

**Miroslav Rebernik
Polona Tominc
Ksenja Pušnik**

Slovensko podjetništvo v letu krize

GEM Slovenija 2009

Naslov monografije: Slovensko podjetništvo v letu krize

Avtorji: Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Ksenja Pušnik

Vrsta: Znanstvena monografija

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

Lektor: doc. dr. Igor Rižnar

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

Leto izida: 2010

Oblikovanje in tisk: Tiskarna Schwarz

Naklada: 200 izvodov

ISSN 1854-8040



CIP - Kataložni zapis o publikaciji

Univerzitetna knjižnica Maribor

005.13(497.4)"2009"

REBERNIK, Miroslav

Slovensko podjetništvo v letu krize : GEM Slovenija 2009 /
Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Ksenja Pušnik. - Maribor :
Ekonomsko-poslovna fakulteta, 2010. - (Slovenski podjetniški
observatorij, ISSN 1854-8040)

ISBN 978-961-6354-97-4

1. Tominc, Polona 2. Pušnik, Ksenja

COBISS.SI-ID 64866817

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, 2010

KAZALO

UVODNI POVZETEK	7
EXECUTIVE SUMMARY	13
UVODNA PREDSTAVITEV GLOBALNEGA PODJETNIŠKEGA MONITORJA	19
1.1. Nujnost poglobljenega proučevanja podjetništva	19
1.2. Podjetništvo in njegovo spodbujanje v različno razvitih državah	20
1.3. Konceptualni model raziskovanja Globalnega podjetniškega monitorja	22
1.4. Kako GEM meri podjetništvo	25
1.5. Kako v GEM pridobimo podatke	30
1.6. Dostopnost GEM raziskav in podatkov	32
SLOVENSKO PODJETNIŠTVO V SVETOVNI LUČI	33
2.1. Dejavniki podjetniške aktivnosti v Sloveniji	33
2.2. Vključenost v podjetništvo in motivacija	36
2.2.1. Vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo	36
2.2.2. Motivacija za podjetništvo	44
2.3. Demografske značilnosti slovenskega podjetništva	49
2.3.1. Starost	49
2.3.2. Spol	51
2.3.3. Izobrazbena struktura	53
2.3.4. Dohodek gospodinjstva	54
2.4. Podjetniška zmogljivost – dojemanje in odnos do podjetništva	54
2.5. Podjetniške aspiracije in inovacijska naravnost	59
2.6. Financiranje podjetij	64
2.7. Porazdelitev slovenskega podjetništva po dejavnosti	66
2.8. Recesija in podjetništvo	67
2.9. Razlogi za prenehanje poslovanja	68
GEINDEX – GLOBALNI PODJETNIŠKI INDEKS	69
3.1. Predstavitev globalnega podjetniškega indeksa	69
3.2. Slovensko podjetništvo v luči globalnega podjetniškega indeksa	70
OKOLJE ZA PODJETNIŠTVO V SLOVENIJI	81
4.1. Predstavitev metodologije spremljanja podjetniškega okolja	81
4.2. Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo	83
4.3. Primerjava slovenskega podjetniškega okolja z določenimi skupinami držav	89
4.4. Okviri podjetniškega okolja, ki najbolj izstopajo	93
4.5. Temeljne prednosti in slabosti podjetniškega okolja po mnenju izvedencev	97
4.6. Kakšne ukrepe predlagajo izvedenci v Sloveniji	101

SOCIALNO PODJETNIŠTVO	103
5.1. Značilnosti socialnega podjetništva v Sloveniji in svetu	103
5.2. Stališča izvedencev o okolju za socialno podjetništvo	109
5.3. Nekaj sklepnih spoznanj o socialnem podjetništvu	119
SLOVENSKI IZVEDENCI V LETU 2009	121
RAZISKOVALNI GEM TIMI IN SPONZORJI V LETU 2009	123
LITERATURA	135

SEZNAM SLIK

Slika 1:	<i>Osnovni GEM model</i>	23
Slika 2:	<i>Podroben GEM model proučevanja podjetništva</i>	24
Slika 3:	<i>Podjetniški proces in opredelitev GEM kategorij</i>	27
Slika 4:	<i>Celotna zgodnja podjetniška aktivnost</i>	37
Slika 5:	<i>Celotna zgodnja podjetniška aktivnost po tipih gospodarstev (prikaz intervalnih ocen)</i>	40
Slika 6:	<i>Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi</i>	40
Slika 7:	<i>Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Jugovzhodni Evropi</i>	41
Slika 8:	<i>Soodvisnost gospodarske razvitosti in zgodnje podjetniške aktivnosti</i>	42
Slika 9:	<i>Primerjava podjetniške aktivnosti po posameznih skupinah držav</i>	43
Slika 10:	<i>Primerjava podjetniške aktivnosti med Slovenijo in Evropo v letu 2009</i>	43
Slika 11 :	<i>Zgodnja podjetniška aktivnost iz priložnosti</i>	44
Slika 12:	<i>Zgodnja podjetniška aktivnost iz nujnosti</i>	45
Slika 13:	<i>Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo</i>	46
Slika 14:	<i>Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti</i>	48
Slika 15:	<i>Razlogi za podjetništvo pri podjetnikih zaradi priložnosti</i>	48
Slika 16:	<i>Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost</i>	49
Slika 17:	<i>Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih</i>	51
Slika 18:	<i>Podjetniška aktivnost glede na starost in spol</i>	52
Slika 19:	<i>Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami</i>	52
Slika 20:	<i>Izobrazbena struktura podjetnikov in nepodjetnikov v Sloveniji</i>	53
Slika 21:	<i>Podjetniška aktivnost glede na dohodek prebivalstva</i>	54
Slika 22:	<i>Zgodnje podjetništvo z visokimi aspiracijami po rasti</i>	59
Slika 23:	<i>Pričakovano zaposlovanje zgodnjega podjetništva v obdobju 2004–2009</i>	60
Slika 24:	<i>Povezanost zaposlitvene zaščite (2004) in aspiracij po rasti (2004–2009)</i>	60
Slika 25:	<i>Zgodnja podjetniška aktivnost z novimi izdelki ali novimi trgi</i>	61
Slika 26:	<i>Zgodnja podjetniška aktivnost z mednarodno usmerjenostjo (2004–2009)</i>	62
Slika 27:	<i>Zaupanje v novosti v Sloveniji v letih 2007–2009</i>	63
Slika 28:	<i>Delež neformalnih investorjev med odraslim prebivalstvom v 54 državah</i>	64

Slika 29:	<i>Vložki neformalnih investorjev kot odstotek BDP</i>	<i>65</i>
Slika 30:	<i>Rizični kapital v letu 2008</i>	<i>65</i>
Slika 31:	<i>Sektorska porazdelitev zgodnje podjetniške aktivnosti</i>	<i>66</i>
Slika 32:	<i>Sektorska distribucija ustaljenih podjetij</i>	<i>67</i>
Slika 33:	<i>Sprememba pogojev poslovanja leta 2009 glede na leto 2008, ustaljeni podjetniki</i>	<i>67</i>
Slika 34:	<i>Razlogi za prenehanje poslovanja v letu 2009</i>	<i>68</i>
Slika 35:	<i>Slovenija in GEI indeks, primerjava z vsemi sodelujočimi GEM državami, (Acs, Szerb, 2009)</i>	<i>71</i>
Slika 36:	<i>Slovenija in GEI indeks, primerjava z evropskimi GEM državami</i>	<i>72</i>
Slika 37:	<i>Slovenija in podindeks odnosa do podjetništva, primerjava z vsemi sodelujočimi GEM državami (Acs, Szerb, 2009).....</i>	<i>73</i>
Slika 38:	<i>Slovenija in indeks odnosa do podjetništva, primerjava z evropskimi GEM državami</i>	<i>74</i>
Slika 39:	<i>Slovenija in podindeks podjetniške aktivnosti, primerjava z vsemi sodelujočimi GEM državami, (Acs, Szerb, 2009).....</i>	<i>75</i>
Slika 40:	<i>Slovenija in indeks podjetniške aktivnosti, primerjava z evropskimi GEM državami.....</i>	<i>76</i>
Slika 41:	<i>Slovenija in podindeks podjetniških aspiracij po rasti, primerjava z vsemi sodelujočimi GEM državami, (Acs, Szerb, 2009).....</i>	<i>77</i>
Slika 42:	<i>Slovenija in podindeks podjetniških aspiracij po rasti, primerjava z evropskimi GEM državami.....</i>	<i>78</i>
Slika 43:	<i>Povprečna ocena okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji in državah GEM v obdobju 2002–2009</i>	<i>85</i>
Slika 44:	<i>Povprečna ocena okolja za podjetništvo v Sloveniji v primerjavi s povprečjem skupin držav glede na njihovo gospodarsko razvitost in geografsko pripadnost leta 2009</i>	<i>89</i>
Slika 45:	<i>Ocene podjetniškega okolja v Sloveniji v primerjavi z ostalimi GEM državami JV Evrope leta 2009</i>	<i>92</i>
Slika 46:	<i>Temeljne prednosti in pomanjkljivosti okolja za podjetništvo v Sloveniji leta 2009</i>	<i>97</i>
Slika 47:	<i>Slabosti okolja za podjetništvo v evropskih GEM državah z vidika najpogostejših slabosti v Sloveniji leta 2009.....</i>	<i>98</i>
Slika 48:	<i>Prednosti okolja za podjetništvo v evropskih GEM državah z vidika najpogostejših prednosti v Sloveniji leta 2009.....</i>	<i>99</i>
Slika 49:	<i>Področja, kjer imajo izvedenci GEM največ priporočil za pospeševanje podjetništva v svoji državi.....</i>	<i>100</i>
Slika 50:	<i>Stopnja zgodnje socialne podjetniške aktivnosti v državah GEM, 2009</i>	<i>104</i>
Slika 51:	<i>Stopnja socialne zgodnje podjetniške aktivnosti v skupini inovacijskih gospodarstev GEM, 2009</i>	<i>105</i>
Slika 52:	<i>TEA in SEA indeksa v državah GEM, 2009.....</i>	<i>105</i>
Slika 53:	<i>Struktura TEA in SEA indeksa v Sloveniji, 2009</i>	<i>106</i>
Slika 54:	<i>Odločitveni diagram za identifikacijo štirih tipov socialnega podjetništva, GEM 2009</i>	<i>107</i>
Slika 55:	<i>Struktura socialnega zgodnjega podjetništva v Sloveniji, 2009</i>	<i>109</i>
Slika 56:	<i>Povprečna ocena socialnega podjetništva v državah GEM leta 2009.....</i>	<i>111</i>
Slika 57:	<i>Ocene posameznih trditev o socialnem podjetništvu v Sloveniji in ostalih GEM državah leta 2009</i>	<i>112</i>
Slika 58:	<i>Ocena socialnega podjetništva glede na ekonomsko razvitost in geografsko pripadnost držav GEM leta 2009</i>	<i>113</i>
Slika 59:	<i>Povprečna ocena okolja za socialno podjetništvo v inovacijskih državah leta 2009</i>	<i>113</i>
Slika 60:	<i>Povprečna ocena socialnega podjetništva v evropskih državah leta 2009.....</i>	<i>114</i>
Slika 61:	<i>Povprečna ocena socialnega podjetništva v državah Jugovzhodne Evrope leta 2009.....</i>	<i>114</i>

SEZNAM TABEL

Tabela 1:	<i>Pomembnost različnih vrst pogojev za ekonomski razvoj (Bosma in Levie, 2010).....</i>	<i>21</i>
Tabela 2:	<i>Mere podjetniške aktivnosti</i>	<i>28</i>
Tabela 3:	<i>Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, Slovenija 2009</i>	<i>30</i>
Tabela 4:	<i>Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav.....</i>	<i>31</i>
Tabela 5:	<i>GEM preglednica podjetniške aktivnosti</i>	<i>34</i>
Tabela 6:	<i>Vključenost prebivalstva v podjetništvo v GEM državah 2009</i>	<i>37</i>
Tabela 7:	<i>Primerjava podjetniške aktivnosti v letu 2009 po posameznih skupinah držav</i>	<i>42</i>
Tabela 8:	<i>Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in nujnosti</i>	<i>45</i>
Tabela 9:	<i>Motivacijski indeks</i>	<i>47</i>
Tabela 10:	<i>Odstotek novih in nastajajočih podjetnikov po starostnih razredih.....</i>	<i>50</i>
Tabela 11:	<i>Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih.....</i>	<i>50</i>
Tabela 12:	<i>Delež podjetnic med novimi in nastajajočimi ter ustaljenimi podjetniki.....</i>	<i>53</i>
Tabela 13:	<i>Elementi podjetniške zmogljivosti (v odstotkih odraslega prebivalstva)</i>	<i>55</i>
Tabela 14:	<i>Elementi podjetniške zmogljivosti po skupinah držav (v odstotkih odraslega prebivalstva).....</i>	<i>57</i>
Tabela 15:	<i>Gibanje elementov podjetniške zmogljivosti v Sloveniji v obdobju 2006–2009</i>	<i>58</i>
Tabela 16:	<i>Zaupanje v novosti v Sloveniji v letih 2007–2009</i>	<i>63</i>
Tabela 17:	<i>GEM indeks s podindeksi (Acs, Szerb, 2009)</i>	<i>70</i>
Tabela 18:	<i>Komponente indeksa odnosa do podjetništva (standardizirane vrednosti), (Acs, Szerb, 2009).....</i>	<i>74</i>
Tabela 19:	<i>Komponente indeksa podjetniške aktivnosti (standardizirane vrednosti), (Acs, Szerb, 2009)</i>	<i>76</i>
Tabela 20:	<i>Komponente podindeksa podjetniških aspiracij po rasti (standardizirane vrednosti), (Acs, Szerb, 2009)</i>	<i>78</i>
Tabela 21:	<i>Ocene podjetniških okvirov v Sloveniji leta 2009.....</i>	<i>84</i>
Tabela 22:	<i>Preglednica okvirov za podjetništvo v Sloveniji v obdobju 2002–2009.....</i>	<i>86</i>
Tabela 23:	<i>Uvrstitev držav na GEM lestvico glede na okvirne pogoje za podjetništvo v obdobju 2002–2009.....</i>	<i>88</i>
Tabela 24:	<i>Ocene podjetniškega okolja v Sloveniji v primerjavi z ostalimi inovacijskimi GEM državami leta 2009</i>	<i>90</i>
Tabela 25:	<i>Ocene podjetniškega okolja v Sloveniji v primerjavi z ostalimi evropskimi GEM državami leta 2009.....</i>	<i>91</i>
Tabela 26:	<i>Najvišje ocenjeni pogoji za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji leta 2009.....</i>	<i>95</i>
Tabela 27:	<i>Najnižje ocenjeni pogoji za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji leta 2009</i>	<i>96</i>
Tabela 28:	<i>Tipi socialnega podjetništva v inovacijskih gospodarstvih GEM 2009</i>	<i>108</i>
Tabela 29:	<i>Stališča o socialnem podjetništvu</i>	<i>110</i>
Tabela 30:	<i>Povprečne ocene socialnega podjetništva v različnih skupinah držav.....</i>	<i>115</i>
Tabela 31:	<i>Ocene socialnega podjetništva v Sloveniji v primerjavi z nekaterimi skupinami držav</i>	<i>116</i>
Tabela 32:	<i>Ocene socialnega podjetništva v faktorskih in učinkovitostnih GEM državah leta 2009.....</i>	<i>118</i>



Uvodni povzetek

V jedru proučevanja največje svetovne raziskave podjetništva Global Entrepreneurship Monitor je posameznik in celotni spekter dejavnikov, ki vplivajo na razmerja med podjetniki, podjetništvom, družbo in njenim razvojem. Podjetja ustvarijo posamezniki, na nagnjenost posameznika k podjetništvu pa vplivajo številni dejavniki v institucionalnem okolju, odnos družbe do podjetništva, kulturne vrednote in podobno. Ti dejavniki so različni glede na stopnjo dosežene ekonomske razvitosti posamezne države. Zato je bila že v GEM 2008 vključena Porterjeva tipologija »faktorskih«, »učinkovitostnih« in »inovacijskih« gospodarstev. V vsakem izmed teh tipov gospodarstev je vloga podjetništva drugačna, kar tudi zahteva drugačen odziv ekonomske politike in politike pospeševanja podjetništva. V monografiji smo kar nekaj analiz naredili tudi tako, da smo Slovenijo primerjali s temi tipi gospodarstev, predvsem pa z državami, ki so nam po ekonomski razvitosti ali geografski umeščenosti bliže.

Ugotavljamo, da je bilo leta 2009 med odraslimi prebivalci Slovenije 3,2 odstotka tistih, ki imajo podjetje manj kot 3 mesece (nastajajoči podjetniki), 2,14 odstotkov tistih, ki imajo podjetje več kot tri mesece in manj kot tri leta in pol (novi podjetniki) ter 5,6 odstotka tistih, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol (ustaljeni podjetniki). Po zgodnji podjetniški aktivnosti (TEA indeks) se je s temi rezultati Slovenija v svetovnem merilu uvrstila na 38. mesto med 53 državami, med evropskimi državami pa na 10. mesto med 20 državami. Največ podjetniške aktivnosti je zabeležila Uganda, kjer je bila kar tretjina prebivalstva vključena v takšno ali drugačno obliko samopreživetvenega podjetništva, najmanj pa Japonska, kjer pa je stopnja samozaposlitve nizka že vsa leta. Če pogledamo samo evropske države, ki so sodelovale v GEM 2009, vidimo, da je bilo največ zgodnje podjetniške aktivnosti v Islandiji (11,5 %), Latviji (10,5 %) in Madžarski (9,1 %), najmanj pa v Belgiji (3,5 %), Danski (3,6 %) in Italiji (3,7 %).

Glede na število odraslega prebivalstva v Sloveniji tako ocenjujemo, da je bilo v Sloveniji leta 2009 okrog 147.000 podjetniško aktivnih posameznikov. Med njimi je 43.000 nastajajočih podjetnikov, med katerimi pa jih kar nekaj nikoli ne bo realiziralo svojih podjetniških namenov do te mere, da bi imeli dejansko aktivno podjetje. Zato je po naši oceni realno govoriti o nekaj več kot 115.000 dejanskih podjetnikih. Gre seveda za posameznike in ne za registrirana podjetja, saj ima lahko posamezno podjetje več ustanoviteljev/lastnikov oziroma ima lahko posameznik v lasti več podjetij.

Ugotavljamo, da imajo manj razvite države več podjetniške aktivnosti. Prevladujoči delež podjetništva je pripisati podjetništvu iz nujnosti, ki ima preživetvene značilnosti in le malo prispeva k razvoju. Očitno torej ni »količina« podjetništva tista, ki odločilno prispeva k ekonomskemu in

družbenemu razvoju določene države, ampak njegova »kakovost«, to je sposobnost podjetniške populacije, da inovira, zagotavlja nove trge in zaposluje. Analize pokažejo, da je Slovenija podjetniško bolj »zaspana« kot v povprečju katerakoli druga skupina držav, s katerimi smo jo primerjali: ima manj rojevanja podjetij, manj delujočih podjetij, pa tudi manj ljudi se odloča, da prenehajo s poslovanjem svojega podjetja.

Ljudje se za podjetništvo odločajo iz različnih razlogov. Osnovno vprašanje je, ali gredo v podjetništvo zato, ker niso imeli nobene druge možnosti, da bi si zagotovili prihodke, ki bi jim jamčili preživetje, ali pa to počno zato, ker so našli dobro poslovno priložnost, ki bi jo radi izkoristili. Slovenija se po TEA indeksu iz nujnosti uvršča povsem na rep - na 50. mesto (0,51 %) med 53 državami, po TEA indeksu iz priložnosti pa na 33. mesto (4,73 %). Tudi če primerjamo Slovenijo samo z evropskimi državami ali še zlasti z našimi bližnjimi sosedami, vidimo, da je pri nas podjetništvo iz priložnosti prevladujoča motivacija za vključevanje v podjetniške procese. To še bolj vidimo na osnovi primerjave obsega podjetništva zaradi nujnosti in zaradi priložnosti, kar smo poimenovali *motivacijski indeks*. Le-ta je bil za Slovenijo leta 2009 visokih 9,20 in pomeni precejšnje povečanje od leta 2008, ko je znašal 7,28. Med 53 sodelujočimi državami nas to uvršča na peto mesto. Prvo mesto je pripadlo Švici, drugo pa Danski.

Tudi motivi podjetnikov, ki so želeli izkoristiti poslovno priložnost, se razlikujejo. Nekateri to storijo zato, ker so lahko kot podjetniki bolj svobodni in neodvisni pri delu, drugi ker želijo povečati svoje prihodke, tretji zaradi spleta dejavnikov. Kar 87 odstotkov slovenskih podjetnikov, ki so se v podjetništvo vključili zaradi priložnosti, je to storilo zaradi večje neodvisnosti ali povečanja svojih dohodkov. Očitno je želja po doseganju osebne svobode in neodvisnosti izjemno močan dejavnik v slovenskem podjetništvu. Ta motiv nas med vsemi 53 državami uvršča na šesto mesto.

Glede starostnega obdobja, v katerem se največ posameznikov odloči za podjetništvo, še vedno velja, da je to med 25. in 34. letom. V tem pogledu je Slovenija sicer povsem primerljiva z vsemi ostalimi sodelujočimi državami. Iz te starostne skupine prihaja največ novih in nastajajočih podjetnikov, tako kot največ ustaljenih podjetnikov prihaja iz starostne skupine med 45 in 54 let.

Ko pa se primerjamo z ostalimi skupinami držav vidimo, da iz te starostne skupine v Sloveniji prihaja nadpovprečno dosti nastajajočih in novih podjetnikov (41,1 %), medtem ko jih je v starostni skupini od 35 do 44 let izrazito manj. Medtem ko jih je v GEM evropskih državah v tej starostni skupini 29,2 odstotka, jih je pri nas samo 17,0 %. Zelo smiselno bi bilo razmisliti, zakaj je v Sloveniji starostna skupina 35 do 44 let tako »podhranjena« s podjetniško iniciativo ter pripraviti učinkovite motivacijske mehanizme ter odstraniti čim več ovir, ki preprečujejo podjetnim posameznikom, da bi se odločili za podjetništvo.

Tudi ženske so se leta 2009 najbolj številčno odločale za podjetništvo v starostni skupini med 25 in 34 let, ki je tudi v svetovnem merilu najbolj plodno starostno obdobje za lotevanje podjetništva. Vendar pa je vključevanje žensk v podjetništvo v Sloveniji bistveno nižje kot pri moških. Ta delež je leta 2009 še upadel in je med nastajajočimi in novimi podjetniki znašal samo 24,2 %. Povprečje vseh GEM držav je bilo 35,4 %, evropskih GEM držav pa 33,3 %. Med ustaljenimi podjetniki je delež malenkost višji (28,7 %).

Izobrazbena struktura slovenskih podjetnikov se tudi leta 2009 ni izboljšala. 59,1 odstotka nastajajočih in novih podjetnikov je leta 2009 imelo samo srednješolsko ali nižjo izobrazbo. Med ustaljenimi podjetniki je takšnih manj – 53 odstotkov. To pomeni, da so podjetniki, ki prihajajo, celo slabše izobraženi kot tisti, ki se s podjetništvom ukvarjajo že več kot tri leta in pol.

Večina nastajajočih in novih podjetnikov se je rekrutirala iz gornjega dohodkovnega razreda prebivalstva. Ta struktura se v primerjavi z letom 2008 ni bistveno spreminjala. Je tudi podobna strukturi ustaljenih podjetnikov, kar tudi kaže na to, da gre za bolj dolgoročno vzdržno strukturo.

Te ugotovitve se tudi skladajo s spoznanjem, da se v Sloveniji večina podjetnikov odloči za podjetništvo zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti in ne zato, ker bi bili v to prisiljeni zaradi preživetja.

Na posameznikovo odločitev, da bi se uveljavil kot podjetnik, vplivajo številni dejavniki, ki jih v naši raziskavi združujemo pod pojmom podjetniške zmogljivosti in nagnjenosti k podjetništvu. Gre za sposobnost in pripravljenost razpoznavati poslovne priložnosti, dojemanje kulturne podpore za podjetništvo ter podjetnikovo samozavedanje o potrebnem znanju in veščinah za podjetništvo in njegovem odnosu do rizika in neuspeha.

Izkazalo se je, da v Sloveniji, bolj kot v katerikoli drugi skupini primerjanih držav, poznamo ljudi, ki so v zadnjem času ustanovili podjetje. Spodbudno je tudi, da Slovencev ni posebej strah neuspeha. Kar pa je zaskrbljujoče, je dejstvo, da slovensko prebivalstvo izkazuje močne egalitaristične težnje. Na vprašanje, ali menijo, da bi bilo večini ljudi v Sloveniji ljubše, da bi imeli vsi približno enako raven standarda, jih je kar 83 odstotkov odgovorilo pritrdilno. Izrazito pred nami je le Jemen s kar 96,8 odstotka pritrdilnih odgovorov in s statistično zanemarljivo razliko, s 83,5 %, Peru. Zanimivo je, da sta povsem primerljivi z nami dve državi, s katerimi smo sedem desetletij delili skupno državo Jugoslavijo, to je Srbija z 82,5 odstotka in Hrvaška z 81 odstotki.

Čeravno kar 77,6 % prebivalstva v Sloveniji meni, da so v Sloveniji uspešni podjetniki spoštovani in ugledni, bi jih podjetniško pot izbralo precej manj. Samo 55,8 odstotka misli, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira. Primerjava za obdobje zadnjih štirih let (2006 – 2009) je pokazala, da so navedeni elementi relativno stabilni. Razen razpoznavanja poslovnih priložnosti, kjer gre za precejšen upad. Če je leta 2008 še 45 % odraslega prebivalstva menilo, da so v okolici, kjer živijo, na razpolago dobre poslovne priložnosti, je bilo v letu 2009 takšnih še samo 30 %.

Podatki, ki smo jih pridobili v okviru GEM, nas opozarjajo, da je v državah, kjer velja bolj striktna zakonodajna zaščita zaposlovanja, manj podjetnikov, ki imajo visok potencial za ustvarjanje delovnih mest. Uporabljeni podatki za zaščito zaposlenih (OECD) Slovenijo uvrščajo med države, kjer je delovna sila nadpovprečno zaščiten. Seveda recesijski časi niso primerni, da bi zmanjševali zaposlitveno zaščito, še zlasti ne v državah z naraščajočo nezaposlenostjo, kot je Slovenija. Vseeno pa je treba vedeti, da obširno zakonodajno ščitenje zaposlitve pripomore k temu, da je za podjetnike ustvarjanje novih delovnih mest bolj rizično. Za izkušene posameznike pa je tudi bolj rizično, da bi zapustili svoje dosedanje (zaščitene) službe in se lotili izgrajevanja novih podjetij.

Vplivi recesije so se leta 2009 poznali tudi na finančnem področju, saj so po vsem svetu imeli podjetniki začetniki večje težave pri zagotavljanju finančnih virov za svoje podjetje. Ocenjeno je, da so v 33 državah, ki so sodelovale v GEM leta 2008 in 2009, ti viri denarja manjši za osmino. Upadli so s 400 milijard dolarjev na 350 milijard dolarjev. V primerjavi z letom 2008 se je stanje precej poslabšalo tudi glede zagona novih poslov in rasti podjetja. Leta 2009 so bili slovenski ustaljeni podjetniki sicer manj pesimistični kot podjetniki v ostalih skupinah držav, a jih je še vedno polovica menila, da je težje dosegati rast podjetja in ena tretjina, da je težje pričeti z novim poslom. Da je podjetniška aktivnost v številnih državah upadla ter da so se poslabšali pogoji poslovanja, smo lahko pričakovali in ni posebno presenečenje. Je pa zanimivo, da četrtnina novih podjetnikov v bogatejših državah verjame, da je globalna recesija za njihove posle prinesla več priložnosti, ne manj. Gre predvsem za mlade, dobro izobražene posameznike, ki tudi pričakujejo, da bodo ustvarjali nova delovna mesta za druge. Dajejo optimistični signal, da je iz recesije možno iziti z ustvarjanjem novih podjetij in ponujanjem novih izdelkov in storitev.

Delež posameznikov, ki so leta 2009 opustili poslovanje, je bil v nekaterih državah izjemno visok – v Ugandi kar 24,2 %, sledijo Dominikanska Republika (12,9 %) in Jamajka (10,7 %). V Evropi je največ podjetnikov prenehalo s poslovanjem v Islandiji (4 %) in na Hrvaškem (3,9 %). V Sloveniji je bilo takšnih le 1,3 %. Z 1,1 odstotka jih je bilo manj še samo na Danskem in v Italiji. Temeljni

razlogi, zaradi katerih so v Sloveniji posamezniki leta 2009 opustili svoje podjetje, so finančni razlogi (30,4 %), osebni razlogi (19,6 %), ker se jim pokazala druga poslovna priložnost ali drugo delo (19,4 %), ker podjetje samo po sebi ni bilo več dobičkonosno (12,5 %) ali ker je bila opustitev vnaprej načrtovana (8,6 %). V Sloveniji je tako leta 2009 opustilo svoje obstoječe podjetje okrog 17.000 ljudi, polovica zato, ker so imeli težave s poslovanjem.

Krajše poglavje v monografiji smo posvetili tudi globalnemu podjetniškemu indeksu – GEI indeksu (Global Entrepreneurship Index), ki omogoča, da ločeno spremljamo tri ključna področja podjetništva v posamezni državi in jih globalno primerjamo, to so odnos do podjetništva, podjetniška aktivnost in podjetniške aspiracije. Poskusno analiziranje podjetniških procesov v Sloveniji z GEI indeksom je pokazalo, da je Slovenija, glede na svojo raven BDP na prebivalca, izkazovala nadpovprečne vrednosti na vseh treh področjih. Relativno slabo se je odrezala predvsem na področju podjetniških aspiracij, precej »rezerve« pa ima še tudi na področju komponent indeksa odnosa do podjetništva.

Na nastanek in razvoj podjetništva pomembno vpliva okolje, v katerem posamezniki sprejemajo odločitve o tem, da ustanovijo podjetje ali pa razširijo obstoječe podjetje. O njem smo povprašali 36 posameznikov, za katere smo presodili, da lahko dodatno osvetlijo dejavnike, ki prispevajo k razumevanju podjetništva v Sloveniji. Ti izvedenci so bili do dejavnikov podjetniškega okolja precej kritični. Na lestvici od 1 do 5 so mu dodelili povprečno oceno 2,85, še manj kot leta 2008 (2,92). Še posebej so bili izvedenci kritični do kulturnih in družbenih norm, kjer je slabše ocenjena le Kitajska, in do vrednotenja vloge podjetnika kot motivacijskega dejavnika za podjetništvo, kjer je Slovenija na 41. mestu na GEM lestvici.

Tudi primerjava povprečnih ocen okolja za podjetništvo glede na gospodarsko razvitost držav je pokazala, da ocenjujejo slovenski izvedenci okolje v Sloveniji v povprečju slabše kot izvedenci v državah GEM, ki so na enaki ravni gospodarske razvitosti. Tudi v teh primerjavah Slovenija najbolj odstopa od povprečja pri kulturnih in družbenih normah, kjer se je Slovenija uvrstila na zadnje mesto med 17 inovacijskimi državami. Slabo se je odrezala tudi pri vrednotenju vloge podjetnika kot motivacije za podjetništvo, medtem ko je z vidika odnosa podjetij do inovacij zasedla predzadnje mesto. Najvišje, na peto mesto, se je Slovenija uvrstila pri odnosu do žensk v podjetništvu in njihovi podpori v podjetništvu, kjer je tudi sicer bila Slovenija v preteklih letih visoko uvrščena. Očitno pa je zgolj stališče, da so ženske enako usposobljene za podjetništvo kot moški in tudi enako sposobne, premalo, da bi se tudi dejansko več žensk angažiralo kot podjetnice.

Izvedenci so med temeljnimi prednostmi Slovenije za razvoj podjetništva najpogosteje izpostavili zmogljivosti za podjetništvo, finančno podporo in vladne programe, med temeljnimi slabostmi pa najpogosteje podjetništvu nenaklonjene kulturne in družbene norme, soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom, ki podjetništvu ne daje prave vloge, ter pomanjkanje zmogljivosti za podjetništvo. Kljub slabostim, ki zavirajo podjetništvo v Sloveniji, nacionalni izvedenci menijo, da ima Slovenija tudi prednosti, ki bi jih lahko izkoristila za pospeševanje podjetništva. Čeprav družbene norme in vrednote podjetništvu niso naklonjene, nacionalni izvedenci menijo, da so delavnost, ustvarjalnost in iznajdljivost posameznikov v Sloveniji največja prednost za pospeševanje podjetništva. Pri tem najpogosteje izpostavljajo mlado generacijo, ki je vse bolj podjetniško naravnana in usposobljena.

Po mnenju nacionalnih izvedencev bi v Sloveniji podjetniško aktivnost lahko v največji meri spodbudili z ustreznim izobraževalnim sistemom in sistemom usposabljanja. Za to področje imajo nacionalni izvedenci največ predlogov za ukrepanje. Večina izvedencev meni, da ima podjetniško izobraževanje in usposabljanje velik pomen za podjetništvo in gospodarsko rast nasploh, zato bi ga veljalo uvesti v celoten šolski sistem, začevši z vrtcem. Naloga šolskega sistema naj bi bila, da bi nenehno spodbujal podjetniško miselnost posameznikov in njihove sposobnosti za podjetništvo,

obstoječe podjetnike pa izobrazil in usposobil za identifikacijo in izvedbo idej, ki omogočajo hitro rast njihovih podjetij.

Leta 2009 je bilo v raziskovanje prvič vključeno tudi socialno podjetništvo. Kot osnovni kazalec socialnega podjetništva smo izračunali stopnjo zgodnje socialno naravnane podjetniške aktivnosti, ki podaja delež odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let, ki se vključuje v zgodnjo socialno podjetniško aktivnost (SEA indeks). Povprečna vrednost tega kazalca v vseh 49 državah, ki so v svojo raziskavo vključila to področje, je enaka 1,8 %, njegova vrednost v posameznih državah pa je od nizkih 0,1 %, pa vse do 4,3 %. Slovenija se z 2,05 % nahaja nekje na sredini lestvice, v družbi evropskih držav. Stopnja socialnega podjetništva je torej veliko nižja kot stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti brez socialne note, kar velja za vse sodelujoče države.

Ob analiziranju, kakšne so značilnosti podjetnikov, ki se lotevajo socialnega podjetništva, je zanimiva primerjava med moškimi in ženskami. Medtem ko ugotavljamo, da je v Sloveniji razmerje med stopnjama zgodnje podjetniške aktivnosti med moškimi in ženskami več kot 3:1 v korist moških, je na področju socialnega podjetništva to razmerje v korist moških le 1,8:1. Ta značilnost, da je razlika med stopnjama vključenosti moških in žensk manj izrazita pri SEA kot pri TEA, je sicer značilna za vse sodelujoče GEM države. Med inovativnimi gospodarstvi je prevladujoči tip mešano socialno podjetništvo, torej po eni strani močno izraženi družbeno odgovorni socialni cilji podjetja oziroma podjetja ob hkratnem poslovanju, ki je usmerjeno v doseganje dobička, oziroma, po drugi strani, srednje visok delež socialnih ciljev v vseh ciljih podjetja oziroma podjetja, poslovanje pa hkrati ni usmerjeno v doseganje dobička. Nekoliko presenetljiv je visok delež profitnega socialnega podjetništva v nekaterih najbogatejših državah – cilj podjetja oziroma podjetja je doseganje profita, ob hkratnih razmeroma močno izraženih družbeno odgovornih socialnih ciljih.

Nacionalni izvedenci so odnos okolja do socialne naravnosti podjetništva vrednotili prek več predloženih stališč. Najvišje, na peto mesto, se je uvrstilo stališče, da lahko v Sloveniji družbene in okoljske probleme ter probleme skupnosti v splošnem bolj učinkovito rešujejo podjetniki kot organizacije civilne družbe. Najnižje, na 39. mesto, pa se je Slovenija uvrstila s trditvijo, da je družbena odgovornost v Sloveniji pomemben vir konkurenčnih prednosti za nova in rastoča podjetja.

Sicer pa se slovenski izvedenci med vsemi devetimi trditvami, ki tvorijo okvir naravnosti okolja do socialnega podjetništva najbolj strinjajo s tem, da družba v Sloveniji pričakuje, da podjetja del dobička vrnejo skupnosti tako, da podprejo pomembne družbene in okoljske projekte, da bi morala podjetja več vlagati v družbeno odgovorne aktivnosti, če si želijo povrniti zaupanje javnosti, ki so jo izgubila zaradi globalne ekonomske krize, ter da družbene in okoljske probleme ter probleme skupnosti v splošnem lahko bolj učinkovito rešujejo podjetniki kot vlada.

Ugotavljamo, da na področju socialnega podjetništva vlada velika raznolikost tako glede tipa podjetja/organizacije, ki jo vzpostavljajo podjetniki, kot tudi glede socialnih ali okoljskih ciljev, ki jih socialni podjetniki želijo realizirati. Socialne podjetnike najdemo tudi v vseh vrstah dejavnosti od izobraževanja, zdravja, kulture, ekonomskega razvoja do okolja. Medtem ko glede na vključevanje socialnih podjetnikov v različne sektorje gospodarstva med državami GEM ne najdemo bistvenih razlik, pa so med posameznimi skupinami držav razlike v osredotočenosti na različne cilje socialne dejavnosti. Socialni podjetniki v faktorskih gospodarstvih se bolj usmerjajo na zadovoljevanje bolj bazičnih potreb, kot so zagotavljanje temeljne zdravstvene nege, dostopa do pitne vode ali kmetijskih aktivnosti v ruralnih območjih. Socialni podjetniki v inovacijskih gospodarstvih so bolj nagnjeni k podjetju na področju kulture, zagotavljanje storitev za bolnike in posameznike s posebnimi potrebami, recikliranje, zaščito narave ali ponujanje različnih storitev socialnega mreženja.

Za zaključek poudarimo, da svetovna raziskava podjetništva GEM z več kot 180.000 anketiranimi osebami v 54 državah sveta, ostaja (prav tako, kot to velja že zadnjih 10 let) edini vir primerljivih podatkov v medsebojno zelo raznolikih državah sveta, pri raziskovanju različnih vidikov podjetniške aktivnosti, tako v začetnih fazah, kot tudi med že ustaljenimi podjetniki. Za Slovenijo je tako pomembno, da se v geografskih primerjavah ne omejuje zgolj na ozko geografsko območje, zato je primerno primerjave izvesti tako v okviru JV Evrope, kot z Evropo, predvsem pa širše – z inovacijskimi gospodarstvi v svetovnem merilu. Vse to, za zelo kompleksen sistem velikega števila komponent podjetništva, prikazujemo v tej monografiji.



Executive Summary

Global Entrepreneurship Monitor – the world's most comprehensive research on entrepreneurship – focuses on an individual and the entire spectrum of factors influencing the relationships between entrepreneurs, entrepreneurship and society and its development. Enterprises are created by individuals while the individual's inclination towards entrepreneurship is shaped by a number of factors of a country's institutional framework, the attitude of a society towards entrepreneurship, cultural values, etc. These factors differ according to the level of the individual country's economic development. That is why Porter's typology of factordriven economies, efficiencydriven economies and innovationdriven economies was incorporated into GEM 2008 research. The role of entrepreneurship differs in each of these types of economies, which, consequently, requires a different response by the bodies in charge of economic policy and promotion of entrepreneurship. The monograph at hand thus includes a number of analyses comparing the Slovenian economy with these three types of economies. The analyses mainly concentrate on the countries with economic development similar to Slovenia's or on the ones which are geographically closer.

The research shows that in 2009 3.2 % of adult population in Slovenia owned a company for less than 3 months (nascent entrepreneurs), 2.14 % had a company for more than 3 months but for less than 42 months (new business owners) while 5.6 % of the adult population in Slovenia owned a company for more than 42 months (established business owners). In terms of the earlystate entrepreneurial activity (TEA index), these results rank Slovenia 38th among 53 countries worldwide and 10th among the 20 European countries participating in the research. Uganda exhibited the highest rate of entrepreneurial activity with more than one third of adult population being involved in some type of necessity entrepreneurship whereas Japan exhibited the lowest one as self-employment levels in this country have been low in all the years of GEM research. Focusing on the European countries which participated in the GEM 2009 research, we can see that the highest rates of earlystate entrepreneurial activity were in Iceland (11.5 %), Latvia (10.5 %) and Hungary (9.1 %) while the countries with the lowest rates were Belgium (3.5 %), Denmark (3.6 %) and Italy (3.7 %).

In terms of the actual number of adult population, it is estimated that in Slovenia approximately 147,000 individuals were entrepreneurially active in 2009. Among these individuals, about 43,000 were nascent entrepreneurs, many of whom will never realize their entrepreneurial intentions to the extent to actually own a running business. In reality, we can therefore talk about a bit more than 115,000 actual entrepreneurs. However, we must bear in mind that this number represents individuals and not registered businesses as one company may have more than one founder/owner or one individual may own more than one business.

It is noted that less developed countries show higher levels of entrepreneurial activity. The prevailing type of entrepreneurship in these countries is necessity-driven entrepreneurship, i.e. the type of entrepreneurship which has survival characteristics and which contributes little to development. Apparently, it is not the »quantity« of entrepreneurship which has a decisive contribution to the economic and social development of a particular nation but rather its »quality« – the ability of entrepreneurial population to innovate, to assure new markets and to create new jobs. The analysis has shown that Slovenia is more entrepreneurially »sleepy« than is the average of any other comparable group of countries. That is, less new businesses are created and there are less active firms. In addition, less people decide to discontinue the operations of their new ventures.

Individuals decide to become engaged in entrepreneurial activity for a number of reasons. The core question is whether these individuals are pushed into entrepreneurship because they have no other means of generating their income (i.e. making a living) or whether they are entrepreneurially active because they have found a good business opportunity which they would like to exploit. As regards necessity TEA, Slovenia ranks at the very bottom, i.e. 50th (0.51 %) among the 53 countries, and 33rd (4.73 %) as regards opportunity TEA. The comparison of Slovenia with the European countries and, in particular, the countries in its close proximity reveals that in Slovenia opportunity-driven entrepreneurship is the prevalent driver for becoming involved in entrepreneurial processes. This can be even more clearly seen from *the motivation index*, i.e. the ratio of TEA opportunity to TEA necessity indices. In 2009, the motivation index for Slovenia was 9.20, which presents a significant increase from 2008 when it was 7.28. This result ranks Slovenia 5th among the 53 GEM nations with Switzerland ranking 1st and Denmark 2nd.

In addition, the motives of entrepreneurs who are trying to take advantage of a business opportunity differ, too. Some individuals become entrepreneurs because they desire more freedom and independence while others aim to increase their income, or they become entrepreneurs due to a combination of different factors. As many as 87 per cent of Slovenian opportunity-driven entrepreneurs were pulled into entrepreneurship out of the desire for greater independence or to increase their income. Apparently, the desire to gain personal freedom and independence is a strong driver in Slovenian entrepreneurship, which ranks Slovenia 6th among all 53 countries.

As regards the age group in which individuals become engaged in entrepreneurship, the 25-34 age group still prevails. In this respect, Slovenia is quite comparable with other participating countries. The majority of earlystage entrepreneurs belong to this age group while the majority of established business owners belong to the 45-54 age group.

Nevertheless, when comparing Slovenia with other groups of countries, we can see that the 25-34 age group exhibits the above average number of early-stage entrepreneurs (41.1 %) whereas their number is much lower in the 35-44 age group. In the European GEM countries, the prevalent rate of early-stage entrepreneurs aged 35-44 is 29.2 % while in Slovenia it is only 17.0 %. It should be analysed why the 35-44 age group in Slovenia is so »undernourished« in terms of entrepreneurial initiative. Moreover, effective motivation mechanisms should be established and as many obstacles as possible preventing entrepreneurial individuals from deciding for entrepreneurship should be eliminated.

In addition, the majority of females who became involved in entrepreneurial activity in 2009 belonged to the 25-34 age group. On a global scale, this is the age in which most individuals become engaged in entrepreneurship, too. However, the involvement of females in entrepreneurship in Slovenia is much lower than the involvement of males. The percentage of female entrepreneurs decreased in 2009 and it amounted to only 24.2 % of all earlystage entrepreneurs.

The overall average of all GEM countries was 35.4 % while the average of the European GEM countries was 33.3 %. The percentage of females in the group of established business owners was a bit higher (28.7 %).

The education structure of Slovenian entrepreneurs did not improve in 2009 since as many as 59.1 % of all earlystage entrepreneurs had only either secondary education or less. The percentage of established business owners was even lower (53 %). These results show that early-stage entrepreneurs are even less educated than those who have been involved in entrepreneurship for more than 3.5 years.

The majority of earlystage entrepreneurs came from the highest household income group. This structure did not change compared with 2008 and is similar to the structure of established business owners, which points to a more sustainable structure in a long term. These findings also correlate with the fact that most entrepreneurs in Slovenia become involved in entrepreneurship in order to exploit a business opportunity and not out of necessity.

Many factors contribute to an individual's decision to become an entrepreneur. In GEM research, these factors are defined as entrepreneurial capabilities and propensities for entrepreneurship, i.e. the ability and willingness to perceive business opportunities, the perception of societal support for entrepreneurship, an entrepreneur's own awareness about the required knowledge and skills for entrepreneurship and his/her attitude towards risk and failure.

The research showed that in Slovenia more individuals knew someone who recently started a business than is the case in any other groups of comparable countries. Another encouraging fact is that Slovenians are not particularly afraid of failure. However, it is rather worrying that Slovenian population exhibited strong egalitarian bias. When asked if they believed that the majority of population in Slovenia would prefer everyone to have a similar standard of living, as many as 85 % of the interviewees responded affirmatively. The only two countries exhibiting a higher number of affirmative responses were Yemen with as many as 96.8 % and Peru with 83.5 % (statistically negligible difference). It is interesting that the results obtained in two countries Slovenia shared history with for seven decades in Yugoslavia, i.e. Serbia (82.5 %) and Croatia (81 %), are completely comparable with Slovenia.

Although as much as 77.6 % of population in Slovenia believes that successful entrepreneurs in Slovenia are both respected and respectable, the proportion of those who would choose to become entrepreneurs is much lower. Namely, only 55.8 % of people see entrepreneurship as a desirable career choice. The comparison of the last four years (2006 – 2009) showed relatively stable results. The only exception is the perception of good business opportunities, which exhibits a strong fall. Namely, in 2008 45 % of adult population believed that there were good business opportunities in the area where they lived while in 2009 only 30 % of them believed the same.

The data obtained within GEM research warn us that in the countries with strict employment protection legislation there are fewer entrepreneurs who have a high potential to create jobs. The OECD employee protection data rank Slovenia among the countries where workforce is extremely protected. Of course, recession is not a good time to start reducing employment protection, especially not in the countries with increasing unemployment such as Slovenia. Nevertheless, it has to be taken into account that extensive employment protection makes it more risky for the entrepreneurs to create new jobs. It would also be more risky for the experienced individuals to leave their current (safe) posts and become engaged in building new ventures.

In 2009, the impact of recession was also felt in the area of finance since entrepreneurs all over the world found it more difficult to obtain financial resources for their new ventures. It is estimated that in the 33 countries participating in both the 2008 and the 2009 GEM surveys these resources

dropped by one eighth; namely, from USD 400 billion to USD 350 billion. Compared with 2008, the situation substantially worsened also regarding new start-up activities and firm growth. In 2009, Slovenian established business owners were less pessimistic compared with their counterparts in other groups of countries. However, about one half of them still believed that it is more difficult to achieve firm growth and one third believed that it is more difficult to start a new business. The downturn in the level of entrepreneurial activity and the worsened conditions for conducting business were expected and were not particularly surprising. Nonetheless, it is interesting that a quarter of new entrepreneurs in wealthy countries believed that global recession offered more opportunities for their businesses rather than less. These entrepreneurs are predominantly young, well-educated individuals who also expect to create new jobs for others. They are a sign of optimism that it is possible to emerge from recession by creating new ventures and offering new products and services.

The percentage of individuals who discontinued a business in 2009 was extremely high in some countries. For example, it reached as much as 24.4 % in Uganda, followed by Dominican Republic (12.9 %) and Jamaica (10.7 %). In Europe, the highest discontinuation rates were in Iceland (4 %) and Croatia (3.9 %). In Slovenia, on the other hand, the discontinuation rate was just 1.3 %. In Denmark and Italy it was even lower (1.1 %). The main reasons for business discontinuation among entrepreneurs in Slovenia in 2009 were financial problems (30.4 %), personal reasons (19.6 %), other job or business opportunity (19.4 %), business not being profitable (12.5 %) and the fact that exit was planned in advance (8.6 %). Therefore, approximately 17,000 individuals discontinued their existing new ventures in Slovenia in 2009, a half of them due to problems with business operations.

A short chapter of the monograph is devoted to Global Entrepreneurship Index (GEI). This index enables a separate observation of three key categories of entrepreneurship in an individual country, which can in turn be compared globally. These categories are entrepreneurial attitudes, entrepreneurial activity and entrepreneurial aspirations. A test analysis of entrepreneurial processes in Slovenia according to GEI model showed that Slovenia exhibited above average scores in all three categories considering its level of GDP per capita although the score regarding entrepreneurial aspirations was somewhat low. In addition, Slovenia has a lot of »reserves« in terms of the components constituting entrepreneurial attitudes index.

The conditions in which individuals make decisions on whether to establish a company or to expand an existing company play an important role in the emergence and development of entrepreneurship. Within the research, 36 experts who were likely to shed more light on the factors contributing to the understanding of entrepreneurship in Slovenia were asked to assess these entrepreneurial framework conditions. The experts expressed a lot of criticism towards these conditions as their overall score was only 2.85 (on a 1 to 5 scale), which is even less than in 2008 (2.92). The experts were particularly critical towards cultural and social norms (which received lower scores only in China), and towards the assessment of the position of entrepreneurs as a motivation factor for entrepreneurship. These results rank Slovenia 41st on the global GEM scale.

The comparison of average scores of entrepreneurial framework conditions in terms of economic development of countries shows that Slovenian experts' assessment of the country's socio-economic milieu was lower than the assessment of national experts in other GEM countries with the same level of economic development. Compared with other countries, Slovenia deviated most from the average in terms of cultural and social norms and ranked the last among the 17 innovation-driven economies. Slovenia also got low scores in the assessment of an entrepreneur's position as motivation factor for entrepreneurship and ranked one but last from the viewpoint of the attitude of companies towards innovations. The assessment of the attitude towards females

in entrepreneurship and support for female entrepreneurship in Slovenia ranked the country 5th (the highest rank), which is similar to the rankings from previous years. Nonetheless, it is apparent that only the belief that females are equally trained for and capable of entrepreneurial activity as males are is not sufficient for more females being actually engaged in entrepreneurial activity.

