier Giacomini	University of Luxembourg	
		Guy Schuller	CRP Henri Tudor, public research centre	
		Peter Höck	STATEC, National Statistical Office	
Madžarska	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb	OTKA Research Foundation Theme number K 81527	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet
		József Ulbert	Regional Studies PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics	
		Attila Varga	Business Administration PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics	
		Gábor Márkus	Management and Business Administration PhD Programme of the Corvinus University of Budapest	
		Attila Petheő	Doctoral School of Regional and Economic Sciences, Széchenyi István University	
		Dietrich Péter	Global Entrepreneurship and Research Foundation	
		Zoltán J. Ács		
		Terjesen Siri		
		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)	MProspekt
		Tetjana Lazarevska		
		Saso Klekovski		
		Aleksandar Krzalovski		
		Dimce Mitreski		
		Lazar Nedanoski		
		Gligor Mihailovski		
		Jasmina Popovska		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
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 Mohd Nor		
		Noorseha binti Ayob		
		Garry Clayton		
Mehika	Tecnológico de Monterrey	Mario Adrián Flores	Tecnológico de Monterrey Campus León	Alduncin y Asociados
		Marcia Campos		
		Elvira Naranjo		
		Natzin López		
Namibija	Namibia Business School	Mac Hengari	Namibia Business School	Nielsen
		Albert Kamuinja		
		Jennifer Haihambo		
		Nepeti Nicanor		
		Nehemia Uzera		
Nemčija	Leibniz Universität Hannover Institute for Employment Research (IAB) of the German Federal Employment Agency (BA)	Rolf Sternberg	German Federal Employment Agency (BA)	Umfragezentrum Bonn – Prof. Rudinger GmbH (uzbonn GmbH) Gesellschaft für empirische Sozialforschung und Evaluation
		Udo Brixy		
		Arne Vorderwülbecke		
Nizozemska	Panteia/EIM	Jolanda Hessels	The Ministry of Economic Affairs of the Netherlands	Panteia
		Peter van der Zwan		
		Sander Wennekens		
		André van Stel		
		Roy Thurik		
		Philipp Koellinger		
		Ingrid Verheul		
		Niels Bosma		
Nigerija	TOMEB Foundation for Youth Development & Sustainability	Rilwan Aderinto	International Development Research Centre (IDRC) TOMEB Foundation for Youth, Development & Sustainability	MarketSight Consultancy Limited
		Tunde Popoola		
		Luqman Olatokunbo Obileye		
		Tomola Marshal Obamuyi		
		Thomas Schøtt		
		Abubakar Sadiq Kasum		
		Lere Baale		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Norveška	Bodø Graduate School of Business	Gry Agnete Alsos	Innovation Norway Kunnskapsfondet Nordland AS Bodø Graduate School of Business	Polarfakta
		Erlend Bullvåg		
		Tommy Høyvarde Clausen		
		Espen Isaksen		
		Bjørn Willy Åmo		
		Aurora Dyrnes		
Panama	City of Knowledge's Panama Business Accelerator IESA Management School (Panama Campus)	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
		Oswaldo Morales		
		Keiko Nakamatsu		
		Armando Borda		
Poljska	University of Economics in Katowice Polish Agency for Enterprise Development	Przemysław Zbierowski	Polish Agency for Enterprise Development	Realizacja sp. z o.o.
		Anna Tarnawa		
		Paulina Zadura-Lichota		
		Dorota Węclawska		
		Mariusz Bratnicki		
Portoriko	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Marines Aponte	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus Banco Popular de Puerto Rico	Gaither International
		Aida Lozada		
		Marta Alvarez		
Portugalska	Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Augusto Medina	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)	GfKMetris (Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, S.A.)
		Douglas Thompson		
		Rui Monteiro		
		Nuno Gonçalves		
		Luís Antero Reto		
		António Caetano		
		Nelson Ramalho		
Romunija	Faculty of Economics and Business Administration, Babeş-Bolyai University	Ágnes Nagy	OTP Bank Romania Asociatia Pro Oeconomica Babes-Bolyai University of Cluj-Napoca Metro Media Transilvania, Studii Sociale, Marketing şi Publicitate S.R.L.	Metro Media Transilvania
		Tünde Petra Petru		
		Annamária Benyovszki		
		Ştefan Pete		
		Lehel - Zoltán Györfy		
		Dumitru Matiş		
		Eugenia Matiş		
Rusija	Graduate School of Management SPbSU	Verkhovskaya Olga	Charitable Foundation for Graduate School of Management Development E&Y Center for Entrepreneurship	Levada-Center
		Dorokhina Maria		
		Shirokova Galina		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Singapur	Nanyang Technological University	Olexander Chernyshenko	Nanyang Technological University NTU Ventures Pte Ltd	Joshua Research Consultants Pte Ltd
		Ho Moon-Ho Ringo		
		Chan Kim Yin		
		Rosa Kang		
		Lai Yoke Yong		
		Marilyn Ang Uy		
		Francis Wong Lun Kai		
		Calvin Ong He Lu		
		Lee Seong Per		
Slovaška	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova	National Agency for Development of Small and Medium Enterprises	AKO
		Zuzana Kovacicova	Central European Foundation (CEF)	
		Marian Holienka	SLOVINTEGRA Energy, s.r.o	
		Jan Rehak	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	
		Jozef Komornik		
Slovenija	Faculty of Economics and Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik	SPIRIT Slovenia	RM PLUS
		Polona Tominc	Slovenian Research Agency	
		Katja Crnogaj	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management	
		Karin Širec		
		Barbara Bradač Hojnik		
		Matej Rus		
Surinam	Arthur Lok Jack Graduate School of Business, University of the West Indies	Miguel Carillo	Inter American Development Bank	Sacoda Serv Ltd
		Henry Bailey		
		Marvin Pacheco		
Španija	UCEIF-Cise Spanish GEM Regional Network	Ricardo Hernández	Bank Of Santander	Instituto Opinómetro S.L.
		Federico Gutiérrez- Solana	Spanish GEM Regional Network	
		Iñaki Peña	Fundación Rafael Del Pino	
		Maribel Guerrero		
		José Luis González		
		Manuel Redondo		
		Inés Rueda		
		Antonio Fernández		
Švedska	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm	Svenskt Näringsliv / Confederation of Swedish Enterprise	Ipsos
		Per Thulin	Vinnova	
		Carin Holmquist	EU Commission, DG Employment (for TeliEU project)	
		Maria Adenfelt		
		Mikael Jorstig		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Švica	School of Management (HEG-FR) Fribourg	Rico Baldegger	School of Management Fribourg (HEG-FR)	gfs Bern
		Andreas Brühlhart	Swiss Federal Institute of Technology in Zurich (ETHZ)	
		Fredrik Hacklin	University of Applied Sciences and Arts of Southern Switzerland (SUPSI)	
		Pius Baschera		
		Siegfried Alberton		
		Andrea Huber		
		Pascal Wild		
		Onur Saglam		
Tajska	Bangkok University - School of Entrepreneurship and Management (BUSEM)	Pichit Akraithit	Bangkok University	TNS Research International Thailand
		Koson Sapprasert		
		Ulrike Guelich		
Tajvan	National Chengchi University	Chao-Tung Wen	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs of Taiwan	NCCU Survey Center
		Ru-Mei Hsieh		
		Yi-Wen Chen		
		Chang-Yung Liu		
		Su-Lee Tsai		
		Yu-Ting Cheng		
		Li-Hua Chen		
		Shih-Feng Chou		
Trinidad in Tobago	Arthur Lok Jack Graduate School of Business, University of the West Indies	Miguel Carillo	International Development Research Centre (IDRC)	Sacoda Serv Ltd
		Henry Bailey		
		Marvin Pacheco		
Turčija	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB) Yeditepe University	Esra Karadeniz	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB) Turkish Economy Bank (TEB)	Akademetre
		Meltem Öksüz		
		Dila Kalyoncu		
Uganda	Makerere University Business School	Rebecca Namatovu	International Development Research Centre (IDRC) Makerere University Business School	Makerere University Business School
		Waswa Balunywa		
		Sarah Kyejjusa		
		Peter Rosa		
		Laura Orobia		
		Diana Ntamu		
		Arthur Sserwanga		
		Samuel Dawa		
Urugvaj	IEEM	Leonardo Veiga	University of Montevideo	Equipos Mori
		Isabelle Chaquiriand	Deloitte Uruguay	