National experts saw entrepreneurial capacities, financial support and government programmes as the key advantages of Slovenia for the development of entrepreneurship while unsupportive cultural and social norms and the co-dependency of political, institutional and social frameworks, which do not acknowledge the proper role of entrepreneurship, were seen as the main disadvantages. Despite the factors which hinder the development of entrepreneurship in Slovenia, national experts believed that Slovenia has certain advantages which could be exploited for the promotion of entrepreneurship. Although social norms and values are not inclined towards entrepreneurship, national experts were of the opinion that diligence, creativity and ingenuity of individuals in Slovenia are the principal advantages for the promotion of entrepreneurship. The emphasis was laid on young generation, which is better educated and more entrepreneurship oriented.

According to national experts' opinions, the entrepreneurial activity in Slovenia could be greatly enhanced by adequate education and training systems. This is also the area for which the national experts provided most suggestions for further actions. Most experts believed that entrepreneurial education and training have a great significance for entrepreneurship and economic growth in general; therefore, they should be incorporated into the entire education system from nursery school onwards. The role of education system should be to continuously encourage entrepreneurial spirit and entrepreneurial capacities of individuals as well as to educate and train the existing entrepreneurs to be able to identify and implement the ideas that enable high growth of their new ventures.

In 2009, social entrepreneurship was included in the research for the first time. The main indicator of social entrepreneurship is the level of earlystage social entrepreneurship activity, i.e. the percentage of adult population between 18-64 years engaged in earlystage social entrepreneurship activity (SEA Index). The average SEA rate across all 49 GEM countries was 1.8 %; however, it ranged from 0.1 % to 4.3 %. The rate of 2.05 % ranked Slovenia somewhere in the middle alongside other European countries. The rate of earlystage social entrepreneurship was therefore much lower than the rate of earlystage entrepreneurial activity without social purpose, which is similar to all participating countries.

When analysing the characteristics of entrepreneurs engaged in social entrepreneurship, it is interesting to compare the differences between male and female entrepreneurs. If, on the one hand, the ratio of male to female earlystage entrepreneurial activity in Slovenia was 3:1, the ratio of social early-stage entrepreneurial activity was, on the other hand, just 1.8:1. As a matter of fact, it is characteristic for all participating GEM countries that the difference between the involvement of males and females in SEA was less strong than their involvement in TEA. In the innovationdriven economies, the prevailing type of enterprise was a hybrid social enterprise. Namely, there was a strong emphasis both on socially-responsible goals of the new venture or firm and for-profit business operations on the one hand, and relatively high share of social goals as percentage of total goals of a new venture or firm on the other. At the same time, operations were not focused on profit-making. The proportion of for-profit social entrepreneurship in some of the richest countries was quite surprising, i.e. the goal of new venture or firm was profit accompanied by relatively high levels of social goals.

National experts assessed the attitude of the environment towards social entrepreneurship via a number of given claims. The claim that social and environmental issues as well as

community-related issues are better solved in Slovenia by entrepreneurs than by civil society organizations was ranked highest (5th place). On the other hand, the claim that social responsibility is an important source of competitive advantage for new and growing firms in Slovenia ranked the country the lowest (39th place).

Considering the nine claims comprising social entrepreneurship framework conditions, the highest level of agreement among Slovenian experts was on the claim that the Slovenian society expects enterprises to return a part of their profit back to the society by supporting important social and environmental projects. In addition, there was the opinion that the companies should invest more in socially-responsible activities if they wish to regain public confidence which they lost as the result of the global economic crisis. Moreover, it was believed that entrepreneurs are, in general, able to solve social and environmental issues better than the government.

As regards social entrepreneurship, it was established that there was a wide variety of the types of enterprises/organizations set up by entrepreneurs as well as of social and environmental goals which social entrepreneurs try to achieve. Social entrepreneurs can be found in a wide range of areas such as education, health, culture, economic development and the environment. While the participation of social entrepreneurs in individual sectors did not vary much per individual GEM country, there were differences as regards social issue focus among the individual country groups. For example, social entrepreneurs in factor-driven economies tend to focus more on satisfying elementary needs such as basic health care provision, access to drinking water or agricultural activities in rural areas. In innovation-driven economies, on the other hand, social entrepreneurs focus more on culture-related new ventures, the provision of services for patients and individuals with disabilities, waste recycling and nature protection as well as offering open-source activities such as online social networking.

To summarize, by surveying more than 180,000 individuals in 54 countries, GEM (a world-wide research on entrepreneurship) has been for the past 10 years the only source of comparable data across a large number of different countries as regards the research on various aspects of entrepreneurial activities of both early-stage and established entrepreneurs. Focusing on Slovenia, we must point out that the country does not limit itself to comparisons with countries in its close proximity only, but rather compares itself with the countries of SE Europe and other European countries as well. Further, comparisons are made between Slovenia and other innovation-driven economies on a global scale. The complexities and the interrelatedness of a vast spectrum of entrepreneurship-related aspects are thus presented in this monograph.

Uvodna predstavitev Globalnega podjetniškega monitorja

1.1. NUJNOST POGLOBLJENEGA PROUČEVANJA PODJETNIŠTVA

Vedno znova ugotavljamo, da je podjetništvo osrednjega pomena za ekonomski razvoj, s tem pa tudi za napredovanje in uspešno delovanje ostalih družbenih segmentov. Zato je še kako pomembno, da o podjetništvu vemo čim več, predvsem pa da poznamo tiste njegove značilnosti, ki lahko pomembno prispevajo k ekonomskemu in družbenemu napredku. Pa vendar vse prepogosto omejujemo podjetništvo na število podjetij in njihove zgolj ekonomske značilnosti, premalo pozornosti pa posvečamo gonilni sili, to je podjetniku in njegovim ambicijam, željam po napredku, inovativnosti in podjetnosti. Vse prepogosto tudi pozabljamo, da se podjetja rojevajo v željah posameznika ter da na nagnjenost posameznika k podjetništvu vplivajo številni dejavniki v institucionalnem okolju, odnosu družbe do podjetništva, kulturnih vrednotah in podobno.

Prav posameznik in celotni spekter dejavnikov, ki vplivajo na razmerja med podjetniki, podjetništvom, družbo in njenim razvojem so v jedru proučevanja največje svetovne raziskave podjetništva Global Entrepreneurship Monitor. Ta raziskovalni program sta v letu 1997 zasnovala Michael Hay (London Business School) in Bill Bygrave (Babson College). Prva raziskava je bila izpeljana v letu 1999, v njej je sodelovalo 10 držav, s Paulom Reynoldsom kot vodjem raziskave. Do danes se je GEM razvil v konzorcij, v katerem sodeluje že nekaj manj kot 80 nacionalnih timov, kar predstavlja svetovni projekt brez primere v podjetniškem raziskovanju. Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru se je raziskavi pridružil leta 2002 in od takrat zagotavlja podatke o slovenskem podjetništvu ter skupaj z raziskovalci iz drugih nacionalnih timov tudi aktivno soustvarjamo nadaljnji razvoj vsebine in metodologije raziskave. Gre za obširno raziskavo, ki je tudi finančno zahtevna, saj se celotni stroški v svetovnem merilu gibljejo okrog 5 mio dolarjev. Takšen projekt je zato mogoče izvajati samo ob podpori številnih sponzorjev, ki razumejo pomen kakovostnega raziskovanja. V svetovnem merilu je leta 2009 nacionalne raziskovalne time podprlo prek 150 sponzorjev. V Sloveniji so GEM v posameznih letih podpirali številni pokrovitelji z Ministrstvom za gospodarstvo in Agencijo za raziskovalno dejavnost na čelu, pa tudi podjetje Smart Com, Podjetniško obrtna zbornica Slovenije ter z objavljanjem posebne priloge z rezultati GEM tudi časopis Finance.

Temeljno poslanstvo GEM je ustvariti zanesljive mednarodne podatke o podjetniški aktivnosti, jih analizirati ter z ugotovitvami seznaniti čim širšo javnost. Osredotočamo se na tri temeljne cilje:

- meriti razlike v podjetniški aktivnosti med državami,
- najti dejavnike, ki v posamezni državi vplivajo na podjetniško aktivnost in
- ugotavljati politike, ki bi lahko povečale nacionalno raven podjetniške aktivnosti.

Harmonizirani kvalitativni in kvantitativni podatki, zbrani na podlagi tako velikega števila držav, zagotavljajo bogat vir za komparativno proučevanje podjetniškega obnašanja in so zanimivi tako za oblikovalce ekonomske politike kot za akademsko sredino. Potrebno pa je zagotoviti znanstveno rigoroznost in neoporečno metodologijo ter možnosti preverjanja raziskovalnih postopkov (podrobneje o tem v Reynolds et al., 2005), saj gre za veliko število vključenih držav, kjer pridejo do izraza številne različnosti, ne samo na področju podjetništva, ampak tudi v statističnih bazah, načinih zajemanja podatkov, vsebinah posameznih kategorij ipd. Organizacijsko doslednost, harmonizacijo podatkov in vodenje GEM zagotavlja skupni koordinacijski tim raziskovalnega konzorcija, saj lahko šele z znanstveno neoporečno metodologijo in doslednim evidentiranjem raziskovalnih postopkov zagotovimo, da so podatki neoporečni in analize ter sklepi na tej osnovi takšni, da lahko služijo kot zanesljiva osnova za oblikovanje ukrepov ekonomske politike.

Bogastvo podatkov, ki smo jih doslej zbrali, omogoča, da smo lahko v zadnjih letih pričeli širiti raziskovanje od začetnega spremljanja zgodnje podjetniške aktivnosti (TEA indeks) tudi na ustaljene podjetnike, inovacijsko naravnano podjetij, nagnjenost podjetij k rasti, socialno podjetništvo in podobno. Leta 2008 in 2009 smo tudi bolj kompleksno zastavili konceptualni raziskovalni model, ki odseva zadnja spoznanja o soodvisnosti med podjetništvom in rastjo. V njem razlikujemo med različnimi razvojnimi stopnjami posameznih nacionalnih gospodarstev ter različno vlogo, ki jo igra pri tem podjetništvo. Znotraj raziskovalne skupnosti GEM pa se je pričela tudi intenzivna razprava o tem, kako z zbranimi podatki čim bolj temeljito pojasniti značilnosti podjetniške aktivnosti v posamezni državi ter prispevati k boljšemu razumevanju soodvisnosti med podjetništvom in ekonomsko rastjo. Poskuša se oblikovati takoimenovani Global Entrepreneurship Index (Acs in Szerb, 2009), ki je sestavljen iz treh podindeksov (indeks odnosa do podjetništva, indeks podjetniške aktivnosti ter indeks podjetniških aspiracij), od katerih je vsak izmed njih sam po sebi večdimenzionalni indeks. Ko bo GEI indeks razvit, pričakujemo, da bo obogatil naše razumevanje podjetniške stvarnosti ter omogočil bolj jasne napotke oblikovalcem podjetniške politike. V tej monografiji smo mu posvetili eno izmed poglavij.

1.2. PODJETNIŠTVO IN NJEGOVO SPODBUJANJE V RAZLIČNO RAZVITIH DRŽAVAH

Čeravno ni dvoma o pomenu podjetništva za ekonomski in družbeni razvoj, je njegova vloga pomembno različna tudi glede na stopnjo dosežene ekonomske razvitosti posamezne države. Zato je bila že v GEM 2008 vključena Porterjeva tipologija »faktorskih« (*factor-driven*), »učinkovitostnih« (*efficiency-driven*) in »inovacijskih« (*innovation-driven*) gospodarstev. V vsakem izmed teh tipov gospodarstev je vloga podjetništva drugačna, kar tudi zahteva drugačen odziv ekonomske politike in politike pospeševanja podjetništva.

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

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

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

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

Tabela 1: Pomembnost različnih vrst pogojev za ekonomski razvoj (Bosma in Levie, 2010)

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

Ker se podjetniška aktivnost spreminja glede na stopnjo ekonomske razvitosti, morajo oblikovalci ekonomske in podjetniške politike upoštevati razvojni kontekst svoje države. V *Tabeli 1* je prikazan enostavni opomnik za najbolj verjetne ključne prioritete v posamezni razvojni fazi (Bosma in Levie, 2010).

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

1.3. KONCEPTUALNI MODEL RAZISKOVANJA GLOBALNEGA PODJETNIŠKEGA MONITORJA

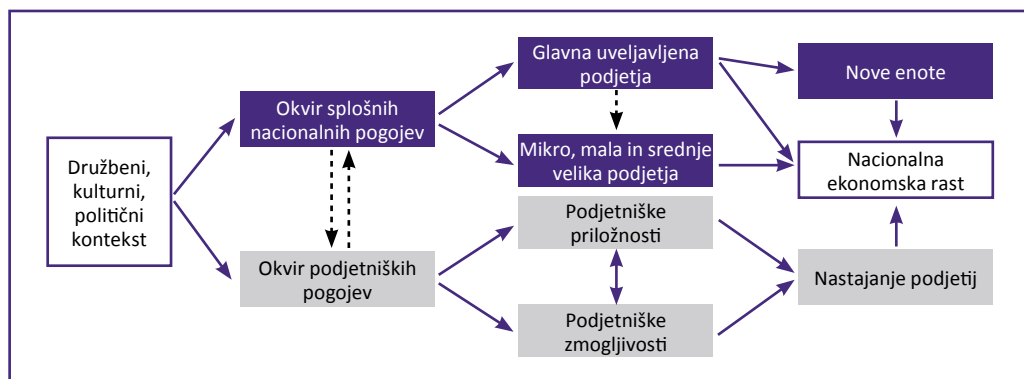
V jedru konceptualnega raziskovalnega modela Globalnega podjetniškega monitorja je razumevanje, da ob specifičnem družbenem, kulturnem in političnem okolju, značilnim za posamezno nacionalno gospodarstvo, na podjetništvo delujejo še posamezni drugi vplivni dejavniki. Poimenovali smo jih **podjetniški okviri** in zajemajo:

- *finančno podporo* (razpoložljivost različnih formalnih, institucionalnih in neformalnih finančnih virov za nova in rastoča podjetja – bančni sistem, rizični kapital, neformalno investiranje, poslovni angeli),
- *vladne politike* (vpliv zasnovanosti in vodenja vladnih politik na razvoj novih in rastočih podjetij),
- *vladne programe* (razpoložljivost, izvajanje in učinkovitost programov in spodbud, ki neposredno podpirajo nova in rastoča podjetja na nacionalni, regionalni in lokalni ravni),
- *izobraževanje in usposabljanje* (razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v okviru različnih programov formalnega izobraževanja ter programov usposabljanja podjetnikov in zaposlenih v malih in srednje velikih podjetjih),
- *prenos raziskav in razvoja* (obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso),
- *poslovno in strokovno infrastrukturo* (kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja),
- *odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu* (prilagajanje tržnih pravil in spreminjanje tržne strukture, velikost vstopnih pregrad oziroma, kako težko se nova podjetja uveljavijo na trgu),
- *dostop do fizične infrastrukture* (razpoložljivost in težavnost dostopa do obstoječih fizičnih virov – telekomunikacij, energetske in komunalne preskrbe ipd., po cenah, ki ne diskriminirajo novih ali rastočih podjetij),
- *kulturne in družbene norme* (naklonjenost ali nenaklonjenost kulturnih in družbenih norm podjetniški aktivnosti),
- *zmogljivosti za podjetništvo* (sposobnost posameznikov, da ustvarijo ali prepoznajo in izkoristijo dobre poslovne priložnosti – inovativnost, tekmovalnost, kreativnost ipd.),
- *ekonomsko klimo, sestavo delovne sile* (značilnosti delovne sile, ki vplivajo na nastanek in rast podjetij),
- *sestavo populacije* (značilnosti prebivalcev, ki vplivajo na nastanek in rast podjetij) ter
- *soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom*.

Temeljni raziskovalni model GEM, s pomočjo katerega poskušamo razumeti čim več o podjetniških procesih, temelji na sklepanju, da specifične okoliščine za izvajanje podjetniške aktivnosti v posamezni državi vplivajo na velikost in obseg podjetništva, to pa vpliva na ekonomsko rast in razvoj. Te soodvisnosti pa niso enosmerne – tudi obstoječa raven ekonomskega razvoja vpliva na podjetništvo in na podjetniške okoliščine. Predpostavljamo, da se ekonomski procesi odvijajo v relativno stabilnem družbenem, kulturnem in političnem okolju in da delujeta dva temeljna mehanizma rasti. Prvi temeljni vir ekonomske rasti so glavna ustaljena podjetja, ki igrajo odločilno vlogo zlasti v mednarodni menjavi. Če so splošni nacionalni pogoji poslovanja urejeni in naravnani h konkurenčnosti, so ta podjetja lahko mednarodno uspešna, zmorejo ustanavljati nove obrate in podjetja ter lahko pripomorejo k rasti mikro, malih in srednje velikih podjetij.

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

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

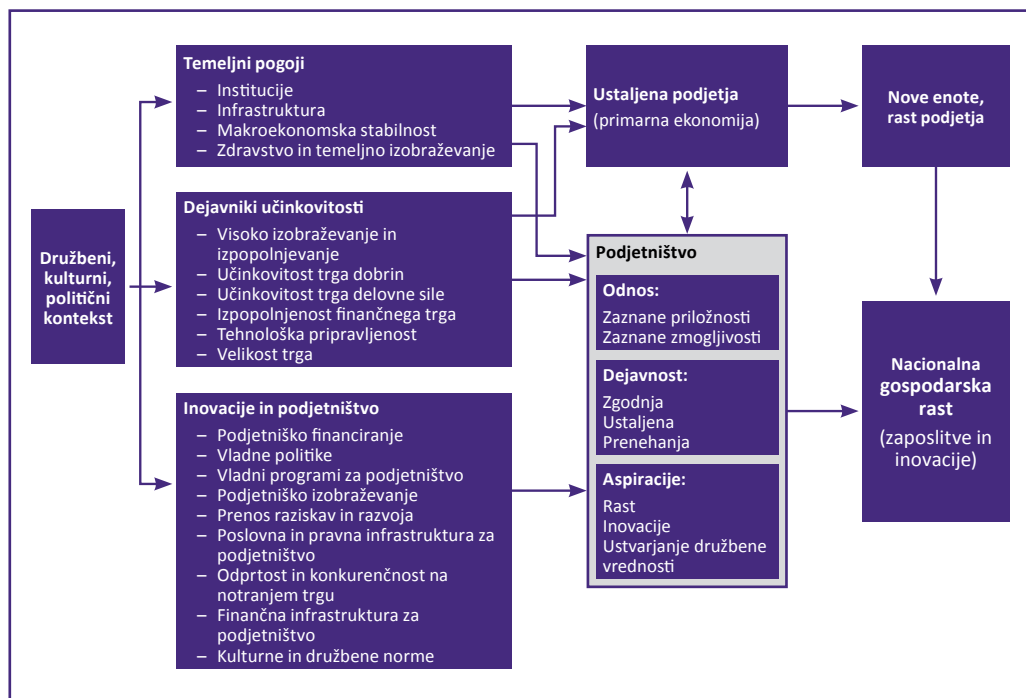


Slika 1: Osnovni GEM model

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

Na temelju navedenega konceptualnega modela se je skozi leta v GEM razvil bolj podroben model proučevanja podjetništva (Slika 2), ki upošteva, da podjetni posamezniki in podjetja delujejo znotraj določenega družbenega, kulturnega in političnega konteksta, ki je različen glede na razvojno stopnjo nacionalnega gospodarstva.

Konceptualni model proučevanja upošteva, da so za uspešno podjetništvo, ki prispeva k nacionalni ekonomski rasti, pomembni nekateri temeljni pogoji. Mednje spadajo predvsem urejene inštitucije, primerna infrastruktura, makroekonomska stabilnost, urejeno zdravstvo in primerno temeljno izobraževanje. Gre torej za temeljne pogoje, ki so jih razvite države že zdavnaj uredile, v manj razvitih državah pa lahko predstavljajo eno temeljnih ovir za razvoj podjetništva.



Slika 2: Podroben GEM model proučevanja podjetništva

Šele ko so vzpostavljeni ti temeljni pogoji, je možno uveljavljati dejavnike, ki prispevajo k večji učinkovitosti gospodarstva. Pomembno postane visoko izobraževanje in izpopolnjevanje ter učinkovito delovanje trga delovne sile, saj brez njega ni možno vzpostavljati učinkovite izrabe človekovih zmogljivosti niti motivirati ljudi za pridobivanje ustrezne izobrazbe in znanja. Učinkovitost trga dobrin in izpopolnjeno delovanje finančnega trga pripomoreta k nemotenemu razvoju podjetij in uveljavljanju tehnološkega napredka. Z internacionalizacijo poslovanja in večjimi mednarodnimi trgi pa se lahko pričnejo koristiti tudi učinki ekonomije obsega in uveljavljanja komparativnih prednosti.

Razumljivo je, da so inovacije in podjetništvo vselej pomembne, ne glede na razvojno stopnjo nacionalnega gospodarstva, a do pravega pomena in možnosti razvoja pridejo šele, ko imajo gospodarstva urejene prej navedene temeljne in učinkovitostne dejavnike. Potrebni postanejo vladni programi za podjetništvo in urejena poslovna in pravna infrastruktura za podjetništvo. Ker nadaljnji razvoj v inovacijskih gospodarstvih temelji na znanju, inovacijah in podjetnosti, je treba uveljaviti

čim bolj enostavne postopke za ustanavljanje podjetij ter zagotoviti ustrezno podjetniško izobraževanje. Novi izdelki ne nastajajo več samo v razvojnih oddelkih velikih podjetij, ampak tudi na univerzah in v raziskovalnih inštitutih. Treba je poskrbeti za učinkovit prenos rezultatov raziskav in razvoja v podjetniško prakso, tako glede ustrezne regulative kot tudi uveljavitve primernega podjetniškega ekosistema, vključno z učinkovitim podjetniškim financiranjem, ki bo omogočal, da se čim več idej in novosti pretopi v neposredno podjetniško prakso.

Vsi navedeni pogoji pomembno vplivajo na odnos do podjetništva, vključevanje v podjetniške aktivnosti in podjetniške aspiracije. GEM je razvil ustrezne mere, s pomočjo katerih lahko spremljamo ta tri področja in jih, ker so tako viri podatkov kot tudi rezultati primerno harmonizirani, tudi primerjamo med posameznimi državami. **Odnos do podjetništva** kaže splošno naklonjenost populacije do podjetniške kariere. Če je podjetništvo v družbi zaželeno, posameznik pozna dosti drugih podjetnikov ali verjame, da so uspešni podjetniki spoštovani in ugledni, bo verjetnost, da se bos 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 visok strah pred prevzemanjem rizika ali kjer družba stigmatizira napake, se bodo ljudje težje odločali za podjetništvo ter bodo svoje kariere iskali v manj rizičnem okolju. Nacionalni odnos do podjetništva je prav tako pomembna »infrastrukturalna podlaga« za ustvarjanje splošne kulturne podpore, pomoči, podpornih mrež, zagotavljanja finančnih virov in ostalih elementov za delujoče podjetnike kot tudi za tiste, ki o podjetniški karieri šele razmišljajo. **Vključevanje v podjetniške aktivnosti** se kaže na več načinov. V prvi vrsti gre za število ljudi, ki ustanavljajo podjetja tako v absolutnem smislu kot tudi gledano relativno, v primerjavi z ostalimi ekonomskimi aktivnostmi, recimo zapiranjem podjetij. Identificiramo lahko različne vrste podjetniških aktivnosti glede na panogo, velikost ustanoviteljskega tima, demografijo podjetij in podjetnikov (spol, starost, izobrazba ipd.), ali gre za samostojna podjetja ali za podjetniške aktivnosti znotraj obstoječega podjetja. Posamezniki se podjetništva lotevajo zaradi različnih motivov, ki so odvisni tudi od ekonomske razvitosti države. V manj razvitih okoljih s faktorskim tipom gospodarstva izrazito prevladujejo podjetniki zaradi nujnosti, v inovacijskih gospodarstvih je v povprečju več takšnih, ki so postali podjetniki zato, ker so zaznali obetavno podjetniško priložnost. Je pa podjetniška aktivnost vselej proces, zato proučujemo nastajajoče, nove in ustaljene podjetnike, spremljamo pa tudi opuščanje podjetij in zapiranje podjetij. **Podjetniške aspiracije** kažejo kakovost podjetniške aktivnosti, torej nagnjenost podjetnikov k rasti podjetja, večanju števila zaposlenih, internacionalizacijo poslovanja in podobno. Podjetniki se namreč razlikujejo glede na njihove aspiracije, da bi uvajali nove izdelke, konkurirali na mednarodnih trgih ali financirali rast z zunanjimi viri. Vse te aspiracije, če so realizirane, lahko (bolj kot zgolj število podjetnikov) pomembno vplivajo na gospodarsko rast.

1.4. KAKO GEM MERI PODJETNIŠTVO¹

Za razliko od drugih raziskav se GEM ne osredotoča na podjetja in statistično spremljanje njihovega poslovanja, temveč na podjetnega posameznika, ki se odloči za podjetniško kariero in ustanovi podjetje. Razlika med podatki, ki jih pridobimo v GEM in podatki, ki jih zagotavljajo različni statistični viri, je podrobneje opisana v *Predalu 1*.

¹ Poglavje smo prevzeli iz Rebernik, M., Tominc, P., Pušnik, K.: Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008. Univerza v Mariboru, 2009, str. 28–32.

Predal 1: Razlika med GEM in poslovnimi registri ali AJPES

Kljub dolgoletnemu pojasnjevanju razlik med podjetništvom kot procesom, v katerem sodeluje posameznik ter podjetništvom, ki se ukvarja z organizacijskimi in pravnimi subjekti (d.d., d.o.o., s.p.) še vedno prihaja do mešanja podjetniškega procesa in poslovnega registra, do mešanja ljudi in organizacij. Oba vidika je pomembno proučevati, vendar pa vsak zahteva svoje podatkovne vire. Kadar se ukvarjamo s podjetji kot organizacijskimi in poslovnimi subjekti, lahko uporabljamo podatkovne podlage, ki nam jih ponujajo poslovni registri, AJPES, slovenski statistični urad, Eurostat ali druge specializirane organizacije in podjetja, ki se ukvarjajo s poslovnimi podatki (IBON, GVIN, ipd). Ko pa imamo opraviti z ljudmi, lahko vpogled v njihove sposobnosti, namere, strahove, ambicije ipd. dobimo samo tako, da z zanesljivo metodologijo anketiramo statistično zanesljiv vzorec prebivalstva.

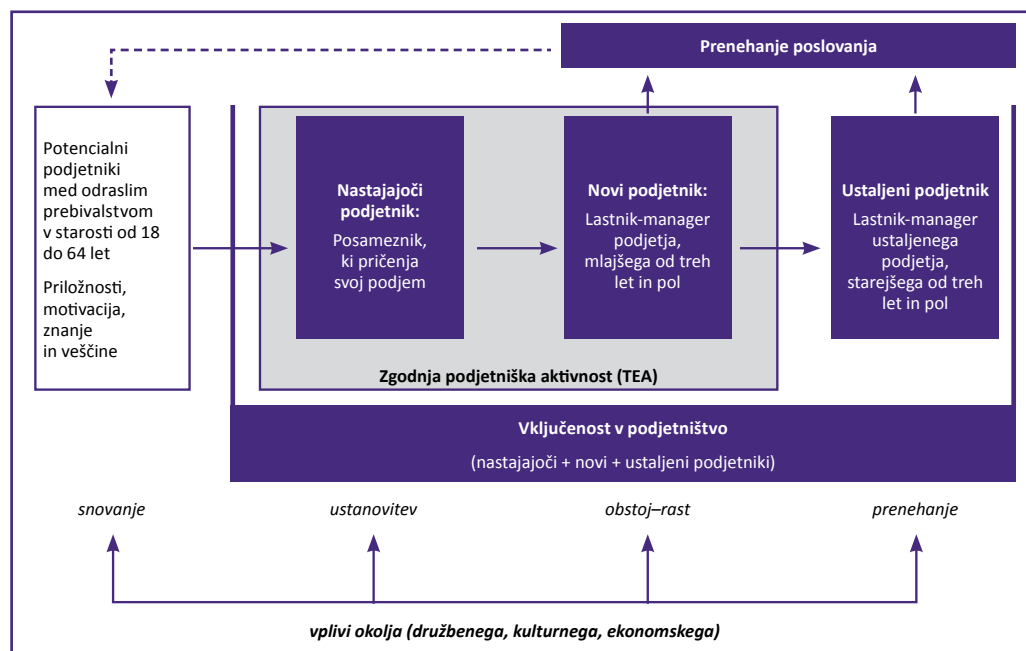
GEM je družbena raziskava, ki se ukvarja s posamezniki. Z vidika raziskovalne perspektive GEM so posamezniki tisti, ki so primarni akterji ustanovitve, zagona in vzdrževanja novega in podjetnega posla. Zato seveda obstojajo nekatere bistvene razlike med podatki, ki jih zagotavlja GEM in tistimi, ki jih lahko pridobimo v različnih poslovnih registrih in statističnih podatkovnih bazah. V nadaljevanju navajamo nekaj pomembnejših razlik (Bosma et al., 2008):

- GEM podatki so pridobljeni v raziskavi, ki je harmonizirana med vsemi sodelujočimi državami. Kljub iniciativam Eurostata, OECD in Svetovne banke, harmonizacija podatkov nacionalnih poslovnih registrov še ni uresničena.
- Metodologija GEM vsebuje statistično negotovost agregatnih rezultatov (na ravni države), kar ponazarjamo z objavljanjem intervalov zanesljivosti za ugotovljene podjetniške indekse. Podatki iz poslovnega registra so »številčni podatki« in kot taki ne zahtevajo intervala zanesljivosti. Vendar je število »umetnih« registracij za določene države neznano. Nekateri podjetji sploh niso registrirani (ali se jim ni treba registrirati), nekatera podjetja so registrirana samo zaradi davčnih razlogov, ne da bi v njih potekala kakršna koli podjetniška aktivnost. Obseg, v kolikšni meri se to dogaja, verjetno močno variira med državami.
- GEM spremlja ljudi, ki so v procesu ustanavljanja podjetja (nastajajoči podjetniki), kakor tudi ljudi, ki so lastniki in managerji svojega podjetja (nova in ustaljena podjetja). To vključuje tudi svobodne poklice ali druge podjetnike, ki se jim ni treba registrirati. GEM tudi ugotavlja nagnjenost k podjetništvu in njegovo dožemanje. Vpogled v najzgodnejše faze podjetništva in duh podjetnosti pa je seveda zelo relevantna informacija za oblikovalce ekonomske in razvojne politike.
- Bistvo GEM ni v preštevanju podjetij in izračunavanju stopnje ustanavljanja podjetij. Gre za merjenje podjetniškega duha in podjetniške aktivnosti v različnih fazah podjetniškega procesa. Zato GEM podatki niso najboljši vir za proučevanje podjetij (kot pravnih subjektov) in njihovih značilnosti. Za panožno razvrstitev obstoječih podjetij so npr. zagotovo boljši podatki, ki jih zagotavljajo poslovni registri (razen morda v državah, kjer GEM zajame res veliko število respondentov, kot npr. v Španiji ali Veliki Britaniji).
- GEM pa ponuja številne podatke, ki jih ni mogoče dobiti iz poslovnih registrov. Takšni primeri so motivacija za samozaposlovanje, raven podjetniške aktivnosti, strah pred neuspehom ali pričakovanja bodoče rasti. Vendarle pa je pri tem treba biti pozoren na to, da se takšne značilnosti ugotavljajo na primernem (in dovolj velikem) vzorcu. V ta namen je ponekod smiselno združevati GEM vzorce iz več let.

V Sloveniji se raziskovalci podjetništva ukvarjamo tako s primarnimi podatki, ki jih dobimo na temelju anketiranega vzorca (prebivalcev, podjetnikov, managerjev v podjetjih ipd.), kakor tudi s podatki, ki jih ponuja poslovni register, statistični urad ali AJ PES. Z izjemo GEM se pri primarnih podatkih pogosto pokaže, da niso harmonizirani s podobnimi raziskavami v svetu, pri uporabi podatkov iz registra pa se pojavlja dodatni problem, da le-ti niso ažurirani, ter da so v njem številni organizacijski subjekti, ki so sicer registrirani, a niso poslovno aktivni. V drugi slovenski raziskavi podjetništva, ki poteka od leta 1998, v *Slovenskem podjetniškem observatoriju*, je ta zadrega rešena tako, da so v analizah smiselno upoštevani samo tisti subjekti, ki oddajo poročila o poslovanju, torej živi gospodarski subjekti, ki na trgu tudi dejansko sodelujejo v ekonomskem življenju in vplivajo nanj.

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

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



Slika 3: Podjetniški proces in opredelitev GEM kategorij

Oblikovali smo *indeks zgodnje podjetniške aktivnosti* TEA (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity), ki kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se vključuje v podjetništvo. Zajema posameznike, ki so bodisi pričeli z nekaterimi aktivnostmi, da bi ustanovili podjetja, ali pa

podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece. Te posameznike imenujemo *nastajajoči podjetniki* in pomenijo začetek podjetniške poti. K nastajajočim podjetnikom prištejemo *nove podjetnike*, to je tiste, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece, vendar manj kot tri leta in pol. TEA indeks torej kaže zgodnje faze podjetniškega procesa in je še zlasti občutljiv na dejavnike okolja, ki posameznike bodisi spodbujajo ali odvrčajo od podjetništva. Vendar pa TEA indeks ne pomeni celotne vključenosti v podjetništvo. Med prebivalstvom pa so tudi posamezniki, ki imajo podjetje že dlje kot tri leta in pol. Te imenujemo *ustaljeni podjetniki*. Na Sliki 3 je ponazorjeno odvijanje podjetniškega procesa in z njim sestav TEA indeksa.

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

Kot smo opisali, v modelu GEM spremljamo odnos do podjetništva in njegovo dojetje, podjetniško dejavnost ter podjetniške aspiracije. Da bi bilo nedvoumno definirano, kaj pomeni posamezni termin, ki ga uporabljamo v tej monografiji, jih v *Tabeli 2* podrobneje pojasnjujemo (glej tudi Bosma et al., 2008; Rebernik, Tominc, Pušnik, 2008). Ker se nekateri pojmi v slovenskem jeziku doslej niso uporabljali v tej povezavi, podajamo pojem tudi v angleškem jeziku. Kako v raziskavi konkretno opredelimo posamezne mere, navedene v spodnjem pregledu, smo že večkrat pisali; nazadnje podrobno v monografiji *Počasne spremembe podjetniške stvarnosti* (Rebernik, Tominc, Pušnik, 2007). V njej so tudi podani viri za podrobnejše raziskovanje te stvarine. Dostopna je tudi na www.gemslovenia.org, zato na tem mestu posameznih mer in postopka njihovega izračuna ne bomo ponovno opredeljevali.

Tabela 2: Mere podjetniške aktivnosti

Mera	Opis
Odnos do podjetništva in njegovo dojetje (Entrepreneurial Attitudes and Perceptions)	
Zaznane priložnosti (Perceived opportunities)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki vidijo dobre priložnosti za ustanovitev podjetja na območju, kjer živijo.
Zaznane zmogljivosti (Perceived capabilities)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki verjamejo, da imajo potrebne veščine in znanje, da bi ustanovili podjetje.
Podjetniške namere (Entrepreneurial intention)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki so latentni podjetniki, saj nameravajo v roku treh let ustanoviti podjetje.
Stopnja strahu pred neuspehom (Fear of failure rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki navajajo, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja.
Podjetništvo kot zaželena podjetniška izbira (Entrepreneurship as desirable career choice)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi podjetništvo zaželena poklicna izbira.
Pozornost medijev do podjetništva (Media attention for entrepreneurship)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi v javnih medijih pogosto videti zgodbe o uspešnih novih podjetjih.

Mera	Opis
Podjetniška dejavnost (Entrepreneurial Activity)	
Stopnja nastajajočega podjetništva (Nascent entrepreneurship rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so trenutno nastajajoči podjetniki, t.j. so aktivno vpleteni v ustanavljanje podjetja, ki bo v celoti ali delno v njihovi lasti; podjetje lastnikom še ni izplačevalo plač, nadomestil ali drugih prihodkov dlje kot tri mesece.
Stopnja novega podjetništva (New business ownership rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so trenutno lastniki-managerji novega podjetja, to pomeni, da so lastniki in vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodkov več kot tri mesece, a manj kot 42 mesecev.
Zgodnja podjetniška aktivnost (Early-stage entrepreneurial activity)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali pa novi podjetniki (lastniki-managerji) novega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja ustaljenega podjetništva (Established business ownership rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so trenutno podjetniki staljenega podjetja; to pomeni, da so lastniki in vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodkov več kot 42 mesecev.
Stopnja celotne podjetniške aktivnosti (Overall entrepreneurial activity rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so bodisi vključeni v zgodnje podjetniške aktivnosti ali pa so lastniki-managerji staljenega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja prenehanja poslovanja (Business discontinuation rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so v zadnjih 12 mesecih prenehali s poslovanjem, ker so prodali, zaprli ali kako drugače prekinili s svojim lastniško-managerskim odnosom s podjetjem. Opozorilo: to NI merilo stopnje propada podjetij.
Z izboljšanjem motivirana podjetniška aktivnost zaradi priložnosti: relativni delež (Improvement-driven opportunity entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek posameznikov, ki so vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost (kot je opredeljena zgoraj), ki (i) trdijo, da so to storili zaradi priložnosti in ne zato, ker ne bi imeli druge možnosti za delo in (ii) ki pravijo, da je bil glavni motiv za izkoriščanje priložnosti, da bi bili neodvisni ali da bi povečali svoje prihodke in ne zato, da bi samo obdržali svoje sedanje prihodke.
Podjetniške aspiracije	
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity - HEA)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali novi podjetniki (lastniki-managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj <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 usmerjena k novim izdelkom in trgov: relativni delež (New product-market oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki navajajo, da je njihov izdelek ali storitev nov za vsaj nekaj kupcev in tudi navajajo, da ni veliko podjetij, ki bi ponujala enak izdelek ali storitev.
Zgodnja podjetniška aktivnost v tehnoloških sektorjih: relativni delež (Early-stage entrepreneurial activity in technology sectors: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki so aktivni v »visokotehnoloških« ali »srednetehnoloških« sektorjih, kot jih klasificira OECD.

Mera	Opis
Podjetniške aspiracije	
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.

1.5. KAKO V GEM PRIDOBIMO PODATKE

V raziskavi GEM pridobimo podatke iz štirih virov: (i) z anketiranjem vzorca odrasle populacije, (ii) z osebnimi intervjuji z nacionalnimi izvedenci, (iii) s standardiziranimi vprašalniki, ki jih izpolnijo nacionalni izvedenci ter iz (iv) mednarodnih standardiziranih sekundarnih virov podatkov.

Anketiranje odraslega prebivalstva: V vseh državah, ki sodelujejo v raziskavi, je anketiranje potekalo v času od maja do septembra 2009. Anketiranje odraslega prebivalstva v Sloveniji smo izvedli maja 2009. Trije glavni elementi v postopku pridobivanja vzorca so pridobitev kvalitetnih vzorčnih podatkov, identični vprašalniki v vseh sodelujočih državah ter izračuni popolnoma primerljivih statističnih parametrov v vseh sodelujočih državah. Temeljiti opis celotnega postopka je mogoče najti v Reynolds et al. (2005).

Kot v večini držav, ki sodelujejo v raziskavi, smo tudi v Sloveniji pridobili regionalno strukturiran vzorec na osnovi telefonskega intervjuja. Anketiranje je izvedlo podjetje RM PLUS, podjetje za tržne raziskave in marketing iz Maribora, ki profesionalno izvaja računalniško podprte CATI telefonske ankete. V Sloveniji je bilo leta 2009 anketiranih 3030 prebivalcev starih od 18 do 64 let. Povzetek značilnosti uteženega in neuteženega vzorca za Slovenijo v letu 2009 je podan v *Tabeli 3*.

Tabela 3: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, Slovenija 2009

	Neutežen vzorec	Utežen vzorec
Skupaj	3030	3030
Moški	1418	1553
Ženske	1612	1477
Število nastajajočih podjetmov	90	98
Število novih podjetmov	57	65
Motivacija – priložnost	128	143
Motivacija – nujnost	16	16
Število ustaljenih podjetij	172	171
Poslovni angeli	77	83

Leta 2009 je bilo v državah, ki so sodelovale v raziskavi, anketiranih skupaj 164.526 odraslih posameznikov, vendar ne v vseh državah enako. Primerno uteženi vzorci so zajeli od 1.046 ljudi v tihomorski otoški državi Tonga do 28.888 v Španiji. V *Tabeli 4* prikazujemo število anketiranih oseb v vseh državah, ki so leta 2009 sodelovale v GEM raziskavi.

Tabela 4: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav

Država	Število anketiranih oseb	Država	Število anketiranih oseb
Alžirija	2000	Latvija	2003
Argentina	1676	Libanon	2000
Belgija	3989	Madžarska	1976
Bosna in Hercegovina	1999	Malezija	2002
Brazilijska	2000	Nemčija	6032
Čile	4307	Nizozemska	2133
Danska	2012	Norveška	1685
Dominikanska Republika	2007	Panama	2000
Ekvador	2200	Peru	2021
Finska	2002	Romunija	1639
Francija	1631	Rusija	1695
Grčija	2000	Savdska Arabija	1881
Gvatemala	2163	Sirija	2002
Hong Kong	2000	SLOVENIJA	3030
Hrvaška	1665	Srbija	1766
Iran	3328	Španija	28888
Islandija	1736	Švica	1532
Italija	2969	Tonga	1046
Izrael	1843	Tunizija	1994
Jamajka	1877	Uganda	2094
Japonska	1600	Urugvaj	1624
Jemen	2065	Velika Britanija	22881
Jordanija	2006	Venezuela	1578
Južnoafriška Republika	2807	Zahodni breg in Gaza	2080
Kitajska	3608	ZDA	3412
Kolumbija	2055	Združeni Arabski Emirati	1987
Koreja	2000		

S pomočjo intervjujev ugotavljamo značilnosti podjetniške aktivnosti odraslega prebivalstva, dolžina intervjuja pa je odvisna od tega, koliko je posamezni intervjuvanec podjetniško aktiven. Prvi del vprašalnika se nanaša na ustanavljanje in vodenje podjetja ter neformalno investiranje v nova podjetja. Posameznikom, ki izkažejo podjetniško aktivnost, se za tem postavljajo dodatna, bolj poglobljena vprašanja. Z drugim delom vprašalnika ugotavljamo odnos intervjuvancev do podjetništva in dojemanje podjetništva, aspiracije po rasti ipd.

Nacionalni izvedenci: Poleg anketiranja odraslega prebivalstva v raziskavi GEM kot nacionalni izvedenci sodelujejo skrbno izbrani posamezniki, za katere po njihovi dosedanji podjetniški aktivnosti, profesionalnosti, znanju in ugledu sodimo, da lahko prispevajo k razumevanju podjetništva v Sloveniji. Nacionalne izvedence smo prosili, da izpolnijo obsežen standardizirani vprašalnik in nam tako posredujejo svoje poglede na podjetniško okolje v Sloveniji. Nacionalne

izvedence smo tudi zaprosili, da nam v vprašalniku predstavijo svoj pogled na temeljne slabosti, ki zavirajo razvoj podjetništva v Sloveniji, temeljne prednosti, ki jih ima Slovenija in bi jih lahko izkoristili za pospeševanje podjetništva ter predloge, kaj bi bilo treba udejaniti, da bi se čim več ljudi vključilo v podjetniške aktivnosti.

Pri anketiranju je leta 2009 sodelovalo 36 izvedencev iz Slovenije. Dobljene odgovore smo kodirali in posredovali koordinacijskemu timu GEM, ki je pripravil skupne datoteke za vse sodelujoče države. S pomočjo tega vprašalnika, ki je bil preveden v jezike udeleženk GEM, lahko delamo številne in bogate primerjave podjetniškega okolja med 44 državami, ki so lani izvedle anketiranje skupaj 1.600 nacionalnih izvedencev.

Nacionalni ekonomski in demografski podatki: Ob teh primarno pridobljenih podatkih se je treba za primerjave nacionalnih značilnosti posameznih držav opreti na zanesljive in poenotene mednarodne vire. Ti viri so podatkovne baze, s katerimi razpolagajo Združeni narodi, Eurostat, Svetovna banka, ILO, Mednarodni denarni sklad, OECD.

Raziskava, v kateri sodeluje toliko držav, zahteva zelo skrbno organizacijo, ki jo zagotavlja koordinacijski tim GEM, ki poskrbi tudi za harmonizacijo podatkov in kakovostni nadzor pridobivanja nacionalnih podatkov.

1.6. DOSTOPNOST GEM RAZISKAV IN PODATKOV

GEM je konzorcij nacionalnih timov, ki so povezani v Global Entrepreneurship Research Association (GERA), ki je krovna organizacija, v okviru katere se izvaja GEM projekt. GEM konzorcij je edinstvena mreža številnih podjetniških raziskovalcev, ki izgrajujejo podatkovno bazo, da bi z njeno pomočjo pridobili trdnejša spoznanja o podjetniških fenomenih. Na domači strani GEM konzorcija www.gemconsortium.org kakor tudi na slovenski strani www.gemslovenia.org lahko zainteresirani bralci najdejo številne informacije – od nacionalnih raziskav do podatkovnih baz in pregleda vse bogatejše zbirke znanstvenih člankov, ki nastajajo z uporabo podatkov, pridobljenih v GEM raziskavah.

Slovensko podjetništvo v svetovni luči

2.1. DEJAVNIKI PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI V SLOVENIJI

Globalni podjetniški monitor se poglobljeno ukvarja z dejavniki podjetništva in omogoča, da slovensko podjetništvo primerjamo s svetovnim. Tako kot nobeno nacionalno gospodarstvo ne more preživeti samo zase, brez sodelovanja z drugimi gospodarstvi, tudi razumevanja dejavnikov, ki vplivajo na gospodarstvo in podjetništvo, ne moremo razumeti in vplivati nanje, ne da bi ga mednarodno umestili.

Zadnjih nekaj let na temelju analiz, ki jih opravimo, sliko podjetniške aktivnosti v Sloveniji zgoščeno podajamo v posebni **GEM preglednici podjetniške aktivnosti** (Tabela 5). V njej prikazujemo nekatere ključne značilnosti slovenskega podjetništva in omogočamo, da imamo na enem mestu večplastno ponazorjeno sliko podjetništva v letu 2009, primerjalno z ostalimi 53 državami, ki so še sodelovale v raziskavi. Ta slika podjetniške aktivnosti sledi logiki podjetniškega procesa, ki zajema nastajajoča, nova in ustaljena podjetja. S pomočjo podatkov, ki jih pridobimo z anketiranjem odrasle populacije in na osnovi intervjujev z izbrano skupino strokovnjakov za področje podjetništva (ugledni podjetniki, bančniki, raziskovalci, svetovalci) lahko podrobneje spremljamo številne pomembne dejavnike, s katerimi spoznavamo podjetništvo v Sloveniji, kot na primer:

- delež odraslega prebivalstva v starosti od 18 – 64 let, ki je vključen v podjetniške aktivnosti v različnih fazah podjetniškega procesa;
- različne kategorije podjetnikov in sicer *nastajajoče podjetnike*, to je tiste, ki so se lotili kakršnekoli dejavnosti, da bi ustanovili podjetje, ali ga že imajo, a še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece, *nove podjetnike*, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece in manj kot 42 mesecev ter ustaljene podjetnike, ki obstajajo več kot 42 mesecev;
- nekatere značilnosti nastajajočih, novih in ustaljenih podjetij ter nekatere značilnosti družbeno-ekonomskega okolja, ki spodbuja ali zavira podjetniške procese v Sloveniji;
- demografske značilnosti podjetniške populacije;
- motivacijo, zakaj se posamezniki podajo na podjetniško pot;
- njihovo nagnjenost k rasti;
- kako razpoznavajo poslovne priložnosti;
- nekatere elemente podjetniške zmogljivosti.

Vse te dejavnike in še nekatere dodatne v nadaljevanju te monografije tudi podrobneje opredeljujemo in analiziramo.

Tabela 5: GEM preglednica podjetniške aktivnosti

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2008		2009		2008		2009		2008		2009		2008		2009	
	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang
Vključenost v podjetništvo (% populacije)																
	4,06	24/43	3,22	33/53	2,40	35/43	2,14	44/53	6,40	32/43	5,36	38/53	5,59	29/43	5,65	34/53
Demografske značilnosti: Spol (% populacije):																
Moški	5,39		4,70		3,43		3,32		8,75	31/43	8,03	35/53	7,81	30/43	7,98	31/53
Ženske	2,71		1,67		1,35		0,89		4,01	29/43	2,56	46/53	3,33	29/43	3,20	32/53
Demografske značilnosti: Spol (% podjetnikov):																
Moški	66,8		74,5		72,5		79,6		68,9		76,7		70,4		72,4	
Ženske	33,2		25,5		27,5		20,4		31,1		23,3		29,6		27,6	
Starost (% populacije):																
- 18 do 24 let	3,45		3,97		0,74		1,73		4,19	32/43	5,70	30/53	0,77	35/43	0,55	40/53
- 25 do 34 let	7,63		5,34		4,37		4,65		11,84	23/43	10,00	31/53	4,37	25/43	4,07	28/53
- 35 do 44 let	4,82		2,68		2,59		1,44		7,42	32/43	4,12	49/53	6,09	33/43	6,29	38/53
- 45 do 54 let	2,77		2,40		2,34		2,03		4,99	33/43	4,43	39/53	9,15	26/43	9,61	30/53
- 55 do 64 let	0,93		1,80		1,05		0,46		1,98	36/43	2,26	41/53	5,40	33/43	5,84	38/53
Starost (% podjetnikov):																
- 18 do 24 let	11,1		17,5		4,1		11,6		8,54	36/43	15,21	28/53	1,79	36/43	1,40	39/53
- 25 do 34 let	42,3		37,1		40,7		47,9		41,74	6/43	41,11	5/53	17,65	24/43	15,87	34/53
- 35 do 44 let	26,4		18,6		24,7		14,9		25,78	19/43	16,96	50/53	24,26	35/43	24,60	47/53
- 45 do 54 let	15,8		16,5		22,0		21,6		18,06	19/43	18,76	20/53	37,96	4/43	38,63	3/53
- 55 do 64 let	4,4		10,3		8,5		4,0		5,89	30/43	7,96	28/53	18,33	18/43	19,50	21/53
Izobrazba (% podjetnikov)*																
- Dokončana osnovna šola ali manj			3,2				0,0				2,0				3,7	
- Dokončana poklicna šola			14,8				14,4				14,6				17,3	
- Srednješolska izobrazba			40,4				45,4				42,5				32,0	
- Višješolska strok. izobrazba			10,6				9,9				10,4				13,2	
- Visokošolska strok. izobrazba			10,0				3,2				7,3				13,6	
- Univerzitetna izobrazba ali višja			20,9				27,0				23,4				20,1	
*Zaradi natančnejše klasifikacije izobrazbenih kategorij v letu 2009, vrednosti niso primerljive z vrednostmi v letu 2008																

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2008		2009		2008		2009		2008		2009		2008		2009	
	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang
Dohodkovni razredi (% populacije):																
- spodnja tretjina	1,84		1,98		0,93		0,85		0,93	38/43	1,00	40/53	0,76	37/43	0,98	30/53
- srednja tretjina	3,87		2,32		1,18		1,60		2,15	36/43	1,85	42/53	2,01	33/43	2,09	36/53
- zgornja tretjina	4,82		4,97		5,09		3,20		3,79	33/43	3,47	44/53	3,23	31/43	3,31	42/53
Dohodkovni razredi (% podjetnikov):																
- spodnja tretjina	13,6		15,9		10,4		11,0		12,3		14,0		11,5		13,5	
- srednja tretjina	42,3		30,3		19,5		33,5		33,2		31,6		35,5		35,3	
- zgornja tretjina	44,1		53,7		70,1		55,5		54,5		54,4		53,0		51,2	
Motivacija (% populacije):																
- nujnost	0,57		0,40		0,20		0,10		0,77	35/43	0,51	50/53	1,07		0,80	
- priložnost	3,49		2,71		2,13		2,05		5,63	25/43	4,73	33/53	3,70		4,52	
Motivacija (% podjetnikov):																
- v celoti priložnost	69,6		71,6		71,9		73,7		70,2		72,4		52,1		63,9	
- deloma priložnost	16,4		12,3		19,6		21,5		17,8		16,0		14,1		16,1	
- nujnost	14,0		12,6		8,5		5,1		12,1		9,6		19,2		14,1	
- ne more opredeliti	0		3,5		0		0		0		2,1		14,5		5,8	
Izkoriščanje poslovne priložnosti zaradi (% podjetnikov, katerih motivacija je v celoti priložnost):																
- neodvisnost in osebna svoboda pri delu	67,8		56,5		66,3		73,4		67,56	2/43	57,31	6/53				
- povečanje dohodka	28,7		31,9		26,1		21,5		27,29	35/43	30,27	46/53				
- ohraniti raven dohodka	1,4		3,7		5,4		5,1		2,94	40/43	4,57	40/53				
- ostalo	2,1		7,9		2,3		0,0		2,21	17/43	7,85	12/53				

	Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2008		2009		2008		2009	
	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang
Inovacijska naravnost (% podjetnikov):								
- Novost izdelkov – izdelek je nov za vse kupce	15,42	19/43	16,45	26/53	13,26	16/43	7,99	27/53
- Konkurenca – ni konkurenčnih podjetij	10,53	18/43	9,99	21/53	3,75	33/43	5,04	48/53
- Tehnologija – uporaba tehnologij, ki so na voljo manj kot 1 leto	9,82	22/43	10,72	23/53	4,16	18/43	4,50	24/53
Nagnjenost k rasti (% podjetnikov):								
- Zaposlovanje – porast za najmanj 10 delovnih mest in hkrati za najmanj 50% v petih letih	17,33	23/43	19,46	15/53	4,64	25/43	5,38	22/53
- Izvoz – več kot 50% strank živi izven države	1,19	15/43	0,93	14/53	0,88	9/43	0,82	14/53

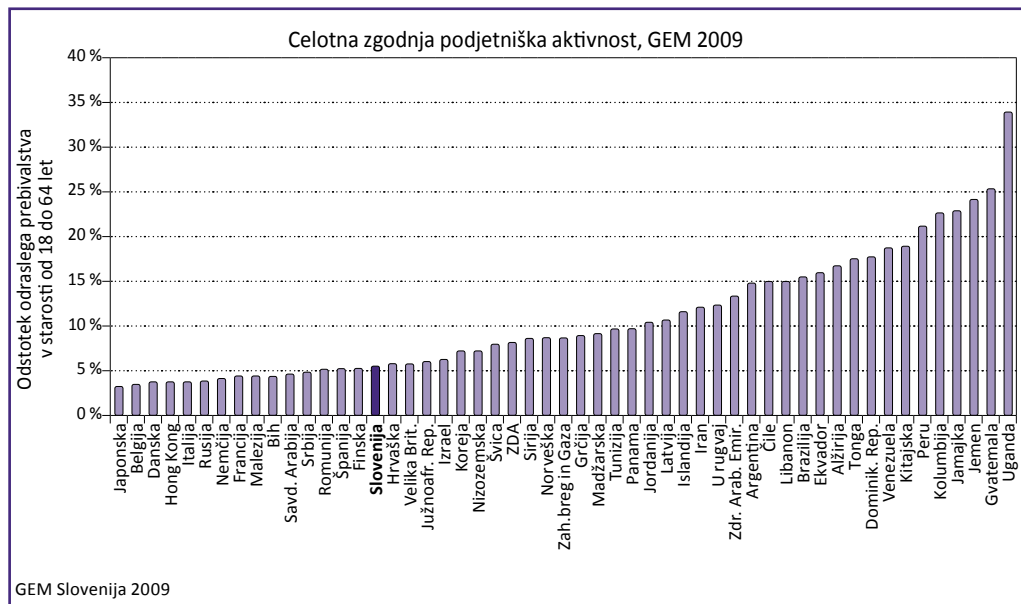
	Nastajajoči podjetniki		Novi podjetniki		Ustaljeni podjetniki		% prebivalstva v starosti od 18 do 64 let				Nepodjetniki	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	Rang	2009	Rang	2008	2009
Razpoznavanje poslovnih priložnosti												
	63,6	63,6	66,2	57,8	50,4	40,6	44,75	16/43	30,00	34/53	42,6	30,7
Podjetniška zmogljivost – doajemanje kulturne podpore:												
- egalitarizem	84,4	78,0	69,5	78,2	86,1	77,6	81,09	3/43	83,03	3/53	81,0	83,2
- poklicna izbira	56,0	58,2	52,6	57,5	53,2	45,9	57,60	31/43	55,75	44/53	58,1	56,2
- spoštovanje podjetniškega poklica	81,7	79,8	81,7	74,8	65,7	70,7	77,80	10/43	77,59	14/53	78,3	78,5
- odnos medijev	66,3	55,4	57,0	59,0	68,0	53,3	60,10	14/43	57,22	28/53	67,8	58,5
Podjetniška zmogljivost – samozaupanje:												
- znanje in veščine	90,5	94,2	96,0	94,6	94,7	91,6	50,80	23/43	52,03	30/53	44,4	51,3
- strah pred neuspehom	14,3	10,4	2,2	13,2	15,7	16,1	31,40	30/43	35,73	24/53	34,2	37,6

2.2. VKLJUČENOST V PODJETNIŠTVO IN MOTIVACIJA

2.2.1. Vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo

Leta 2009 je bilo med odraslimi prebivalci Slovenije 3,2 odstotka tistih, ki imajo podjetje več kot tri mesece in manj kot tri leta in pol (novi podjetniki) ter 5,6 odstotka tistih, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol (ustaljeni podjetniki). Po zgodnji podjetniški aktivnosti (TEA indeks) se je s temi rezultati Slovenija v svetovnem merilu uvrstila na 38. mesto med 53 državami (*Slika 4*), med evropskimi državami pa na 10. mesto med 20 državami. Največ podjetniške aktivnosti je zabeležila Uganda, kjer je bila kar tretjina prebivalstva vključena v takšno ali drugačno obliko samopreživetvenega podjetništva, najmanj pa Japonska, kjer pa je stopnja samozaposlitve nizka že vsa leta.

Glede na število odraslega prebivalstva v Sloveniji tako ocenjujemo, da je bilo v Sloveniji v letu 2009 okrog 147.000 podjetniško aktivnih posameznikov. Med njimi je 43.000 nastajajočih podjetnikov, med katerimi jih nekaj nikoli ne bo realiziralo svojih podjetniških namenov do te mere, da bi imeli dejansko aktivno podjetje. Njihov podjem bo zamrl še preden bodo registrirali podjetje, ali naredili in prodali en sam izdelek ali storitev. Glede na dosedanje povprečne stopnje smrtnosti nastajajočih podjetniških pobud v preteklih letih lahko pričakujemo, da bo takšnih najmanj tretjina, zaradi recesije pa predvidoma še več. Zato je po naši oceni realno govoriti o nekaj več kot 115.000 dejanskih podjetnikih. Gre seveda za posameznike in ne za registrirana podjetja, saj ima lahko posamezno podjetje več ustanoviteljev/lastnikov oziroma ima lahko posameznik v lasti več podjetij.



Slika 4: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost

V Tabeli 6 smo sodelujoče države razvrstili glede na njihovo stopnjo razvitosti (bruto družbeni proizvod na prebivalca). Iz te tabele in iz Slike 5 je jasno razvidno, da imajo manj razvite države več podjetniške aktivnosti. Prevladujoči delež podjetništva je pripisati podjetništvu iz nujnosti, ki ima preživetvene značilnosti in le malo prispeva k razvoju. Očitno torej ni »količina« podjetništva tista, ki odločilno prispeva k ekonomskemu in družbenemu razvoju določene države, ampak njegova »kakovost«, to je sposobnost podjetniške populacije, da inovira, zagotavlja nove trge in zaposluje.

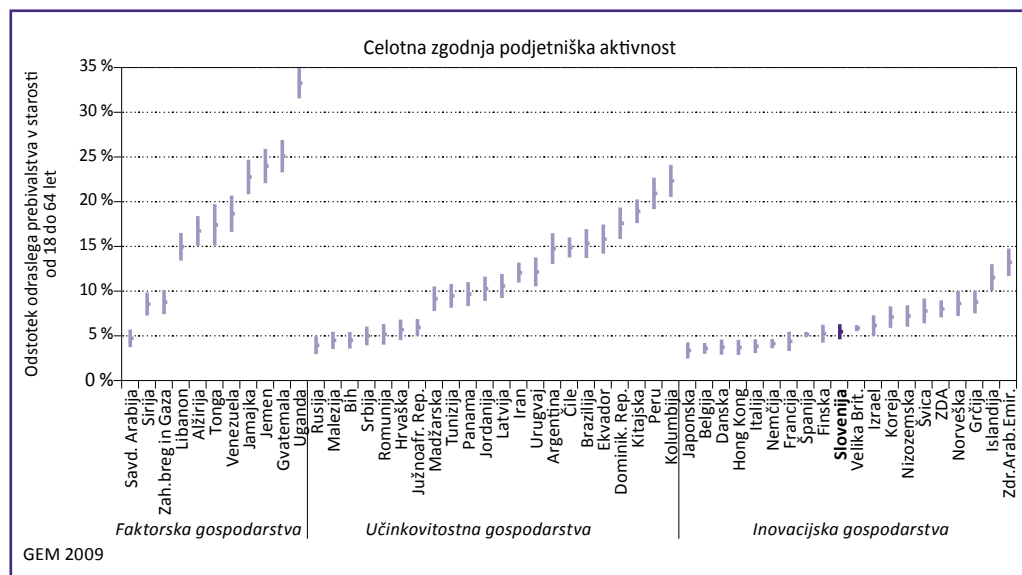
Tabela 6: Vključenost prebivalstva v podjetništvo v GEM državah 2009

	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje s podjemom	Delež podjetništva iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Podjetništvo zaradi izboljšanja položaja, v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti*
Faktorska gospodarstva							
Alžirija	11,3	5,6	16,7	4,7	7,9	18	51
Gvatemala	17,1	12,2	26,8	3,3	6,0	23	30
Jamajka	13,0	10,6	22,7	16,3	10,7	33	45
Libanon	6,7	8,8	15,0	16,0	4,6	18	60
Savdska Arabija	2,9	1,9	4,7	4,1	2,9	12	63

	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje s podjetjem	Delež podjetništva iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Podjetništvo zaradi izboljšanja položaja, v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti*
Sirija	3,4	5,1	8,5	6,7	7,4	37	43
Tonga	6,5	11,1	17,4	2,3	3,6	33	39
Uganda	12,4	22,7	33,6	21,9	24,2	45	45
Venezuela	13,3	5,4	18,7	6,5	3,0	32	42
Zahodni breg in Gaza	3,0	5,9	8,6	6,9	7,1	37	33
Jemen	22,8	1,2	24,0	2,9	2,0	35	16
<i>Povprečje (netehtano)</i>	10,2	8,2	17,9	8,3	7,2	29	42
Učinkovitostna gospodarstva							
Argentina	6,1	9,3	14,7	13,5	6,2	47	37
BiH	3,1	1,3	4,4	3,9	3,1	39	20
Brazilijska	5,8	9,8	15,3	11,8	4,0	39	48
Čile	9,6	5,6	14,9	6,7	6,4	25	42
Kitajska	7,4	11,8	18,8	17,2	6,6	48	29
Kolumbija	15,0	8,0	22,4	12,6	7,1	34	45
Hrvaška	3,5	2,2	5,6	4,8	3,9	37	39
Dominikanska Republika	8,8	9,2	17,5	11,4	12,9	34	26
Ekvador	6,3	9,7	15,8	16,1	6,0	32	43
Madžarska	5,4	3,7	9,1	6,7	3,2	24	45
Iran	8,2	4,1	12,0	6,5	6,0	35	35
Jordanija	5,9	4,9	10,2	5,3	6,8	28	35
Latvija	5,3	5,4	10,5	9,0	3,3	32	54
Malezija	1,7	2,7	4,4	4,3	2,7	25	44
Panama	6,2	3,5	9,6	4,2	1,4	24	59
Peru	16,1	5,1	20,9	7,5	7,1	28	42
Romunija	2,8	2,3	5,0	3,4	3,6	34	31
Rusija	1,8	2,3	3,9	2,3	2,2	29	37
Srbija	2,2	2,8	4,9	10,1	1,9	41	46
Južnoafriška Republika	3,6	2,5	5,9	1,4	4,2	33	38
Tunizija	2,2	7,2	9,4	10,2	4,8	20	57
Urugvaj	8,1	4,2	12,2	5,9	4,9	22	57
<i>Povprečje (netehtano)</i>	6,1	5,3	11,2	7,9	4,9	32	41

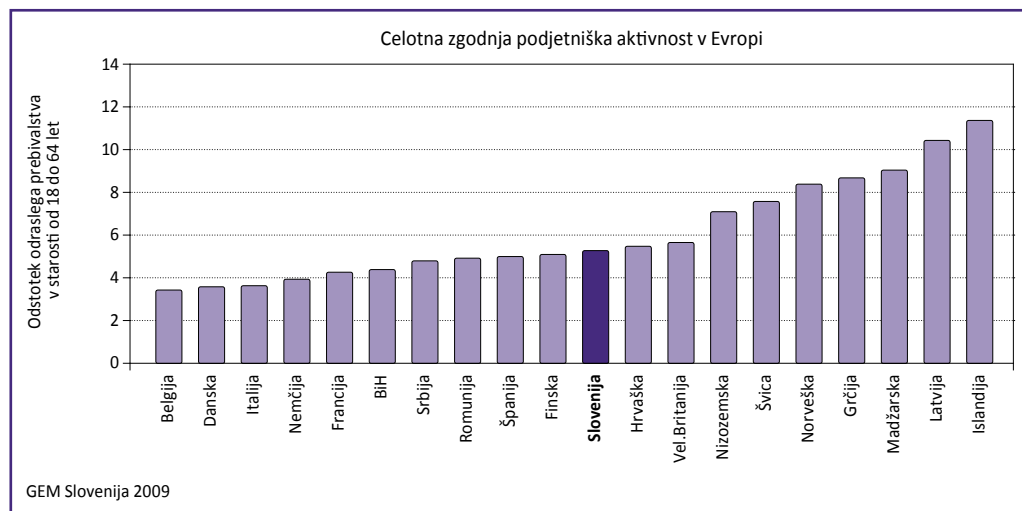
	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje s podjetjem	Delež podjetništva iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Podjetništvo zaradi izboljšanja položaja, v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti*
Inovacijska gospodarstva							
Belgija	2,0	1,6	3,5	2,5	1,3	9	55
Danska	1,6	2,0	3,6	4,7	1,1	7	56
Finska	2,9	2,3	5,2	8,5	2,1	19	62
Francija	3,1	1,4	4,3	3,2	1,9	14	67
Nemčija	2,2	2,1	4,1	5,1	1,8	31	43
Grčija	4,5	4,7	8,8	15,1	2,6	26	47
Hong Kong	1,6	2,2	3,6	2,9	1,5	19	49
Islandija	7,6	4,2	11,4	8,9	4,0	10	58
Izrael	3,4	2,7	6,1	4,3	4,0	25	48
Italija	1,8	1,9	3,7	5,8	1,1	14	57
Japonska	1,9	1,3	3,3	7,8	1,4	30	62
Koreja	2,7	4,4	7,0	11,8	3,9	45	37
Nizozemska	3,1	4,1	7,2	8,1	2,5	10	57
Norveška	5,0	3,9	8,5	8,3	3,7	9	74
SLOVENIJA	3,2	2,1	5,4	5,6	1,3	10	69
Španija	2,3	2,8	5,1	6,4	2,0	16	41
Švica	4,3	3,5	7,7	8,4	2,1	7	67
Velika Britanija	2,7	3,2	5,7	6,1	2,1	16	43
Združeni Arabski Emirati	6,5	7,4	13,3	5,7	6,5	9	79
ZDA	4,9	3,2	8,0	5,9	3,4	23	55
<i>Povprečje (netehtano)</i>	<i>3,4</i>	<i>3,1</i>	<i>6,3</i>	<i>6,8</i>	<i>2,5</i>	<i>17</i>	<i>56</i>

* To je delež podjetnikov, ki se vključujejo v podjetništvo, ker izkoriščajo poslovno priložnost in sicer z namenom povečati neodvisnost in samostojnost pri delu ali z namenom povečanja dohodka.



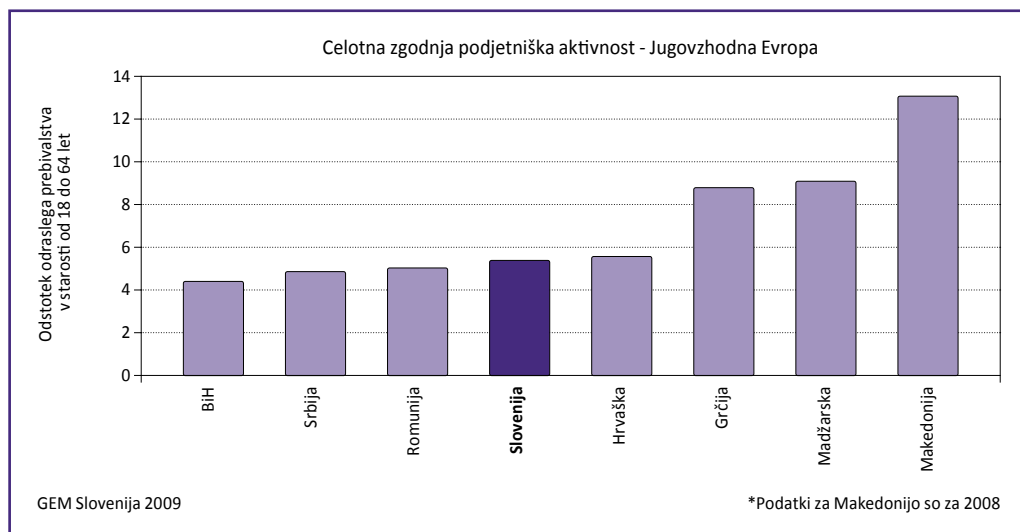
Slika 5: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost po tipih gospodarstev (prikaz intervalnih ocen)

Če pogledamo samo evropske države, ki so sodelovale v GEM 2009 (Slika 6), vidimo, da je bilo največ zgodnje podjetniške aktivnosti v Islandiji (11,5 %), Latviji (10,5 %) in Madžarski (9,1 %), najmanj pa v Belgiji (3,5 %), Danski (3,6 %) in Italiji (3,7 %).



Slika 6: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi

Od držav v Jugovzhodni Evropi so v GEM 2009 sodelovale Slovenija, Hrvaška, Madžarska, Romunija, Bosna in Hercegovina, Srbija ter Grčija. Najmanj zgodnje podjetniške aktivnosti je bilo tako zaznati v Bosni in Hercegovini, le 4,4 odstotka odraslega prebivalstva. Makedonija, ki je imela leta 2008 najvišjo stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti, leta 2009 ni sodelovala v GEM in zanjo za leto 2009 ni podatka.

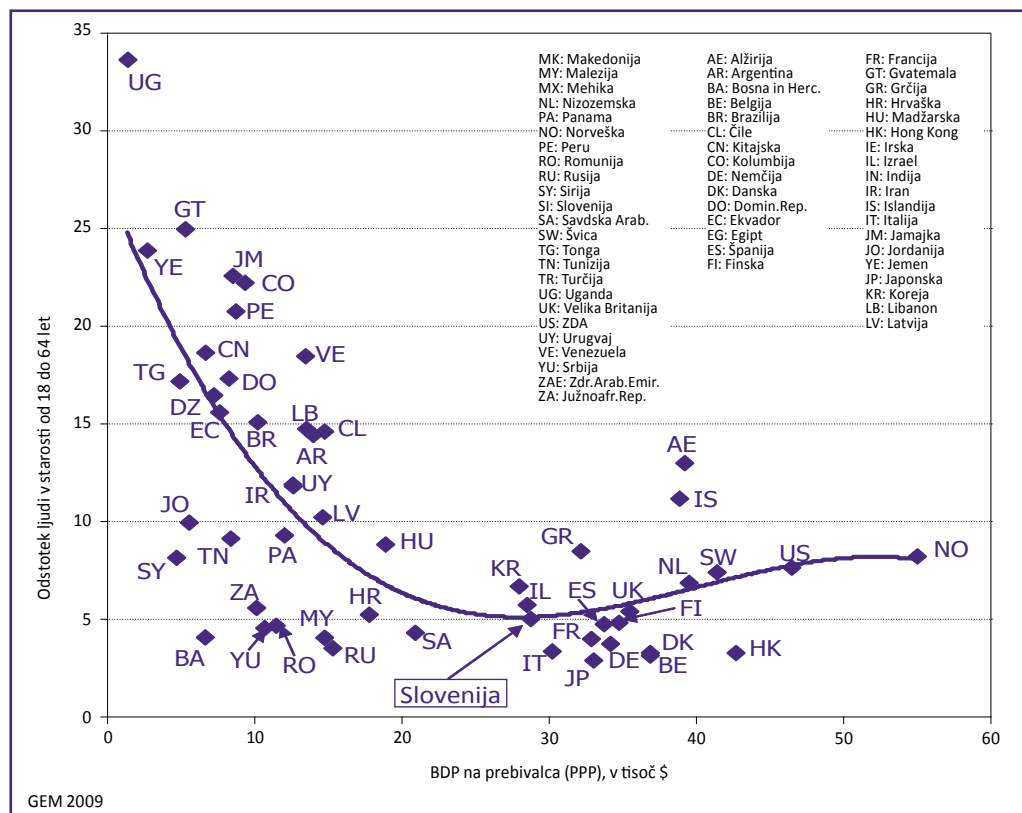


Slika 7: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Jugovzhodni Evropi

Kot kaže Slika 8, ki prikazuje značilno povezanost med deležem zgodnje podjetniške aktivnosti in stopnjo razvitosti države merjeno z bruto družbenim proizvodom na prebivalca, se povprečna raven podjetništva spreminja glede na razvitost držav. V državah, ki so manj razvite, je več podjetništva. V dosedanjih raziskavah se je tudi jasno pokazalo, da temeljni razlog za več podjetništva v teh državah ni v bolj podjetnih ljudeh, ampak v tem, da zaradi manj razvitih industrijskih in storitvenih panog nimajo druge možnosti za preživetje kot da se samozaposlijo.

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

V tem kontekstu ponovno omenjamo raziskavo (Stel van et al., 2005), ki je proučevala učinek podjetniške aktivnosti na gospodarsko rast in odkrila negativno korelacijo med ustanavljanjem novih podjetij in rastjo v državah z nizkim BDP/prebivalca. Države, ki imajo preveč samozaposlenih, so »kaznovane« z nižjo gospodarsko rastjo. To ne pomeni, da podjetništvo ni potrebno, postavljata pa se vprašanja, če je v teh državah dovolj velikih podjetij, ki bi omogočila uspešno delovanje malih podjetij, in če imajo podjetniki v revnih državah enak človeški in socialni kapital kot v razvitih državah. Očitno enaka stopnja vključevanja v podjetniške aktivnosti ni primerna za vsako državo, temveč mora biti različna glede na razvojno raven posamezne države. Zato je tudi pomembno, da ločujemo države glede na njihovo doseženo stopnjo razvitosti (v našem primeru na faktorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva), saj morajo biti ukrepi ekonomske politike prilagojeni konkretni razvojni stopnji.



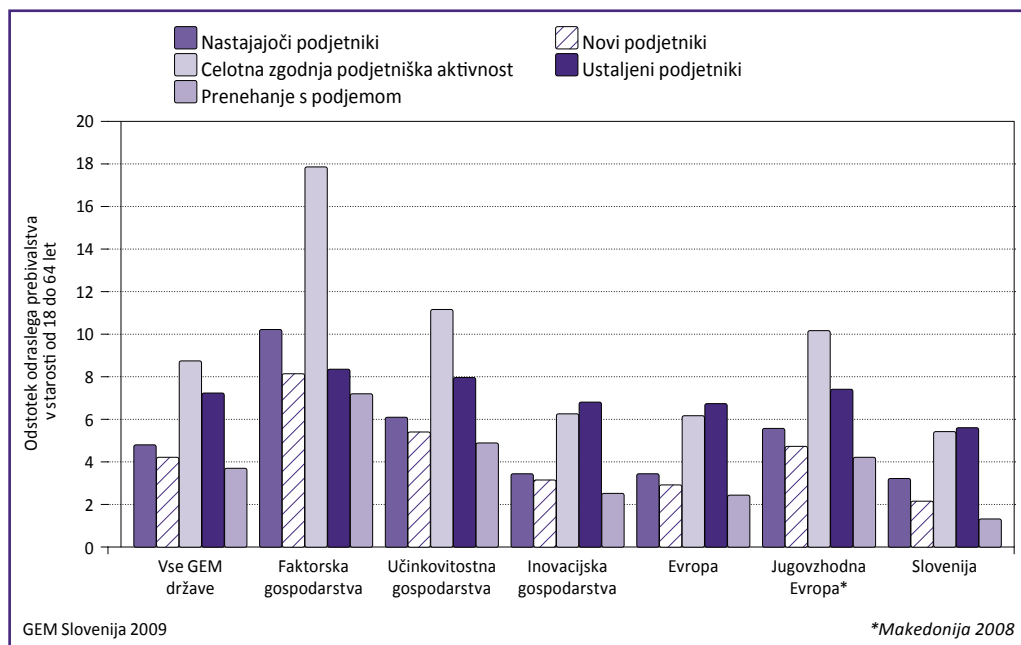
Slika 8: Soodvisnost gospodarske razvitosti in zgodnje podjetniške aktivnosti

V Tabeli 7 in Sliki 9 je podana zbirna slika vključenosti odrasle populacije v podjetniške aktivnosti v posameznih fazah podjetniškega procesa. Še enkrat se lepo vidi, da je podjetniška aktivnost v Sloveniji nižja tudi v primerjavi z ostalimi inovacijskimi gospodarstvi in nižja kot je evropsko povprečje.

Tabela 7: Primerjava podjetniške aktivnosti v letu 2009 po posameznih skupinah držav

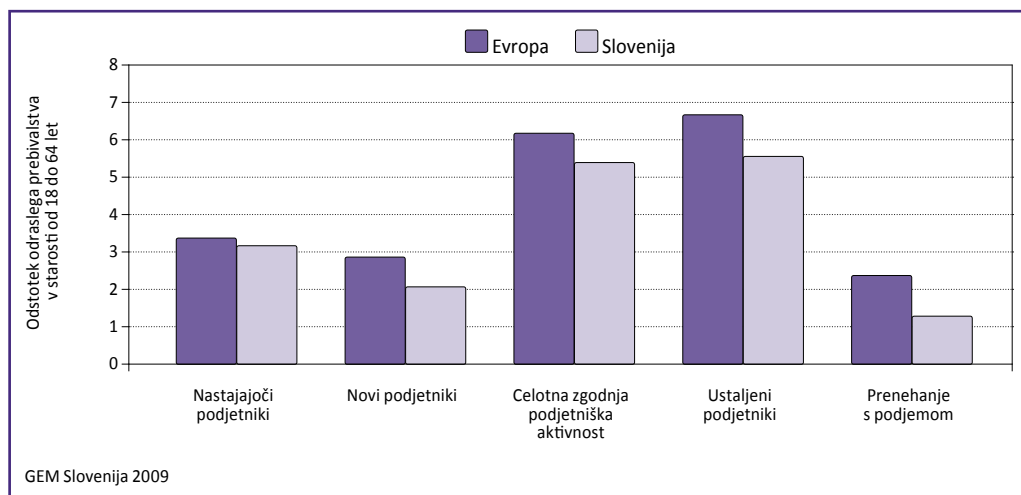
	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje s podjetjem
Vse GEM države	4,8	4,2	8,8	7,2	3,7
Faktorska gospodarstva	10,2	8,2	17,9	8,3	7,2
Učinkovitostna gospodarstva	6,1	5,3	11,2	7,9	4,9
Inovacijska gospodarstva	3,4	3,1	6,3	6,8	2,5
Evropa	3,4	2,9	6,2	6,7	2,4
Jugovzhodna Evropa*	5,6	4,7	10,1	7,4	4,2
Slovenija	3,2	2,1	5,4	5,6	1,3

*Slovenija, Hrvaška, Madžarska, Romunija, Srbija, Bosna in Hercegovina, Grčija



Slika 9: Primerjava podjetniške aktivnosti po posameznih skupinah držav

Analize pokažejo, da je Slovenija podjetniško bolj »zaspana« kot v povprečju katerakoli druga skupina držav, s katerimi smo jo primerjali: ima manj rojevanja podjetij, manj delujočih podjetij, pa tudi manj ljudi se odloča, da prenehajo s poslovanjem svojega podjetja. Na Sliki 10, kjer jo primerjamo z evropskimi državami, je to zelo jasno razvidno.

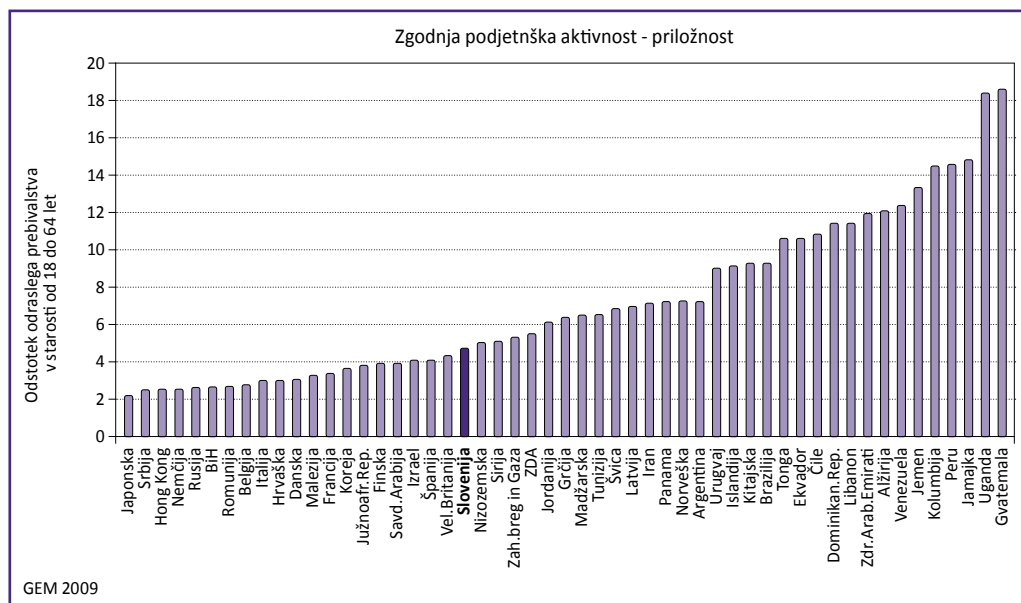


Slika 10: Primerjava podjetniške aktivnosti med Slovenijo in Evropo v letu 2009

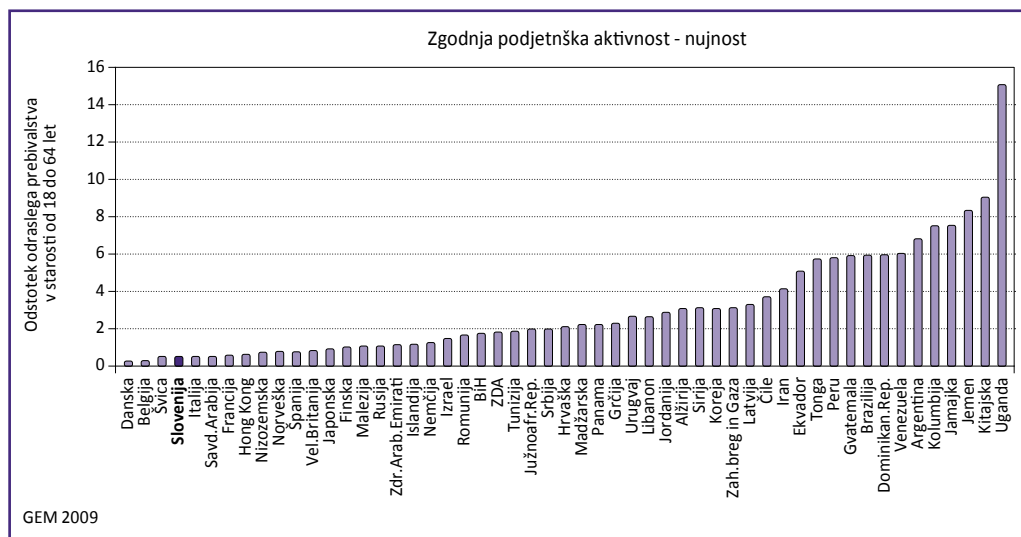
2.2.2. Motivacija za podjetništvo

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

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



Slika 11 : Zgodnja podjetniška aktivnost iz priložnosti



Slika 12: Zgodnja podjetniška aktivnost iz nujnosti

razlike. Eni so se tako odločili zaradi večje neodvisnosti in osebne svobode pri delu, drugi zaradi ohranitve ali povečanja svojih dohodkov. Premalo je torej vedeti, koliko se jih je odločilo za podjetništvo, razumeti moramo tudi, zakaj so se posamezniki odločili za podjetniško pot.

Deleži odraslega prebivalstva, ki se v svetovnem merilu odloča za podjetništvo iz nujnosti ali iz priložnosti, so razvidni iz *Slike 11* in *Slike 12*.

Pri obeh motivacijskih dejavnikih vodijo tiste države, ki imajo sicer visoko stopnjo podjetniške aktivnosti. Iz *Tabele 8* vidimo, da za Ugando znaša TEA indeks iz nujnosti 15,08 %, za Dansko, ki ima najnižji delež podjetnikov zaradi nujnosti pa samo 0,26 %. TEA indeks iz priložnosti za Gvatemalo je 18,63 %. Slovenija se po TEA indeksu iz nujnosti uvršča povsem na rep - na 50. mesto (0,51 %) med 53 državami, po TEA indeksu iz priložnosti pa na 33. mesto (4,73 %). Tudi če primerjamo Slovenijo samo z evropskimi državami ali še zlasti z našimi bližnjimi sosedi, vidimo, da je pri nas podjetništvo iz priložnosti prevladujoča motivacija za vključevanje v podjetniške procese.

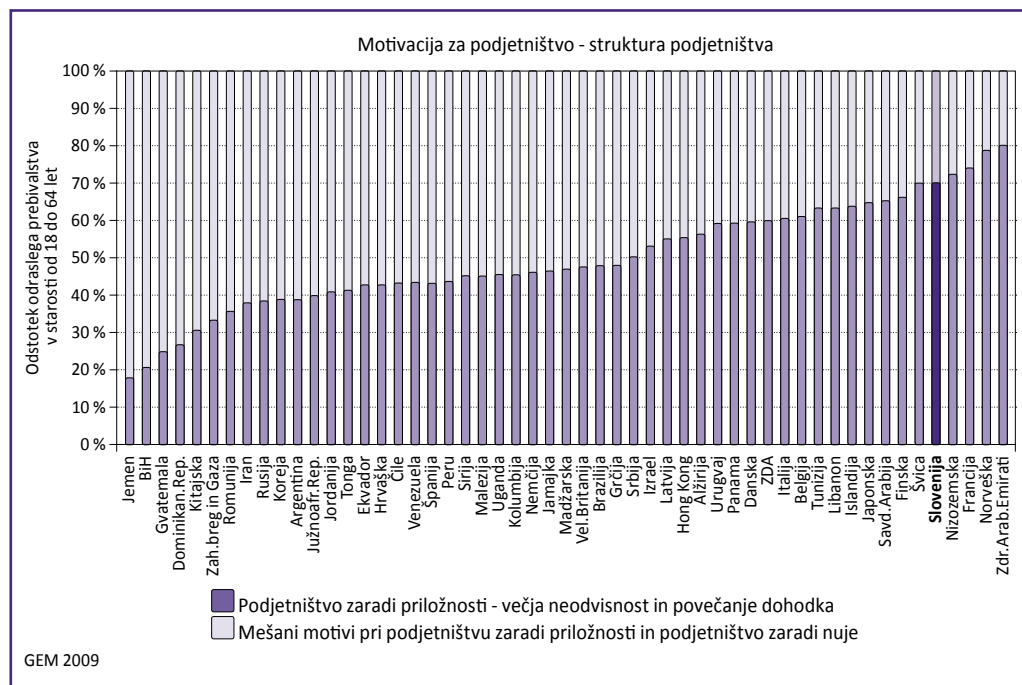
Tabela 8: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in nujnosti

2009	Slovenija	Najvišja vrednost	Najnižja vrednost	Rang Slovenije med vsemi GEM državami	Rang Slovenije med evropskimi GEM državami	Rang Slovenije med inovacijskimi GEM državami	Rang Slovenije v skupini držav JV Evrope*
TEA - Nujnost	0,51 %	15,08 % Uganda	0,26 % Danska	50/53	17/20	17/20	8/8
TEA - Priložnost	4,73 %	18,63 % Gvatemala	2,19 % Japonska	33/53	8/20	8/20	4/8

*Podatek za Makedonijo je iz leta 2008

Vendarle pa gornji prikaz zamegljuje dejansko stanje, da je v revnejših državah prevladujoči tip podjetništva pač samopreživetveno podjetništvo zaradi nujnosti. Iz *Slike 13* je to lepo razvidno. Vidimo, da je v Sloveniji med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki 71 % takšnih, ki so šli v

podjetništvo zaradi priložnosti, da bi imeli večjo neodvisnost ali bi si povečali svoje dohodka, v Jemnu le 18 % ali Bosni in Hercegovini 20 %. Slovenski podjetniki se po motivaciji tako uvrščajo v skupino bogatih evropskih držav kot so Finska, Švica, Nizozemska, Francija in Norveška.



Slika 13: Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo

To je še boljše razvidno iz relativnih razmerij med podjetništvom zaradi nujnosti in podjetništvom zaradi priložnosti, saj ni vseeno, kolikšen je delež posameznikov, ki so se za podjetništvo odločili iz enega ali drugega razloga. Razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti nam kaže takoimenovani *motivacijski indeks*. Le-ta v primeru Slovenije za leto 2009 kaže visokih 9,20 in pomeni precejšnje povečanje od leta 2008, ko je znašal 7,28. Med 54 sodelujočimi državami nas to uvršča na peto mesto (Tabela 9). Prvo mesto je pripadlo Švici, drugo pa Danski.

Kot opozarjajo številne raziskave, imajo podjetniki, ki ustanavljajo podjetja zaradi nujnosti, manjše ambicije po rasti in izkazujejo manjšo nagnjenost za zaposlovanje in razvoj kot podjetniki, ki se podjetništva lotijo zaradi priložnosti. Sklepamo lahko, da manj razvita okolja, kjer ni primerne poslovne in druge infrastrukture, večjih podjetij, s katerimi bi se vzpostavljali koooperacijski odnosi, ki bi podpirali in pospeševali razvojne ambicije, ali kjer ni dovolj podjetniškega in socialnega kapitala, delujejo zaviralno na razvoj podjetniških pobud. Podjetja iz nujnosti tudi pogostejše ustanavljajo posamezniki z izobrazbo, ki je v povprečju nižja od izobrazbe tistih, ki so podjetja ustanavljali zaradi priložnosti.

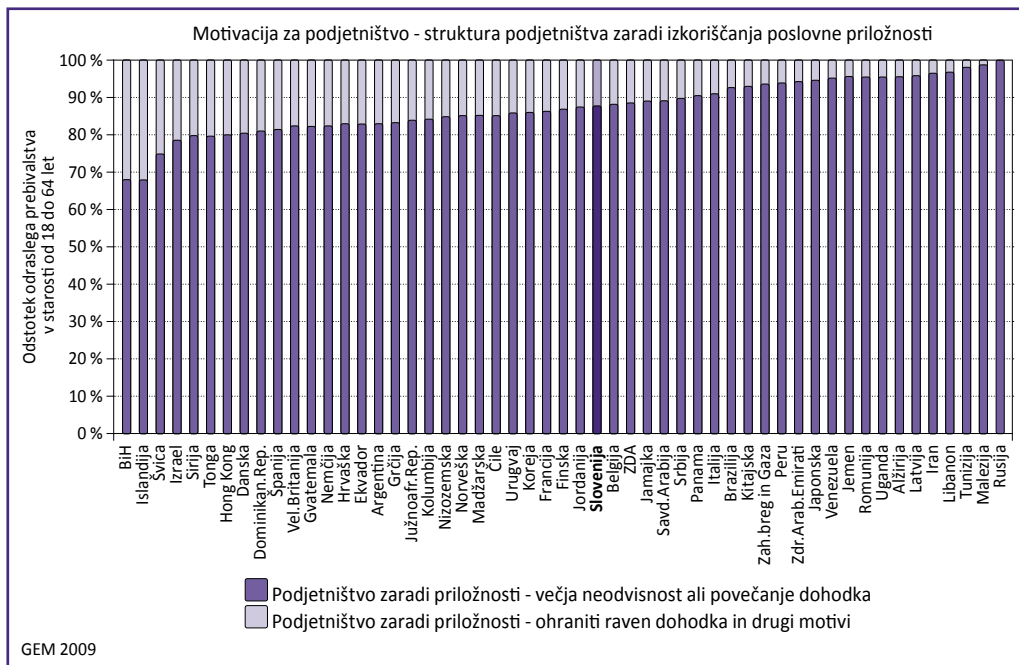
Tudi motivi podjetnikov, ki so želeli izkoristiti poslovno priložnost, se razlikujejo. Nekateri to storijo zato, ker so lahko kot podjetniki bolj svobodni in neodvisni pri delu, drugi pa zato, ker želijo povečati svoje prihodke, tretji zaradi spleta različnih dejavnikov.

Tabela 9: Motivacijski indeks

Država	Motivacijski indeks (TEA priložnost/ TEA nujnost)	Država	Motivacijski indeks (TEA priložnost/ TEA nujnost)
Švica	13,62	Peru	2,52
Danska	12,17	Rusija	2,35
Združeni Arabski Emirati	10,33	Japonska	2,27
Norveška	9,41	Jordanija	2,10
SLOVENIJA	9,20	Latvija	2,09
Belgija	8,91	Ekvador	2,09
Islandija	7,86	Venezuela	2,07
Savdska Arabija	7,27	Jamajka	1,96
Nizozemska	6,71	Nemčija	1,96
Francija	5,73	Južnoafriška Republika	1,95
Italija	5,53	Kolumbija	1,93
Španija	5,09	Dominikanska Republika	1,92
Velika Britanija	4,71	Tonga	1,85
Libanon	4,30	Iran	1,70
Alžirija	3,95	Zahodni breg in Gaza	1,66
Finska	3,87	Sirija	1,63
Hong Kong	3,73	Jemen	1,62
Tunizija	3,49	Romunija	1,61
Urugvaj	3,41	Brazilija	1,58
Panama	3,21	BiH	1,56
Gvatemala	3,16	Hrvaška	1,45
ZDA	2,97	Srbija	1,23
Malezija	2,93	Uganda	1,22
Madžarska	2,91	Koreja	1,18
Čile	2,88	Argentina	1,07
Grčija	2,77	Kitajska	1,04
Izrael	2,71		

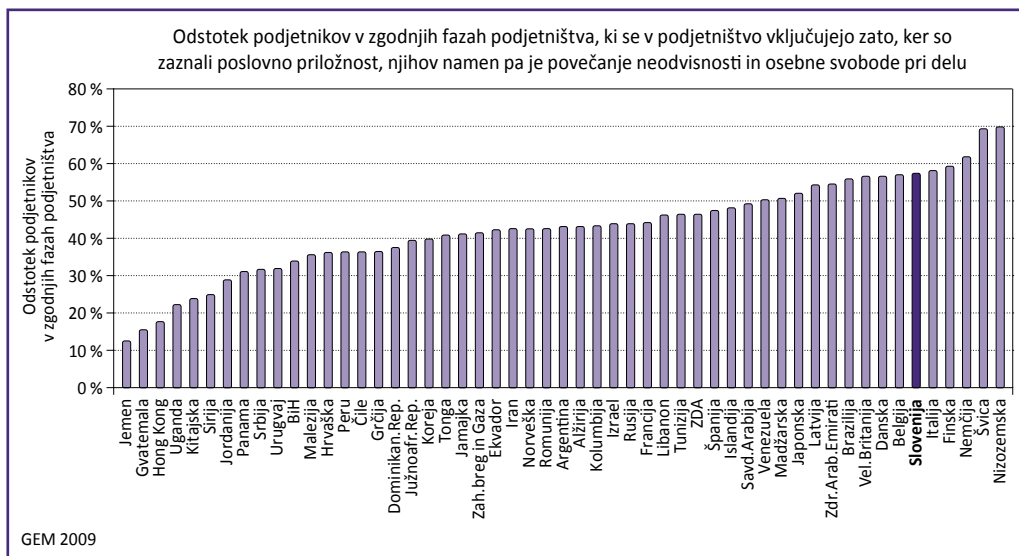
Rang Slovenije med vsemi GEM državami	5/53
Rang Slovenije med evropskimi GEM državami	4/20
Rang Slovenije med inovacijskimi GEM državami	5/20
Rang Sloveniji v skupini držav JV Evrope*	1/8

* Vrednost za Makedonijo je iz leta 2008



Slika 14: Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti

Slika 14 kaže, da je kar 87 odstotkov slovenskih podjetnikov zaradi priložnosti to storilo zaradi večje neodvisnosti ali povečanja svojih dohodkov. Očitno je želja po doseganju osebne svobode in neodvisnosti izjemno močan dejavnik v slovenskem podjetništvu, ker je lepo razvidno iz *Slike 15*, kjer smo države razporedili samo po tem dejavniku. Odstotek podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki so se v podjetništvo vključili zato, ker so zaznali poslovno priložnost, njihov namen pa je povečanje neodvisnosti in osebne svobode pri delu, v Sloveniji znaša visokih 57 %.

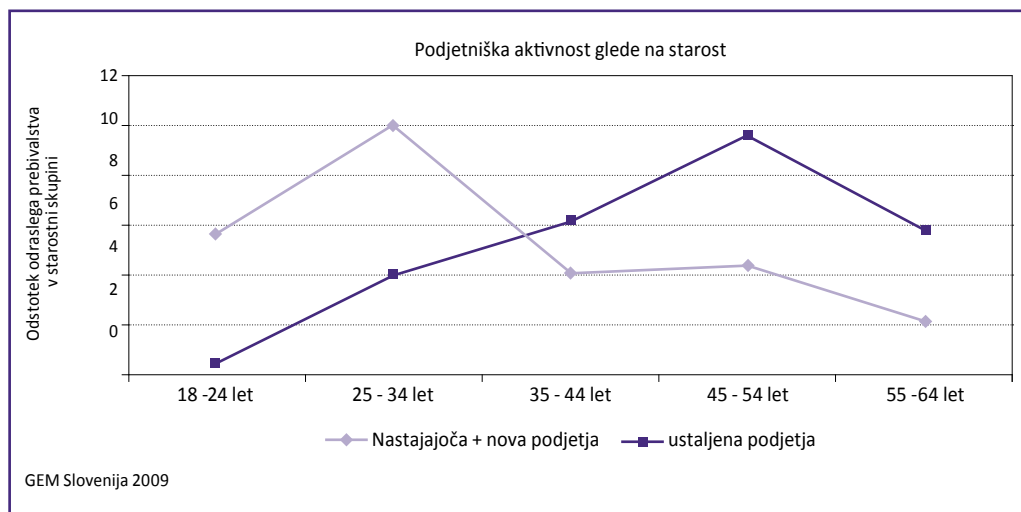


Slika 15: Razlogi za podjetništvo pri podjetnikih zaradi priložnosti

2.3. DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA

2.3.1. Starost

Tako kot v preteklih letih je bilo tudi leta 2009 najbolj produktivno obdobje za ustanavljanje podjetij starostno obdobje med 25. in 34. letom. V tem pogledu je Slovenija povsem primerljiva z vsemi ostalimi sodelujočimi državami. Iz te starostne skupine prihaja največ novih in nastajajočih podjetnikov, tako kot največ ustaljenih podjetnikov prihaja iz starostne skupine med 45 in 54 leti (Slika 16).