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Velika Britanija	Aston University	Mark Hart	Department for Business, Innovation and Skills (BIS)	BMG Ltd
		Jonathan Levie	Welsh Assembly Government	
		Erkko Autio	Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde	
		Tomasz Mickiewicz	Invest Northern Ireland	
		Michael Anyadike-Danes	Coca Cola Ltd	
		Paul Reynolds	The Prince's Initiative for Mature Enterprise (PRIME)	
		Karen Bonner		
Vietnam	Vietnam Chamber of Commerce and Industry	Luong Minh Huan	International Development Research Centre (IDRC)	Vietnam Chamber of Commerce and Industry
		Doan Thi Quyen		
		Pham Dinh Vu		
		Do Thi Ha Lan		
		Doan Thuy Nga		
Zambija	University of Zambia	Francis Chigunta	International Development Research Centre (IDRC)	Department of Development Studies
		Valentine Mwanza		
		Mumba Moonga		
		Chilala Hankuku		
		Wisdom Kalenga		
ZDA	Babson College	Donna Kelley	Babson College	OpinionSearch Inc.
		Abdul Ali	Baruch College	
		Candida Brush		
		Marcia Cole		
		Andrew Corbett		
		Medhi Maj		
		Monica Dean		
		Edward Rogoff		
		Thomas Lyons		