Slika 16: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost

Iz Tabele 10 je razvidno, da primerjalno z ostalimi skupinami držav nadpovprečno dosti nastajajočih in novih podjetnikov prihaja iz starostne skupine 25 do 34 let (41,1 %), medtem ko jih je v starostni skupini od 35 do 44 let izrazito manj. Medtem ko jih je v GEM evropskih državah v tej starostni skupini 29,2 odstotka, jih je pri nas samo 17,0 %. Če torej želimo povečati število podjetnikov, je treba razmisliti, kako ukrepe smiselno prilagoditi starostni skupini, iz katere je pri nas tako majhen zajem v primerjavi z določenimi skupinami držav in najti primerne motivacijske mehanizme ter odstraniti čim več ovir, ki preprečujejo podjetnim posameznikom, da bi se odločili za podjetništvo. Zelo smiselno bi bilo torej razmisliti, zakaj je v Sloveniji starostna skupina 35 do 44 let tako »podhranjena« s podjetniško iniciativo.

Tabela 10: Odstotek novih in nastajajočih podjetnikov po starostnih razredih

Starost podjetnikov	Odstotek novih in nastajajočih podjetnikov*				
	Slovenija	Vse sodelujoče GEM države	Evropske GEM države	Inovacijska gospodarstva	Skupina držav Jugovzhodne Evrope**
Od 18 do 24 let	15,2	15,7	10,8	9,9	15,4
Od 25 do 34 let	41,1	32,8	30,5	30,8	31,4
Od 35 do 44 let	17,0	26,1	29,2	28,3	27,3
Od 45 do 54 let	18,8	17,5	20,4	20,8	19,9
Od 55 do 64 let	7,0	7,9	9,1	10,2	5,0

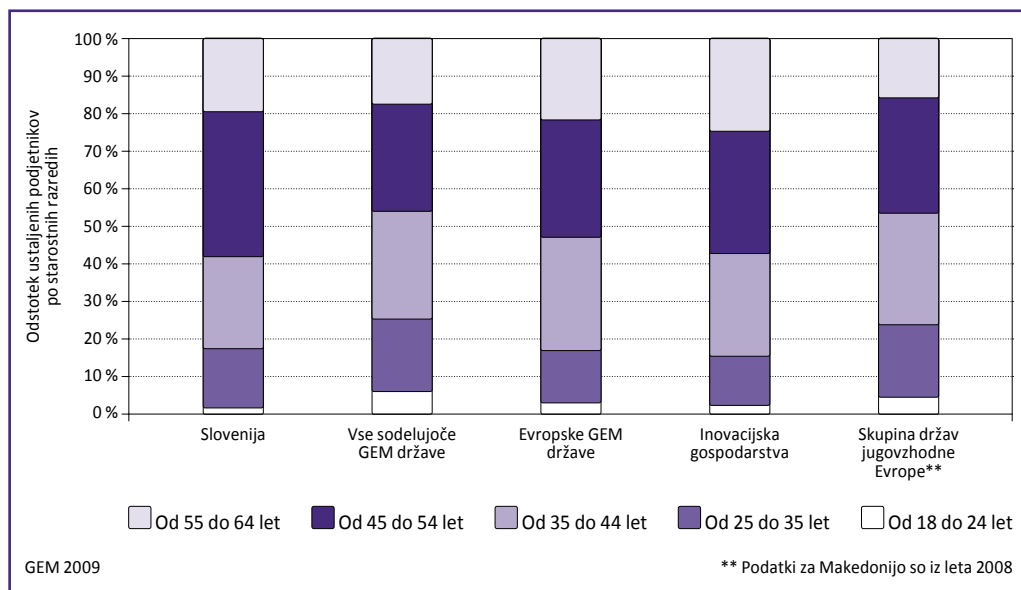
* Izračunano je netehtano povprečje ** Podatki za Makedonijo so iz leta 2008

Pri ustaljenih podjetnikih je slika nekoliko drugačna (Tabela 11). Največ jih je v starostnem obdobju med 45. in 54. letom (38,6 %), kar je skoraj povsem enako kot leta 2008. Jasno vidimo (Slika 17), da v starostni strukturi ustaljenih slovenskih podjetnikov prevladujejo starejši podjetniki, kar je tudi sicer značilnost inovacijskih gospodarstev.

Tabela 11: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih

Starost podjetnikov	Odstotek ustaljenih podjetnikov*				
	Slovenija	Vse sodelujoče GEM države	Evropske GEM države	Inovacijska gospodarstva	Skupina držav Jugovzhodne Evrope**
Od 18 do 24 let	1,4	6,2	2,8	2,3	4,5
Od 25 do 34 let	15,9	19,4	14,0	12,9	19,2
Od 35 do 44 let	24,6	29,0	30,1	27,5	29,8
Od 45 do 54 let	38,6	28,5	31,5	32,6	30,7
Od 55 do 64 let	19,5	17,9	21,6	24,7	15,8

* Izračunano je netehtano povprečje ** Podatki za Makedonijo so iz leta 2008



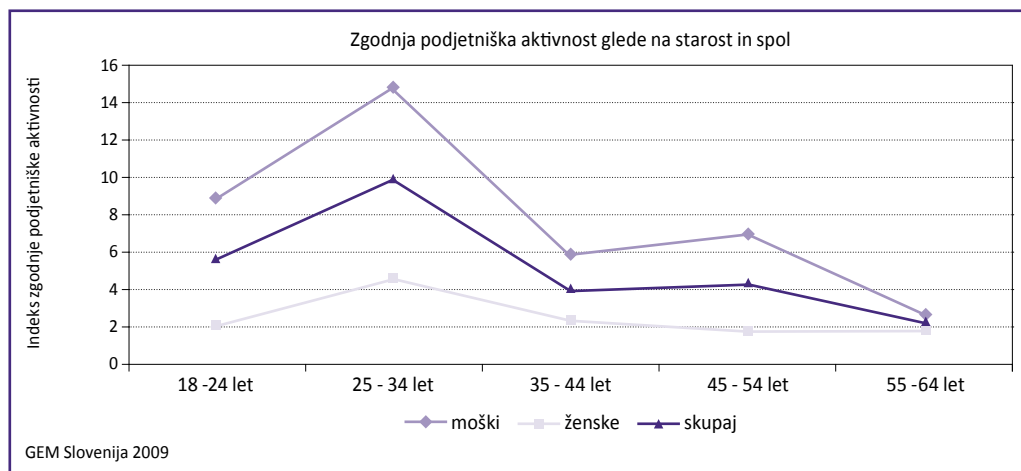
Slika 17: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih

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

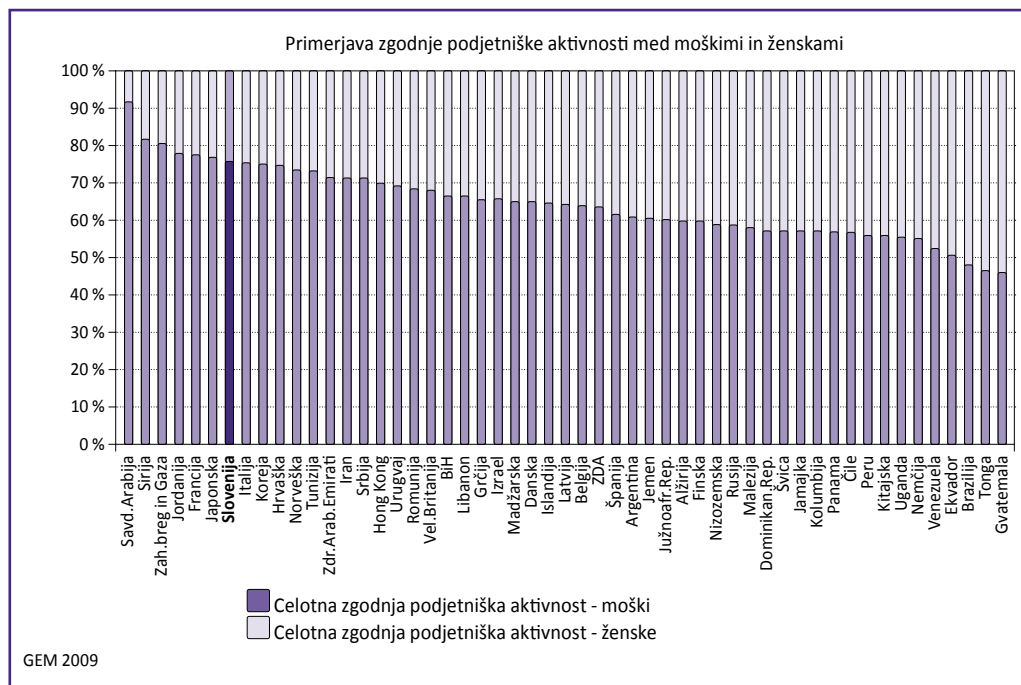
2.3.2. Spol

Tako kot moški, so se lansko leto tudi ženske najbolj številčno odločale za podjetništvo v starostni skupini med 25 in 34 let, ki je tudi v svetovnem merilu najbolj plodno starostno obdobje za lotevanje podjetništva. Slika 18 nazorno kaže, da je vključevanje žensk v podjetništvo v Sloveniji bistveno nižje kot pri moških.

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



Slika 18: Podjetniška aktivnost glede na starost in spol



Slika 19: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami

Ko zgodnjo podjetniško aktivnost žensk v Sloveniji primerjamo znotraj različnih skupin držav (Tabela 12) vidimo, da Slovenija zaostaja v vseh primerjavah. Ta zaostanek je najbolj izrazit med novimi in nastajajočimi podjetniki, kjer je bilo leta 2009 v evropskih GEM državah tretjina, pri nas pa le četrtina žensk.

Tabela 12: Delež podjetnic med novimi in nastajajočimi ter ustaljenimi podjetniki

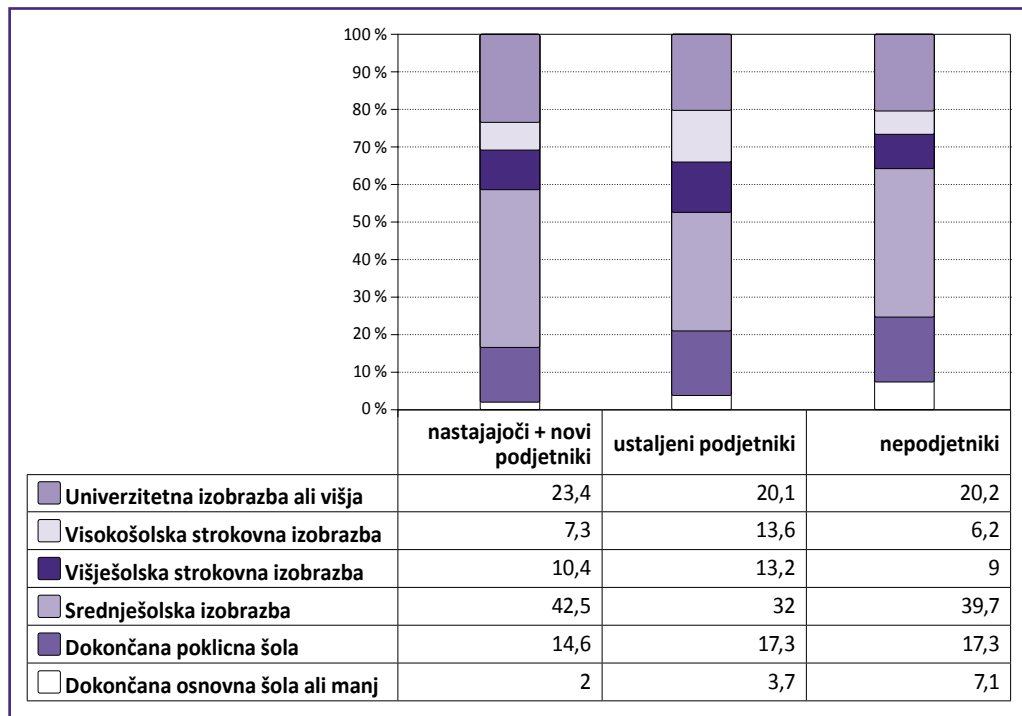
	Slovenija	Vse sodelujoče GEM države	Evropske GEM države	Inovacijska gospodarstva	Skupina držav JV Evrope**
Odstotek podjetnic med novimi in nastajajočimi podjetniki	24,2	35,4	33,3	32,7	30,2
Odstotek podjetnic med ustaljenimi podjetniki	28,7	32,1	32,8	31,5	31,8

** Podatki za Makedonijo so iz leta 2008

Že leta 2008 smo pokazali, da so vse spremenljivke, ki so se izkazale pomembne pri odločanju za podjetniško kariero, za ženske manj ugodne kot za moške (Rebernik, Tominc, Pušnik, 2009). Manj žensk kot moških verjame, da ima znanje, veščine in izkušnje za podjetništvo. Manj jih meni, da se bodo v naslednjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti, ženske se tudi bolj bojijo neuspeha kot moški in poznajo manj ljudi, ki so v zadnjih dveh letih ustanovil podjetje. To seveda pomeni, da bo treba za povečanje prisotnosti žensk v podjetništvu sprejemati bolj učinkovite ukrepe, ki bodo posegali globlje od kratkoročnih in enkratnih akcij ali pozivov.

2.3.3. Izobrazbena struktura

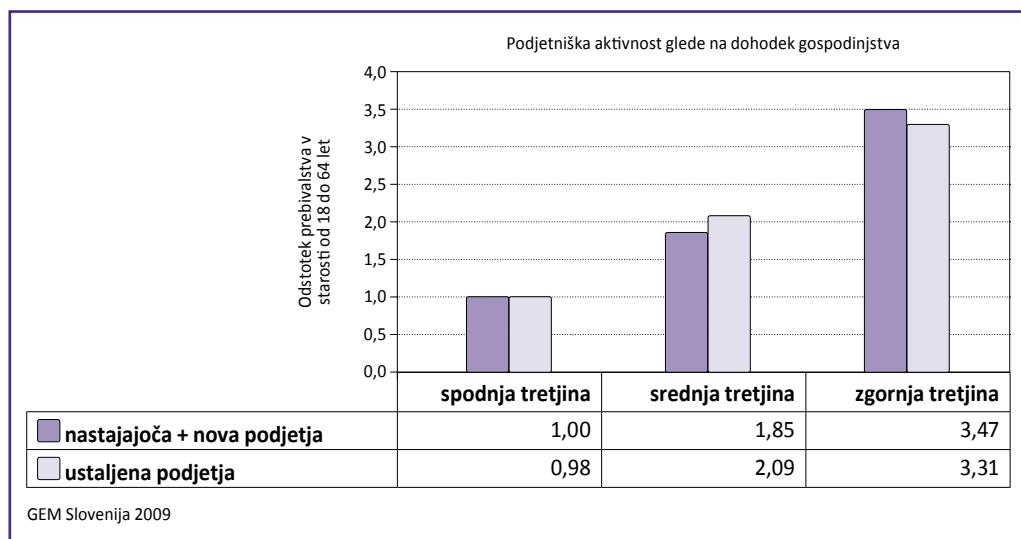
Izobrazbena struktura slovenskih podjetnikov se tudi leta 2009 ni izboljšala. 59,1 odstotka nastajajočih in novih podjetnikov je leta 2009 imelo samo srednješolsko izobrazbo ali manj. Med ustaljenimi podjetniki je takšnih manj – 53 odstotkov. To pomeni, da so podjetniki, ki prihajajo, celo slabše izobraženi kot tisti, ki se s podjetništvom ukvarjajo že več kot tri leta in pol.



Slika 20: Izobrazbena struktura podjetnikov in nepodjetnikov v Sloveniji

2.3.4. Dohodek gospodinjstva

Zbirna GEM preglednica za leto 2009 (*Tabela 5*) kaže, da večina nastajajočih in novih podjetnikov prihaja iz gornjega dohodkovnega razreda prebivalstva. Če odraslo prebivalstvo glede na dohodkovno moč razvrstimo v tri razrede, je iz gornje tretjine 54,4 odstotka nastajajočih in novih podjetnikov, iz srednje tretjine 33,2 odstotka, iz spodnje tretjine pa le 14,0 odstotkov podjetnikov. Ta struktura se v primerjavi z letom 2008 ni bistveno spremenila. Je tudi podobna strukturi ustaljenih podjetnikov, kar kaže na to, da gre za bolj dolgoročno vzdržno strukturo. Te ugotovitve se skladajo s spoznanjem, da se v Sloveniji večina podjetnikov odloči za podjetništvo zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti in ne zato, ker bi bili v to prisiljeni zaradi preživetja. Skladne pa so tudi z ugotovitvijo, ki jo prikazujemo v nadaljevanju, da se je večina posameznikov podala v podjetništvo zaradi želje po večji svobodi in neodvisnosti.



Slika 21: Podjetniška aktivnost glede na dohodek prebivalstva

Na *Sliki 21* to tudi nazorno vidimo. Med prebivalstvom, ki se nahaja v vrhnjem dohodkovnem razredu, je TEA indeks 3,47 – več kot trikrat višji kot med prebivalstvom v spodnji tretjini, kjer je enak 1. Podobna razvrstitev je tudi pri ustaljenih podjetnikih.

2.4. PODJETNIŠKA ZMOGLJIVOST – DOJEMANJE IN ODNOS DO PODJETNIŠTVA

Odločitev za podjetništvo je vselej osebne narave. Posameznik je tisti, ki se odloči, ali bo postal podjetnik ali ne. Na njegovo odločitev pa vplivajo številni dejavniki, ki jih v naši raziskavi združujemo pod pojmom podjetniške zmogljivosti in nagnjenosti k podjetništvu. Gre za:

- sposobnost in pripravljenost razpoznavati poslovne priložnosti, brez katerih se podjetniški proces ne more pričeti;
- podjetniško zmogljivost v delu, ki se napaja iz dojemanja kulturne podpore za podjetništvo in kamor spada stopnja egalitarizma v družbi, ali je podjetniška kariera dojeta kot dobra in

zaželena poklicna izbira, kakšno spoštovanje v družbi uživa podjetniški poklic ter kakšen odnos imajo mediji in javnost do podjetništva;

- podjetniško zmogljivost v delu, ki izhaja iz podjetnikovega samozavedanja o potrebnem znanju in veščinah za podjetništvo ter njegov strah pred morebitnim neuspehom.

V *Tabeli 13* so za leto 2009 prikazani ključni dejavniki, ki vplivajo na dojemanje in odnos do podjetništva. Prikazujemo, v kolikšni meri odrasli prebivalci v Sloveniji v primerjavi z odraslimi prebivalci v 53 državah:

- poznajo druge podjetnike,
- vidijo dobre priložnosti za ustanovitev podjetja na območju, kjer živijo,
- verjamejo, da imajo potrebne veščine in znanje, da bi ustanovili podjetje,
- navajajo, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja,
- mislijo, da bi bilo v Sloveniji večini ljudi ljubše, da bi imeli vsi enako raven življenjskega standarda,
- mislijo, da je v Sloveniji podjetništvo zaželena poklicna izbira,
- verjamejo, da so v Sloveniji uspešni podjetniki spoštovani in ugledni,
- navajajo, da je v Sloveniji v javnih medijih pogosto videti zgodbe o uspešnih novih podjetjih.

Tabela 13: Elementi podjetniške zmogljivosti (v odstotkih odraslega prebivalstva)

Država	Poznavanje podjetnika	Poslovne priložnosti	Znanje	Strah pred neuspehom	Egalitarizem	Kariera	Spoštovanje	Mediji
Alžirija	58,80	48,42	52,06	27,31	40,59	57,32	58,17	39,15
Argentina	33,72	43,97	65,11	42,83	75,52	67,88	75,71	79,61
Belgija	29,08	14,54	36,65	25,35	57,08	45,63	49,37	32,94
BiH	36,74	34,98	56,97	35,28	75,93	73,22	57,17	50,67
Braziliya	38,87	46,98	52,85	33,17	75,38	80,97	80,16	76,76
Čile	49,02	52,37	65,55	29,34	52,65	86,74	69,57	47,33
Danska	42,50	33,85	35,35	42,63	52,89	46,92	75,08	25,50
Dominikanska Republika	51,52	49,51	78,17	33,12	72,72	91,83	87,55	60,76
Ekvador	37,00	44,24	72,95	36,74	80,29	78,02	72,52	55,36
Finska	50,43	39,66	35,07	32,12	68,07	44,92	88,32	67,71
Francija	36,42	24,12	27,11	50,88	60,64	65,14	69,51	49,57
Grčija	44,00	26,48	58,06	54,09	62,99	65,63	68,22	31,52
Gvatemala	52,89	57,80	63,22	33,24	53,64	72,85	69,25	62,56
Hong Kong	28,47	14,40	18,87	30,55	46,25	44,83	55,18	66,15
Hrvaška	43,25	37,00	59,10	45,21	80,98	68,19	48,98	53,04
Iran	48,29	30,81	57,92	31,62	48,98	56,25	78,01	60,89
Islandija	61,66	44,39	49,84	36,97	65,73	51,03	61,93	71,53
Italija	29,86	24,73	41,19	49,62	70,80	71,65	69,17	44,32

Država	Poznavanje podjetnika	Poslovne priložnosti	Znanje	Strah pred neuspehom	Egalitarizem	Kariera	Spoštovanje	Mediji
Izrael	39,29	28,99	38,27	43,50	48,21	61,40	73,24	50,37
Jamajka	51,25	42,33	77,07	29,22	57,89	75,96	77,10	73,65
Japonska	21,13	8,00	13,78	34,62	48,38	28,11	49,59	61,23
Jemen	37,16	14,02	63,55	42,74	96,80	95,29	97,46	95,90
Jordanija	42,36	43,80	56,94	39,44	49,19	80,64	84,01	69,63
Južnoafriška Republika	39,77	35,39	35,47	27,64	52,57	63,67	64,02	63,93
Kitajska	57,25	25,32	35,23	32,19	41,35	66,12	77,49	78,53
Kolumbija	36,27	50,39	64,49	33,07	76,21	90,25	74,00	81,54
Koreja	50,35	12,78	52,77	34,98	61,88	64,71	64,93	53,07
Latvija	46,31	17,89	49,60	38,10	72,73	58,59	65,56	50,52
Libanon	45,44	54,31	76,76	25,61	67,67	85,05	78,84	65,27
Madžarska	31,69	2,85	40,86	36,46	68,15	42,27	72,24	31,80
Malezija	61,57	44,60	33,67	49,42	59,94	58,89	70,90	79,98
Nemčija	31,12	22,18	39,74	45,54	60,24	53,63	74,80	49,68
Nizozemska	33,56	36,16	47,49	26,52	59,48	83,60	67,25	63,71
Norveška	41,45	48,84	44,07	26,53	69,05	62,75	69,31	66,63
Panama	38,56	44,62	62,43	23,12	62,72	73,67	67,41	50,28
Peru	58,83	60,98	74,10	36,09	83,50	87,64	75,13	84,99
Romunija	35,47	13,80	27,33	50,40	49,29	57,55	67,19	47,41
Rusija	31,60	17,11	23,67	49,25	54,00	60,07	63,10	41,52
Savdska Arabija	36,92	69,48	72,51	43,57	40,45	79,96	89,32	78,02
Sirija	30,87	54,20	61,85	20,32	51,24	88,82	89,48	55,25
SLOVENIJA	54,88	29,13	52,03	35,73	83,03	55,75	77,59	57,22
Srbija	50,29	29,33	72,29	28,82	82,46	68,89	56,22	55,77
Španija	30,30	15,99	47,53	53,20	59,34	62,98	54,83	37,02
Švica	40,95	35,09	48,94	34,34	51,26	65,71	83,81	56,58
Tonga	65,83	56,17	53,00	66,75	74,96	90,57	51,82	79,85
Tunizija	36,64	14,88	40,26	23,59	65,60	87,04	93,94	70,45
Uganda	63,75	73,78	84,78	29,82	61,49	81,32	84,75	74,58
Urugvaj	42,92	46,44	67,80	33,97	76,00	65,36	71,56	62,23
Velika Britanija	23,56	24,04	47,02	36,37	75,11	47,52	73,47	44,46
Venezuela	45,02	48,21	59,31	28,32	68,90	76,24	68,88	49,45
Zahodni breg in Gaza	45,24	49,90	55,57	41,87	45,19	88,04	78,12	52,06
ZDA	32,45	28,35	56,16	32,47	45,37	65,92	75,35	66,68
Združeni Arabski Emirati	47,29	45,41	67,91	31,29	49,92	69,83	75,17	68,86

Kot nam dokazujejo številne raziskave, ne samo tiste, ki temeljijo na podatkih GEM, so ti dejavniki pomembni za podjetništvo. Tako vemo, da se tisti, ki v večji meri pričakujejo, da se bodo v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti, tudi v večji meri vključujejo v podjetništvo kot tisti, ki takih poslovnih priložnosti ne vidijo. Ne samo to, obstajajo tudi precej močni indici, da v tistih okoljih, kjer ljudje v večji meri zaznavajo dobre poslovne priložnosti, podjetniki v zgodnjih fazah podjetništva izkazujejo tudi višje ambicije po rasti svojih podjetij. Vemo tudi, da je v povprečju skoraj dvakrat višja verjetnost, da se posameznik, ki pozna druge ustanovitelje podjetij, tudi sam vključi v podjetništvo, kakor tudi, da je višja stopnja izobrazbe povezana z večjo verjetnostjo podjetniškega udejstvovanja. Zelo pomembno pa je tudi samozaupanje v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti, ki so po mnenju posameznika pomembne za podjetništvo. Posamezniki, ki menijo, da imajo zadostno znanje in veščine za podjetništvo, se bodo bolj verjetno lotili podjetništva, četudi dejansko te veščine ne zadoščajo, da bi lahko uspeli. Zanašajo se na svoje subjektivno precejšeno »insajdersko« dožemanje stvarnosti, namesto da bi upoštevali dejansko verjetnost za svoj uspeh, zato precejšeno možnosti za uspeh. Še zlasti podjetniki so nagnjeni k temu, da svojo situacijo razumejo kot nekaj izjemnega in neponovljivega, ter sklepajo, da verjetnost neuspeha, če jo že poznajo, zanje ne velja. Seveda je zaradi obnavljanja gospodarske strukture smiselno, da čim več posameznikov poskuša s podjetniško aktivnostjo, vendar pa je prejšnjemu treba pretehtati družbene stroške podjetniških poskusov in posameznikom, ki se lotijo podjetništva realno nepripravljeni, zagotoviti ustrezne mehanizme za pridobitev manjkajočih znanj in veščin (Rebernik, Tominc, Pušnik, 2009). Prav tako lahko z veliko verjetnostjo pričakujemo, da so tisti, ki izražajo strah pred neuspehom, manj pripravljeni na tveganje in se v manjši meri vključujejo v podjetništvo, kot tisti, ki tega strahu ne izkazujejo.

Za boljši pregled in primerjavo v *Tabeli 14* prikazujemo elemente podjetniške zmogljivosti po različnih skupinah držav.

Tabela 14: Elementi podjetniške zmogljivosti po skupinah držav (v odstotkih odraslega prebivalstva)

*	Slovenija	Vse sodelujoče GEM države	Evropske GEM države	Inovacijska gospodarstva	Skupina držav JV Evrope**
Poznavanje podjetnika	54,9	42,5	39,7	39,4	42,3
Poslovne priložnosti	30,0	36,1	47,8	27,9	24,8
Znanje	52,0	52,3	45,8	47,9	52,4
Strah pred neuspehom	35,7	36,5	39,2	37,9	40,9
Egalitarizem	83,3	62,5	66,3	59,8	71,8
Kariera	55,8	68,2	59,6	57,9	61,6
Spoštovanje	77,6	71,5	67,5	68,8	63,9
Mediji	57,2	59,3	49,4	53,2	46,8

* Izračunano je netehtano povprečje

** Podatki za Makedonijo so iz leta 2008

Kot lahko vidimo, v Sloveniji bolj kot v katerikoli skupini primerjanih držav poznamo ljudi, ki so v zadnjem času ustanovili podjetje, kar je glede na majhnost Slovenije tudi pričakovati. Bolj kot to je spodbudno, da Slovencev ni posebej strah neuspeha. S 35,7 odstotka odraslega prebivalstva, ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od tega, da bi se podali v podjetništvo, se uvrščamo na 24. mesto med 53 državami. V celotnem vzorcu GEM držav je strah pred neuspehom največji v otoški državi Tonga (66,8 %) in v Grčiji (54,1 %), najmanjši pa v Siriji (20,3 %) in Panami (23,1 %).

Slovensko prebivalstvo tudi izrazito izkazuje egalitaristične težnje. Na vprašanje, ali menijo, da bi bilo večini ljudi v Sloveniji ljubše, da bi imeli vse približno enako raven standarda, jih je kar 83 odstotkov odgovorilo pritrdilno. Izrazito pred nami je le Jemen s kar 96,8 odstotka pritrdilnih odgovorov, in statistično zanemarljivo s 83,5 % Peru. Zanimivo je, da sta povsem primerljivi z nami dve državi, s katerimi smo sedem desetletij delili skupno državo Jugoslavijo, to je Srbija z 82,5 odstotka in Hrvaška z 81 odstotki. Vse od leta 2002, kar spremljamo podjetništvo s pomočjo GEM, je egalitarizem, ki ga zaznavamo prek navedenega vprašanja, zaskrbljujoče visok. Zaskrbljujoč zato, ker težnja po enakosti dohodkov deluje na podjetništvo kontraproduktivno.

Čeravno kar 77,6 % prebivalstva v Sloveniji meni, da so v Sloveniji uspešni podjetniki spoštovani in ugledni, bi jih podjetniško pot izbralo precej manj. Samo 55,8 odstotka misli, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira. Če upoštevamo teorijo poklicne izbire (occupational choice theory), se med tehtanjem naporov in stroškov podjetniške kariere in njenimi koristmi tehtnica očitno prevesi v drugo stran.

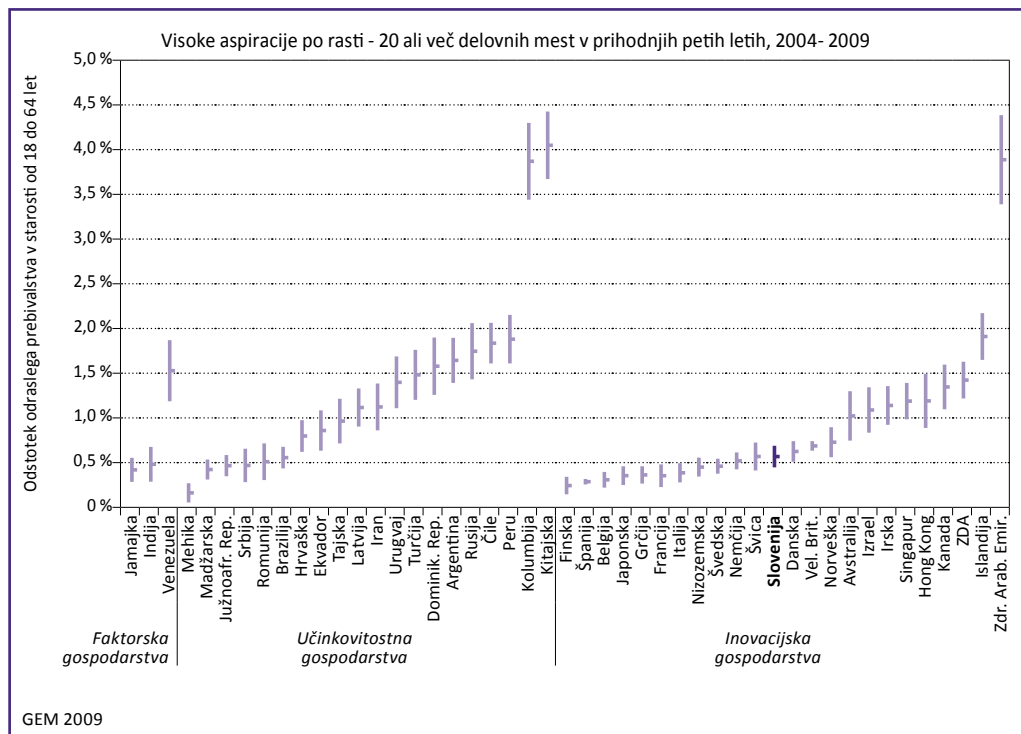
Tabela 15: Gibanje elementov podjetniške zmogljivosti v Sloveniji v obdobju 2006–2009

	Odstotek prebivalstva v starosti od 18 do 64 let			
	2006	2007	2008	2009
<i>Razpoznavanje poslovnih priložnosti</i>	38,84	47,53	44,75	30,0
<i>Podjetniška zmogljivost – dojemanje kulturne podpore:</i>				
- egalitarizem	78,93	79,82	81,09	83,0
- poklicna izbira	56,68	57,73	57,60	55,6
- spoštovanje podjetniškega poklica	76,19	75,96	77,80	77,6
- odnos medijev	57,93	68,18	60,10	57,2
<i>Podjetniška zmogljivost – samozaupanje:</i>				
- znanje in veščine	47,71	48,04	50,80	52,0
- strah pred neuspehom	31,82	29,70	31,40	35,7

Navedene elemente podjetniške zmogljivosti smo si v *Tabeli 15* ogledali za obdobje zadnjih štirih let (2006 – 2009). Vidimo, da so ti elementi relativno stabilni. Primerjava med letom 2008 in 2009 tudi pokaže, da razen za razpoznavanje poslovnih priložnosti za nobenega izmed njih ne moremo trditi, da bi bili sprememba statistično signifikantna. Pri razpoznavanju poslovnih priložnosti pa gre za precejšen upad. Če je leta 2008 še 45 % odraslega prebivalstva menilo, da so v okolici, kjer živijo, na razpolago dobre poslovne priložnosti, je bilo lansko leto takšnih še samo 30 %.

2.5. PODJETNIŠKE ASPIRACIJE IN INOVACIJSKA NARAVNANOST

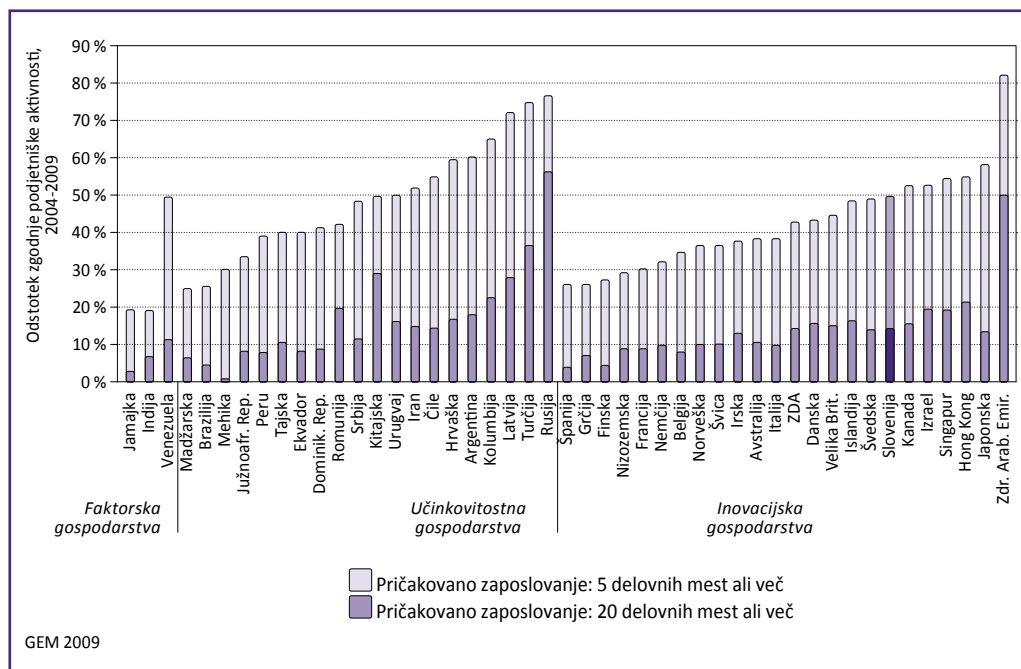
Raziskava GEM omogoča tudi razmejevanje zgodnjih podjetnikov glede na njihove namere rasti in širjenja podjetja oziroma podjetja.



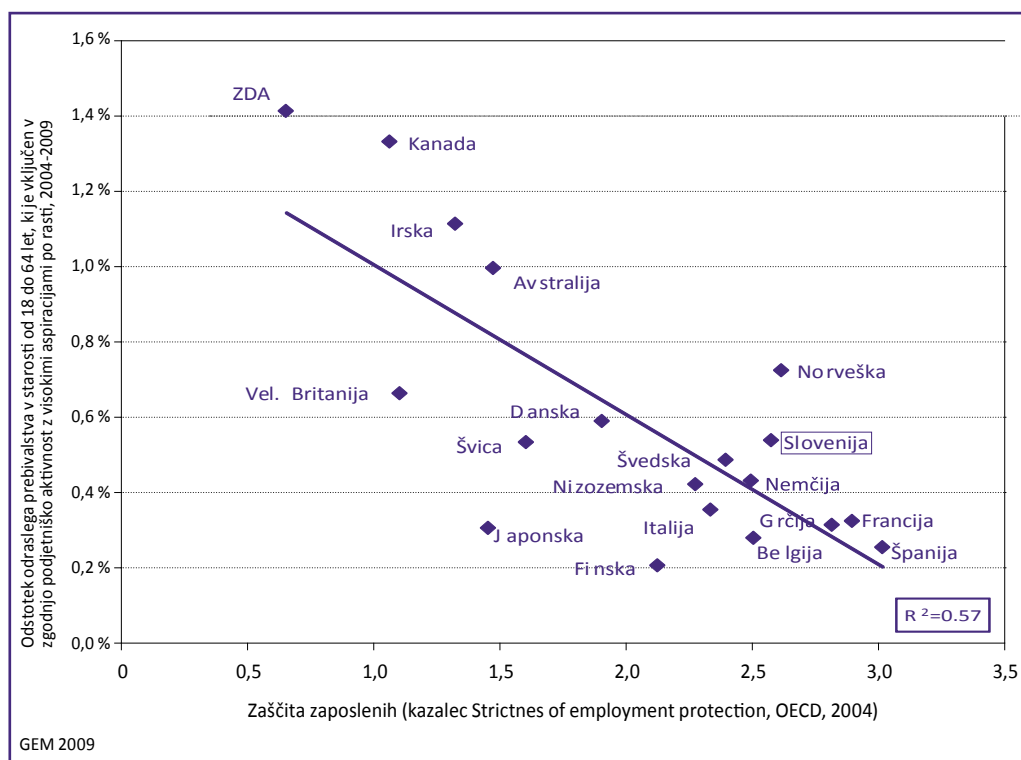
Slika 22: Zgodnje podjetništvo z visokimi aspiracijami po rasti

Na Sliki 22 je prikazan delež delovno aktivnega prebivalstva v državah (povprečje v letih od 2004 do 2009), ki ga lahko uvrstimo med zgodnje podjetniško aktivne z visokimi aspiracijami po rasti, kar pomeni, da pričakujejo, da bodo v prihodnjih petih letih ustvarili 20 ali več novih delovnih mest. V skupini inovacijskih gospodarstev se Slovenija uvršča na sredino lestvice, vendar pa razlike med državami, ki so po povprečni vrednosti uvrščene na mesta med Japonsko in Norveško, niso statistično značilne. V Sloveniji je bilo v povprečju 0,53 % delovno aktivnega prebivalstva uvrščenega v skupino podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva z visokimi aspiracijami po rasti.

Leta 2009 v Sloveniji v povprečju 55,3 % vseh nastajajočih in novih podjetnikov pričakuje vsaj eno novo zaposlitev v prihodnjih petih letih, 30,7 % jih predvideva pet ali več novih delovnih mest, le 6,2 % pa jih predvideva 20 ali več novih zaposlitev. Na Sliki 23 pa je prikazana struktura zgodnje podjetniške aktivnosti glede predvidenega prihodnjega zaposlovanja, v povprečju v letih od 2004 do 2009. Slovenija je v teh letih v povprečju izkazovala višji delež (kot v letu 2009) podjetnikov z visokimi aspiracijami po rasti – tako je bilo v povprečju skoraj 14 % takih, ki so pričakovali 20 ali več novih zaposlitev v prihodnjih petih letih.



Slika 23: Pričakovano zaposlovanje zgodnjega podjetništva v obdobju 2004–2009



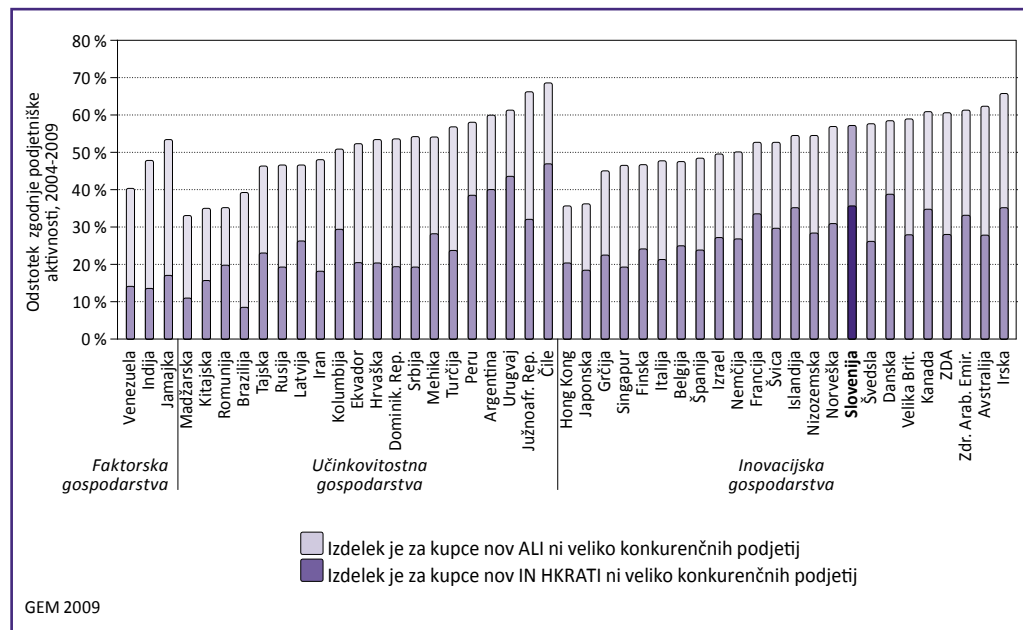
Slika 24: Povezanost zaposlitvene zaščite (2004) in aspiracij po rasti (2004–2009)

Podatki, ki smo jih pridobili v okviru GEM, sugerirajo, da je v državah, kjer velja bolj striktna zakonodajna zaščita zaposlovanja manj podjetnikov, ki imajo visok potencial za ustvarjanje delovnih mest (Slika 24). Uporabljeni podatki za zaščito zaposlenih (OECD) Slovenijo uvrščajo med države, kjer je delovna sila nadpovprečno zaščitena. Upoštevati pa je treba, da so zadnji mednarodno primerljivi podatki iz leta 2004 in se je v zadnjem obdobju zakonodaja pri nas precej spreminjala. Jasno je, da recesijski časi niso primerni za to, da bi zmanjševali zaposlitveno zaščito, še zlasti ne v državah z naraščajočo nezaposlenostjo, kot je Slovenija. Vseeno pa je treba vedeti, da obširno zakonodajno ščitenje zaposlitve pripomore k temu, da je za podjetnike ustvarjanje novih delovnih mest bolj rizično. Za izkušene posameznike pa je tudi bolj rizično, da bi zapustili svoje dosedanje (zaščitene) službe in se lotili izgrajevanja novih podjetov.

Inoviranje in podjetništvo sta med seboj tesno povezana (Schumpeter, 1934). Inovativne značilnosti podjetij v okviru raziskave GEM identificiramo na osnovi ocene podjetnikov, ali njihovi izdelki oziroma storitve predstavljajo novost na tržišču ter ali se njihov podjem oziroma podjetje pojavlja na tržišču z veliko, malo ali nič konkurenčnimi podjetji.

Na Sliki 25 prikazujemo dve meri – prva meri delež nastajajočih in novih podjetnikov, ki izpolnjujejo dva pogoja hkrati: ocenjujejo, da so njihovi izdelki oziroma storitve novi za vse ali vsaj nekaj potencialnih kupcev in hkrati, da je konkurenčnih podjetij malo ali nič. Druga mera pa zahteva izpolnitev bodisi enega ali drugega pogoja.

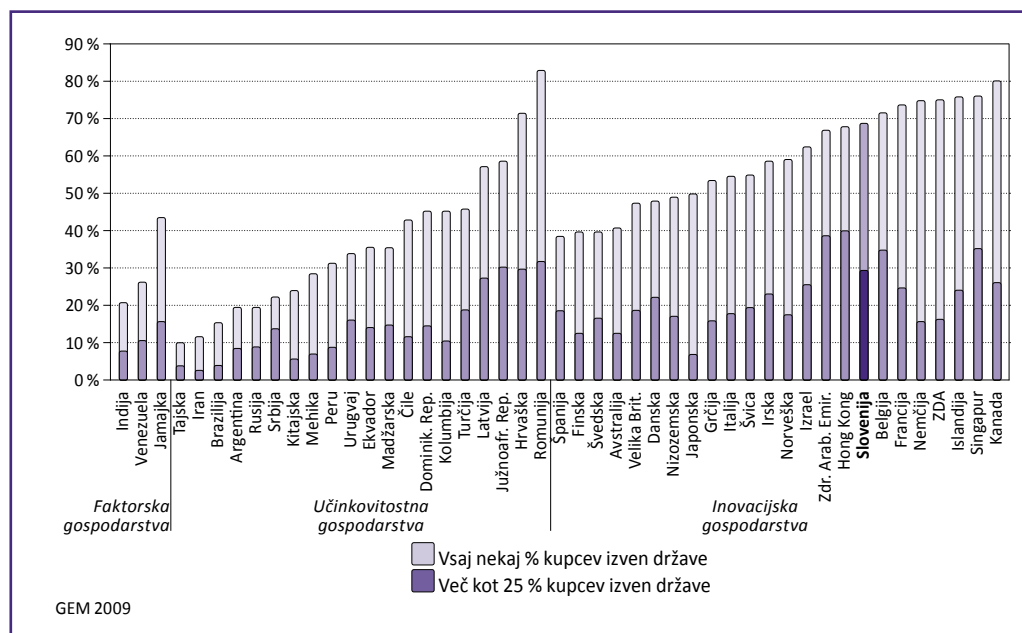
Seveda je treba upoštevati, da bi bila primerjava med državami smiselna ob upoštevanju predpostavke, da sta razpoložljivost novih izdelkov in storitev ter jakost konkurence enakomerno porazdeljena po državah v svetu. Ker ni mogoče pričakovati, da je ta predpostavka izpolnjena, je seveda lahko delež nastajajočih in novih podjetnikov, ki ocenjujejo, da je njihov izdelek nov, v nekaterih državah visok zato, ker je na njihovem tržišču bistveno manj novih izdelkov in storitev. Če predpostavimo, da je v okviru EU tovrstna porazdelitev razmeroma enakomerna, pa lahko



Slika 25: Zgodnja podjetniška aktivnost z novimi izdelki ali novimi trgi

ugotovimo kar nekaj razlik med državami. Tako imajo na primer Grčija, Finska, Italija nižje deleže tovrstne podjetniške aktivnosti, najvišje pa se uvrščajo Irska, Velika Britanija, Danska, Švedska in Slovenija, kot je prikazano na *Sliki 25*.

Poleg opisanih značilnosti v GEM proučujemo tudi stopnjo internacionalizacije zgodnjih podjetniških podjetij, z analiziranjem deleža njihovih potencialnih strank na tujih trgih, pri čemer ta ocena zajema tako neposreden izvoz, kot tudi morebitno internetno prodajo v tujino, obiske tujih strank kot turistov in podobno. Tudi tukaj je mera sestavljena dvodelno: s temnejšim delom stolpca je prikazan delež tistih, ki ocenjujejo, da je več kot 25 % njihovih izdelkov oziroma storitev namenjenih za kupce izven države, dodani pa so nato še tisti, ki pričakujejo vsaj nekaj kupcev iz tujine.



Slika 26: Zgodnja podjetniška aktivnost z mednarodno usmerjenostjo (2004–2009)

Slovenija se v skupini inovacijskih gospodarstev uvršča po tej značilnosti v zgornjo polovico držav, 68 % nastajajočih in novih podjetnikov v povprečju v letih od 2004 do 2009 ocenjuje, da je vsaj nekaj kupcev njihovih izdelkov in storitev iz tujine, manj kot 20 % pa jih ocenjuje, da je iz tujine vsaj četrtna njihovih potencialnih kupcev. V skupini učinkovitostnih gospodarstev izstopata Romunija in Hrvaška, z visokim (nad 70 oziroma nad 80 %) deležem podjetnikov, ki ocenjujejo, da so njihovi izdelki oziroma storitve vsaj deloma namenjeni izvozu.

V raziskavi GEM analiziramo tudi nagnjenost prebivalstva (kupcev izdelkov in storitev) k sprejemanju novosti. Ta dimenzija raziskovanja temelji na ugotovitvi, (Bhide, 2008), da tudi inovativni podjemi ne bodo uspeli, če ne obstajajo kupci, ki sprejemajo (in kupijo) nove in inovativne izdelke in storitve.

V raziskavi GEM smo vse prebivalce, ki so odgovarjali na anketni vprašalnik, povprašali tudi o treh dimenzijah njihove nagnjenosti k sprejemanju novosti in sicer, ali se strinjajo s trditvami (na

5-stopenjski lestvici od 1 – močno se strinjam, 2 – se strinjam,..., do 5 – močno se ne strinjam; pri izračunu deleža tistih, ki se strinjajo s trditvijo, smo upoštevali tiste, ki so odgovorili z 1 ali 2):

- T1: V prihodnjih 6 mesecih boste verjetno kupili izdelke ali storitve, ki so novi na tržišču.
- T2: V prihodnjih 6 mesecih boste verjetno prvič preizkusili izdelke ali storitve, kjer uporabljajo najnovejšo tehnologijo.
- T3: V prihodnjih 6 mesecih bodo novi izdelki ali storitve izboljšali vaše življenje.

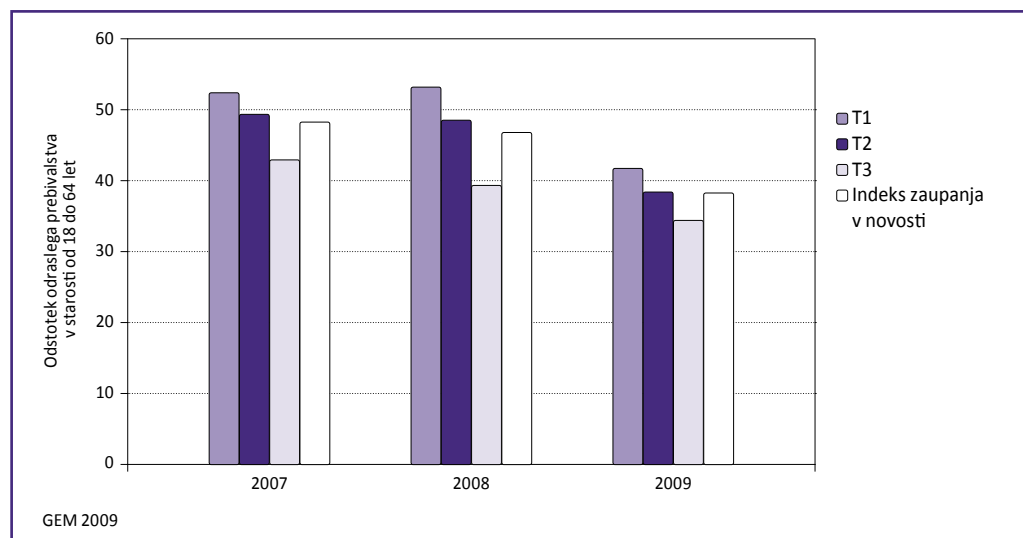
Za skupno mero nagnjenosti k sprejemanju novosti smo opredelili povprečen odstotek tistih, ki so se strinjali s posameznimi trditvami in ga imenovali »Indeks zaupanja v novosti«.

Tabela 16: Zaupanje v novosti v Sloveniji v letih 2007–2009

Odstotek prebivalstva, ki se strinja s trditvijo	2007	2008	2009
T1	52,5	53,2	41,9
T2	49,3	48,4	38,5
T3	43,0	39,3	34,5
Indeks zaupanja v novosti	48,3	46,9	38,5

Kot je razvidno iz Tabele 16 in Slike 27, se v vseh treh letih, kar merimo nagnjenost prebivalstva k sprejemanju novosti, delež prebivalcev, ki pričakujejo, da bodo v prihodnjih šestih mesecih kupili in preizkusili nove izdelke ali storitve, vztrajno zmanjšuje. Enako velja za že tako nizek delež tistih, ki verjamejo, da bodo novi izdelki in storitve izboljšali njihovo življenje.

Zanimiva ugotovitev, ki pa zahteva nadaljnje proučevanje v okviru raziskave je, da je zaupanje in sprejemanje novosti pogojeno tudi s kulturnimi in družbenimi normami v družbi. V 18 državah, ki so leta 2009 sodelovale v tem delu raziskave GEM, je Slovenija skupaj s Hrvaško uvrščena skoraj povsem na rep lestvice, vse ostale sodelujoče evropske države beležijo višje stopnje zaupanja v novosti oziroma njihovega sprejemanja, med njimi najvišje Španija, s 64 %.

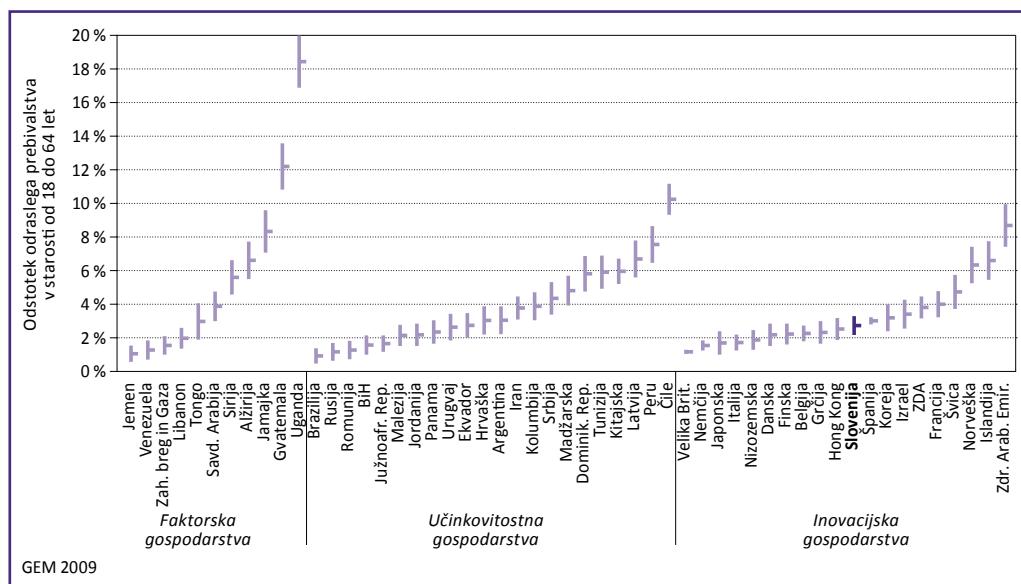


Slika 27: Zaupanje v novosti v Sloveniji v letih 2007–2009

2.6. FINANCIRANJE PODJEMOV

Vplivi recesije so se v letu 2009 poznali tudi na tem področju. Po vsem svetu so podjetniki začetniki imeli večje težave pri zagotavljanju finančnih virov za svoje podjeme. Profesor Bygrave (v Bosma in Levie, 2010), ki je podrobneje analiziral te podatke, ocenjuje, da so v 33 državah, ki so sodelovale v GEM leta 2008 in 2009, ti viri denarja manjši za osmino. Upadli so s 400 milijard dolarjev na 350 milijard dolarjev.

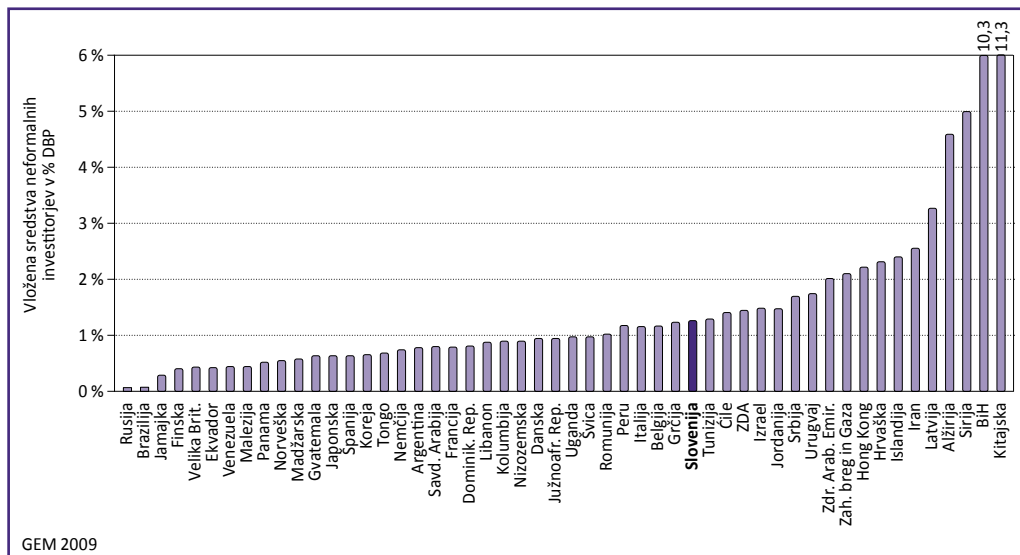
Za vsak podjem so potrebni trije osnovni elementi: poslovna priložnost, podjetnik in viri. Podjetnik, ki je zaznal poslovno priložnost, mora investirati v podjem, pa naj bo ta še tako skromen in miniaturn. Raziskave kažejo, da so prevladujoči investitorji v zgodnjih fazah podjema predvsem podjetniki sami, njihovi družinski člani, prijatelji, sodelavci v službi, šele kasneje se vključijo banke in v redkih primerih tudi rizični kapital. Neformalno investiranje je zato za realiziranje podjetniških priložnosti zelo pomembno, ga je pa izjemno težko zaznati.



Slika 28: Delež neformalnih investitorjev med odraslim prebivalstvom v 54 državah

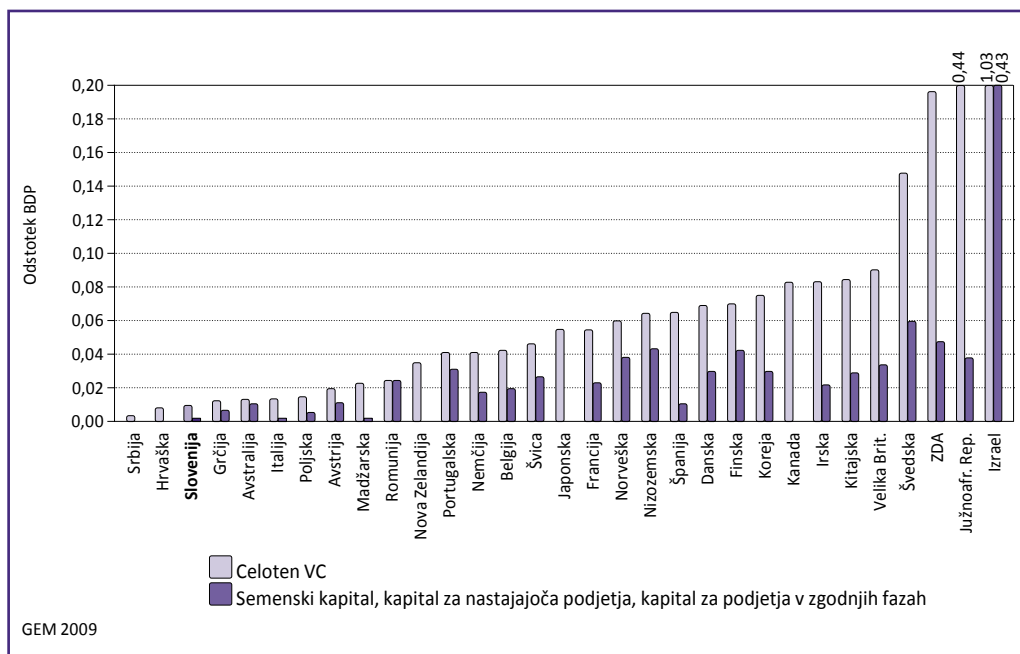
Temeljne informacije o neformalnem investiranju pridobimo v GEM tako, da anketirance povprašamo, če so v zadnjih treh letih investirali v podjeme drugih ljudi. Delež odraslih prebivalcev, ki so leta 2009 investirali v tuja podjetja, je prikazan v *Sliki 28*. Slovenija se z 2,7 odstotka uvršča na 31. mesto. Največ neformalnega investiranja zasledimo v Ugandi (18,6 %) in Gvatemali (12,2 %), najmanj v Braziliji (0,9 %) in Jemnu (1,1 %). Med evropskimi država, je največ neformalnega investiranja v Latviji (6,7 %) in Islandiji (6,5 %), najmanj v Rusiji (1,2 %) in Romuniji (1,3 %).

Seveda pa ni pomembno samo, koliko ljudi se pojavlja v vlogi neformalnega investitorja, v enaki meri je pomembno tudi, kolikšen znesek se investira. Ker so države, ki sodelujejo v GEM, različno bogate oziroma revne, nam absolutni zneski ne povedo dovolj. Zato je smiselno obseg neformalnega investiranja izraziti kot odstotek bruto družbenega proizvoda v določeni državi. *Slika 29* prikazuje, da je zdaleč največji znesek investiran na Kitajskem (11,3 %) ter v Bosni in Hercegovini (10,3 %), najmanj pa v Rusiji in Braziliji, v obeh manj kot 0,1 odstotek BDP. Slovenija se z 1,26 % BDP uvršča na 19. mesto med 52 državami, za katere so bili podatki na voljo.



Slika 29: Vložki neformalnih investorjev kot odstotek BDP

Poleg neformalnega kapitala je za določeno vrsto podjetij, predvsem tistih, ki so sposobni hitre rasti ali/in prinašajo visoke donose investirane kapitala, potreben tudi rizični kapital. Po podatkih za leto 2008, ki so bili za 31 GEM držav dostopni pri NVCA, EVCA in nacionalnih združenjih rizičnega kapitala (Bygrave v Bosma in Levie, 2010), je slovenski rizični kapital zelo skromno udeležen v financiranju podjetij (Slika 30).



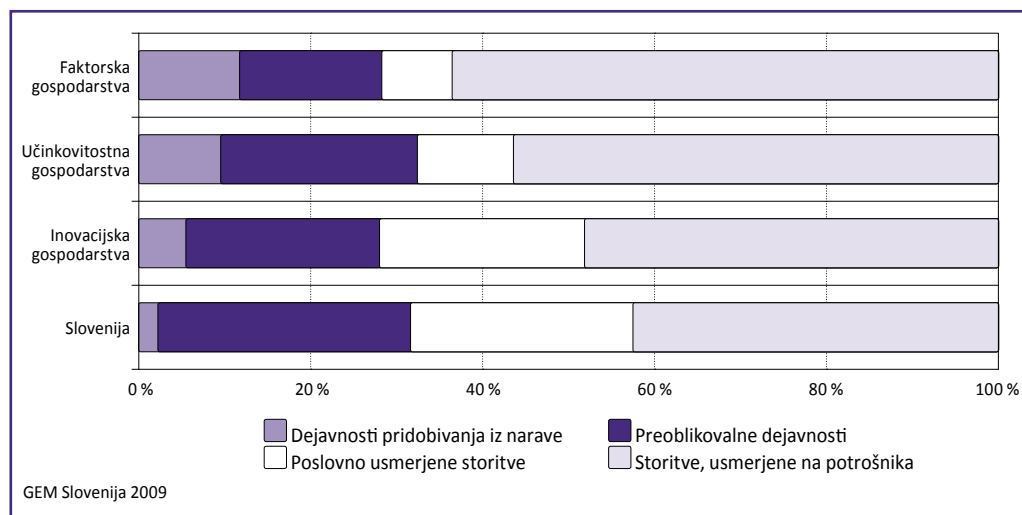
Slika 30: Rizični kapital v letu 2008

Vsega rizičnega kapitala, ki je bil leta 2008 investiran v slovenska podjetja, je bilo le za desetinko odstotka bruto družbenega proizvoda, rizičnega kapitala za zelo zgodnje faze podjetništva pa samo za promil. Vsekakor zneski, ki ne pomenijo nobenega resnega vpliva na podjetniško sfero.

2.7. PORAZDELITEV SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA PO DEJAVNOSTI

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

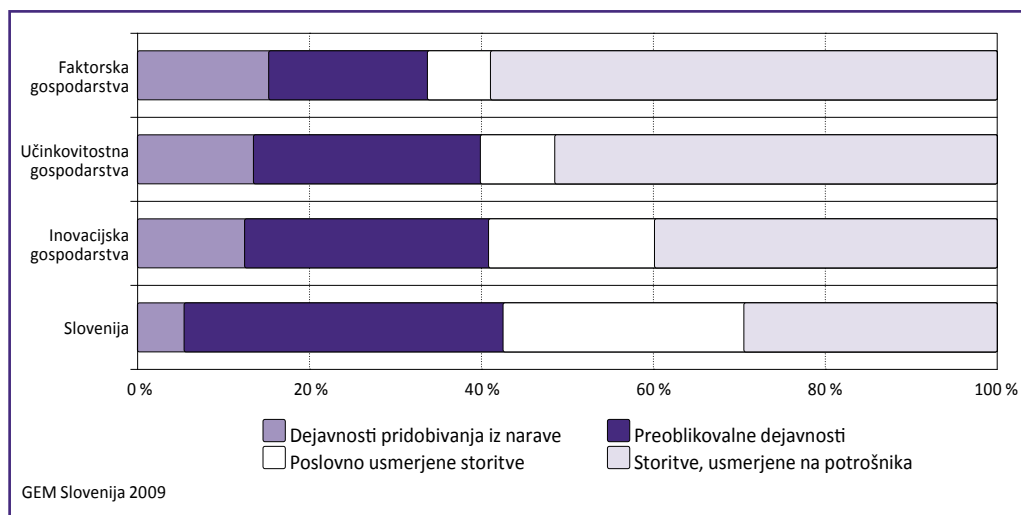
Slika 31 prikazuje porazdelitev zgodnje podjetniške aktivnosti, *Slika 32* pa ustaljenega podjetništva, po tako opredeljenih skupinah dejavnosti v gospodarstvu in po doseženi fazi gospodarskega razvoja. Ta porazdelitev se glede na fazo gospodarskega razvoja razlikuje. V faktorskih in učinkovitostnih gospodarstvih obsegajo storitve, usmerjene na potrošnika, v povprečju med 60 in 70 % zgodnje podjetniške aktivnosti – v to skupino sodi na primer tudi trgovina na drobno, ki predstavlja velik del zgodnje podjetniške aktivnosti v teh gospodarstvih. Z naraščanjem dohodka pa v inovacijskih gospodarstvih, kamor sodi tudi Slovenija, naraste delež zgodnje podjetniške aktivnosti na področju poslovno usmerjenih storitev, nadpovprečen pa je delež preoblikovalnih dejavnosti.



Slika 31: Sektorska porazdelitev zgodnje podjetniške aktivnosti

Iz *Slike 31* je razvidno, da je Slovenija v tem pogledu povprečna država inovacijskega gospodarstva. Skoraj polovico (42,4 %) vseh nastajajočih in novih podjetij lahko uvrstimo v skupino storitev usmerjenih v potrošnika (v inovacijskih gospodarstvih v povprečju 48,4 %). Dejavnosti pridobivanja iz narave, kamor prištevamo kmetijstvo, rudarstvo, ribištvo in podobno, so zastopane podpovprečno (glede na povprečje inovacijskih gospodarstev), nadpovprečen pa je delež preoblikovalnih dejavnosti.

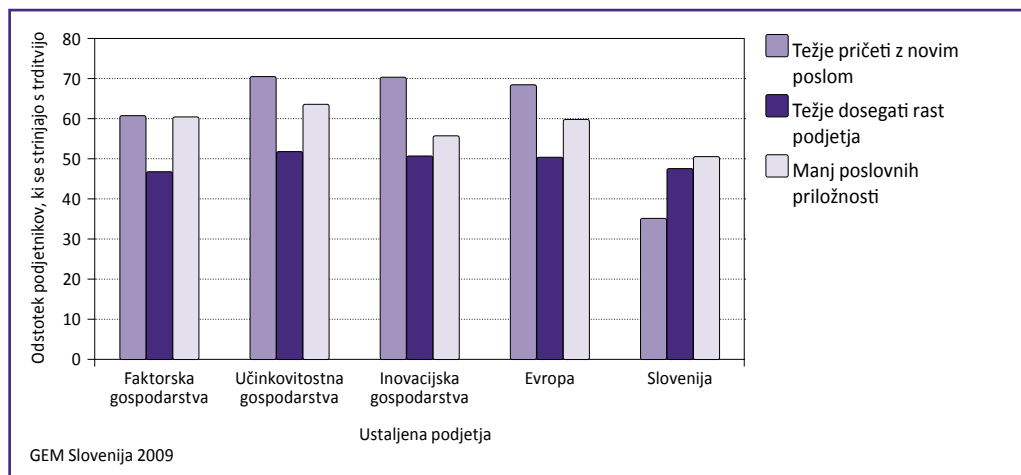
Kot lahko vidimo na *Sliki 32*, porazdelitev teh podjetij ni bistveno drugačna od že ustaljenih podjetij.



Slika 32: Sektorska distribucija ustaljenih podjetij

2.8. RECESIJA IN PODJETNIŠTVO

V primerjavi z letom 2008 se je stanje precej poslabšalo tudi glede zagona novih poslov in rasti podjetja. Iz *Slike 33* je razvidno, da so bili leta 2009 slovenski ustaljeni podjetniki manj pesimistični kot podjetniki v ostalih skupinah držav. Polovica slovenskih podjetnikov meni, da je težje dosegati rast podjetja in ena tretjina, da je težje pričeti z novim poslom. V ostalih evropskih državah podjetniki to zaznavajo še bolj izrazito – v povprečju več kot dve tretjini ustaljenih podjetnikov v Evropi, v investicijskih in v učinkovitostnih gospodarstvih meni, da je težje pričeti z novim poslom.

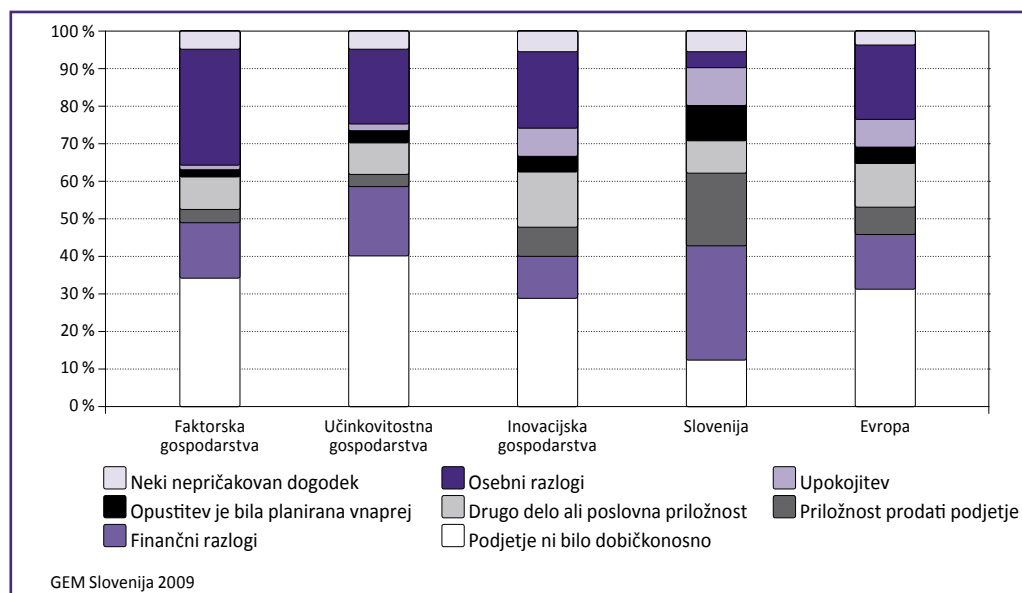


Slika 33: Sprememba pogojev poslovanja leta 2009 glede na leto 2008, ustaljeni podjetniki

Da je podjetniška aktivnost v številnih državah upadla ter da so se poslabšali pogoji poslovanja, smo lahko pričakovali in ni posebno presenečenje. Je pa zanimivo, da četrtnina novih podjetnikov v bogatejših državah verjame, da je globalna recesija za njihove posle prinesla več priložnosti ne manj. (Bosma, Levie, 2009). Gre predvsem za mlade, dobro izobražene posameznike, ki tudi pričakujejo, da bodo ustvarjali nova delovna mesta za druge. Dajejo optimistični signal, da je iz recesije možno iziti z ustvarjanjem novih podjetij in ponujanjem novih izdelkov in storitev. So pa tudi pomembno opozorilo snovalcem ekonomske politike, da je treba čim več pozornosti nameniti tej skupini podjetnih posameznikov.

2.9. RAZLOGI ZA PRENEHANJE POSLOVANJA

Podjetniški proces poleg rojevanja podjetij zajema tudi prenehanje poslovanja. Gre za normalen ekonomski cikel, v katerem podjetja, ki jim usahnejo poslovne priložnosti in z njimi plačilno sposobno povpraševanje, pač prenehajo poslovati. Seveda pa je pomembno, ali to storijo zaradi notranjih slabosti ali zato, ker so pogoji poslovanja nevzdržni. V nekaterih državah je bil v preteklem letu delež posameznikov, ki so opustili poslovanje, izjemno visok – v Ugandi kar 24,2 %, sledijo Dominikanska Republika (12,9 %) in Jamajka (10,7 %). V Evropi je največ podjetnikov prenehalo s poslovanjem v Islandiji (4 %) in na Hrvaškem (3,9 %). V Sloveniji je bilo takšnih le 1,3 %. Z 1,1 odstotka jih je bilo manj samo še na Danskem in v Italiji.



Slika 34: Razlogi za prenehanje poslovanja v letu 2009

Dinamika opuščanja podjetij in lotevanja novih je ključnega pomena za zdravo konkurenčnost v gospodarstvu, treba pa je vedeti, zakaj posamezniki opustijo obstoječe podjetje. Temeljni razlogi, zaradi katerih so v Sloveniji posamezniki leta 2009 opustili svoje podjetje, so finančni razlogi (30,4 %), osebni razlogi (19,6 %), ker se jim pokazala druga poslovna priložnost ali drugo delo (19,4 %), ker podjetje samo po sebi ni bilo več dobičkonosno (12,5 %) ali ker je bila opustitev vnaprej načrtovana (8,6 %). Med evropskimi podjetniki je bil prevladujoč razlog za opustitev poslovanja nezadostna dobičkonosnost podjetja (31 %) in osebni razlogi (20 %). V Sloveniji je tako leta 2009 opustilo svoje obstoječe podjetje okrog 17.000 ljudi, polovica zato, ker so imeli težave s poslovanjem.

GEINDEX – globalni podjetniški indeks

3.1. PREDSTAVITEV GLOBALNEGA PODJETNIŠKEGA INDEKSA

Podjetništvo je kompleksen pojav, ki ga sestavljajo številne komponente, ki se nanašajo tako na kvantitativne kot na kvalitativne vidike. Zato v okviru raziskave GEM že dlje časa poteka intenzivna razprava, kako oblikovati bolj kompleksne kazalnike, s katerimi bi lahko čim bolj celovito proučevali podjetniške procese. Dosedanje izkušnje kažejo, da morajo takšni kazalniki zajemati ne samo individualno plat podjetništva (podjetniki kot posamezniki), ampak tudi razvojno in institucionalno plat. Ker gre za veliko pestrost držav s številnimi razlikovalnimi značilnostmi, od različnega kulturnega zaledja, do velikih razlik v razvitosti, oblikovanje harmoniziranih večplastnih kazalnikov ni niti enostavna niti hitro rešljiva naloga.

V dosedanjih preliminarne raziskavah sta Acs in Szerb (2009) oblikovala globalni podjetniški indeks – GEI indeks (Global Entrepreneurship Index), ki omogoča, da ločeno spremljamo tri ključna področja podjetništva v posamezni državi in jih globalno primerjamo, to so odnos do podjetništva, podjetniška aktivnost in podjetniške aspiracije.

GEI indeks je sestavljen iz treh podindeksov, pri čemer je vsak izmed njih večdimenzionalni indeks. Ti trije podindeksi so:

- **Indeks odnosa do podjetništva (Entrepreneurial Attitudes Sub-index)**, ki meri različne vidike obnašanja in norm, pomembnih za podjetniško aktivnost, v družbeni skupnosti: zmožnosti za razpoznavanje dobrih poslovnih priložnosti, samozaupanje v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti, potrebne za podjetništvo, strah pred neuspehom ter vključevanje v socialne mreže, pomembne za podjetništvo.
- **Indeks podjetniške aktivnosti (Entrepreneurial Activity Sub-index)**, ki meri zlasti obseg tiste podjetniške aktivnosti, ki obeta visoko in hitro rast: obseg podjetništva, ki je nastal zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti in tistega, ki nastaja v visoko tehnološkem sektorju, človeški kapital v smislu izobrazbe ljudi, ki so vključeni v zgodnje faze podjetništva ter obseg podjetništva, ki nastaja na tržišču, kjer za proizvod ali storitev obstaja le malo konkurence.
- **Indeks podjetniških aspiracij (Entrepreneurial Aspirations Sub-index)**, ki meri obseg podjetniških naporov pri uvajanju novih izdelkov in storitev, pri razvijanju novih proizvodnih procesov in postopkov, pri vstopanju na nove trge in napore pri ustvarjanju novih delovnih

mest. V ta indeks je vključen tudi vidik financiranja podjetniških idej in sicer s formalnimi in ne-formalnimi viri tveganega kapitala, kot potencialnim vitalnim virom financiranja zlasti visoko inovativnih novih podjetij.

GEI indeks je enostavno povprečje vseh treh podindeksov. Podobno pa je tudi vsak izmed treh podindeksov povprečje štirih ali petih vključenih indikatorjev, vendar pa je v ta izračun vključen »princip prilagoditve ozkega grla«, kot ga imenujeta avtorja, pri čemer ozko grlo predstavlja tisti izmed indikatorjev – sestavnih delov podindeksa, kjer država dosega najslabše rezultate. Natančen opis metodologije izračuna je v Acs in Szerb (2009).

GEI indeks, kot tudi vsi trije njegovi podindeksi, temeljijo na GEM podatkovni bazi. Podatkovno bazo pri izračunu indeksa predstavljajo povprečja iz let 2007 in 2008. Vrednosti indeksa kot tudi vseh treh podindeksov lahko zavzamejo vrednost med 0 in 1. Prav tako je tudi BDP na prebivalca, kot merilo stopnje razvitosti države, izračunan kot povprečje iz let 2007 in 2008.

3.2. SLOVENSKO PODJETNIŠTVO V LUČI GLOBALNEGA PODJETNIŠKEGA INDEKSA

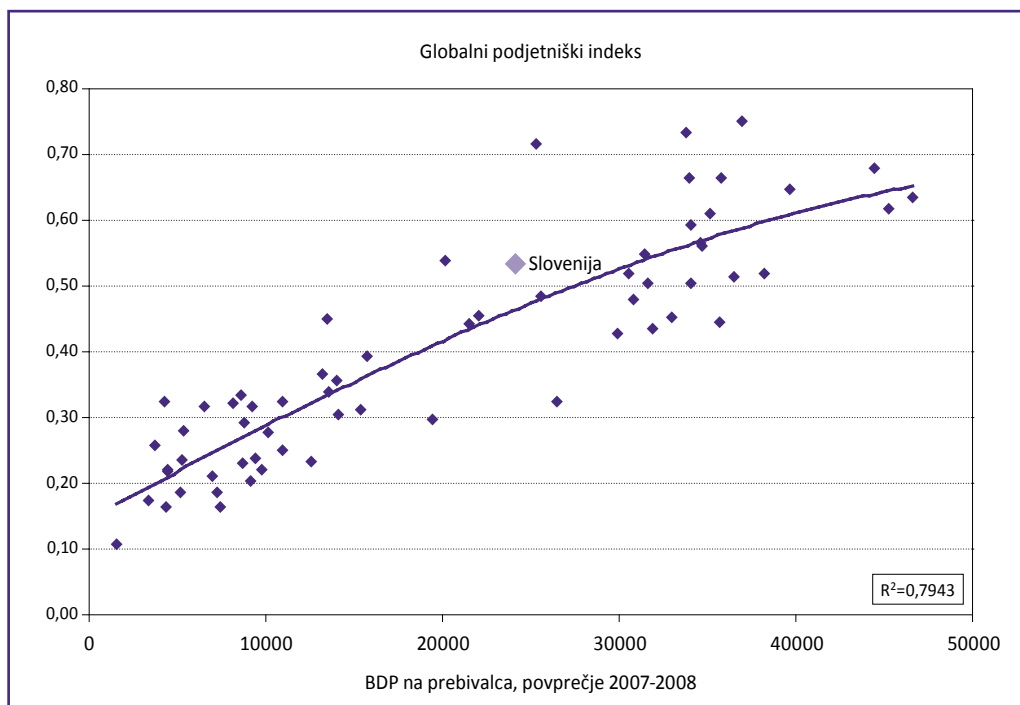
V nadaljevanju bomo predstavili nekaj možnih vpogledov v slovensko podjetništvo, ki jih lahko pridobimo z uporabo GEI indeksa. V *Tabeli 17* navajamo vrednosti globalnega GEI indeksa ter vseh treh podindeksov ter vrednost BDP na prebivalca (Acs, Szerb, 2009) za skupino evropskih GEM držav. Slovenija se z GEI indeksom 0,54 uvršča na 11. mesto med 27 evropskimi državami, kjer imata najvišji indeks Danska in Švedska, najnižjega pa Srbija ter Bosna in Hercegovina.

Tabela 17: GEI indeks s podindevsi (Acs, Szerb, 2009)

Država	GEI indeks	Indeks odnosa do podjetništva	Indeks podjetniške aktivnosti	Indeks podjetniških aspiracij	BDP na prebivalca
Avstrija	0,52	0,45	0,48	0,62	36445
Belgija	0,57	0,59	0,75	0,37	34580
BiH	0,21	0,23	0,19	0,22	7048
Češka	0,46	0,65	0,37	0,36	22077
Danska	0,75	0,54	0,97	0,75	36903
Finska	0,56	0,42	0,54	0,73	34654
Francija	0,55	0,58	0,59	0,47	31458
Grčija	0,32	0,27	0,37	0,34	26483
Hrvaška	0,36	0,39	0,30	0,39	14040
Irska	0,64	0,50	0,86	0,55	46587
Islandija	0,65	0,66	0,65	0,64	39603
Italija	0,48	0,36	0,56	0,53	30777
Latvija	0,39	0,28	0,52	0,38	15781
Madžarska	0,30	0,09	0,45	0,36	19451
Makedonija	0,29	0,32	0,33	0,23	8822
Nemčija	0,44	0,40	0,47	0,45	31855

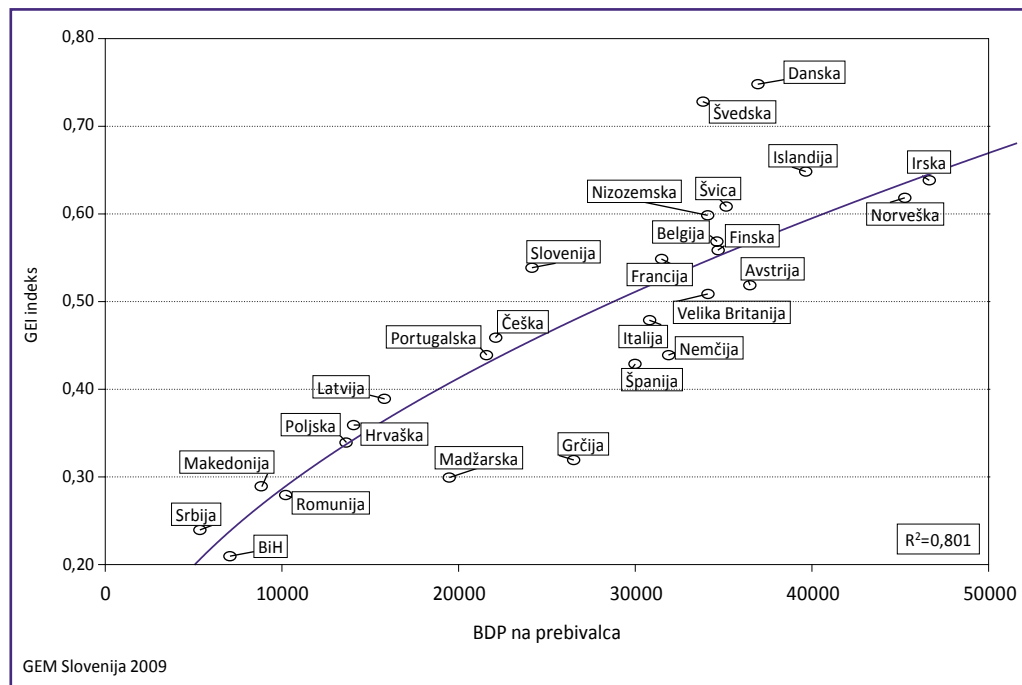
Država	GEI indeks	Indeks odnosa do podjetništva	Indeks podjetniške aktivnosti	Indeks podjetniških aspiracij	BDP na prebivalca
Nizozemska	0,60	0,41	0,66	0,72	34059
Norveška	0,62	0,41	0,77	0,69	45206
Poljska	0,34	0,21	0,39	0,42	13615
Portugalska	0,44	0,36	0,49	0,48	21555
Romunija	0,28	0,23	0,32	0,29	10206
SLOVENIJA	0,54	0,41	0,58	0,62	24127
Srbija	0,24	0,16	0,26	0,29	5351
Španija	0,43	0,27	0,52	0,50	29951
Švedska	0,73	0,61	0,82	0,77	33799
Švica	0,61	0,69	0,60	0,55	35106
Velika Britanija	0,51	0,43	0,52	0,57	34075

Na *Sliki 35* je prikazan relativni položaj Slovenije v primerjavi z vsemi ostalimi GEM državami glede na vrednost skupnega GEI indeksa. Glede na to, da je podjetništvo iz nuje iz indeksa izločeno, je mogoče, kar je razvidno tudi iz grafa, pričakovati splošno pozitivno povezanost med stopnjo gospodarskega razvoja in vrednostjo GEI indeksa. Pozicija Slovenije je nekoliko nad trendno linijo, kar kaže na to, da je rezultat, ki ga dosega slovensko podjetništvo, merjen z GEI indeksom, nekoliko nad povprečjem, glede na BDP na prebivalca, ki ga Slovenija dosega.



Slika 35: Slovenija in GEI indeks, primerjava z vsemi sodelujočimi GEM državami, (Acs, Szerb, 2009)

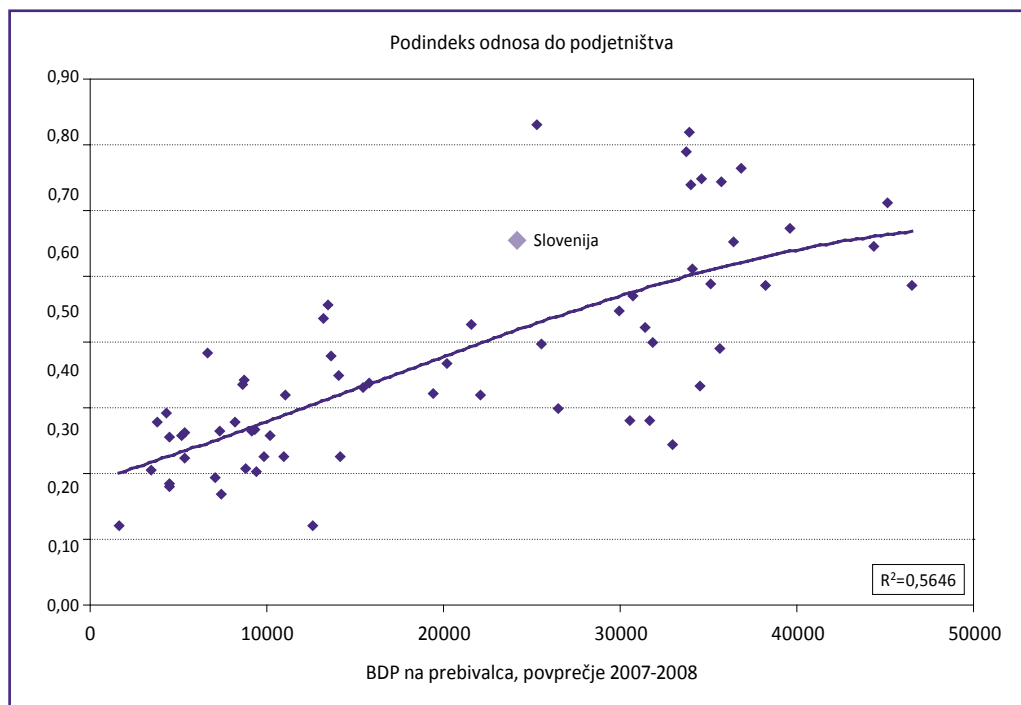
Ker so države v svetu glede stopnje razvoja in glede veljavnih kulturnih in družbenih norm seveda močno različne, je na *Sliki 36* prikazan položaj Slovenije samo v skupini evropskih GEM držav, kjer so tovrstne razlike manjše.



Slika 36: Slovenija in GEI indeks, primerjava z evropskimi GEM državami

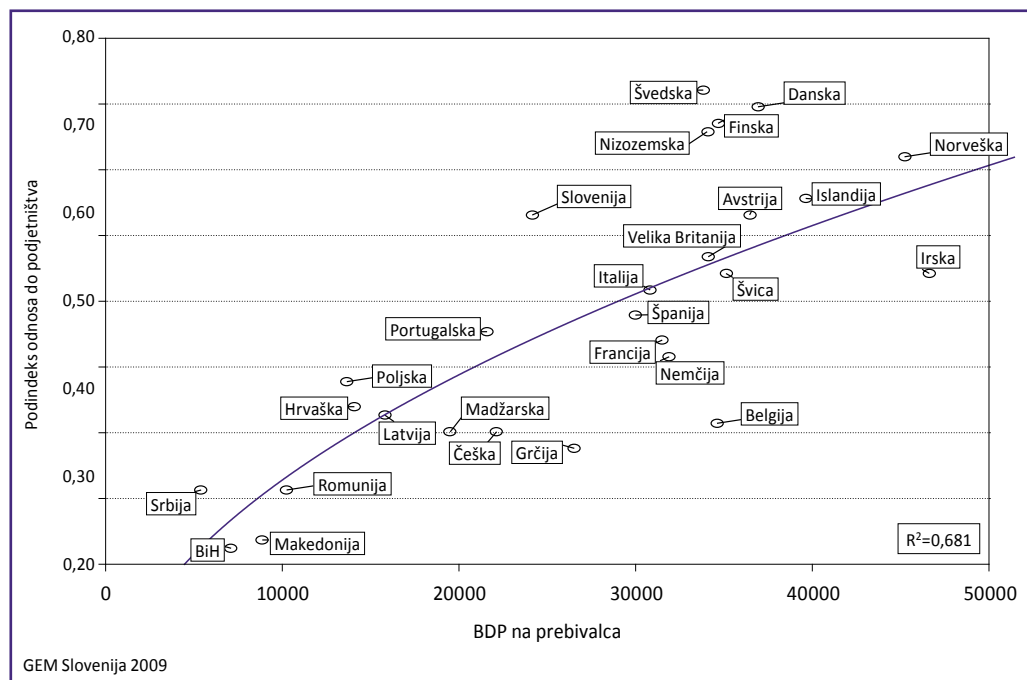
Na *Sliki 36* je vidno, da je Slovenija v skupini evropskih držav uvrščena na sredino lestvice: vse nekdanje republike bivše Jugoslavije in vse nekdanje socialistične države, ki za Slovenijo zaostajajo glede na BDP na prebivalca, močno zaostajajo tudi glede vrednosti GEI indeksa. Slovenija dosega boljši položaj od povprečja – se uvršča nad trendno linijo, hkrati pa dosega približno enako vrednost GEI indeksa, kot države, ki po vrednosti BDP na prebivalca Slovenijo močno prekašajo, na primer, Nemčija, Belgija, Francija, Velika Britanija, Avstrija.

V nadaljevanju prikazujemo, kako pozicionirajo Slovenijo trije podindeksi, iz katerih je GEI indeks zgrajen.



Slika 37: Slovenija in **podindeks odnosa do podjetništva**, primerjava z vsemi sodelujočimi GEM državami (Acs, Szerb, 2009)

Na Sliki 37 je prikazan **podindeks odnosa do podjetništva**, ki, kot rečeno, meri različne vidike obnašanja in norm, pomembnih za podjetniško aktivnost, v družbeni skupnosti in sicer primerjalno z vsemi sodelujočimi GEM državami. V tem primeru se Slovenija uvršča bistveno višje od povprečja, visoko nad trendno linijo, glede na dosežen BDP na prebivalca. Na Sliki 38 pa je prikazana še primerjava z evropskimi GEM državami.



Slika 38: Slovenija in **indeks odnosa do podjetništva**, primerjava z evropskimi GEM državami

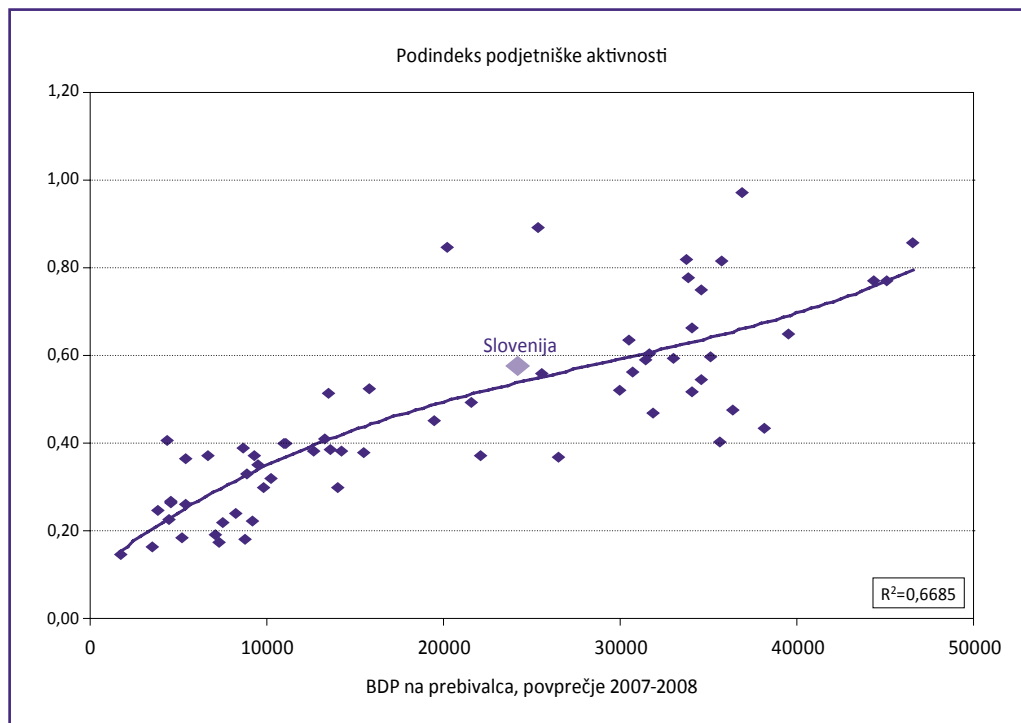
Na Sliki 38 je vidno, da je odnos prebivalstva do podjetništva v Sloveniji v splošnem ugoden. Glede na vsebino tega podindeksa, ki je prikazana v Tabeli 18, lahko torej ugotovimo, da je v povprečju strahu pred neuspehom med Slovenci relativno malo, relativno veliko pa zaupanja v lastno znanje in sposobnosti ter vključevanja v socialne mreže, potrebne za podjetništvo, kot tudi podpore v okviru kulturnih in družbenih norm. Nekoliko nižje se rezultati Slovenije uvrščajo na področju sposobnosti razpoznavanja poslovnih priložnosti – na tem področju Slovenija sodi med približno 35 % držav z najnižjimi vrednostmi tega indikatorja, kot je prikazano v Tabeli 18, kjer je primerjava narejena z vsemi sodelujočimi GEM državami. Med vsemi GEM državami se na najvišji mesti uvrščata Nova Zelandija (0,82) in Avstralija (0,81).

Tabela 18: Komponente **indeksa odnosa do podjetništva** (standardizirane vrednosti), (Acs, Szerb, 2009)

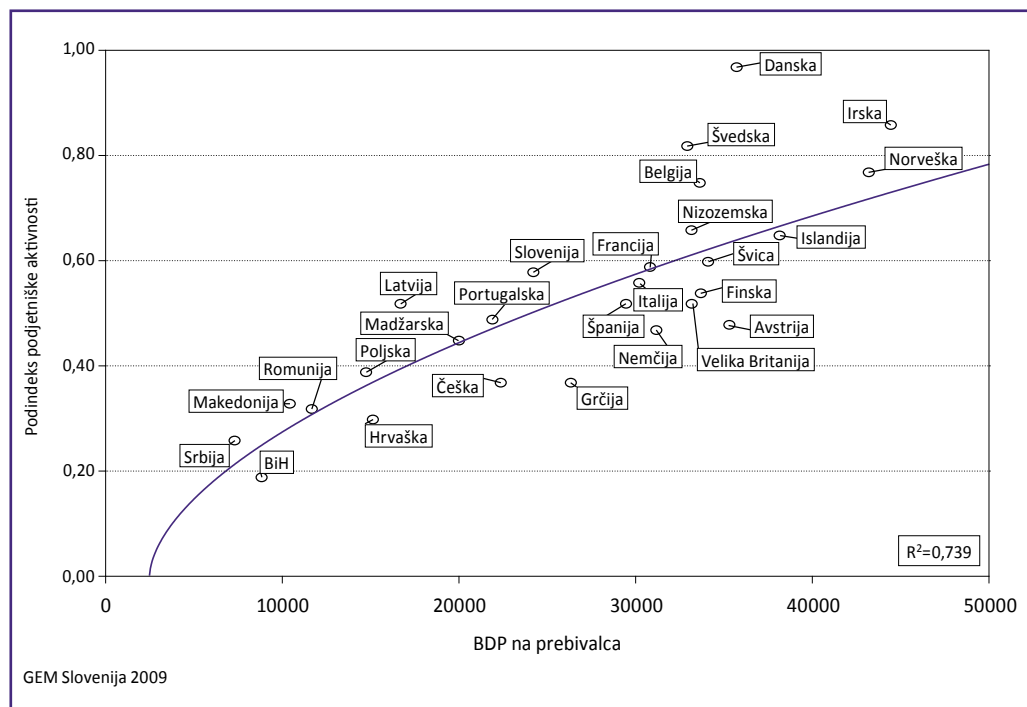
	Zaznavanje poslovne priložnosti	Znanje in izkušnje za podjetništvo	Odsotnost strahu pred neuspehom	Mreženje	Kulturne in družbene norme
Dosežek Slovenije	0,342	0,878	0,871	0,728	0,582
33-ti centil	0,339	0,407	0,354	0,174	0,276
66-ti centil	0,602	0,643	0,679	0,403	0,571

Pri primerjavi z evropskimi državami pa ugotavljamo, da je rezultat, ki ga dosega Slovenija na področju odnosa do podjetništva (vrednost indeksa odnosa do podjetništva za Slovenijo je enaka 0,62), zelo visok tudi v evropskem merilu. Slovenija se uvršča na sedmo mesto za Švedsko, Dansko, Finsko, Nizozemsko, Norveško in Islandijo.

Na *Sliki 39* je prikazan **podindeks podjetniške aktivnosti**, ki meri zlasti obseg tiste podjetniške aktivnosti, ki obeta visoko in hitro rast – primerjava z vsemi sodelujočimi GEM državami. Na *Sliki 40* je prikazana primerjava še v skupini evropskih GEM držav.