Avtorji

MIROSLAV REBERNIK



Dr. Miroslav Rebernik je redni profesor za ekonomiko poslovnih sistemov in za podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Bil je gostujoči profesor na Portland State University in dobitnik Fulbrightove raziskovalne štipendije na Babson Collegeu. Sodeloval je na številnih domačih in tujih strokovnih in znanstvenih konferencah, je avtor več knjig in poglavij v številnih monografijah, ki so izšle doma in v tujini, vodil je številne domače in mednarodne konference ter uredil njihove zbornike. Je vodja programskega odbora Mednarodne konference o podjetništvu in inoviranju PODIM (www.podim.org), soustanovitelj univerzitetnega inkubatorja Tovarna podjetmov (www.tovarnapodjemov.org), član ekspertne komisije Evropske komisije SME Policy Relevant Research in predsednik strokovne komisije tekmovanja Start:up Slovenija. Sodeluje v uredniških in recenzijskih odborih revij Journal of Entrepreneurial Venturing, Economic Review: Journal of Economics and Business, Journal of Global Entrepreneurship Research ter Proceedings of Rijeka Faculty of Economics: Journal of Economics and Business. Je vodja raziskovalnega programa Podjetništvo za inovativno družbo, vodja raziskovalnega tima Globalni podjetniški monitor Slovenija in sourednik Slovenskega podjetniškega observatorija.

POLONA TOMINC



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

KATJA CRNOGAJ



Dr. Katja Crnogaj je asistentka za podjetništvo in ekonomiko poslovanja 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 raziskovalnih timov Globalni podjetniški monitor in Slovenski podjetniški observatorij ter članica komisije za področje ekonomije pri projektu Mladi za napredek Maribora. Aktivno sodeluje v raziskovalnem programu Podjetništvo za inovativno družbo ter pri 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 podjetništva in ekonomike poslovanja. Leta 1995 je diplomirala na Ekonomsko-poslovni fakulteti v Mariboru in na isti fakulteti 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. Je članica raziskovalne skupine Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij, v okviru katere sodeluje pri dveh longitudinalnih raziskavah s področja podjetništva, in sicer pri Slovenskem podjetniškem observatoriju in Globalnem podjetniškem monitorju. Hkrati je tudi slovenska predstavnica mednarodne raziskovalne skupine za raziskovanje 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 predstavnica Slovenije pri European Council for Small Business, predstojnica magistrske študijske usmeritve Podjetništvo in inoviranje na EPF, članica senata EPF in članica uredniškega odbora revije Naše gospodarstvo.

BARBARA BRDAČ HOJNIK



Dr. Barbara Brdač Hojnik je docentka za podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Aktivno sodeluje v pedagoškem procesu dodiplomskih in podiplomskih študijskih programov Katedre za podjetništvo in management malih podjetij. Vključena je bila v program Mladi raziskovalci Javne agencije za raziskovalno dejavnost RS. Kot članica raziskovalne skupine Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij sodeluje v več domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je članica raziskovalnih timov Slovenski podjetniški observatorij in Globalni podjetniški monitor, vključena pa je tudi v raziskovalni program Podjetništvo za inovativno družbo. V doktorski raziskavi je proučevala zunanje izvajanje v slovenskih malih in srednje velikih podjetjih, rezultat česar so tudi različne znanstvene in strokovne objave. Njeno raziskovalno področje obsega proučevanje zunanjega izvajanja, podpornih politik za podjetništvo ter korporacijskega, okoljskega in trajnostnega podjetništva.

MATEJ RUS



Mag. Matej Rus je visokošolski predavatelj za podjetništvo. Svoje moči usmerja v pedagoško in raziskovalno kariero, ki jo je začel leta 1996 na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru, ter v svetovalno dejavnost v podjetniški praksi. Pri svojem delu je prepoznal priložnost za vzpostavitev univerzitetnega inkubatorja, ki je na razvitih univerzah po svetu eden ključnih elementov podpornega okolja za podjetništvo in mehanizem za prenos novosti z raziskovalnih inštitutov. Kot socialni podjetnik in direktor Tovarne podjetmov (www.tovarnapodjemov.org) se je leta 2001 lotil uresničevanja začrtane vizije vzpostavitve danes zelo uspešno delujočega podjetniškega inkubatorja Univerze v Mariboru. Uspešne podjetniške, raziskovalne in svetovalne izkušnje prenaša v pedagoško delo in na ta način prispeva k dvigu uporabne vrednosti med študijem pridobljenih znanj. Med drugim je tudi organizacijski vodja mednarodne konference Podim (www.podim.org), nosilni avtor priročnika in orodja za poslovno načrtovanje (www.tovarnapodjemov.org/orodje).



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

**SPIRIT
SLOVENIJA**

Javna agencija Republike Slovenije za
opracovanje podjetnosti, inovativnosti,
razvoja, inovacij in kmetij

**I FEEL
SLOVENIA**



JAVNA AGENCIJA ZA RAZISKOVALNO DEJAVNOST
REPUBLIKE SLOVENIJE

Inštitut za podjetništvo
in management
malih podjetij



9 789616 180230 7