*Slika 39: Slovenija in **podindeks podjetniške aktivnosti**, primerjava z vsemi sodelujočimi GEM državami, (Acs, Szerb, 2009)*



Slika 40: Slovenija in **indeks podjetniške aktivnosti**, primerjava z evropskimi GEM državami

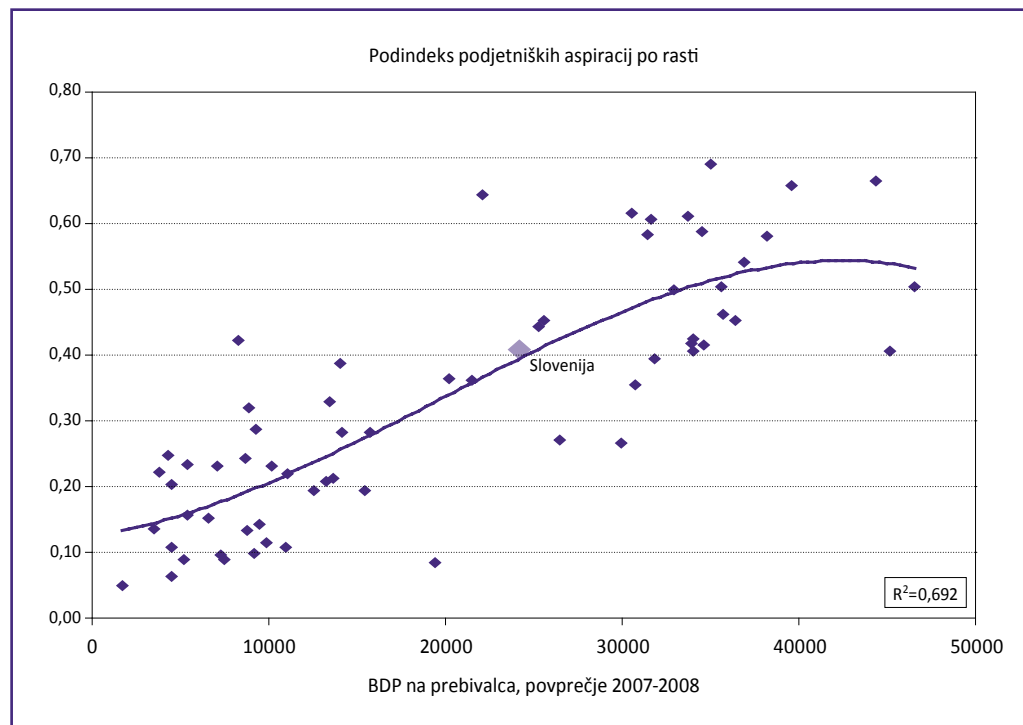
Na tem področju je dosežek Slovenije bližje trendni liniji, kar kaže, da prednosti, ki jih Slovenija izkazuje na področju odnosa do podjetništva, ne vodijo tudi v enako nadpovprečen rezultat na področju podjetniške aktivnosti. Glede na visoko vrednost podindeksa, ki meri odnos do podjetništva, kaže, da Slovenija nekoliko zaostaja v smislu doseganja obsega podjetništva, ki je nastal zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti in tistega, ki nastaja v visoko tehnološkem sektorju, prav tako tudi na področju človeškega kapitala v smislu izobrazbe ljudi, ki so vključeni v zgodnje faze podjetništva ter obsega podjetništva, ki nastaja na tržišču, kjer za proizvod ali storitev obstaja le malo konkurence. Na tem področju Slovenija dosega povprečne rezultate glede na višino BDP na prebivalca, ki ga dosega. Izmed vseh navedenih področij je dosežek Slovenije najnižji (a še vedno sodi Slovenija v srednjo tretjino držav glede na velikost indikatorja) na področju kakovosti človeškega kapitala in izkoriščanja poslovnih priložnosti, kar je prikazano v *Tabeli 19* (primerjava je narejena z vsemi sodelujočimi GEM državami).

Tabela 19: Komponente **indeksa podjetniške aktivnosti** (standardizirane vrednosti), (Acs, Szerb, 2009)

	Izkoriščanje poslovne priložnosti	Visoko tehnološki sektor	Človeški kapital	Konkurenca
Dosežek Slovenije	0,660	0,547	0,484	0,643
33-ti centil	0,399	0,256	0,332	0,415
66-ti centil	0,719	0,462	0,597	0,605

Primerjava samo z evropskimi državami pokaže, da se na tem segmentu poleg Švedske, Nizozemske, Norveške in Islandije, pred Slovenijo (ki ima vrednost tega indeksa enako 0,58) uvrstijo še mnoge druge: Danska, ki je z vrednostjo indeksa 0,97 prva na celotni GEM lestvici, Irska, Belgija, Švica in Francija. Tako kot pri primerjavi GEI indeksa, kot tudi indeksa odnosa do podjetništva, tudi pri primerjavi podindeksa podjetniške aktivnosti ugotavljamo, da se Slovenija uvršča bistveno višje, kot ostale nekdanje socialistične države in med njimi tudi bivše republike nekdanje Jugoslavije.

Na *Sliki 41* je prikazan **podindeks podjetniških aspiracij po rasti**, ki meri obseg podjetniških naporov pri uvajanju novih izdelkov in storitev, pri razvijanju novih proizvodnih procesov in postopkov, pri vstopanju na nove trge in na napore pri ustvarjanju novih delovnih mest in sicer primerjava z vsemi sodelujočimi GEM državami. Na *Sliki 42* pa je prikazana primerjava z evropskimi GEM državami.



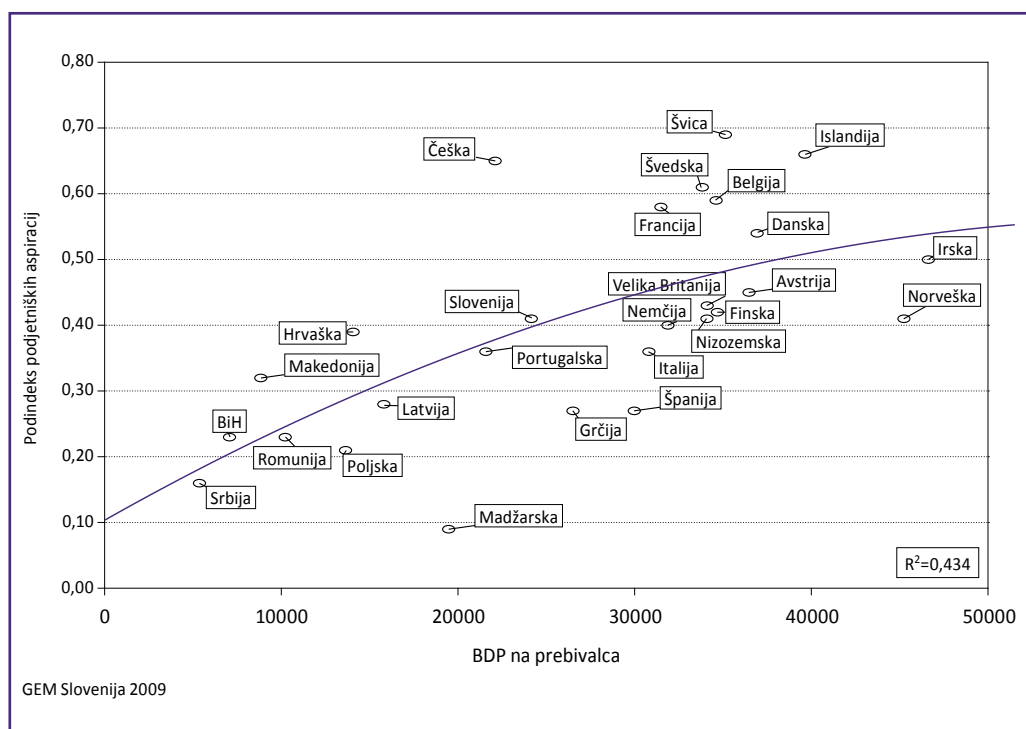
Slika 41: Slovenija in podindeks podjetniških aspiracij po rasti, primerjava z vsemi sodelujočimi GEM državami, (Acs, Szerb, 2009)

Dosežek Slovenije na tem področju se uvršča skoraj neposredno na trendno linijo. To pomeni, da izmed vseh treh podindeksov, Slovenija glede na višino BDP na prebivalca, dosega najslabše rezultate prav na tem področju. Kot je prikazano v *Tabeli 20*, izmed petih indikatorjev, ki so sestavne komponente tega podindeksa, najslabši rezultat, ki pa še vedno pomeni uvrstitev v tretjino srednje uspešnih držav, dosega Slovenija na področju uvajanja in uporabe najnovejših tehnologij, na področju pričakovanega števila novih delovnih mest ter financiranja podjetniških idej s formalnimi in neformalnimi viri tveganega kapitala.

Tabela 20: Komponente podindeksa podjetniških aspiracij po rasti (standardizirane vrednosti), (Acs, Szerb, 2009)

	Novi proizvodi	Nova tehnologija	Delovna mesta	Novi trgi	Tvegani kapital
Dosežek Slovenije	0,470	0,396	0,490	0,649	0,197
33-ti centil	0,091	0,264	0,328	0,271	0,101
66-ti centil	0,324	0,479	0,535	0,514	0,305

V primerjavi z evropskimi državami pa lahko ugotovimo, da je dosežek Slovenije na tem segmentu zelo povprečen. Hkrati so nekatere države, ki sicer dosegajo nižji BDP na prebivalca, Slovenijo pri podindeksu podjetniških aspiracij Slovenijo dohitete – na primer Hrvaška ali pa jo celo močno prehiteje – na primer Češka. Na najvišje mesto v Evropi se je uvrstila Švica.



Slika 42: Slovenija in **podindeks podjetniških aspiracij po rasti**, primerjava z evropskimi GEM državami

Za celotno analizo je značilno, da so države, ki bi dosegale približno enak položaj glede na ostale pri vseh treh podindeksih, izjemno redke. Nekatere države, ki so pri indeksu odnosa do podjetništva na lestvici uvrščene visoko pred Slovenijo, so pri razvrstitvi glede na vrednost indeksa podjetniške aktivnosti na lestvici za Slovenijo – na primer Finska. Hkrati pa so se seveda glede na indeks podjetniške aktivnosti pred Slovenijo uvrstile države, ki so pri indeksu odnosa do

podjetništva za Slovenijo tudi krepko zaostajale – na primer Švica, Izrael in druge. Še posebej je to poudarjeno pri analizi indeksa podjetniških aspiracij, saj je tukaj Slovenija zasedla 23. mesto med sodelujočimi 64 državami, pri indeksu podjetniške aktivnosti 19. ter pri indeksu odnosa do podjetništva 10. mesto med 64 sodelujočimi državami.

Pri analiziranju povezave med posameznim indeksom ter stopnjo gospodarske razvitosti, merjeno z BDP na prebivalca, lahko v splošnem zaključimo, da je Slovenija, glede na svojo raven BDP na prebivalca, izkazovala nadpovprečne vrednosti vseh treh indeksov. Relativno najslabši, a še vedno nadpovprečen rezultat je Slovenija izkazovala na področju podjetniških aspiracij. Res pa je tudi, da bi morali ob cilju povečevanja BDP na prebivalca okrepiti tako komponente, vsebovane v indeksu podjetniške aktivnosti, kot komponente, ki jih vsebuje indeks podjetniških aspiracij. Relativno visoko »rezervo« ima Slovenija, kot kaže, le na področju komponent indeksa odnosa do podjetništva.

Iz navedenega prikaza lahko vidimo, da ima GEI indeks potencial, da bi lahko z njegovo pomočjo pridobili bolj kompleksen vpogled v podjetniška dogajanja, ki bi dajal tudi boljšo osnovo za predlaganje in sprejemanje bolj učinkovitih ukrepov za pospeševanje podjetništva. Treba pa je opozoriti, da je celotna metodologija še v izgradnji in da v tem trenutku še ni dovolj znanstveno verificirana. Je pa zagotovo zanimiva in obetavna razvojna pot.

Okolje za podjetništvo v Sloveniji

4.1. PREDSTAVITEV METODOLOGIJE SPREMLJANJA PODJETNIŠKEGA OKOLJA

Na nastanek in razvoj podjetništva pomembno vpliva okolje, v katerem posamezniki sprejemajo odločitve o tem, da ustanovijo podjetje ali pa razširijo obstoječe podjetje. Podjetniško okolje proučujemo v raziskavi GEM na osnovi primarnih podatkov o tako imenovanih *okvirnih pogojih za podjetništvo*. Gre za različne vidike in dimenzije celotnega spleta dejavnikov okolja, ki v posamezni državi vplivajo na odločitev posameznikov o ustanavljanju podjetij in na razvoj podjetništva. Ti dejavniki so:

- A. razpoložljivost različnih finančnih virov za nova in rastoča podjetja,
- B. zasnovanost in vodenje vladne politike,
- C. izvajanje vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva,
- D. razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo,
- E. obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso,
- F. kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja,
- G. odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu,
- H. dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij,
- I. kulturne in družbene norme, ki podpirajo ali zavirajo podjetniško aktivnost,
- K. zaznavanje poslovnih priložnosti,
- L. podjetniške zmogljivosti na področju usposobljenosti za podjetništvo,
- M. podjetniške zmogljivosti, povezane z motivacijo za podjetništvo,
- N. urejenost zaščite intelektualne lastnine,
- O. odnos do žensk v podjetništvu,
- P. obstoj in učinkovitost podpornih mehanizmov in ekonomske politike, usmerjene v rast podjetij,
- Q. odnos podjetij do novih tehnologij, investicij in na novoustanovljenih in podjetniško usmerjenih dobaviteljev ter odnos potrošnikov do novih produktov in storitev ter investicij,

- R. odnos podjetij do novih tehnologij, investicij in novoustanovljenih in podjetniško usmerjenih dobaviteljev (R1) ter odnos potrošnikov do novih produktov in storitev ter investicij,
- S. odnos družbe, organizacij in posameznikov do podjetništva, katerega namen je uresničiti socialne, okoljske in družbene cilje.

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

Tako kot pretekla leta tvori vprašalnik GEM 2009 za Slovenijo dva vsebinska dela. Prvi del vprašalnika je namenjen pridobivanju mnenj izvedencev o posameznih okvirnih pogojih za podjetništvo. Oceno podjetniških okvirov smo dobili tako, da smo na osnovi odgovorov v vprašalniku proučili, v kolikšni meri se izvedenci strinjajo z 88 trditvami, ki opisujejo okvirne pogoje za podjetništvo. Leta 2009 smo vprašalnik razširili s sklopom, ki izraža odnos okolja do socialnega podjetništva, kot ga opredeljujemo v raziskavi GEM. Gre za široko opredelitev socialnega podjetništva, saj razumemo socialno podjetništvo kot vsako podjetniško aktivnost posameznikov ali organizacij, katere namen je uresničiti socialni, okoljski ali družbeni cilj.

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

V analizo smo v Sloveniji v skladu s kriteriji vzorčenja, ki jih uporabljamo v raziskavi GEM, zajeli 36 izvedencev. Poglavitni cilj vzorčenja je bil zagotoviti uravnotežen vzorec izvedencev glede na 9 osnovnih okvirnih pogojev za podjetništvo, tip izvedenca (strokovnjak ali podjetnik), spol, sektor gospodarstva (javni ali zasebni) in geografsko porazdelitev. Anketiranje je tako kot v ostalih državah GEM potekalo od marca do julija 2009. Mnenja izvedencev smo kodirali in posredovali koordinacijskemu timu GEM, ki je pripravil skupno datoteko za vseh 44 držav, ki so leta 2009 sodelovale v tem delu raziskave. V vseh državah udeleženkah je leta 2009 sodelovalo 1.600 izvedencev.

Zagregiranjem podatkov smo tako dobili povprečne vrednosti ocen za 17 zgoraj omenjenih okvirov za podjetništvo, pri čemer je vsakemu izvedencu določena utež 1. Povprečne ocene podjetniških okvirov B, D, G in R so s faktorsko analizo sestavljene iz dveh kazalcev, tako da smo dobili skupaj povprečne ocene za 20 okvirov. Izvedenci so v vprašalniku izrazili svoje strinjanje s trditvami na lestvici od 1 do 5, pri čemer ocena 1 pomeni, da je trditev po njihovem mnenju povsem napačna, ocena 5 pa, da je trditev povsem resnična. Izjema je spremenljivka D3, ki izraža trditev, da v državi proučevanja potrebujejo podjetniki na splošno zunanjo pomoč preden ustanovijo svoje podjetja. Pri tej spremenljivki vrednost 1 pomeni, da se izvedenci *ne* strinjajo s trditvijo in menijo, da podjetniki *ne* potrebujejo zunanje pomoči pri ustanovitvi podjetja. Nasprotno vrednost 5 pomeni, da se izvedenci s trditvijo strinjajo in menijo, da večina podjetnikov zunanjo pomoč potrebuje. Tako pridobljeno bazo podatkov 44 držav smo zatem uporabili za analizo značilnosti podjetniškega okolja v Sloveniji.

Z analizo mnenj izvedencev o podjetniškem okolju dobimo harmonizirano mero, ki izraža pogoje za nastanek in razvoj podjetništva v posamezni državi. Rezultati anketiranja dajejo štiri vrste informacij:

- informacije o značilnostih posamezne sestavine okolja za podjetništvo v posamezni državi, pri čemer ocena nad 3 kaže pozitivno vrednost določene komponente okolja (stimulativno okolje za podjetništvo) in ocena pod 3 negativno vrednost določene komponente okolja (nestimulativno okolje za podjetništvo);
- primerjavo sprememb v določenem podjetniškem okviru v času (v Sloveniji od leta 2002);
- primerjavo razlik v percepcijah kakovosti posamezne sestavine podjetniškega okolja v prostoru, torej med sodelujočimi GEM državami;
- informacijo o prednostih in slabostih okolja za podjetništvo ter predloge za pospešitev podjetništva v Sloveniji.

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

4.2. OCENE OKVIRNIH POGOJEV ZA PODJETNIŠTVO

Sodeč po analizi standardiziranega vprašalnika ocenjujejo slovenski nacionalni izvedenci okolje za podjetništvo leta 2009 tako kot pretekla leta kritično: podjetniškim okvirom so na lestvici od ena do pet dodelili relativno nizko povprečno oceno: 2,85. Ta ocena je v primerjavi z letom 2008 celo bolj kritična, saj so tega leta izvedenci podjetniškemu okolju dodelili povprečno oceno 2,92. Ocena je nekoliko manjša tudi od povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v GEM državah (2,88), kar kaže, da so slovenski izvedenci leta 2009 nekoliko bolj kritični do podjetniškega okolja, kot so kritični do okolja v svoji državi ostali izvedenci GEM. Tako se Slovenija tudi v letu 2009 pri nobenem pogoju za nastanek in razvoj podjetništva ni uvrstila najvišje na lestvici 44 GEM držav, skupaj pa zaseda v povprečju 23. mesto. Ocene okvirnih pogojev za nastanek in razvoj podjetništva podajamo v *Tabeli 21*.

Bolj ugodno kot ostali GEM izvedenci v svoji državi ocenjujejo slovenski izvedenci predvsem odnos do žensk v podjetništvu v Sloveniji, kjer se je Slovenija uvrstila na 8. mesto na GEM lestvici in izobraževanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah, kjer se je uvrstila na 10. mesto. Bistveno bolj kritični od GEM izvedencev v svoji državi pa so slovenski izvedenci v povprečju do kulturnih in družbenih norm, kjer je slabše ocenjena le Kitajska, in do vrednotenja vloge podjetnika kot motivacijskega dejavnika za podjetništvo, kjer je Slovenija na 41. mestu na GEM lestvici. Vendar pa so tudi nacionalni izvedenci v drugih GEM državah v povprečju zelo kritični do vloge proučevanih sestavin okolja pri nastanku in razvoju podjetništva v njihovi državi, saj je povprečna ocena v GEM državah 2,88. Po mnenju izvedencev torej okvirni pogoji za podjetništva v proučevanih državah prej ne spodbujajo podjetništva kot pa ga spodbujajo.

Leta 2009 je splošnim okvirnim pogojem za podjetništvo dodan nov okvir, to je socialno podjetništvo. Slovenski nacionalni izvedenci menijo, da socialno podjetništvo v Sloveniji bolj podpira kot ne razvoja podjetništva, medtem ko izvedenci v ostalih GEM državah v povprečju menijo, da to okolje v njihovi državi prej ne podpira razvoja podjetništva, kot pa ga podpira. Ocena socialnega podjetništva v Sloveniji je torej nad povprečjem GEM držav, a kljub temu je Slovenija le na 23. mestu med 44 državami GEM. Ker gre za novo sestavino okolja, ki smo jo letos prvič

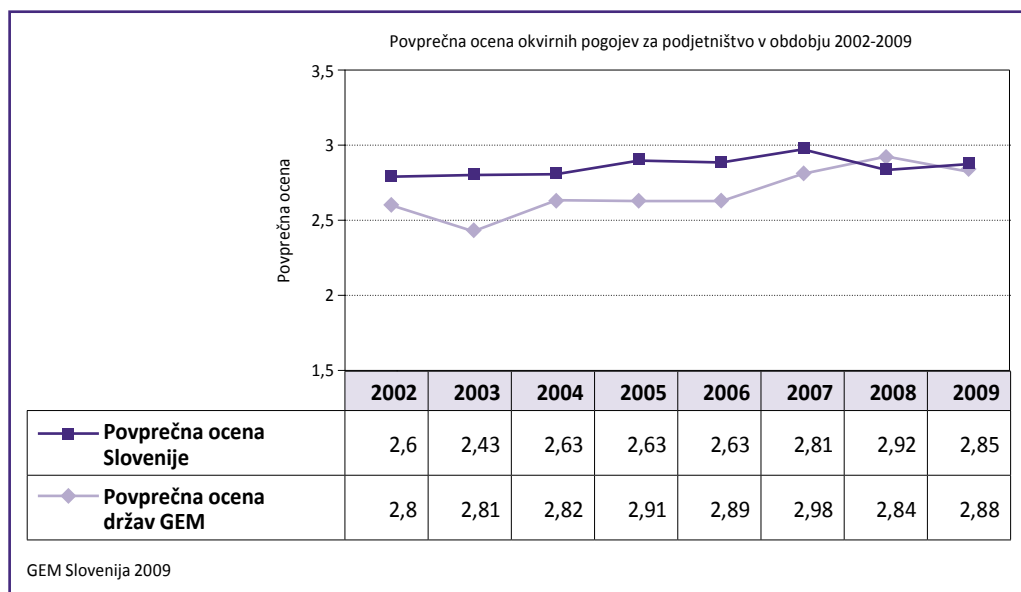
Tabela 21: Ocene podjetniških okvirov v Sloveniji leta 2009

Oznaka	Okvir podjetniških pogojev	Povprečna vrednost v Sloveniji	Rang med vsemi ocenjevanimi Sloveniji	Povprečna ocena v GEM državah	Najmanjša vrednost v GEM državah	Največja vrednost v GEM državah	Rang Slovenije med 44 GEM državami	Standardni odklon
A	Finančno okolje za podjetništvo	2,64	13	2,46	1,78	3,30	Malezija	13 0,38
B1	Vladne politike - prioritete in podpora	2,52	15	2,52	1,65	4,32	Tunizija	20 0,53
B2	Vladne politike - regulativa (birokracija, obdavčenje)	2,32	18	2,44	1,47	4,14	Hong Kong	22 0,60
C	Vladni programi	2,74	12	2,62	1,66	3,48	Nemčija	19 0,48
D1	Izobraževanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah	2,32	19	2,04	1,47	2,93	Danska	10 0,34
D2	Izobraževanje za podjetništvo po srednji šoli	2,87	9	2,91	2,21	3,76	Irska	24 0,35
E	Prenos raziskav in razvoja	2,57	14	2,37	1,72	3,49	Švica	13 0,40
F	Dostop do poslovne in strokovne infrastrukture	3,06	6	3,06	2,40	3,83	Švica	20 0,35
G1	Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - dinamika	2,97	7	2,98	1,84	4,25	Južna Koreja	22 0,53
G2	Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - bremena	2,41	17	2,57	1,85	3,36	Belgija	30 0,33
H	Dostop do fizične infrastrukture in storitev	3,87	1	3,72	2,77	4,65	Švica	19 0,46
I	Kulturne, družbene norme	2,21	20	2,90	2,20	4,24	Shenzhen*	43 0,50
K	Zaznavanje poslovnih priložnosti	3,22	4	3,31	2,44	3,90	Zdr. Arab. Emir.	29 0,36
L	Veščine in sposobnosti prebivalcev za ustanovitev podjetij	2,5	16	2,49	1,82	3,78	Irska	18 0,36
M	Motivacija za podjetništvo in vrednotenje vloge podjetnika	2,9	8	3,52	2,57	4,42	Shenzhen	41 0,43
N	Zaščita intelektualne lastnine	3,1	5	2,78	1,70	4,27	Švica	13 0,58
P	Odnos do žensk v podjetništvu in njihova podpora	3,76	2	3,28	2,15	4,19	Irska	8 0,44
Q	Podpora in spodbujanje hitro rastočih podjetij	2,79	10	2,97	1,89	3,91	Danska	29 0,43
R1	Odnos podjetij do inovacij	2,78	11	3,15	2,38	3,98	Irska	38 0,33
R2	Odnos potrošnikov do inovacij	3,35	3	3,59	2,91	4,25	Irska	36 0,27
	Povprečna ocena skupaj	2,85	-	2,88	-	-	-	23 -
S	Socialno podjetništvo (povprečne ocene)	3,26	-	2,27	-	-	-	23 -

* Shenzhen je mesto na jugu Kitajske in ima status posebne ekonomske cone (podobno kot v preteklosti Hong Kong).

vklučili v raziskavo GEM, rezultate anketiranja nacionalnih izvedencev o socialnem podjetništvu podrobneje prikazujemo v zadnjem poglavju te monografije obenem z analizo, ki smo jo na to temo naredili na temelju anketiranja odraslega prebivalstva.

Primerjava povprečnih ocen v obdobju preučevanja okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji v okviru raziskave GEM kaže, da se je povprečna ocena okolja v Sloveniji v obdobju 2002-2009 približevala povprečni oceni v GEM državah. Čeprav slovenski izvedenci leta 2009 nekoliko bolj kritično ocenjujejo okvirne pogoje za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji kot ostali GEM izvedenci v svoji državi, je povprečna ocena okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji leta 2009 le za 0,3 odstotne točke nižja od povprečne ocene v vseh GEM državah. To je najbližja ocena povprečni oceni v GEM državah od leta 2002, ko se je Slovenija vključila v projekt GEM, kar je razvidno iz *Slike 43*. Medtem ko so bili slovenski izvedenci leta 2008 bolj optimistični glede okolja za spodbujanje podjetništva v Sloveniji kot v povprečju ostali izvedenci v njihovi državi, je bila v obdobju 2002-2007 ocena okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji pod povprečjem GEM držav.



Slika 43: Povprečna ocena okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji in državah GEM v obdobju 2002–2009

Povprečno oceno posameznih okvirnih pogojev za podjetništvo in njihove range v Sloveniji v obdobju 2002-2009 prikazujemo v *Tabelah 22 in 23*.

Tabela 22: Preglednica okvirov za podjetništvo v Sloveniji v obdobju 2002-2009

	2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008		2009	
	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM
Okvirni pogoji za podjetništvo																
A Finančna podpora	2,09	2,86	2,15	2,61	2,25	2,58	2,38	2,72	2,44	2,67	2,78	2,87	2,66	2,42	2,64	2,46
B1 Vladne politike - podpora	2,16	2,68	2,06	2,60	2,31	2,55	2,39	2,61	2,49	2,61	2,44	2,62	2,32	2,48	2,52	2,52
B2 Vladne politike - regulativa	1,81	2,41	1,18	2,43	1,69	2,36	1,66	2,46	1,65	2,39	2,04	2,50	2,17	2,23	2,32	2,44
C Vladni programi	2,25	2,63	2,19	2,62	2,40	2,53	2,20	2,61	2,26	2,60	2,59	2,69	2,69	2,52	2,74	2,62
D1 Izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah	2,14	1,97	2,11	2,06	2,21	2,07	2,25	2,12	2,11	2,15	2,30	2,13	2,42	1,99	2,32	2,04
D2 Izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli	3,04	2,83	2,28	2,79	2,80	2,71	2,78	2,83	2,86	2,87	2,96	2,88	2,97	2,78	2,87	2,91
D3 Potreba po zunanji pomoči za ustanovitev podjetja	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,81	4,07	-	-
D4 Razpoložljivost javnih in/ali zasebnih centrov in agencij za izobraževanje in usposabljanje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,49	2,90	-	-
E Prenos raziskav in razvoja	1,95	2,47	2,03	2,49	2,10	2,44	2,05	2,48	2,25	2,42	2,31	2,56	2,51	2,26	2,57	2,37
F Poslovna in strokovna infrastruktura	2,69	3,17	2,96	3,32	2,93	3,20	2,88	3,29	2,97	3,25	3,06	3,30	3,05	2,94	3,06	3,06
G1 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - hitrost sprememb	2,97	2,84	3,05	2,81	3,09	2,76	3,03	2,82	2,96	2,86	2,99	2,92	3,25	2,96	2,97	2,98
G2 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - vstopne ovire	2,42	2,75	2,48	2,75	2,47	2,70	2,51	2,80	2,46	2,76	2,60	2,73	2,45	2,47	2,41	2,57
H Dostop do fizične infrastrukture	3,50	3,84	3,62	3,95	3,61	3,81	3,61	3,92	3,49	3,76	3,65	3,76	3,79	3,57	3,87	3,72
I Kulturne in družbene norme	2,22	2,79	2,17	2,79	2,18	2,82	2,24	2,83	2,19	2,84	2,32	2,96	2,31	2,73	2,21	2,90

	2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008		2009	
	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Srednja vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM
Okvirni pogoji za podjetništvo																
K	2,99	3,29	-	-	2,93	3,30	3,11	3,36	3,20	3,43	3,22	3,44	3,16	3,24	3,22	3,31
L	2,48	2,52	-	-	2,43	2,54	2,65	2,66	2,57	2,69	2,66	2,73	2,72	2,36	2,5	2,49
M	2,83	3,31	-	-	2,99	3,33	2,89	3,40	2,87	3,44	2,96	3,56	3,01	3,38	2,9	3,52
N	3,22	2,12	-	-	2,91	3,08	2,94	3,19	2,74	2,97	3,11	3,05	3,00	2,67	3,1	2,78
P	3,43	3,14	3,36	3,34	3,35	3,23	3,20	3,30	3,18	3,31	3,51	3,34	3,56	3,16	3,76	3,28
Q	-	-	-	-	-	-	2,72	3,11	2,69	3,02	2,85	3,11	2,81	2,88	2,79	2,97
R	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,05	3,43	3,00	3,26	-	-
R1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,81	3,02	2,78	3,15
R2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,18	3,51	3,35	3,59
A. Povprečna ocena skupaj	2,60	2,80	2,43	2,81	2,63	2,82	2,63	2,91	2,63	2,89	2,81	2,98	2,92	2,84	2,85	2,88
S															3,26	2,27
Število držav	34		31		30		33		37		31		30		44	

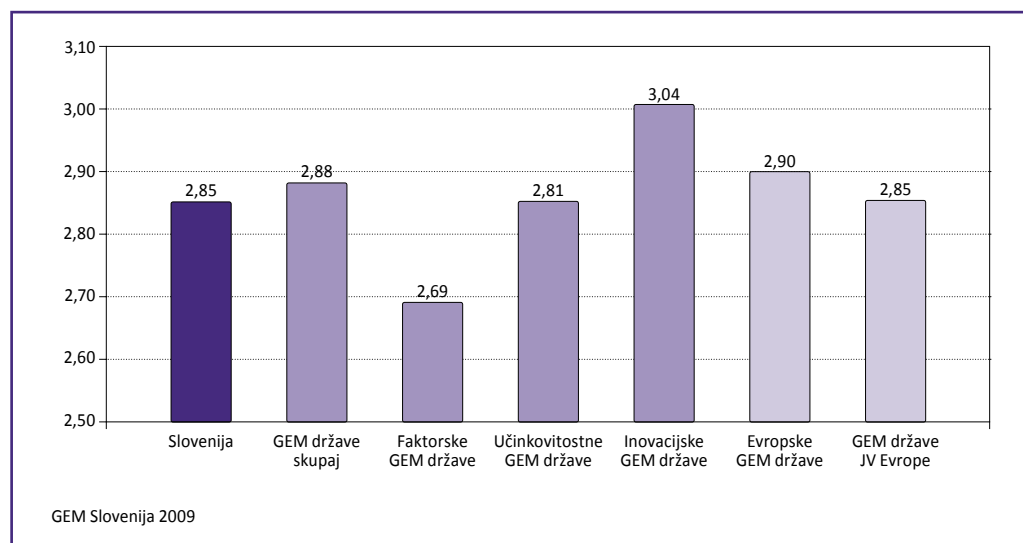
Tabela 23: Uvrstitev držav na GEM lestvico glede na okvirne pogoje za podjetništvo v obdobju 2002-2009

Podjetniški okvir	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
A Finančna podpora	-	26	22	27	25	16	11	13
A1 Finančna podpora 1	30	0	-	-	-	-	-	-
A2 Finančna podpora 2	33	0	-	-	-	-	-	-
B1 Vladne politike - podpora	30	24	20	21	20	18	18	20
B2 Vladne politike - regulativa	28	27	28	30	35	21	17	22
C Vladni programi	28	26	16	27	28	16	11	19
D1 Izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah	9	13	9	15	24	10	5	10
D2 Izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli	9	17	11	17	19	11	6	24
D3 Potreba po zunanji pomoči za ustanovitev podjetja	-	0	-	-	-	-	27	-
D4 Razpoložljivost javnih in/ali zasebnih centrov in agencij za izobraževanje in usposabljanje	-	0	-	-	-	-	4	-
E Prenos raziskav in razvoja	33	27	24	25	23	20	9	13
F Poslovna in strokovna infrastruktura	30	23	23	29	28	22	10	20
G1 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - hitrost sprememb	11	11	6	9	16	15	7	22
G2 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - vstopne ovire	27	25	23	28	29	19	15	30
H Dostop do fizične infrastrukture	27	22	20	23	24	16	9	19
I Kulturne in družbene norme	28	28	27	31	36	31	24	43
K Zaznavanje poslovnih priložnosti	27	0	27	27	27	23	23	29
L Podjetniške zmogljivosti - usposobljenost	17	0	17	17	22	15	5	18
M Podjetniške zmogljivosti - motivacija	29	0	25	31	35	28	24	41
N Zaščita intelektualne lastnine	18	19	18	20	19	13	10	13
P Odnos do žensk v podjetništvu	12	14	11	20	20	9	5	8
Q Rast podjetij	-	0	-	26	27	20	15	29
R Odnos podjetij in potrošnikov do inovacij	-	0	-	-	-	28	-	-
R1 Odnos podjetij do inovacij	-	0	-	-	-	-	23	38
R2 Odnos potrošnikov do inovacij	-	0	-	-	-	-	28	36
S Socialno podjetništvo	-	-	-	-	-	-	-	23
Povprečni rang Slovenije	23,67	0	19,24	23,50	25,39	18,47	13,91	23,35
Število sodelujočih držav	34	31	31	33	37	31	30	44

4.3. PRIMERJAVA SLOVENSKEGA PODJETNIŠKEGA OKOLJA Z DOLOČENIMI SKUPINAMI DRŽAV

Realnejšo sliko o podjetništvu v Sloveniji v mednarodnem okolju dobimo, če podjetništvo v Sloveniji primerjamo s tistimi državami, ki so Sloveniji bliže – bodisi po stopnji ekonomskega razvoja ali geografsko. Skupina GEM držav je namreč zelo heterogena, saj vključuje države na vseh stopnjah ekonomske razvitosti in z različnimi viri razvoja: faktorske države, učinkovitostne države in inovacijske države. Ker so med temi skupinami držav pomembne razlike, je Slovenijo tudi z vidika okvirnih pogojev za podjetništvo smiselno primerjati s inovacijskimi državami, torej s tistimi, kjer temelji razvoj na inovacijah, tako kot v Sloveniji, in ne več toliko na izkoriščanju temeljnih proizvodnih tvorcev ali na učinkovitosti. Splošne okvire za razvoj in nastanek podjetništva v Sloveniji pa smo primerjali tudi z evropskimi GEM državami in GEM državami JV Evrope.

Primerjava povprečnih ocen okolja za podjetništvo glede na gospodarsko razvitost držav (*Slika 44*) kaže, da ocenjujejo slovenski izvedenci okolje v Sloveniji v povprečju bistveno slabše kot izvedenci v državah GEM, ki so na enaki ravni gospodarske razvitosti: v inovacijskih državah si je podjetniško okolje prislužilo povprečno oceno 3,04, v Sloveniji pa 2,85. Po oceni podjetniškega okolja je torej Slovenija bliže učinkovitostnim GEM državam kot inovacijskim GEM državam. Povprečna ocena podjetniškega okolja v Sloveniji je nekoliko nižja tudi od povprečne ocene podjetniškega okolja v evropskih GEM državah, kjer znaša 2,90, in enaka povprečni oceni držav GEM Jugovzhodne Evrope.



Slika 44: Povprečna ocena okolja za podjetništvo v Sloveniji v primerjavi s povprečjem skupin držav glede na njihovo gospodarsko razvitost in geografsko pripadnost leta 2009

Podrobnejša primerjava ocen podjetniškega okolja med Slovenijo in ostalimi inovacijskimi GEM državami (*Tabela 24*) kaže, da Slovenija najbolj odstopa od povprečja pri kulturnih in družbenih normah, motivaciji za podjetništvo in vrednotenju vloge podjetnika in odnosu podjetij do inovacij, najmanj pa pri ocenah finančnega okolja za podjetništvo, prenosa znanj ter razvoja in izobraževanja za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah.

Tabela 24: Ocene podjetniškega okolja v Sloveniji v primerjavi z ostalimi inovacijskimi GEM državami leta 2009

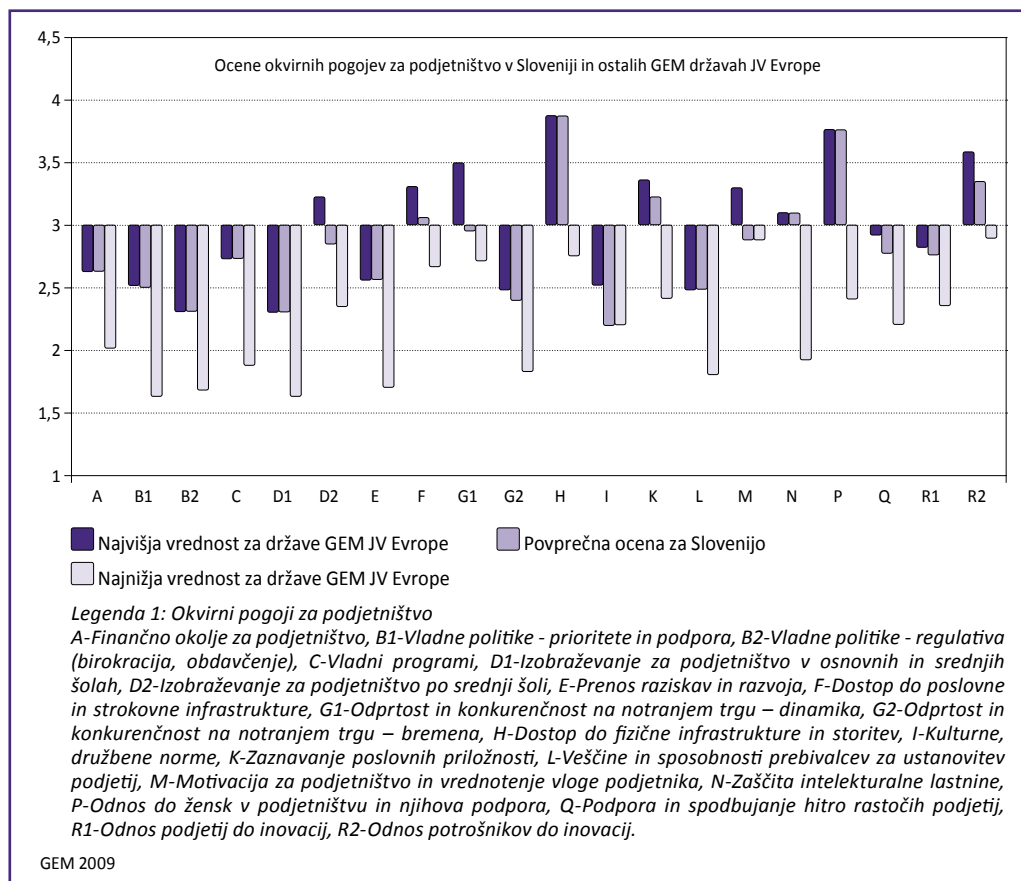
Oznaka	Okvir podjetniških pogojev	Povprečna vrednost v Sloveniji	Rang v Sloveniji	Povprečna ocena GEM državah	Najnižja vrednost GEM državah	Najvišja vrednost GEM državah	Rang Slovenije med 17 GEM inovacijskimi državami	Standardni odklon
A	Finančno okolje za podjetništvo	2,64	13	2,66	2,05	3,24	Švica	9 0,34
B1	Vladne politike - prioritete in podpora	2,52	15	2,69	2,05	3,39	Zdr. Arab. Emir	9 0,45
B2	Vladne politike - regulativa (birokracija, obdavčenje)	2,32	18	2,70	1,7	4,14	Hong Kong	12 0,65
C	Vladni programi	2,74	12	2,91	2,3	3,48	Nemčija	11 0,37
D1	Izobraževanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah	2,32	19	2,17	1,65	2,93	Danska	7 0,34
D2	Izobraževanje za podjetništvo po srednji šoli	2,87	9	2,94	2,22	3,76	Irsko	10 0,38
E	Prenos raziskav in razvoja	2,57	14	2,64	2,12	3,49	Švica	9 0,35
F	Dostop do poslovne in strokovne infrastrukture	3,06	6	3,30	2,6	3,83	Švica	13 0,32
G1	Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - dinamika	2,97	7	2,85	1,84	3,71	Hong Kong	7 0,49
G2	Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - bremena	2,41	17	2,77	2,37	3,36	Belgija	15 0,29
H	Dostop do fizične infrastrukture in storitev	3,87	1	3,97	2,87	4,65	Švica	11 0,45
I	Kulturne, družbene norme	2,21	20	3,01	2,21	4,18	Irsko	17 0,59
K	Zaznavanje poslovnih priložnosti	3,22	4	3,32	2,44	3,9	Zdr. Arab. Emir	12 0,39
L	Veščine in sposobnosti prebivalcev za ustanovitev podjetij	2,5	16	2,65	2,06	3,78	Irsko	10 0,43
M	Motivacija za podjetništvo in vrednotenje vloge podjetnika	2,9	8	3,53	2,9	4,36	Izrael	17 0,46
N	Zaščita intelektualne lastnine	3,1	5	3,24	2,55	4,27	Švica	11 0,46
P	Odnos do žensk v podjetništvu in njihova podpora	3,76	2	3,40	2,77	4,19	Irsko	5 0,43
Q	Podpora in spodbujanje hitro rastočih podjetij	2,79	10	3,20	2,49	3,91	Danska	15 0,35
R1	Odnos podjetij do inovacij	2,78	11	3,29	2,72	3,98	Irsko	16 0,34
R2	Odnos potrošnikov do inovacij	3,35	3	3,62	3,17	4,25	Irsko	14 0,32
	Povprečna ocena	2,85	-	3,04				11,50

Tabela 25: Ocene podjetniškega okolja v Sloveniji v primerjavi z ostalimi evropskimi GEM državami leta 2009

Oznaka	Okvir podjetniških pogojev	Povprečna vrednost v Sloveniji	Rang v Sloveniji	Povprečna ocena v 18 evropskih GEM državah	Najnižja vrednost v 18 evropskih GEM državah	Najvišja vrednost v 18 evropskih GEM državah	Rang Slovenije med 18 evropskimi državami	Standardni odklon
A	Finančno okolje za podjetništvo	2,64	13	2,48	2,03	3,24	5	0,35
B1	Vladne politike - prioritete in podpora	2,52	15	2,57	1,65	3,28	10	0,48
B2	Vladne politike - regulativa (birokracija, obdavčenje)	2,32	18	2,44	1,7	3,63	11	0,57
C	Vladni programi	2,74	12	2,81	1,9	3,48	10	0,46
D1	Izobraževanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah	2,32	19	2,14	1,65	2,93	6	0,32
D2	Izobraževanje za podjetništvo po srednji šoli	2,87	9	2,90	2,22	3,76	10	0,37
E	Prenos raziskav in razvoja	2,57	14	2,54	1,72	3,49	8	0,41
F	Dostop do poslovne in strokovne infrastrukture	3,06	6	3,18	2,6	3,83	12	0,31
G1	Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - dinamika	2,97	7	2,84	1,84	3,56	8	0,43
G2	Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - bremena	2,41	17	2,65	1,85	3,36	13	0,43
H	Dostop do fizične infrastrukture in storitev	3,87	1	3,79	2,77	4,65	10	0,52
I	Kulturne, družbene norme	2,21	20	2,70	2,21	4,18	18	0,45
K	Zaznavanje poslovnih priložnosti	3,22	4	3,19	2,44	3,68	10	0,38
L	Veščine in sposobnosti prebivalcev za ustanovitev podjetij	2,5	16	2,49	1,82	3,78	7	0,43
M	Motivacija za podjetništvo in vrednotenje vloge podjetnika	2,9	8	3,31	2,9	4,01	17	0,30
N	Zaščita intelektualne lastnine	3,1	5	3,07	1,95	4,27	10	0,58
P	Odnos do žensk v podjetništvu in njihova podpora	3,76	2	3,23	2,42	4,19	4	0,50
Q	Podpora in spodbujanje hitro rastočih podjetij	2,79	10	3,06	2,23	3,91	13	0,43
R1	Odnos podjetij do inovacij	2,78	11	3,12	2,38	3,98	14	0,40
R2	Odnos potrošnikov do inovacij	3,35	3	3,47	2,91	4,25	13	0,29
	Povprečna ocena	2,85	-	2,90			10,45	

Kulturne in družbene norme so si v Sloveniji prislužile za 0,8 odstotne točke nižjo oceno kot v povprečju v inovacijskih državah ter skoraj za dve odstotni točki nižjo povprečno oceno kot na Irskem, kjer jih nacionalni izvedenci ocenjujejo s povprečno oceno 4,18. Prepričani so torej, da kulturne in družbene norme v bistvu zelo podpirajo nastanek in razvoj podjetništva v tej državi. Pri oceni tega okvira za podjetništvo se je Slovenija uvrstila na zadnje mesto med 17 inovacijskimi državami. To mesto je Slovenija zasedla tudi pri vrednotenju vloge podjetnika kot motivacije za podjetništvo, medtem ko je z vidika odnosa podjetij do inovacij zasedla predzadnje mesto. Najvišje, na peto mesto, se je Slovenija uvrstila pri odnosu do žensk v podjetništvu in njihovi podpori v podjetništvu, kjer je tudi sicer bila Slovenija v preteklih letih visoko uvrščena.

Odnos do žensk v podjetništvu uvršča Slovenijo najvišje tudi v primerjavi z drugimi evropskimi GEM državami, in sicer na četrto mesto med 18 državami (Tabela 25). Ocena tega okvira se v primerjavi z ocenami drugih okvirov tudi najbolj razlikuje od povprečne ocene v evropskih GEM državah (je višja za 0,53 odstotne točke). V primerjavi z drugimi evropskimi GEM državami so izvedenci dobro ocenili tudi finančno okolje za podjetništvo (5. mesto Slovenije med 18 državami), izobraževanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah (6. mesto) in veščine ter sposobnost prebivalcev za ustanovitve podjetij (7. mesto).



Slika 45: Ocene podjetniškega okolja v Sloveniji v primerjavi z ostalimi GEM državami JV Evrope leta 2009

Po drugi strani pa so v primerjavi z evropskimi relativno slabo ocenjene kulturne in družbene norme (za 49 odstotnih točk pod povprečjem), kjer zasedamo zadnje, 18. mesto med evropskimi GEM državami. Podobno slabo se je Slovenija odrezala tudi pri vrednotenju vloge podjetnika kot motivacije za podjetništvo, kjer z 41 odstotnimi točkami nižjo oceno od povprečja Evrope zasedamo 17. mesto in kjer smo prehiteli le Španijo. Daleč pod povprečno oceno je Slovenija tudi pri odnosu podjetij do inovacij (za 34 odstotnih točk pod povprečjem), kjer zaseda 14. mesto.

Da okolje v Sloveniji ni najbolj ustrezno za podjetništvo, lahko razberemo tudi iz podrobne primerjave povprečnih ocen posameznih sestavin okolja med Slovenijo in ostalimi GEM državami JV Evrope. Ta skupina vključuje Hrvaško, Madžarsko, Grčijo, Srbijo in BIH (*Slika 45*).

Ker sta med temi državami le Slovenija in Grčija v skupini inovacijskih držav, ostala pa so učinkovitostna gospodarstva, bi morda lahko pričakovali, da bodo slovenski izvedenci podjetniško okolje v Sloveniji ocenili bolje kot izvedenci v ostalih državah JV Evrope. Vendar pa je povprečna ocena celotnega okvira v Sloveniji enaka povprečni oceni opazovanih držav JV Evrope, poleg tega pa sta povprečna ocena kulturnih in družbenih norm ter povprečna ocena vrednotenja vloge podjetnika kot motivacijskega dejavnika za podjetništvo v Sloveniji najnižja od vseh primerjanih držav. To pomeni, da slovenski izvedenci ne ocenjujejo, da bi bilo okolje za razvoj podjetništva v Sloveniji bistveno drugačno kot v učinkovitostnih državah JV Evrope, ki so na nižji stopnji gospodarske razvitosti in kjer naj bi bila vloga države (in okolja) pri spodbujanju podjetništva drugačna kot v inovacijskih državah. Posebej slabo so v primerjavi z izvedenci držav JV Evrope v njihovi državi slovenski izvedenci ocenili naslednje okvire v Sloveniji: izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo po srednji šoli (najvišjo oceno ima Hrvaška), odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu z vidika dinamike (najvišjo oceno ima Hrvaška), zaznavanje poslovnih priložnosti (Hrvaška), vrednotenje vloge podjetnika kot motivacijo (Srbija), podporo in spodbujanje hitro rastočih podjetij (Srbija), odnos podjetij in potrošnikov do inovacij (Srbija). Najvišjo oceno so si prvi trije okviri prislužili od hrvaških izvedencev, zadnji trije okvirji pa od srbskih izvedencev. Sicer pa si je največ zadnjih mest pri tem pridobila BIH.

4.4. OKVIRI PODJETNIŠKEGA OKOLJA, KI NAJBOLJ IZSTOPAJO

Iz povprečne ocene okvirnih pogojev za nastanek in razvoj podjetništva leta 2009 lahko sklepamo, da okolje v Sloveniji po mnenju nacionalnih izvedencev ne spodbuja najboljše nastanka in razvoja podjetništva. Iz *Tabel 21 – 25* je razvidno, da so slovenski izvedenci najmanj kritični do dostopa do fizične infrastrukture in storitev (povprečna ocena 3,87), odnosa do žensk v podjetništvu (povprečna ocena 3,28), odnosa potrošnikov do inovacij (povprečna ocena 3,35), zaznavanja poslovnih priložnosti (povprečna ocena 3,31) in zaščite intelektualne lastnine (povprečna ocena 3,1). Ker so tem okvirnim pogojem za razvoj podjetništva izvedenci dodelili povprečno oceno, ki je višja od 3, lahko sklepamo, da so to sestavine okolja, ki so leta 2009 v določeni meri spodbujale nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji, a ne bistveno. Najbolj so izvedenci kritični do kulturnih in družbenih norm (2,21), izobraževanja za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah ter vladnih politik na področju regulative (2,32), bremen za odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu (2,41), veščin in sposobnosti prebivalcev za ustanovitev podjetij (2,5) ter podpore vladnih politik (2,25). Te sestavine v Sloveniji poleg tistih, ki so si leta 2009 prislužili povprečno oceno nižjo od 3, ne spodbujajo nastanka in razvoja podjetništva v Sloveniji.

Podrobnejši vpogled v okvire za podjetništvo v Sloveniji dajeta *Tabeli 26* in *27*, kjer smo navedli najvišje in najnižje ocenjene trditve v Sloveniji. Rezultati kažejo velik razpon ocen, ki so jih izvedenci dodelili posameznim trditvam o podjetniškem okolju (od 1,73 do 4,64). Ta razpon se je v Sloveniji v zadnjih letih povečeval. Tako kot leta 2007 in 2008 sta tudi leta 2009 na prvih dveh mestih med

najvišje ocenjenimi trditvami trditvi, da so ženske in moški v Sloveniji enako sposobni ustanoviti podjetje ter da v Sloveniji dober dostop do komunikacij za nova ali rastoča podjetja ni predrag. Ker sta pri obeh trditvah povprečni oceni nad 4, lahko sklepamo, da se izvedenci z obema trditvama strinjajo, in sicer bolj kot leta 2007 in 2008. Izvedenci se tudi strinjajo, da fizična infrastruktura zagotavlja dobro podporo za nova in rastoča podjetja. Ta ocena je drugačna od ocene izvedencev leta 2009, saj se ta trditev ni uvrstila na lestvico desetih najvišje ocenjenih trditev. Povprečne ocene pri ostalih trditvah so nad 3,5, kar pomeni, da se izvedenci z njimi prej strinjajo kot ne. Najvišje ocene so si tako kot pretekla leta prislužile sestavine dostopa do fizične infrastrukture, odnosa do žensk v podjetništvu in zaznavanje poslovnih priložnosti. Izvedenci se strinjajo, da v Sloveniji dober dostop do komunikacij za nova in rastoča podjetja ni predrag, da potrebujejo ta podjetja za dober dostop do komunikacij približno teden dni in da zmorejo kriti stroške osnovnih potrebščin, kot so plin, voda in elektrika. Izvedenci se tudi strinjajo, da so ženske in moški enako sposobni ustanoviti novo podjetje, da imajo ženske in moški enake možnosti dostopa do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev podjetja ter da je ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva kariera za žensko. Izvedenci se tudi strinjajo, da je za ustanovitev novih podjetij v Sloveniji več dobrih priložnosti, kot pa je ljudi, ki so jih sposobni izkoristiti. Novost med najvišje ocenjenimi trditvami pa sta sestavini socialnega podjetništva, ki ga v raziskavi GEM letos prvič proučujemo. Izvedenci se kar strinjajo, da družba pričakuje, da podjetja del dobička vrnejo skupnosti tako, da podprejo pomembne družbene in okoljske projekte, ter da bi morala slovenska podjetja več vlagati v družbeno odgovorne aktivnosti, če si želijo povrniti zaupanje javnosti, ki so jo izgubila zaradi globalne ekonomske krize.

Najnižje ocenjene trditve v Sloveniji kažejo tako kot dve leti poprej potrebo po ustreznih ukrepih predvsem na področju vladnih politik, finančne podpore ter kulturnih in družbenih norm, v lanskem letu pa tudi na področju izobraževanja v osnovni in srednji šoli. V zadnjih treh letih so slovenski izvedenci najbolj kritični do razpoložljivih finančnih virov za nova in rastoča podjetja, pridobljenih s prvo izdajo delnic, ter do višine davkov, ki po njihovem mnenju predstavlja breme za nova in rastoča podjetja. Razlika med letom 2009 in med leti 2008 in 2007 je le v tem, da sta si ti trditvi o finančnih virih in davčnih bremenih za nova in rastoča podjetja zamenjali prvo in drugo mesto na lestvici najnižje ocenjenih trditev v Sloveniji. Največ trditev na lestvici najnižje ocenjenih je s področja kulturnih in družbenih norm ter izobraževanja v osnovnih in srednjih šolah. Izvedenci so prepričani, da kultura v Sloveniji ne spodbuja podjetniškega prevzemanja rizika, da ne podpira močno individualnih uspehov, ki so doseženi z lastnimi naporami ter da ne poudarja neodvisnosti, avtonomnosti in osebne iniciative. Glede poučevanja v osnovnih in srednjih šolah niso prepričani, da zagotavlja primerno poznavanje načel tržnega gospodarstva in da spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo. Drugače kot leta 2008 so izvedenci kritični do tega, da bi številni ljudje vedeli, kako ustanoviti in voditi hitro rastoče podjetje in da imajo številni ljudje sposobnosti za organiziranje virov, ki so potrebni za nove podjeme. Kritični so tudi do tega, da se nova tehnologija ter znanstvena in druga znanja uspešno prenašajo z univerz in javnih raziskovalnih centrov v nova in rastoča podjetja.

Tabela 26: Najvišje ocenjeni pogoji za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji leta 2009

Oznaka trditve	Trditev: V Sloveniji ...	Slovenija		Države GEM (N=44)				
		Povprečna ocena	Rang med državami GEM		Najnižja povprečna ocena	Povprečna ocena	Najvišja povprečna ocena	
Deset najvišje ocenjenih trditev v Sloveniji								
P05	so ženske in moški enako sposobni ustanoviti novo podjetje.	4,64	2	1,88	Madžarska	3,79	4,78	Irska
H02	dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) za nova ali rastoča podjetja ni predrag.	4,28	6	2,75	Brazilijska	3,77	4,58	Norveška
H01	fizična infrastruktura (ceste, zgradbe, komunikacije, zbiranje odpadkov) zagotavlja dobro podporo za nova in rastoča podjetja.	4,03	9	1,89	Srbija	3,36	4,91	Švica
P04	imajo ženske in moški enake možnosti dostopa do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja.	3,94	5	1,67	Savdska Arabija	3,16	4,21	Shenzhen
S01	družba pričakuje, da podjetja del dobička vrnejo skupnosti tako, da podprejo pomembne družbene in okoljske projekte.	3,89	14	2,94	BIH	3,63	4,44	Nemčija
H03	potrebuje novo ali rastoče podjetje za dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) približno teden dni.	3,82	25	2,5	Italija	3,79	4,64	Hong Kong
H04	nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške osnovnih potrebščin (plin, voda, elektrika, kanalizacija).	3,79	23	2,93	Tonga	3,78	4,64	Hong Kong
P02	je ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva kariera za žensko.	3,69	18	2,34	Madžarska	3,55	4,67	Irska
K02	je za ustanovitev novih podjetij več dobrih priložnosti, kot pa je ljudi, ki so jih sposobni izkoristiti.	3,64	16	2,26	Grčija	3,49	4,33	Panama
S06	bi morala podjetja več vlagati v družbeno odgovorne aktivnosti, če si želijo povrniti zaupanje javnosti, ki so jo izgubila zaradi globalne ekonomske krize.	3,59	33	3,09	Norveška	3,79	4,32	Nemčija

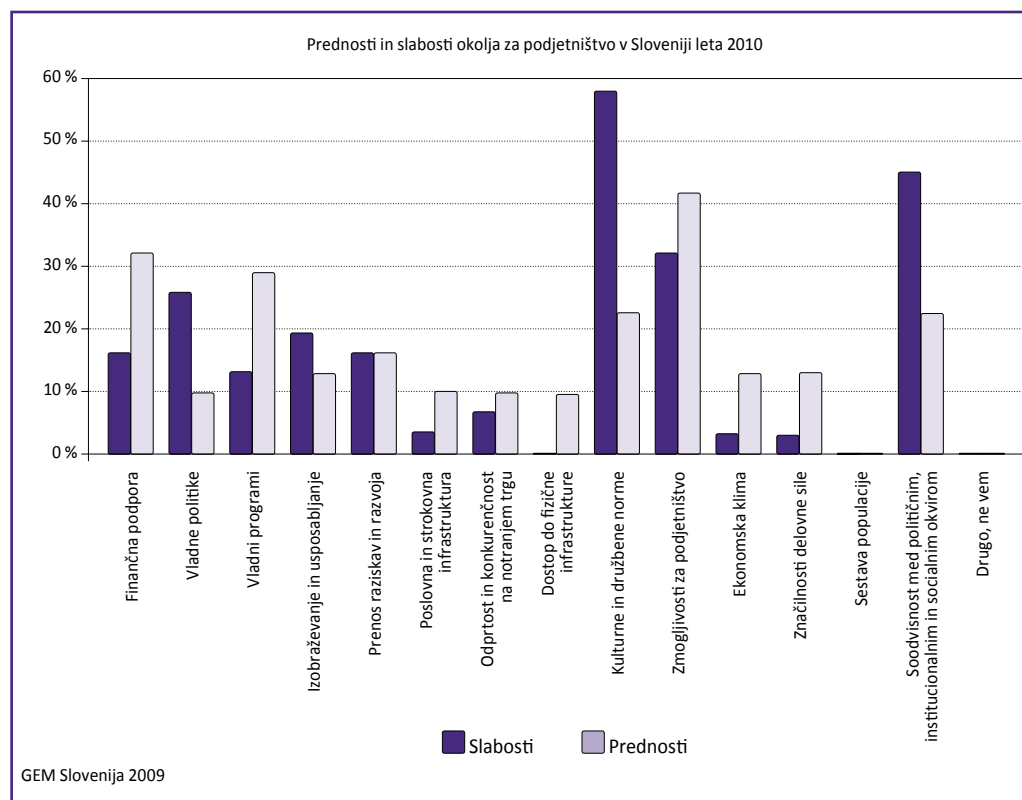
Tabela 27: Najnižje ocenjeni pogoji za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji leta 2009

Oznaka trditve	Trditev: V Sloveniji ...	Slovenija		Države GEM (N=44)					
		Povprečna ocena	Rang med državami GEM		Najnižja povprečna ocena		Povprečna ocena		Najvišja povprečna ocena
Deset najnižje ocenjenih trditev v Sloveniji									
A06	je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic.	1,73	35	1,35	Urugvaj	2,20	3,74	Norveška	
B05	višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja.	1,94	35	1,47	Brazilijska	2,55	4,61	Hong Kong	
I03	nacionalna kultura spodbuja podjetniško prevzemanje rizika.	1,97	42	1,87	Urugvaj	2,60	4,14	Irska	
I01	nacionalna kultura močno podpira individualne uspehe, ki so bili doseženi z lastnimi naporji.	2,11	44	2,11	Slovenija	3,09	4,49	Shenzhen	
G06	je protimonopolna zakonodaja uspešna in se učinkovito izvaja.	2,21	31	1,46	Ekvador	2,54	3,67	Danska	
I02	nacionalna kultura poudarja neodvisnost, avtonomnost in osebno iniciativo.	2,23	43	2,05	Urugvaj	2,96	4,69	Irska	
D02	poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno poznavanje načel tržnega gospodarstva.	2,24	14	1,45	Srbija	2,05	2,93	Danska	
L01	številni ljudje vedo, kako ustanoviti in voditi hitro rastoče podjetje.	2,25	15	1,75	Latvija	2,19	3,34	Ekvador	
D01	poučevanje v osnovnih in srednjih šolah spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo.	2,28	20	1,54	Ekvador	2,20	3,4	Shenzhen	
E01	se nova tehnološka, znanstvena in druga znanja uspešno prenašajo z univerz in javnih raziskovalnih centrov v nova in rastoča podjetja.	2,29	22	1,56	Savdska Arabija	2,47	3,92	Švica	
L05	imajo številni ljudje sposobnosti za organiziranje virov, ki so potrebni za nove podjeme.	2,29	26	1,61	Srbija	2,34	3,83	Irska	

4.5. TEMELJNE PREDNOSTI IN SLABOSTI PODJETNIŠKEGA OKOLJA PO MNENJU IZVEDENCEV

Nacionalne izvedence smo vprašali, katere so po njihovem mnenju tri temeljne slabosti, ki zavirajo razvoj podjetništva v Sloveniji, in tri temeljne prednosti, ki bi jih Slovenija lahko izkoristila za spodbujanje nastanka novih podjetij in rasti ustaljenih podjetij.

Izvedenci so med temeljnimi prednostmi Slovenije za razvoj podjetništva najpogosteje izpostavili zmogljivosti za podjetništvo, finančno podporo in vladne programe, med temeljnimi slabostmi pa najpogosteje podjetništvu nenaklonjene kulturne in družbene norme, soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom, ki podjetništvu ne daje prave vloge, ter pomanjkanje zmogljivosti za podjetništvo (Slika 46).



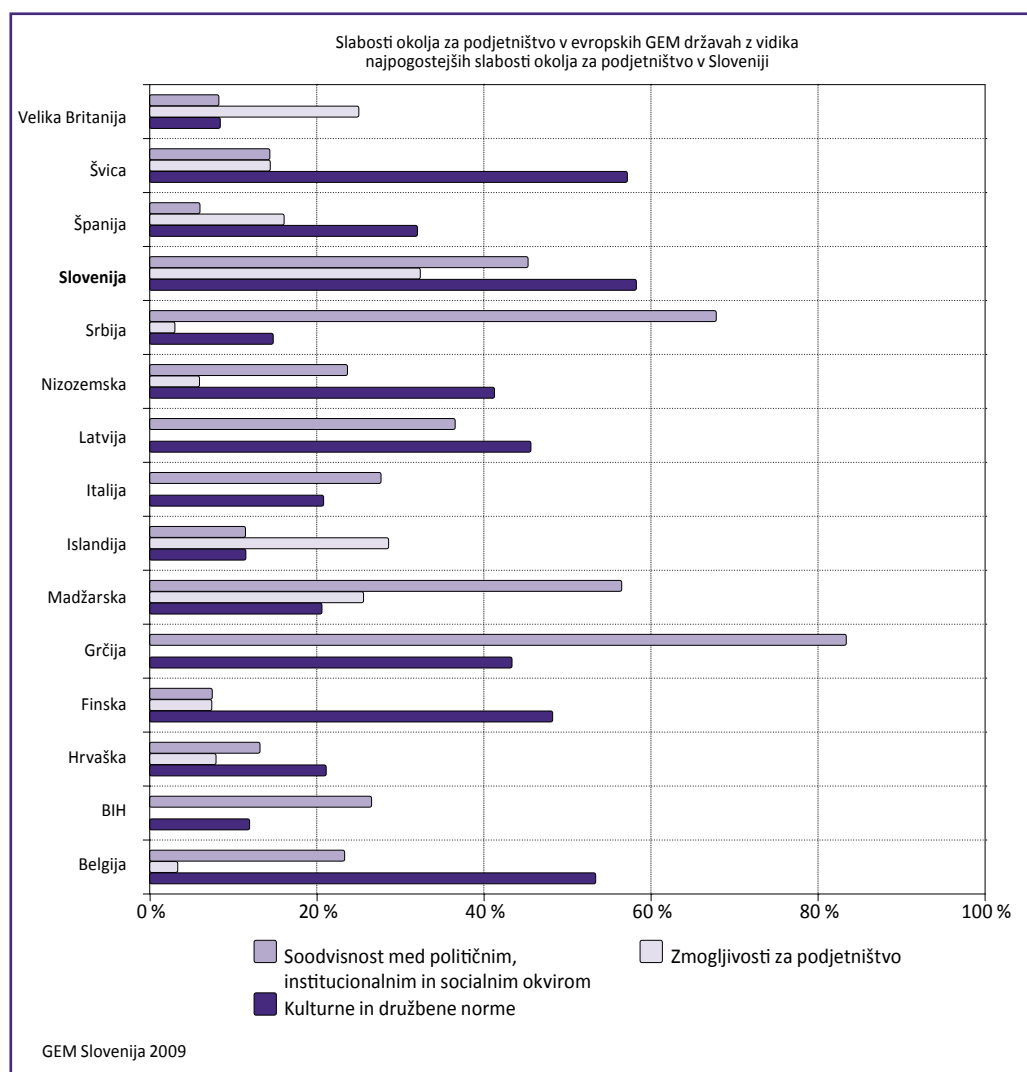
Slika 46: Temeljne prednosti in pomanjkljivosti okolja za podjetništvo v Sloveniji leta 2009

Največ nacionalnih izvedencev izpostavlja neustrezno oziroma prenizko podjetniško kulturo ter družbene vrednote in norme, ki podjetništvu niso naklonjene. Oboje se odraža v negativnem odnosu družbe kot celote do podjetništva in podjetnikov. Izvedenci menijo, da v družbi prevladuje nezaupanje do podjetnikov in miselnost, ki ne podpira individualnih odgovornosti za uspeh. Podjetniško aktivnost v Sloveniji pa po mnenju izvedencev zavira tudi pomanjkanje tradicije in povečevanje slabih zgledov podjetništva oziroma podjetnikov v medijih.

Na drugo mesto postavljajo nacionalni izvedenci podjetništvu nenaklonjeno soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom. Izvedenci najpogosteje izpostavljajo neustrezno davčno in delovno zakonodajo ter administrativne ovire. Poudarili so tudi, da je družba izrazito politično usmerjena, kar nakazuje na preveliko vlogo politike v gospodarstvu.

Izvedenci so kot najpogostejši razlog za pomanjkanje podjetniške naravnosti navedli strah pred neuspehom ter pomanjkanje drznosti za pričetek lastnega posla. Po njihovem mnenju sta razloga tudi majhen trg in prenizko število uspešnih velikih podjetij.

V *Sliki 47* smo primerjali mnenja nacionalnih izvedencev v evropskih GEM državah o tistih treh podjetniških okvirih, ki jih slovenski izvedenci najpogosteje navajajo kot zaviralci podjetništva v Sloveniji.

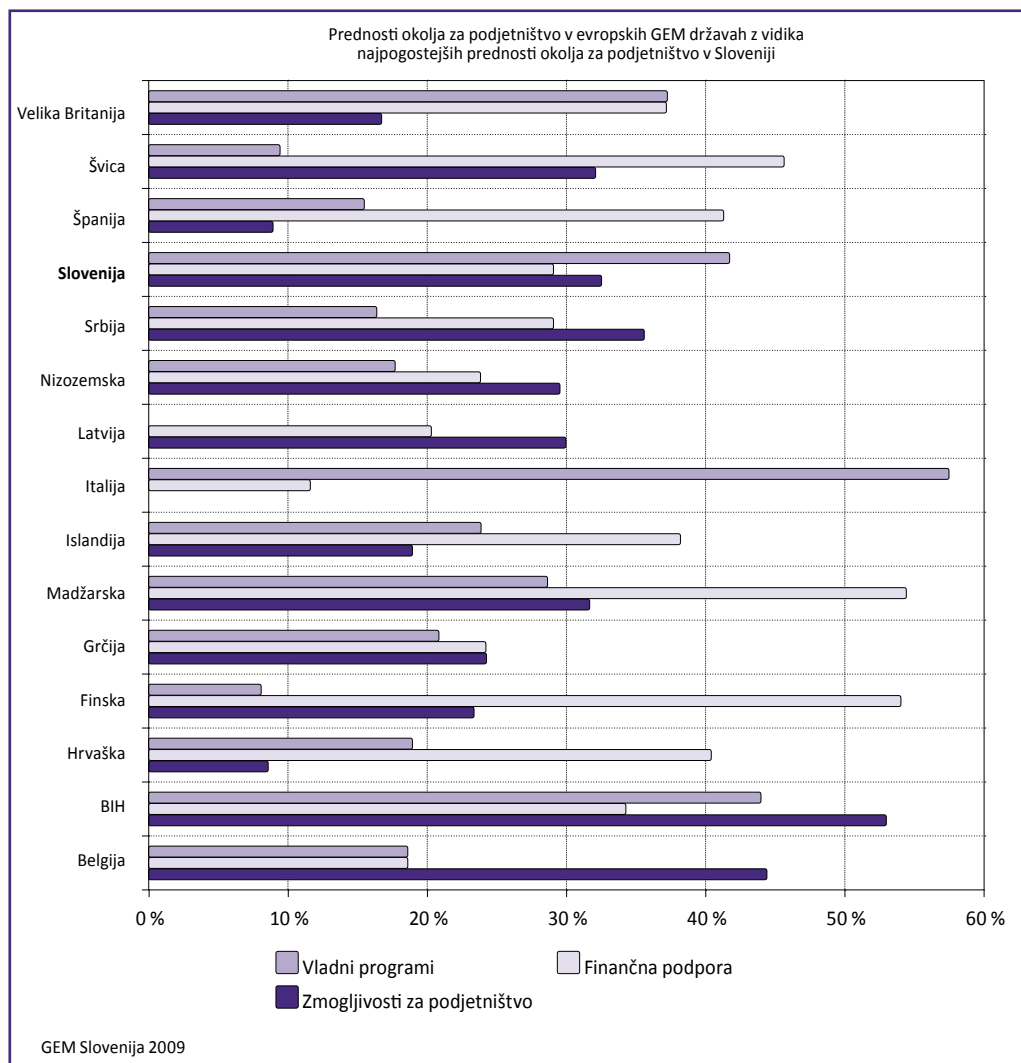


Slika 47: Slabosti okolja za podjetništvo v evropskih GEM državah z vidika najpogostejših slabosti v Sloveniji leta 2009

V nobeni državi niso izvedenci omenjali kulturnih in družbenih norm kot temeljni zaviralni dejavnik podjetništva pogostejše kot izvedenci v Sloveniji. Enako velja za zmogljivosti za podjetništvo. So pa pogostejše kot izvedenci v Sloveniji med slabostmi omenjali soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom nacionalni izvedenci v Grčiji, Srbiji in Madžarski.

Kljub slabostim, ki zavirajo podjetništvo v Sloveniji, nacionalni izvedenci menijo, da ima Slovenija tudi prednosti, ki bi jih lahko izkoristila za pospeševanje podjetništva. Čeprav družbene norme in vrednote podjetništvu niso naklonjene, nacionalni izvedenci menijo, da so delavnost, ustvarjalnost in iznajdljivost posameznikov v Sloveniji največja prednost za pospeševanje podjetništva. Pri tem najpogostejše izpostavljajo mlado generacijo, ki je vse bolj podjetniško naravnana in usposobljena. Prednosti za podjetništvo v Sloveniji pa vidijo izvedenci tudi v tesnih socialnih mrežah (angl. networking).

Nacionalni izvedenci v Sloveniji vidijo prednost za razvoj podjetništva tudi v finančni podpori, saj so po njihovem mnenju skladi tveganega kapitala in zagonske investicije druga najpomembnejša prednost, ki bi jo lahko Slovenija izkoristila za pospeševanje podjetniške aktivnosti. Priložnosti za podjetništvo v Sloveniji so tudi razpoložljiva finančna podpora in vladni programi, ki bi lahko po mnenju izvedencev v večji meri kot doslej spodbujala posameznike h podjetništvu. Pri tem izvedenci kot največjo prednost najpogostejše izpostavljajo finančno podporo za že obstoječa podjetja in številne podpirne iniciative za spodbujanje podjetništva (podporno okolje) in sistem VEM (vse na enem mestu), ki omogoča registracijo podjetja na enem mestu, podjetniške informacije ter strokovno in administrativno podjetniško pomoč pri poslovanju.

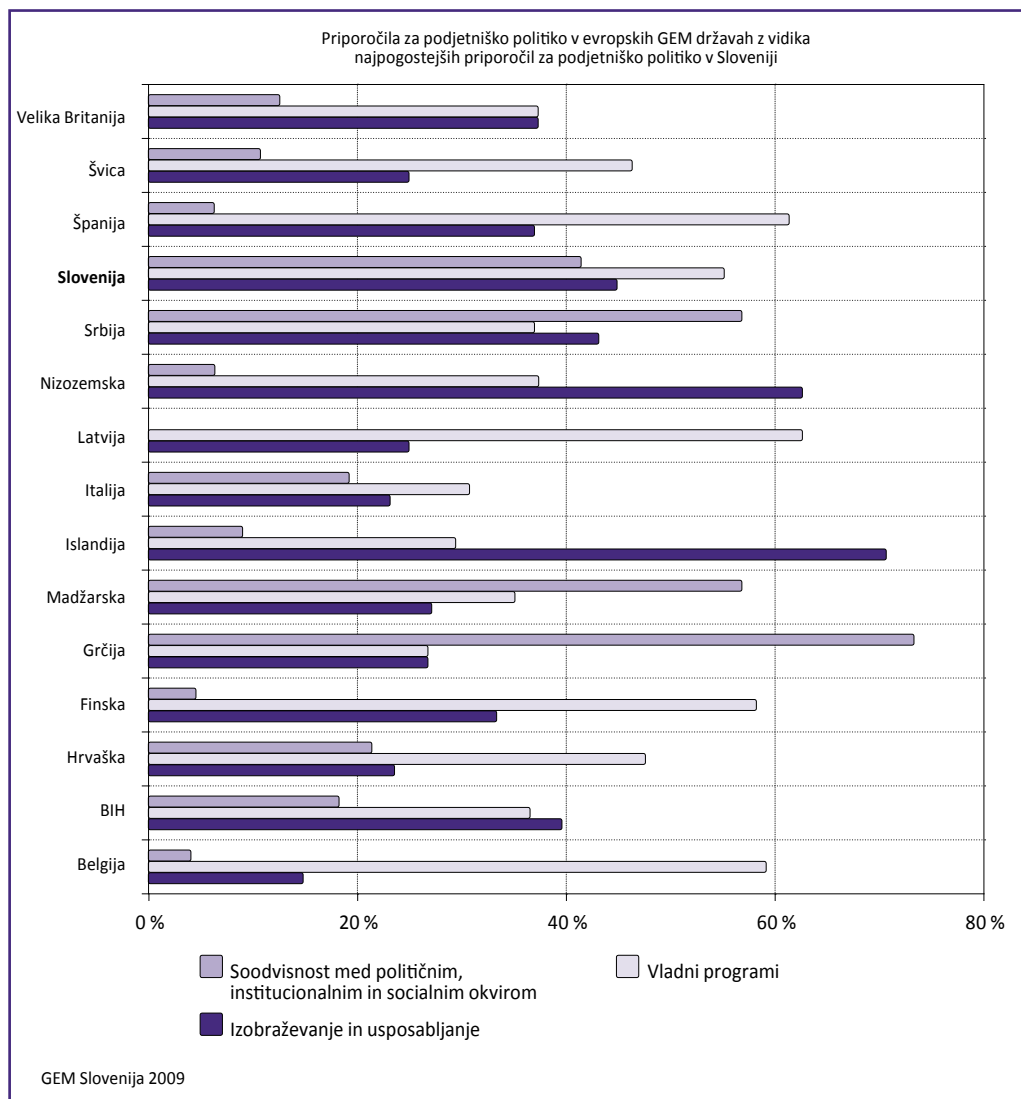


Slika 48: Prednosti okolja za podjetništvo v evropskih GEM državah z vidika najpogostejših prednosti v Sloveniji leta 2009

Primerjava mnenj slovenskih izvedencev z mnenji evropskih GEM izvedencev o omenjenih treh okvirih podjetniškega okolja kot spodbujevalcem podjetništva v njihovi državi kaže (Slika 48), da so zmogljivosti za podjetništvo med temeljnimi prednostmi za razvoj podjetništva v njihovi državi pogostejše kot v Sloveniji omenjali še izvedenci v Belgiji, Srbiji in BIH, vladne programe pa izvedenci v Italiji in BIH. Pogostejše kot v Sloveniji vidijo v razpoložljivi finančni podpori prednosti za razvoj podjetništva v njihovi državi tako izvedenci v srednji in zahodni Evropi (Veliki Britaniji, Švici, Španiji, Finski in Islandiji) kot v vzhodni Evropi (izvedenci v Grčiji, Srbiji in Madžarski).

4.6. KAKŠNE UKREPE PREDLAGAJO IZVEDENCI V SLOVENIJI

Primerjavo med področji, kjer imajo izvedenci v Sloveniji največ predlogov za pospeševanje podjetništva podajamo v *Sliki 49*. Po mnenju nacionalnih izvedencev bi v Sloveniji podjetniško aktivnost lahko v največji meri spodbudili z ustreznim izobraževalnim sistemom in sistemom usposabljanja. Za to področje imajo nacionalni izvedenci največ predlogov za ukrepanje. Večina izvedencev meni, da ima podjetniško izobraževanje in usposabljanje velik pomen za podjetništvo in gospodarsko rast nasploh, zato bi ga veljalo uvesti v celoten šolski sistem, začenši z vrtcem. Naloga šolskega sistema naj bi bila, da bi nenehno spodbujal podjetniško miselnost posameznikov in njihove sposobnosti za podjetništvo, obstoječe podjetnike pa izobrazil in usposobil za identifikacijo in izvedbo idej, ki omogočajo hitro rast njihovih podjetij.



Slika 49: Področja, kjer imajo izvedenci GEM največ prporočil za pospeševanje podjetništva v svoji državi

Čeprav vidijo nacionalni izvedenci v vladnih programih prednost, ki bi jo Slovenija lahko izkoristila za spodbujanje podjetništva, menijo, da ti hkrati zavirajo podjetništvo v Sloveniji. Po njihovem mnenju bi podjetniško aktivnost v Sloveniji v največji meri spodbudili s programi, ki bi bili namenjeni pospeševanju razvoja podjetništva na nacionalni ravni. Med predlogi so izpostavili predvsem davčne spodbude, pa tudi točke VEM, ki jih izvedenci hkrati vidijo kot pomembno prednost, ki bi jo Slovenija lahko izkoristila za spodbujanje podjetništva. Nacionalni izvedenci so izpostavili tudi potrebo po izboljšanju sodelovanja med pripravljalci in izvajalci programov in politik na področju podjetništva ter »uporabniki« teh programov in politik, torej podjetnikov.

Predlogi nacionalnih izvedencev, ki bi jih bilo treba po njihovem mnenju uresničiti, da bi se v Sloveniji čim več posameznikov odločilo za podjetništvo, se v veliki meri nanašajo tudi na soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom. Največ predlogov izvedencev je povezanih s spremembo davčne politike (poudarjajo predvsem potrebo po nižjih davkih) ter ustreznijšim delovanjem pravne države (to je zagotovitev enakosti pred zakonom). Po njihovem mnenju bi morala vlada v večji meri usklajevati politike in ukrepe med ministrskimi resorji in izboljšati povezanost med različnimi državnimi institucijami.

Socialno podjetništvo

Kot smo opisali v uvodnem poglavju te monografije, GEM uporablja dva temeljna vira primarnih podatkov in sicer anketiranje reprezentativnega vzorca odrasle populacije ter intervjuvanje izbranih posameznikov, za katere po njihovi dosedanji podjetniški aktivnosti, profesionalnosti, znanju in ugledu sodimo, da lahko prispevajo k razumevanju podjetništva v Sloveniji. Anketirani vzorec odrasle populacije je v Sloveniji štel 3.030 ljudi (v vseh sodelujočih državah skupaj 164.526), število izbranih nacionalnih izvedencev pa 36 (v vseh sodelujočih državah skupaj 1.600).

V raziskavo GEM je bilo leta 2009 prvič vključeno tudi poglavje o socialnem podjetništvu. Več o njem smo poskušali izvedeti tako, da smo o njem povprašali tako vzorec odrasle populacije kot tudi nacionalne izvedence. Ker gre seveda za dva različna vzorca, ki ju ne smemo neposredno primerjati, bomo v nadaljevanju nekatera spoznanja, do katerih smo prišli, prikazali ločeno. Najprej si bomo ogledali, kako razširjeno je in kakšne so značilnosti socialnega podjetništva kot nam ga kaže analiza odraslih posameznikov, zatem pa bomo prikazali še stališča izvedencev o tej temi.

5.1. ZNAČILNOSTI SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI IN SVETU

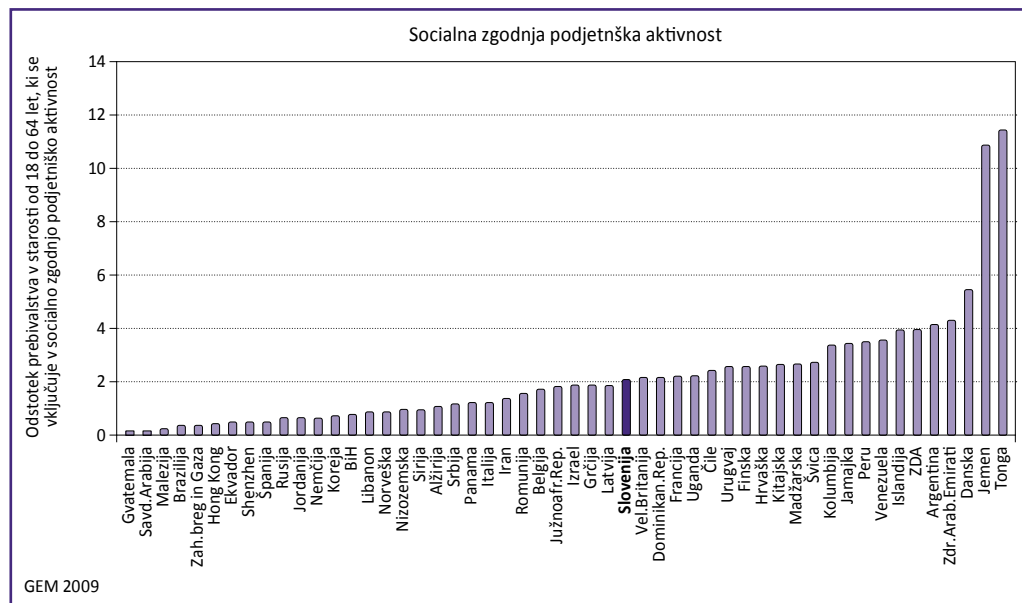
Med odraslo populacijo smo podjetniško aktivne posameznike na socialnem področju v raziskavi identificirali s pomočjo začetnega vprašanja:

Ali vi, sami ali s kom, trenutno poskušate ustanoviti ali ste lastnik in vodja kakršne koli aktivnosti, organizacije ali pobude, ki ima še posebej DRUŽBEN ALI OKOLJSKI CILJ ALI CILJ, POMEMBEN ZA SKUPNOST? To lahko vključuje zagotavljanje storitev ali usposabljanje socialno šibkejših ali invalidnih oseb, uporabljanje dobička za socialno usmerjene namene, organiziranje skupin za samopomoč za družbeno delovanje itd.

V nadaljevanju smo preverili, če je ta posameznikova zgodnja podjetniška aktivnost tista, o kateri je morebiti govoril že prej v raziskavi (predhodno identificirana zgodnja podjetniška aktivnost), ali pa druga. Nato pa smo z vrsto nadaljnjih vprašanj raziskali značilnosti takšne zgodnje socialne podjetniške aktivnosti.

V literaturi je mogoče najti veliko definicij socialnega podjetništva (na primer Short et al., 2009), v raziskavi GEM pa pod tem izrazom razumemo posameznike ali organizacije, ki so vključene v zgodnjo podjetniško aktivnost, ki nosi v sebi določeno socialno noto.

Kot osnovni kazalec socialnega podjetništva, razumljenega v skladu z zgornjim opisom, smo izračunali stopnjo zgodnje socialno naravnane podjetniške aktivnosti. Ta podaja delež odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let, ki se vključuje v zgodnjo socialno podjetniško aktivnost. Ta kazalec smo imenovali SEA indeks (social early-stage entrepreneurial activity) ali indeks socialne zgodnje podjetniške aktivnosti.

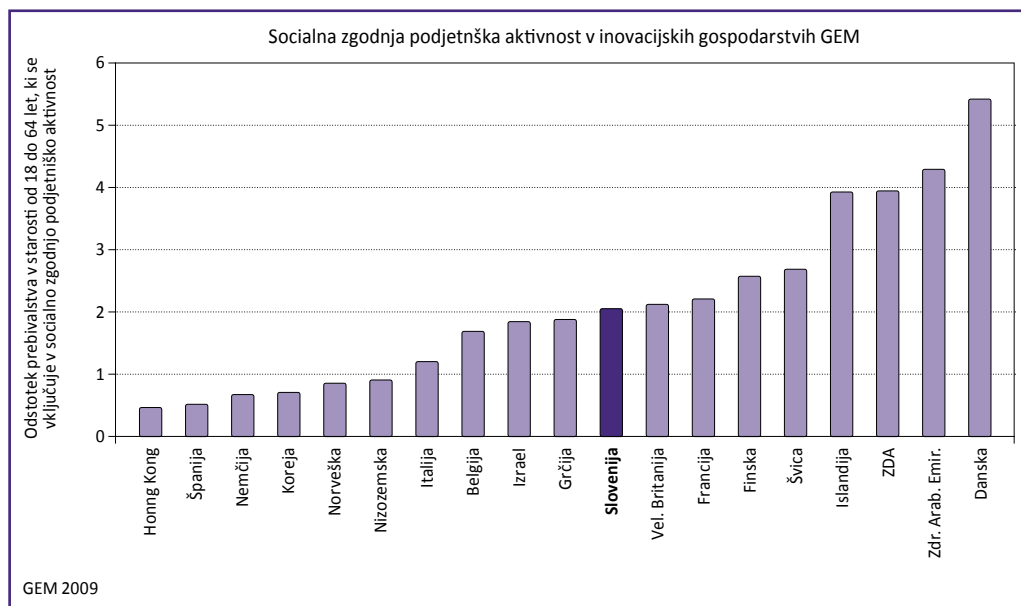


Slika 50: Stopnja zgodnje socialne podjetniške aktivnosti v državah GEM, 2009

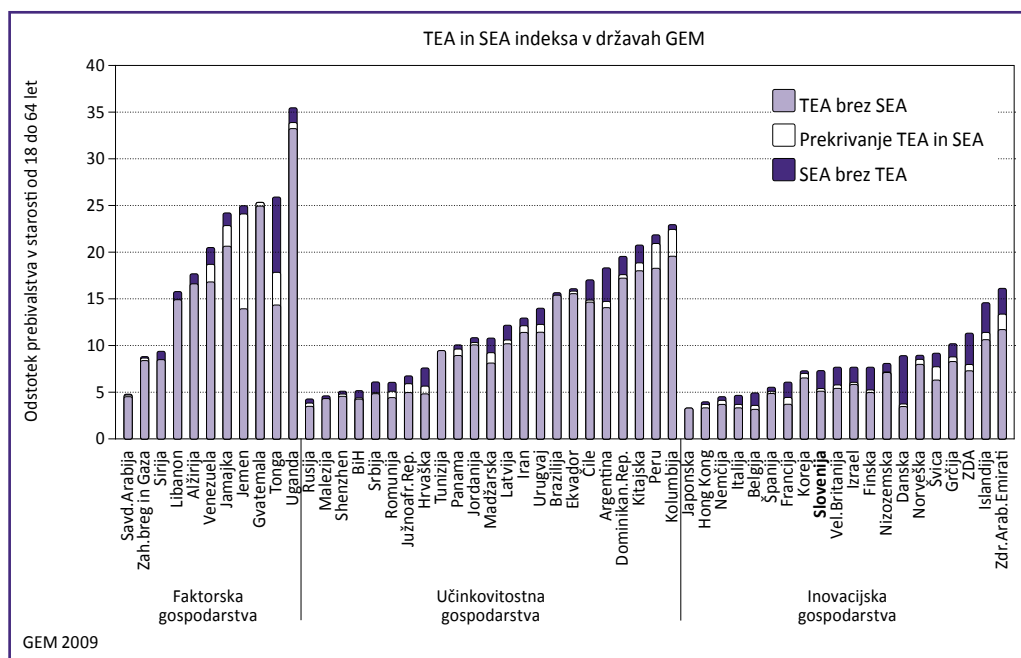
Povprečna vrednost tega kazalca v vseh 49 državah, ki so v svojo raziskavo vključila to poglavje, je enaka 1,8 %, njegova vrednost v posameznih državah pa je od nizkih 0,1 %, pa vse do 4,3 %. Porazdelitev znotraj treh skupin držav (faktorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva) je zelo podobna. Kot je prikazano na *Sliki 51*, se v skupini inovacijskih gospodarstev Slovenija z 2,05 % nahaja nekje na sredini lestvice, v družbi evropskih držav.

Primerjava z ostalimi evropskimi državami umesti Slovenijo na 9. mesto v skupini dvajsetih evropskih držav. Na zadnjem mestu je Španija z 0,53 %, na drugi strani lestvice, na najvišjih mestih pa so Danska (5,42 %), Islandija (3,94 %) in Švica (2,71 %).

Številni razlogi podpirajo tezo, da je socialnega podjetništva več v manj razvitih okoljih v splošnem zato, ker so tovrstni problemi v manj razvitih okoljih bolj izraziti. Hkrati pa veliko razlogov govori tudi v prid tezi, da je tovrstnega podjetništva več v razvitejših in bogatejših okoljih zato, ker se posamezniki, ki zadovoljijo svoje potrebe, nato usmerijo v zadovoljevanje osnovnih potreb drugih (Bosma, Levie, 2010). Nekateri avtorji (Baumol, 1990, 1993) omenjajo, da je stopnja socialnega podjetništva znotraj skupnega podjetništva v bogatejših državah višja kot pa v revnejših – v bogatejših državah naj bi socialno podjetništvo v večji meri nadomestilo podjetniško aktivnost, ki nima socialne note. V ta namen je na *Sliki 52* prikazan delež stopnje socialne zgodnje podjetniške aktivnosti (povsem socialno podjetništvo), delež zgodnje podjetniške aktivnosti (povsem zgodnja podjetniška aktivnost brez socialnega podjetništva) in delež podjetniške aktivnosti, kjer se oba tipa prekrivata.



Slika 51: Stopnja socialne zgodnje podjetniške aktivnosti v skupini inovacijskih gospodarstev GEM, 2009

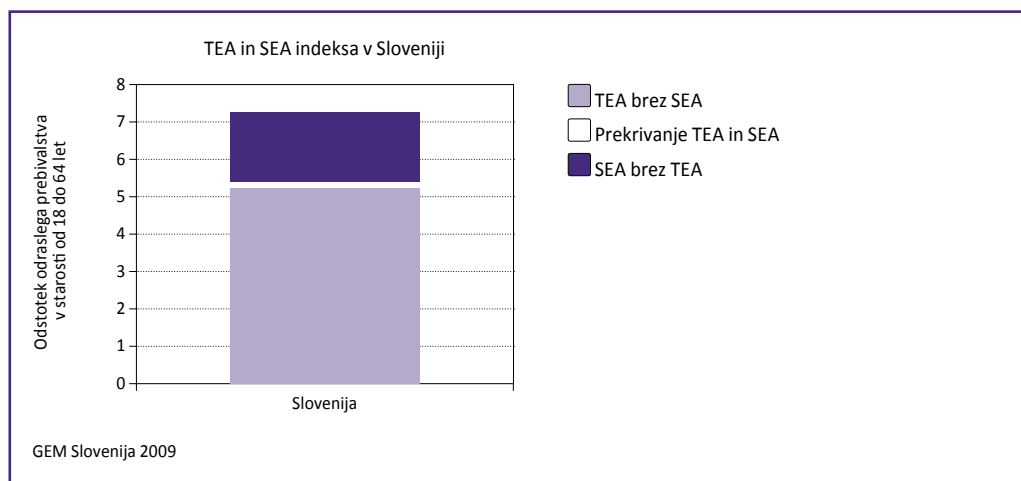


Slika 52: TEA in SEA indeksa v državah GEM, 2009

Kot je razvidno iz *Slike 52*, je stopnja socialnega podjetništva veliko nižja kot stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti brez socialne note, kar velja za vse sodelujoče države. Prej omenjene teze, da v bogatejših državah socialno podjetništvo v večji meri nadomešča podjetniško aktivnost, ki nima

družbeno odgovorne vsebine, kot pa v revnejših, pa ni mogoče potrditi: nekatere države z visokimi vrednostmi BDP na prebivalca, kot so Norveška, Nizozemska ali Nemčija, imajo zelo nizko stopnjo socialnega podjetništva. Res pa je, da povprečna vrednost SEA indeksa z gospodarsko razvitostjo (oziroma z naraščanjem BDP na prebivalca) v povprečju narašča: v faktorskih gospodarstvih je povprečna vrednost enaka 1,6 %, v učinkovitostnih 1,8 % in v inovacijskih gospodarstvih 1,9 %.

Prekrivanje obeh tipov podjetništva je v evropskih državah razmeroma majhno, največje je v državah Latinske Amerike. V Sloveniji je opisana struktura podjetništva prikazana na *Sliki 53*. V Sloveniji je delež prebivalstva v starosti od 18 do 64 let, ki je vključeno v TEA in SEA hkrati zelo majhen, le 0,13 %, delež prebivalstva, ki je vključen zgolj v SEA je 1,92 %, delež tistih, ki so vključeni zgolj v TEA pa 5,23 %.



Slika 53: Struktura TEA in SEA indeksa v Sloveniji, 2009

Ob analiziranju, kakšne so značilnosti podjetnikov, ki se lotevajo socialnega podjetništva, je zanimiva primerjava med moškimi in ženskami. Medtem ko ugotavljamo, da je v Sloveniji razmerje med stopnjama zgodnje podjetniške aktivnosti med moškimi in ženskami več kot 3:1 v korist moških, je na področju socialnega podjetništva to razmerje v korist moških le 1,8 : 1. Ta značilnost, da je razlika med stopnjama vključenosti moških in žensk manj izrazita pri SEA kot pri TEA, je sicer značilna za vse sodelujoče GEM države. V skupini inovacijskih gospodarstev je povprečna stopnja socialnega podjetništva za moške 1,2 %, za ženske pa 0,7 %, kar pomeni, da je Slovenija pri obeh primerih tipična država inovacijskega gospodarstva.

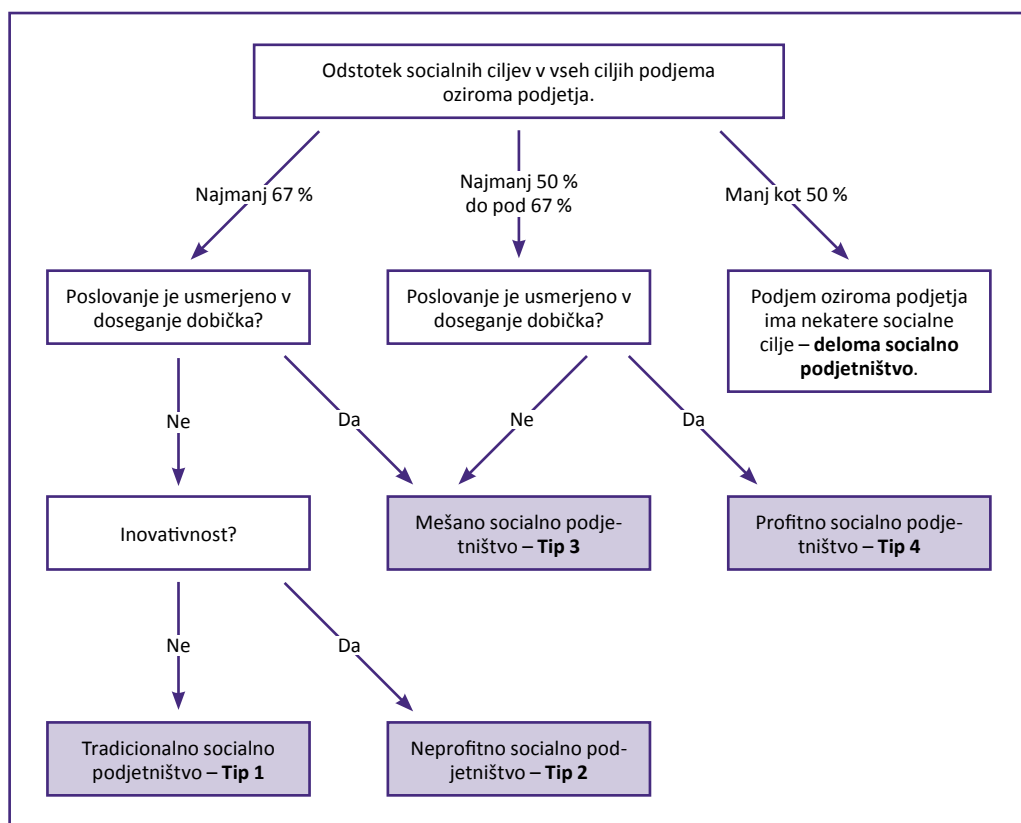
Socialno zgodnjo podjetniško aktivnost oziroma podjeme smo glede na opredeljujoče značilnosti razvrstili v štiri skupine oziroma tipe. Značilnosti, na osnovi katerih smo opravili delitev, so bile:

- poudarek na socialnih ciljih v primerjavi z ekonomskimi,
- strateška usmerjenost poslovanja v pridobivanje dohodka na trgu in delež tako ustvarjenega prihodka v skupnih prihodkih podjetja oziroma podjema,
- inovativnost (glede na to, ali podjem ponuja nov tip izdelka ali storitve, nov način izdelave, dobave ali promoviranja izdelka ali storitve ipd.).

Štirje tipi socialnega podjetništva pa so:

- **Tip 1:** Tradicionalno socialno podjetništvo (visok delež socialnih ciljev v vseh ciljih podjetja oziroma podjetja, poslovanje ni usmerjeno v doseganje dobička, inovativnost ni poudarjena);
- **Tip 2:** Neprofitno socialno podjetništvo (visok delež družbeno-socialnih ciljev v vseh ciljih podjetja oziroma podjetja, poslovanje ni usmerjeno v doseganje dobička, poudarjena inovativnost);
- **Tip 3:** Mešano socialno podjetništvo (visok delež socialnih ciljev v vseh ciljih podjetja oziroma podjetja, poslovanje je usmerjeno v doseganje dobička *ALI* srednje visok delež socialnih ciljev v vseh ciljih podjetja oziroma podjetja, poslovanje ni usmerjeno v doseganje dobička);
- **Tip 4:** Profitno socialno podjetništvo (srednje visok delež socialnih ciljev v vseh ciljih podjetja oziroma podjetja, poslovanje je usmerjeno v doseganje dobička *ALI* nizak delež socialnih ciljev v vseh ciljih podjetja oziroma podjetja).

Na *Sliki 54* je nazorno prikazano, kako smo določali navedene tipe socialnega podjetništva.



Slika 54: Odločitveni diagram za identifikacijo štirih tipov socialnega podjetništva, GEM 2009

V Tabeli 28 je prikazana razdelitev socialnega podjetništva med opisane tipe za vse države v skupini inovacijskih gospodarstev.

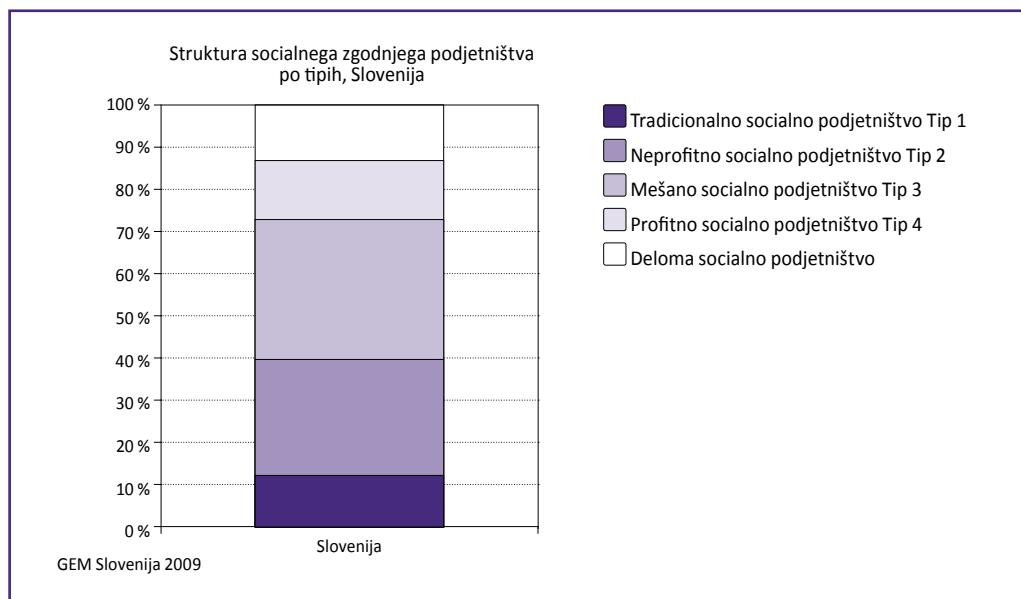
Tabela 28: Tipi socialnega podjetništva v inovacijskih gospodarstvih GEM 2009

Država	Tradicionalno socialno p. Tip 1	Neprofitno socialno p. Tip 2	Mešano socialno p. Tip 3	Profitno socialno p. Tip 4	Deloma socialno p.	Drugo
Belgija	13 %	25 %	28 %	10 %	19 %	6 %
Finska	7 %	19 %	43 %	16 %	9 %	6 %
Francija	5 %	17 %	33 %	21 %	17 %	6 %
Nemčija	19 %	17 %	29 %	14 %	22 %	0 %
Grčija	8 %	48 %	24 %	3 %	13 %	4 %
Hong Kong	0 %	18 %	24 %	12 %	41 %	6 %
Islandija	5 %	34 %	44 %	5 %	6 %	6 %
Izrael	7 %	36 %	25 %	13 %	13 %	6 %
Italija	13 %	25 %	25 %	22 %	11 %	3 %
Koreja	0 %	40 %	0 %	0 %	40 %	20 %
Nizozemska	13 %	25 %	44 %	10 %	7 %	1 %
Norveška	3 %	38 %	32 %	12 %	15 %	0 %
SLOVENIJA	12 %	28 %	34 %	14 %	12 %	1 %
Španija	11 %	36 %	22 %	8 %	20 %	4 %
Švica	3 %	17 %	20 %	17 %	31 %	12 %
Velika Britanija	5 %	30 %	32 %	13 %	13 %	7 %
Združeni Arabski E.	1 %	14 %	21 %	23 %	37 %	5 %
ZDA	8 %	35 %	26 %	11 %	13 %	6 %
<i>Povprečje</i>	7 %	28 %	28 %	12 %	19 %	6 %

Mešano socialno podjetništvo je v skupini inovativnih gospodarstev prevladujoč tip zlasti na Finskem, v Islandiji in na Nizozemskem, kjer predstavlja več kot 40 % celotnega socialnega podjetništva, pa tudi v Belgiji, Nemčiji, Veliki Britaniji in Sloveniji, kjer je prav tako najpogostejši tip socialnega podjetništva in predstavlja med 28 % in 34 % celotnega socialnega podjetništva.

V ZDA, Španiji, na Norveškem in v Grčiji je prevladujoč tip neprofitnega socialnega podjetništva, medtem ko je profitno naravnano socialno podjetništvo prevladujoče zlasti v Švici, Združenih Arabskih Emiratih in Koreji.

Na *Sliki 55* je prikazana struktura socialnega podjetništva v Sloveniji. Vidimo, da je največ mešanega (34 %) in neprofitnega (28 %) socialnega podjetništva.



Slika 55: Struktura socialnega zgodnjega podjetništva v Sloveniji, 2009

Na splošno lahko ob analizi socialnega zgodnjega podjetništva ugotovimo, da je med inovativnimi gospodarstvi GEM prevladujoč tip mešano socialno podjetništvo, torej po eni strani močno izraženi družbeno odgovorni socialni cilji podjema oziroma podjetja ob hkratnem poslovanju, ki je usmerjeno v doseganje dobička, oziroma, po drugi strani, srednje visok delež socialnih ciljev v vseh ciljih podjema oziroma podjetja, poslovanje pa hkrati ni usmerjeno v doseganje dobička. Nekoliko presenetljiv je visok delež profitnega socialnega podjetništva v nekaterih najbogatejših državah – cilj podjema oziroma podjetja je doseganje profita, ob hkratnih razmeroma močno izraženih družbeno odgovornih socialnih ciljih, kar kaže na to, da je delitev med socialnim in profitnim podjetništvom za velik delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva neprikladna.

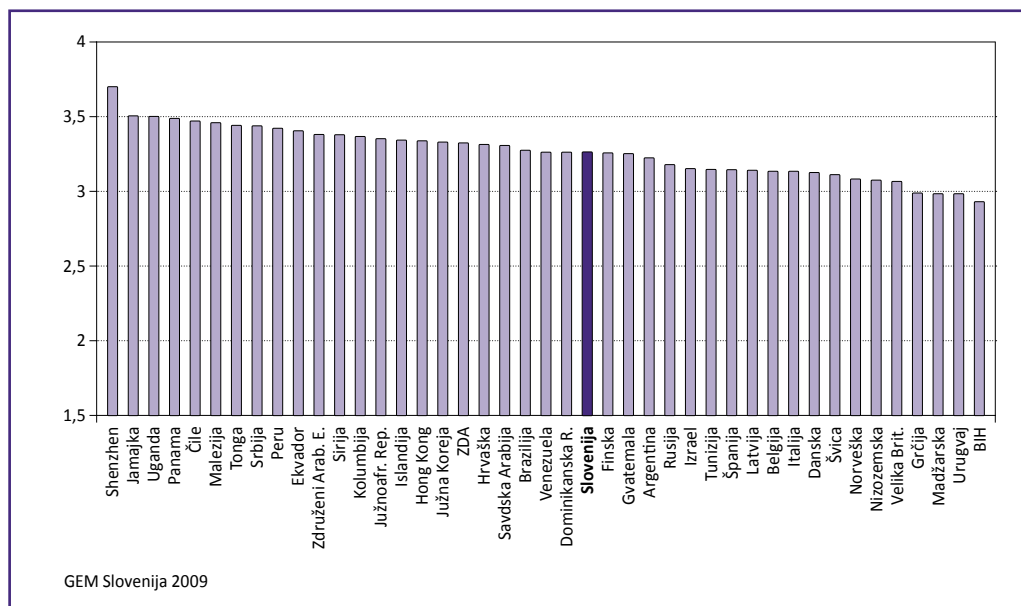
5.2. STALIŠČA IZVEDENCEV O OKOLJU ZA SOCIALNO PODJETNIŠTVO

V nadaljevanju podajamo rezultate proučevanja okolja za nastanek in razvoj podjetništva z vidika socialne naravnosti posameznikov in organizacij tako kot so nam ga posredovali nacionalni izvedenci. Kot smo omenili v četrtem poglavju, so bili leta 2009 skladno s proučevanjem podjetniške aktivnosti standardiziranemu vprašalniku dodane trditve, ki izražajo odnos posameznikov in družbe do socialne usmerjenosti podjetniške aktivnosti. Te trditve so navedene v Tabeli 29.

Tabela 29: Stališča o socialnem podjetništvu

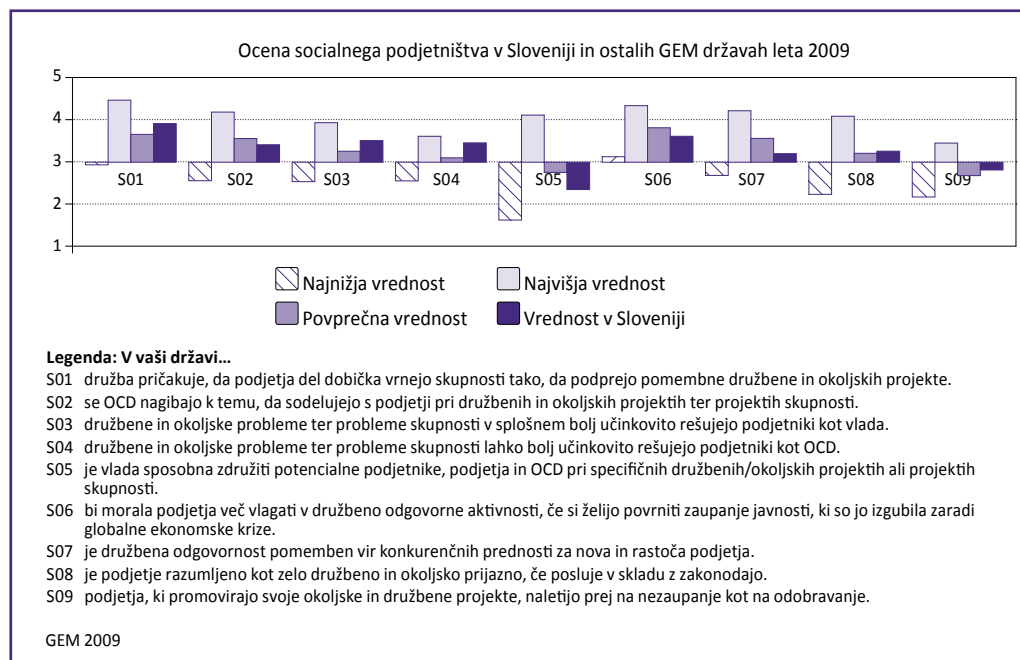
S01	V Sloveniji družba pričakuje, da podjetja del dobička vrnejo skupnosti tako, da podprejo pomembne družbene in okoljskih projekte.
S02	V Sloveniji se organizacije civilne družbe (OCD) nagibajo k temu, da sodelujejo s podjetji pri družbenih in okoljskih projektih ter projektih skupnosti.
S03	V Sloveniji družbene in okoljske probleme ter probleme skupnosti v splošnem bolj učinkovito rešujejo podjetniki kot vlada.
S04	V Sloveniji družbene in okoljske probleme ter probleme skupnosti lahko bolj učinkovito rešujejo podjetniki kot OCD.
S05	V Sloveniji je vlada sposobna združiti potencialne podjetnike, podjetja in OCD pri specifičnih družbenih/okoljskih projektih ali projektih skupnosti.
S06	V Sloveniji bi morala podjetja več vlagati v družbeno odgovorne aktivnosti, če si želijo povrniti zaupanje javnosti, ki so jo izgubila zaradi globalne ekonomske krize.
S07	V Sloveniji je družbena odgovornost pomemben vir konkurenčnih prednosti za nova in rastoča podjetja.
S08	V Sloveniji je podjetje razumljeno kot zelo družbeno in okoljsko prijazno, če posluje v skladu z zakonodajo.
S09	V Sloveniji podjetja, ki promovirajo svoje okoljske in družbene projekte, naletijo prej na nezaupanje kot na odobravanje.

Slovenski izvedenci menijo, da okolje v Sloveniji v določeni meri podpira socialno naravnost podjetniške aktivnosti, saj so tej sestavini okvirnih pogojev za nastanek in razvoj podjetništva dodelili povprečno oceno 3,26. V mednarodnem merilu to pomeni, da vrednotijo slovenski izvedenci odnos okolja do socialne naravnosti podjetij in posameznikov v Sloveniji v povprečju enako kot vrednotijo ostali GEM izvedenci odnos okolja do socialne naravnosti podjetij in posameznikov v svoji državi: povprečna ocena v GEM državah je 2,72. Najmanj kritični do okolja z vidika socialnega podjetništva v svoji državi so izvedenci na Kitajskem, Ugandi in Panami, najbolj kritični pa izvedenci v BIH, Urugvaju in na Madžarskem (*Slika 56*). Slovenija zaseda na lestvici GEM držav z vidika odnosa okolja do socialnega podjetništva 24. mesto.



Slika 56: Povprečna ocena socialnega podjetništva v državah GEM leta 2009

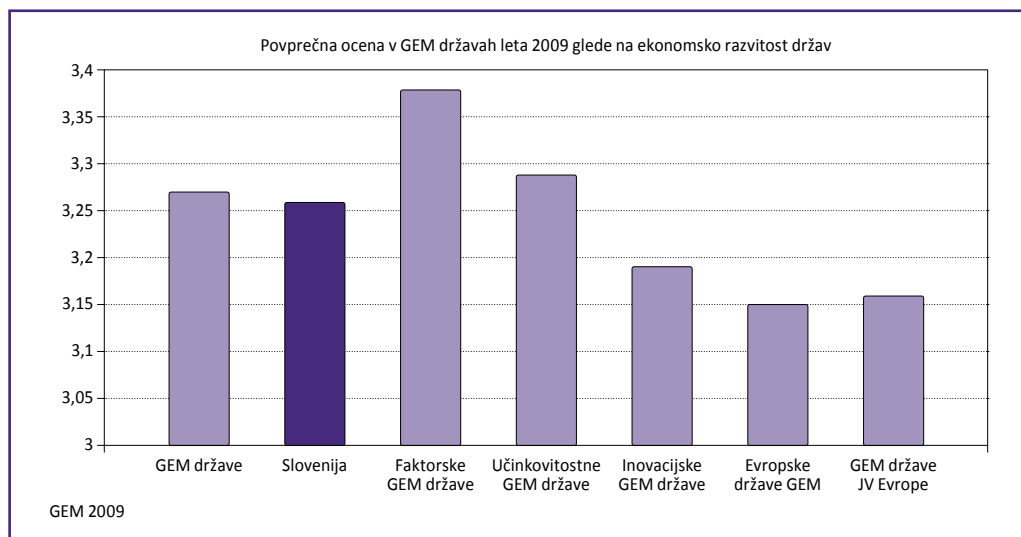
Pri posameznih trditvah, ki opisujejo odnos okolja do socialne naravnosti podjetništva (Slika 57), se Slovenija najvišje, na 5. mesto, uvršča s trditvijo, da lahko v Sloveniji družbene in okoljske probleme ter probleme skupnosti v splošnem bolj učinkovito rešujejo podjetniki kot organizacije civilne družbe (trditev S04). S to trditvijo se slovenski izvedenci v povprečju strinjajo, saj so ji dodelili povprečno oceno 3,44. Najnižje, na 39. mesto, pa se je Slovenija uvrstila s trditvijo, da je družbena odgovornost v Sloveniji pomemben vir konkurenčnih prednosti za nova in rastoča podjetja.



Slika 57: Ocene posameznih trditev o socialnem podjetništvu v Sloveniji in ostalih GEM državah leta 2009

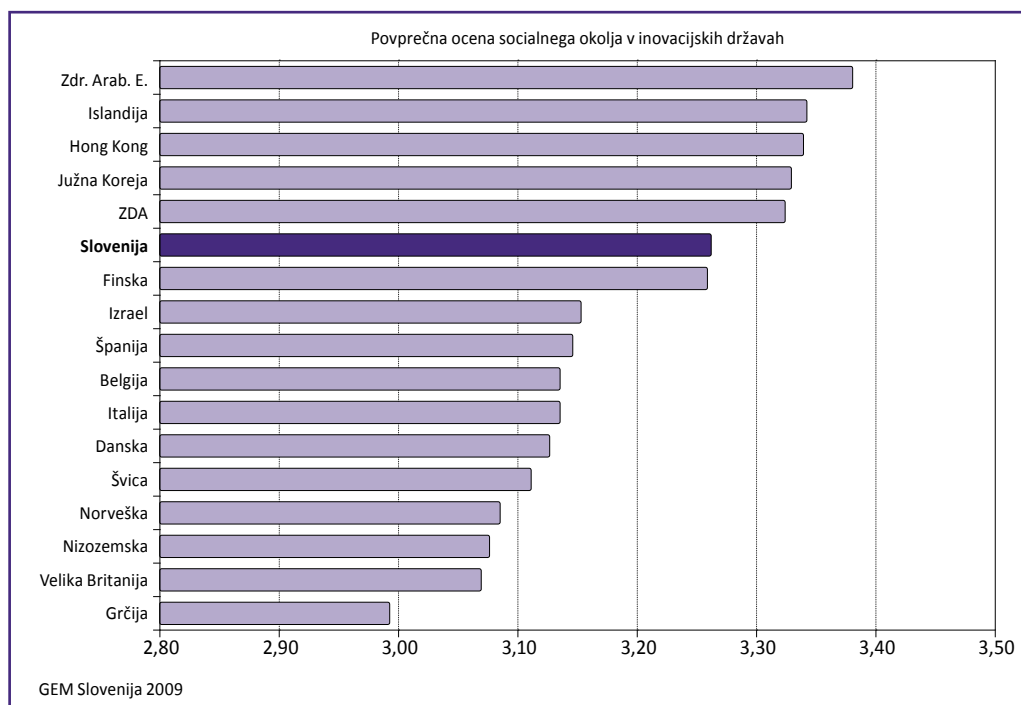
Sicer pa se slovenski izvedenci med vsemi devetimi trditvami, ki tvorijo okvir naravnosti okolja do socialnega podjetništva, najbolj strinjajo s tem, da družba v Sloveniji pričakuje, da podjetja del dobička vrnejo skupnosti tako, da podprejo pomembne družbene in okoljske projekte (S01), da bi morala podjetja več vlagati v družbeno odgovorne aktivnosti, če si želijo povrniti zaupanje javnosti, ki so jo izgubila zaradi globalne ekonomske krize (S06), ter da družbene in okoljske probleme ter probleme skupnosti v splošnem lahko bolj učinkovito rešujejo podjetniki kot vlada (S03). Izvedenci pa se ne strinjajo, da je slovenska vlada sposobna združiti potencialne podjetnike, podjetja in organizacije civilne družbe (OCD) pri specifičnih družbenih/okoljskih projektih ali projektih skupnosti (S05), ter da podjetja, ki promovirajo svoje okoljske in družbene projekte, naletijo v Sloveniji prej na nezaupanje kot na odobravanje (S09).

Da bi dobili realnejši vpogled do naravnosti okolja v Sloveniji do socialnega podjetništva v mednarodnem merilu, smo povprečne ocene posameznih sestavin tega okvirnega pogoja za podjetništvo primerjali z državami glede na njihovo ekonomsko razvitost, pa tudi geografsko pripadnost. Iz Slike 58 je razvidno, da je povprečna ocena tega okvira v Sloveniji v povprečju nižja od povprečja v faktorskih in učinkovitostnih gospodarstvih in v povprečju višja od povprečja v inovacijskih gospodarstvih. Ta ocena se sklada z delno ugotovitvijo iz anketiranja populacije, da povprečni socialni podjetniški indeks (SEA) rahlo narašča z ekonomsko razvitostjo držav, čeprav tega ni možno posplošiti na vse države. Razvidno pa je tudi, da so ocene evropskih držav in držav JV Evrope v povprečju nižje od povprečnih vrednosti ocen socialnega podjetništva v Sloveniji.

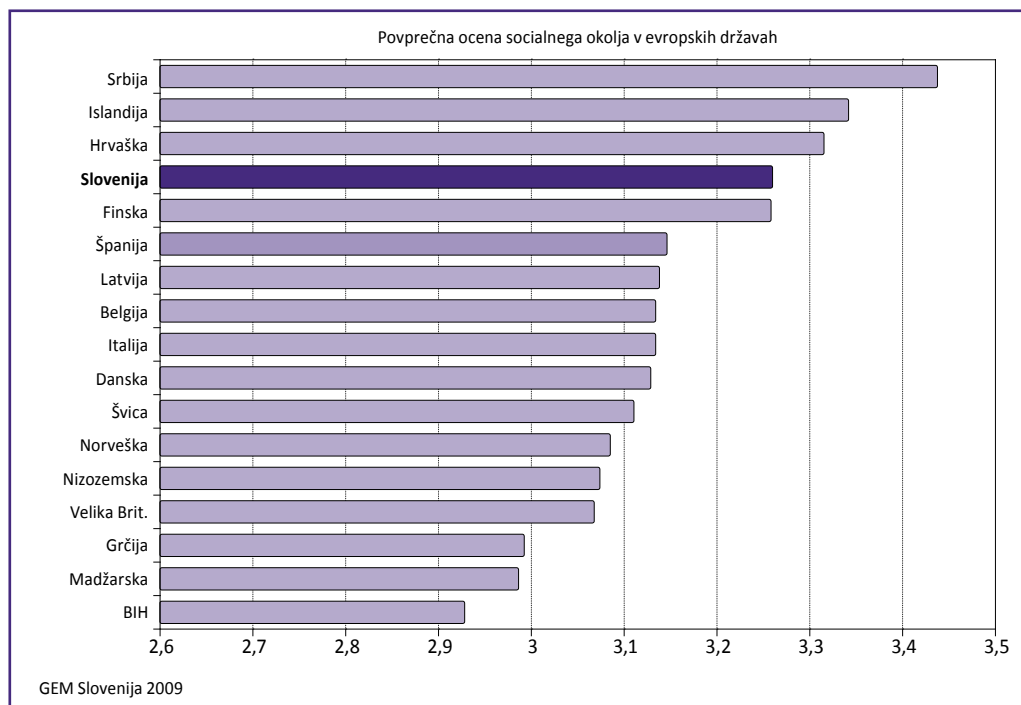


Slika 58: Ocena socialnega podjetništva glede na ekonomsko razvitost in geografsko pripadnost držav GEM leta 2009

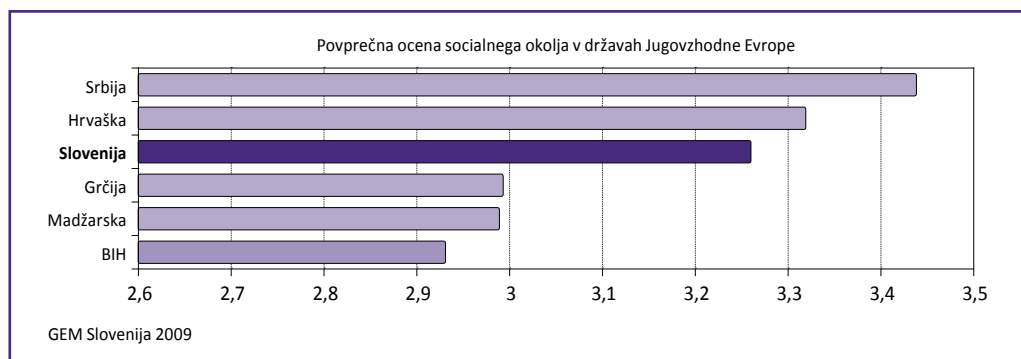
V inovacijskih državah so manj kritični do okolja za socialno podjetništvo v svoji državi kot slovenski izvedenci v Sloveniji le izvedenci v Združenih Arabskih Emiratih, Islandiji, Hong Kongu, Južni Koreji in ZDA (*Slika 59*), v državah Evrope izvedenci v Srbiji, Islandiji in na Hrvaškem (*Slika 60*) ter v državah JV Evrope izvedenci v Srbiji in na Hrvaškem (*Slika 61*).



Slika 59: Povprečna ocena okolja za socialno podjetništvo v inovacijskih državah leta 2009



Slika 60: Povprečna ocena socialnega podjetništva v evropskih državah leta 2009



Slika 61: Povprečna ocena socialnega podjetništva v državah Jugovzhodne Evrope leta 2009

Podrobnejši vpogled v primerjavo povprečnih ocen posameznih trditvah socialnega okolja glede na ekonomsko razvitost in geografski položaj podajamo v *Tabeli 30*. Še bolj podroben vpogled v okolje za socialno podjetništvo v Sloveniji v mednarodnem merilu pa podajamo v *Tabelah 31 in 32*, ki kažejo opisne statistike posameznih trditvev o okolju za socialno podjetništvo v posameznih skupinah držav glede na njihovo ekonomsko razvitost in geografski položaj. Podatki načeloma potrjujejo ugotovitev, da socialno podjetništvo v povprečju narašča z ekonomsko razvitostjo držav.

Tabela 30: Povprečne ocene socialnega podjetništva v različnih skupinah držav

Trditev: V vaši državi...		Povprečna ocena					
		GEM države	Faktorske GEM države	Učinkovitostne GEM države	Inovacijske GEM države	Evropske države GEM	GEM države JV Evrope
S01	družba pričakuje, da podjetja del dobička vrnejo skupnosti tako, da podprejo pomembne družbene in okoljske projekte.	3,63	3,87	3,62	3,54	3,39	3,54
S02	se OCD nagibajo k temu, da sodelujejo s podjetji pri družbenih in okoljskih projektih ter projektih skupnosti.	3,52	3,66	3,47	3,52	3,53	3,39
S03	družbene in okoljske probleme ter probleme skupnosti v splošnem bolj učinkovito rešujejo podjetniki kot vlada.	3,23	3,49	3,18	3,17	3,11	3,10
S04	družbene in okoljske probleme ter probleme skupnosti lahko bolj učinkovito rešujejo podjetniki kot OCD.	3,08	3,23	3,02	3,10	2,98	2,96
S05	je vlada sposobna združiti potencialne podjetnike, podjetja in OCD pri specifičnih družbenih/okoljskih projektih ali projektih skupnosti.	2,77	2,67	2,72	2,87	2,74	2,38
S06	bi morala podjetja več vlagati v družbeno odgovorne aktivnosti, če si želijo povrniti zaupanje javnosti, ki so jo izgubila zaradi globalne ekonomske krize.	3,79	3,96	3,88	3,61	3,62	3,83
S07	je družbena odgovornost pomemben vir konkurenčnih prednosti za nova in rastoča podjetja.	3,53	3,69	3,54	3,45	3,38	3,35
S08	je podjetje razumljeno kot zelo družbeno in okoljsko prijazno, če posluje v skladu z zakonodajo.	3,18	3,13	3,41	2,94	2,97	2,98
S09	podjetja, ki promovirajo svoje okoljske in družbene projekte, naletijo prej na nezaupanje kot na odobravanje.	2,69	2,74	2,80	2,55	2,64	2,88
Število držav		43	7	19	17	17	6
Povprečna ocena		3,27	3,38	3,29	3,19	3,15	3,16

Tabela 31: Ocene socialnega podjetništva v Sloveniji v primerjavi z nekaterimi skupinami držav

	N	Povprečna ocena v Sloveniji	Rang Slovenije med državami GEM	Povprečna ocena v državah GEM	Najnižja ocena		Najvišja ocena		Stand. odklon
Inovacijske GEM države									
S01	17	3,89	3	3,54	3,06	Finska	4,1	Južna Koreja	0,32
S02	17	3,38	12	3,52	3	Južna Koreja	3,97	Islandija	0,32
S03	17	3,49	2	3,17	2,54	Danska	3,84	ZDA	0,30
S04	17	3,44	2	3,10	2,56	Danska	3,58	ZDA	0,30
S05	17	2,37	16	2,87	2,08	Grčija	4,09	Islandija	0,43
S06	17	3,59	9	3,61	3,09	Norveška	4,23	Grčija	0,33
S07	17	3,17	15	3,45	3,05	Nizozemska	4,12	Južna Koreja	0,28
S08	17	3,22	7	2,94	2,24	Velika Britanija	3,87	Južna Koreja	0,51
S09	17	2,83	3	2,55	2,19	Danska	2,97	Združeni Arab. E.	0,25
Povprečje		3,26	7,67	3,19					
Evropske GEM države									
S01	17	3,89	2	3,39	2,94	BIH	3,97	Srbija	0,30
S02	17	3,38	12	3,53	2,94	BIH	4,09	Latvija	0,35
S03	17	3,49	2	3,11	2,54	Danska	3,54	Hrvaška	0,25
S04	17	3,44	1	2,98	2,56	Danska	3,44	Slovenija	0,28
S05	17	2,37	14	2,74	2,03	BIH	4,09	Islandija	0,49
S06	17	3,59	9	3,62	3,09	Norveška	4,23	Grčija	0,32
S07	17	3,17	14	3,38	2,81	BIH	3,91	Danska	0,28
S08	17	3,22	7	2,97	2,24	Velika Britanija	3,91	Srbija	0,51
S09	17	2,83	5	2,64	2,19	Danska	3,09	Srbija	0,27
Povprečje		3,26	7,33	3,15					

	N	Povprečna ocena v Sloveniji	Rang Slovenije med državami GEM	Povprečna ocena v državah GEM	Najnižja ocena		Najvišja ocena		Stand. odklon
GEM države Jugovzhodne Evrope									
S01	6	3,89	2	3,54	2,94	BIH	3,97	Srbija	0,41
S02	6	3,38	4	3,39	2,94	BIH	3,77	Srbija	0,34
S03	6	3,49	2	3,10	2,72	BIH	3,54	Hrvaška	0,33
S04	6	3,44	1	2,96	2,72	Grčija	3,44	Slovenija	0,31
S05	6	2,37	3	2,38	2,03	BIH	2,9	Hrvaška	0,32
S06	6	3,59	5	3,83	3,35	Madžarska	4,23	Grčija	0,36
S07	6	3,17	5	3,35	2,81	BIH	3,74	Srbija	0,32
S08	6	3,22	3	2,98	2,37	Grčija	3,91	Srbija	0,62
S09	6	2,83	5	2,88	2,47	Grčija	3,09	Srbija	0,22
Povprečje		3,26	3,33	3,16					

Legenda: V vaši državi...

S01 družba pričakuje, da podjetja del dobička vrnejo skupnosti tako, da podprejo pomembne družbene in okoljske projekte.

S02 se OCD nagibajo k temu, da sodelujejo s podjetji pri družbenih in okoljskih projektih ter projektih skupnosti.

S03 družbene in okoljske probleme ter probleme skupnosti v splošnem bolj učinkovito rešujejo podjetniki kot vlada.

S04 družbene in okoljske probleme ter probleme skupnosti lahko bolj učinkovito rešujejo podjetniki kot OCD.

S05 je vlada sposobna združiti potencialne podjetnike, podjetja in OCD pri specifičnih družbenih/okoljskih projektih ali projektih skupnosti.

S06 bi morala podjetja več vlagati v družbeno odgovorne aktivnosti, če si želijo povrniti zaupanje javnosti, ki so jo izgubila zaradi globalne ekonomske krize.

S07 je družbena odgovornost pomemben vir konkurenčnih prednosti za nova in rastoča podjetja.

S08 je podjetje razumljeno kot zelo družbeno in okoljsko prijazno, če posluje v skladu z zakonodajo.

S09 podjetja, ki promovirajo svoje okoljske in družbene projekte, naletijo prej na nezaupanje kot na odobravanje.

Tabela 32: Ocene socialnega podjetništva v faktorskih in učinkovitostnih GEM državah leta 2009

Trditev	N	Povprečna ocena v državah GEM					Stand. odklon
Najnižja ocena							
Najvišja ocena							
Faktorske GEM države							
S01	7	3,87	3,26	Sirija	4,33	Jamajka	0,34
S02	7	3,66	2,88	Gvatemala	4,17	Jamajka	0,39
S03	7	3,49	3,23	Savdska Arabija	3,92	Gvatemala	0,29
S04	7	3,23	2,94	Sirija	3,58	Gvatemala	0,21
S05	7	2,67	1,63	Venezuela	3,43	Jamajka	0,67
S06	7	3,96	3,69	Gvatemala	4,21	Sirija	0,18
S07	7	3,69	3,21	Savdska Arabija	3,97	Uganda	0,26
S08	7	3,13	2,87	Savdska Arabija	3,41	Tonga	0,22
S09	7	2,74	2,39	Venezuela	3,04	Tonga	0,26
Povprečje		3,38					
Učinkovitostne GEM države							
S01	19	3,62	2,94	BIH	4,44	Shenzhen	0,39
S02	19	3,47	2,57	Tunizija	4,09	Latvija	0,41
S03	19	3,18	2,62	Urugvaj	3,64	Južnoafr. Republika	0,33
S04	19	3,02	2,64	Latvija	3,45	Južnoafr. Republika	0,27
S05	19	2,72	2	Argentina	3,89	Shenzhen	0,51
S06	19	3,88	3,18	Rusija	4,32	Peru	0,34
S07	19	3,54	2,69	Rusija	4,19	Čile	0,41
S08	19	3,41	2,39	Madžarska	4,06	Ekvador	0,44
S09	19	2,80	2,35	Domin. R.	3,42	Rusija	0,29
Povprečje		3,29					

Legenda: V vaši državi...

S01 družba pričakuje, da podjetja del dobička vrnejo skupnosti tako, da podprejo pomembne družbene in okoljske projekte.

S02 se OCD nagibajo k temu, da sodelujejo s podjetji pri družbenih in okoljskih projektih ter projektih skupnosti.

S03 družbene in okoljske probleme ter probleme skupnosti v splošnem bolj učinkovito rešujejo podjetniki kot vlada.

S04 družbene in okoljske probleme ter probleme skupnosti lahko bolj učinkovito rešujejo podjetniki kot OCD.

S05 je vlada sposobna združiti potencialne podjetnike, podjetja in OCD pri specifičnih družbenih/okoljskih projektih ali projektih skupnosti.

S06 bi morala podjetja več vlagati v družbeno odgovorne aktivnosti, če si želijo povrniti zaupanje javnosti, ki so jo izgubila zaradi globalne ekonomske krize.

S07 je družbena odgovornost pomemben vir konkurenčnih prednosti za nova in rastoča podjetja.

S08 je podjetje razumljeno kot zelo družbeno in okoljsko prijazno, če posluje v skladu z zakonodajo.

S09 podjetja, ki promovirajo svoje okoljske in družbene projekte, naletijo prej na nezaupanje kot na odobravanje.

5.3. NEKAJ SKLEPNIH SPOZNANJ O SOCIALNEM PODJETNIŠTVU

Področje socialnega podjetništva je še vedno slabo raziskano. Kar vemo o njem temelji večinoma na študijah primerov ali na zelo malih lokalno omejenih vzorcih. Mednarodnih primerjav je malo, zato so spoznanja GEM o tem področju podjetniške aktivnosti še posebej pomembna. Kot smo videli, je tudi precej nejasnosti, kaj socialno podjetništvo sploh je, zato je treba pri njegovem raziskovanju upoštevati, da obstaja več različnih tipov socialnega podjetništva – tradicionalno, neprofitno, mešano in profitno.

Kot ugotavlja globalno poročilo GEM (Bosma, Levie, 2010), je na področju socialnega podjetništva velika raznolikost tako glede tipa podjetja/organizacije, ki jo vzpostavljajo podjetniki, kot tudi glede socialnih ali okoljskih ciljev, ki jih socialni podjetniki želijo realizirati. Socialne podjetnike najdemo tudi v vseh vrstah dejavnosti od izobraževanja, zdravja, kulture, ekonomskega razvoja do okolja. Medtem ko glede na vključevanje socialnih podjetnikov v različne sektorje gospodarstva med državami GEM ne najdemo bistvenih razlik, pa so med posameznimi skupinami držav razlike v osredotočenosti na različne cilje socialne dejavnosti. Socialni podjetniki v faktorskih gospodarstvih se bolj usmerjajo na zadovoljevanje bolj bazičnih potreb kot so zagotavljanje temeljne zdravstvene nege, dostopa do pitne vode ali kmetijskih aktivnosti v ruralnih območjih. Socialni podjetniki v inovacijskih gospodarstvih so bolj nagnjeni k podjetjem na področju kulture, zagotavljanja storitev za bolnike in posameznike s posebnimi potrebami, recikliranja, zaščite narave ali ponujanja različnih storitev socialnega mreženja.

Analiza socialnega podjetništva v Sloveniji je pokazala, da po tej značilnosti Slovenija ne odstopa od drugih držav inovacijskega gospodarstva. Zanimiva pa je primerjava med moškimi in ženskami. Medtem ko ugotavljamo, da je v Sloveniji razmerje med stopnjama zgodnje podjetniške aktivnosti med moškimi in ženskami skoraj 4:1 v korist moških, je na področju socialnega podjetništva to razmerje v korist moških le 1,8:1. Ta značilnost, da je razlika med stopnjama vključenosti moških in žensk manj izrazita pri SEA kot pri TEA, je sicer značilna za vse sodelujoče GEM države.

V primerjavi s stopnjami TEA so stopnje SEA zelo majhne, še zlasti v faktorskih in učinkovitostnih gospodarstvih, vendar pa v nekaterih državah inovacijskih gospodarstvih že pomenijo pomemben delež posameznikov, ki se ukvarjajo s socialno naravnanimi aktivnostmi. Zlasti v manj razvitih državah najdemo precej podjetnikov, ki bi želeli imeti dobičkonosno podjetje, ki pa bi obenem zadovoljevalo tudi nekatere socialne cilje (Bosma, Levie, 2010). To tudi opozarja, da je kategorija »socialni podjetnik« nejasna in delitev med socialo in podjetništvom pogosto tudi umetna. Če želimo bolje zaobjeti pojav socialnega podjetništva, bo potrebna bolj celovita definicija ne samo socialnega podjetništva, temveč tudi podjetništva nasploh.

Slovenski izvedenci v letu 2009

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja (maj - junij 2009)	Ustanova
Mag. Samo Lubej	Manager in svetovalec	Finančni center d.o.o.
Jure Mikuž	Direktor in partner	RSG Kapital d.o.o.
Mag. Andreja Jenko	Sekretarka v državni upravi	Služba vlade RS za razvoj in Evropske zadeve
Blaž Kos	Vodja združenja	Poslovni angeli Slovenije
Mag. Jure Verhovnik	Direktor projektov	Tovarna podjetjmov
Dr. Mark Pleško	Direktor	Cosylab d.d.
Zlatko Erlih	Direktor	Sun Gornja Radgona d.o.o.
Karmen Kranjec	Učiteljica	Srednja ekonomska šola Celje
Tanja Mohorič	Manager	Hidria d.d.
Miloš Ebner, MBA	Direktor	Trimo d.d.
Rok Uršič	Direktor	I-Tech d.o.o.
Viljenka Godina	Direktorica	Ekonomski inštitut Maribor d.o.o.
Dr. Jože P. Damijan	Izredni profesor	Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani
Mag. Tomislav Čorak	Svetovalec	A.T. Kearney
Dr. Klavdij Logožar	Izredni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta Univerze v Mariboru
Mag. Iztok Škerlič	Manager	Univerzitetni inkubator Primorske
Mag. Janez Damjan	Direktor in višješolski predavatelj	Sartes d.o.o.
Dr. Milan Zver	Poslanec	Državni zbor
Marlen Skarlovnik	Vodja sektorja	Ministrstvo za gospodarstvo, Direktorat za podjetništvo in konkurenčnost
Mag. Tatjana Fink	Direktorica	Trimo d.d.
Dr. Matjaž Jurič	Redni profesor	Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko Univerze v Mariboru
Mag. Iztok Lesjak	Direktor	Tehnološki park Ljubljana

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja (maj - junij 2009)	Ustanova
Dr. Mateja Drnovšek	Izredna profesorica	Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani
Mag. Janko Burgar	Vodja sektorja	Ministrstvo za gospodarstvo
Mag. Maja Tomanič Vidovič	Direktorica	Slovenski podjetniški sklad
Dr. Boštjan Antončič	Izredni profesor	Fakulteta za management Koper Univerze na Primorskem
Davor Jakulin	Direktor	Atech elektronika d.o.o.
Mag. Matej Rus	Višji predavatelj in direktor	Ekonomsko-poslovna fakulteta Univerze v Mariboru in Tovarna podjetmov
Dr. Janez Šušteršič	Izredni profesor	Fakulteta za management Koper Univerze na Primorskem
Karmen Sonjak	Direktorica	Regionalna razvojna agencija Koroška d.o.o.
Dr. Viljem Pšeničny	Generalni sekretar	Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije
Dr. Maks Tajnikar	Redni profesor	Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani
Dr. Mojmir Mrak	Redni profesor	Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani
Dr. Jaka Vadnjal	Docent	Gea College d.d.
Dr. Alenka Žnidaršič Kranjc	Direktorica	Prva osebna zavarovalnica d.d.
Mag. Igor Pavlin	Vodja projektov	Mednarodni center za promocijo podjetij
Mag. Drago Pišek	Predsednik uprave	Poštna Banka Slovenije
Dr. Dušan Mramor	Dekan, redni profesor	Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani
Mag. Vladimir Bukvič	Izvršni direktor	Cimos d.d.
Dr. Rasto Ovin	Redni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta Univerze v Mariboru
Dr. Borut Bratina	Redni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta Univerze v Mariboru
Jasna Dominko Baloh	Direktorica	DOBA Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije Maribor
Danila Žuraj	Učiteljica	Srednja ekonomska šola Maribor
Mag. Marija Lubšina Novak	Ravnateljica	Osnovna šola Brežice
Mag. Ivan Lorenčič	Ravnatelj	II. Gimnazija Maribor
Dr. Borut Likar	Izredni profesor	Fakulteta za management Koper Univerze na Primorskem
Dr. Zdenka Petermanec	Ravnateljica	Univerzitetna knjižnica Maribor
Dr. Peter Stanovnik	Izredni profesor	Ekonomska fakulteta, Inštitut za ekonomska raziskovanja
Dr. Damijan Mumel	Redni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta Univerze v Mariboru

Raziskovalni GEM timi in sponzorji v letu 2009

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Argentina	Center for Entrepreneurship, IAE Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Leticia Arcucci Juan Martin Rodriguez	Center for Entrepreneurship, IAE Business School, Universidad Austral Banco Santander Rio Subsecretaría de Desarrollo Económico, Ministerio de Desarrollo Económico - Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires Prosperar, Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones	MORI Argentina
Belgija	Vlerick Leuven Gent Management School	Jan Lepoutre Hans Crijns Miguel Meuleman Olivier Tilleuil	Policy Research Centre Entrepreneurship and International Entrepreneurship, Flemish Government	TNS Dimarso
Bližnji vzhod in Severna Afrika	International Development Research Centre (IDRC)	Lois Stevenson Susan Joekes Edgard Rodriguez Abderrahmane Abedou Ahmed Bouyacoub Hala Hattab Matthias Hühn Tony Feghali Yusuf Sidani Ghassan Omet Adel Bino Mohamed Derrabi Lamia Dandoune Taha Ahmed Al Fusail Abdul Karim Sayaghi Yousef Daoud Tareq Sadeq Alaa Tartir Ruba Adil. Shanti	International Development Research Centre (IDRC)	Nielsen

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Bosna in Hercegovina	Entrepreneurship Development Centre Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	Bahrija Umihanic Rasim Tulumović Boris Čurković Senad Fazlović Admir Nuković Esmir Spahić Slađana Simić Mirela Arifović	Municipality of Tuzla Government of Tuzla Canton Foundation of Tuzla Community	PULS BH d.o.o. Sarajevo
Brazilija	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria S. S. Greco Paulo Alberto Bastos Junior Joana Paula Machado Rodrigo G. M. Silvestre Carlos Artur Krüger Passos Júlio César Felix	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI / PR Serviço Social da Indústria - SESI / PR	Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.
Čile	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Daniela Ortega	InnovaChile de CORFO	Opina S.A.
	Universidad Adolfo Ibáñez	Germán Eche copar Carla Bustamante	ICARE	
Regionalni timi: Arica y Parinacota	Univ. de Tarapacá	Vesna Karmelic Roberto Gamboa Aguilar Hernando Bustos Andreu Dante Choque Cáceres	Área Emprendimiento, Liderazgo y TIC's de la Universidad de Tarapacá	
Antofagasta	Univ. Católica del Norte	Gianni Romaní Miguel Atienza	Universidad Católica del Norte, DGIP. Gobierno Regional, Agencia Regional Desarrollo Productivo.	
Coquimbo	Univ. Católica del Norte	Karla Soria	Universidad Católica del Norte, DGIP. Gobierno Regional, Agencia Regional Desarrollo Productivo.	
Valparaíso	Univ. Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Jorge Cea Valencia Juan Tapia	Departamento de Industrias y Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER, de la Univ. Técnica Federico Santa María El Mercurio de Valparaíso	
Bío-Bío	Univ. del Desarrollo	Carlos Smith José Ernesto Amorós Daniela Ortega	UDD-Facultad de Economía y Negocios.	
Araucanía	Univ. de la Frontera -INCUBATEC	Carlos Isaacs Bornand Claudina Uribe Bórquez Franklin Valdebenito	Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica de la Universidad de La Frontera	

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Danska	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Hannes Ottosson Lars Hulgård Kim Klyver Kent Wickstrøm Jensen Roger Spear Linda Andersen Majbritt Rostgaard Evald Suna Løve Nielsen	IDEA – International Danish Entrepreneurship Academy RUC – Roskilde University Centre, Center for Social Entrepreneurship IIIP	Institute for Business Cycle Analysis
Dominikanska Republika	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM)	Guillermo van der Linde Maribel K. Justo Alina Bello	Grupo Vicini International Financial Centre of the Americas Consejo Nacional de Competitividad	Gallup República Dominicana
Ekvador	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio Ma. Elizabeth Arteaga Guido Caicedo	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)	Survey Data
Finska	Turku School of Economics	Anne Kovalainen Jarna Heinonen Tommi Pukkinen Pekka Stenholm	Ministry of Employment and the Economy Ministry of Education Turku School of Economics	Taloustutkimus Oy
Francija	EMLYON Business School	Olivier Torres Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA
Grčija	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Aggelos Tsakanikas Stelina Chatzichristou Evaggelia Valavanioti	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Datapower SA
Gvatemala	Francisco Marroquín University	Hugo Maul Jershem David Casasola Lisardo Bolaños Georgina Tunarosa	Francisco Marroquín University	Pablo Pastor
Hong Kong	The Chinese University of Hong Kong	Hugh Thomas Kevin Au Louis Leung Mingles Tsoi Bernard Suen Wilton Chau Florence Ho Rosanna Lo Le Zheng Wang Weili	Shenzhen Academy of Social Sciences Hong Kong Business Intermediary Co. Ltd.	Consumer Search
Hrvaška	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Djula Borozan Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre – CEPOR, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek – Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan Caro Lucas Nezameddin Faghih A .A. Moosavi-Movahedi Leyla Sarfaraz A. Kordrnej Jahangir Yadollahi Farsi M.Ahamadpour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Zali Mohammad Reza Sepehri	Iran's Ministry of Labour and Social Affairs Iran's Labour and Social Security Institute (LSSI)	Dr. Mohammad Reza Zali
Islandija	Reykjavik University	Rögnvaldur Sæmundsson Silja Björk Baldursdóttir	Reykjavik University	Capacent Gallup
Italija	EntER - Bocconi University	Guido Corbetta Giovanni Valentini	Atradius Ernst & Young	Target Research
Izrael	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner Yossi Hadad Dov Barak	The Ira Center for Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev Sami Shamoon College of Engineering Rotem Park NGO for Entrepreneurship Encouragement	The Brandman Institute
Jamajka	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj Mauvalyn Bowen Joan Lawla Marcia McPherson-Edwards Vanetta Skeete Horace Williams	Faculty of Business and Management, University of Technology, Jamaica	Cashmere International Limited
Japonska	Keio University Musashi University Shobi University	Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi Tsuneo Yahagi	Venture Enterprise Center Ministry of Economy, Trade and Industry	Social Survey Research Information Co.,Ltd (SSRI)
Južnoafriška Republika	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Jacqui Kew Penny Kew	Swiss South African Cooperation Initiative Standard Bank of South Africa Small Enterprise Development Agency	Nielsen South Africa
Kitajska	Tsinghua University SEM	Jian Gao Lan Qin	SEM Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Kolumbija	Universidad de los Andes	Rafael Vesga Lina Devis Raúl Fernando Quiroga	Universidad de los Andes	Centro Nacional de Consultoría
	Universidad ICESI	Rodrigo Varela V. Luis Miguel Alvarez Alba Tatiana Peña	Universidad ICESI	
	Universidad del Norte	Liyis Gomez Piedad Martinez Carazo	Universidad del Norte	
	Pontificia Universidad Javeriana Cali	Fernando Pereira Alberto Arias	Pontificia Universidad Javeriana Cali Fundacion Corona	
Koreja	Jinju National University	Sung-sik Bahn Sang-pyo Kim Kyoung-mo Song Dong-whan Cho Jong-hae Park Min-Seok Cha	Small and Medium Business Administration (SMBA)	Hankook Research Co.
Kraljestvo Tonga	UNITEC	Robert Davis Malama Solomona Asoka Gunaratne Stephen Cox Judith King Howard Frederick Stephen Haslett Tania Wolfgramm	AusAID	Creatrix International / Kaha'uTonga
Latvija	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Alf Vanags Anders Paalzow Vyacheslav Dombrovsky Arnis Sauka	TeliaSonera AB	SKDS
Madžarska	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb Attila Varga József Ulbert Zoltan J. Acs Siri Terjesen Gábor Márkus Péter Szirmai Attila Petheő Katalin Szakács	National Office for Research and Technology	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet
			George Mason University University of Pécs, Faculty of Business ad Economics	
Malezija	University Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier Dewi Amat Sapuan Ainon Jauhariah Abu Samah Leilanie Mohd Nor Mohar Yusof	University Tun Abdul Razak	Rehanstat

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Nemčija	Leibniz University of Hannover and Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Rolf Sternberg Udo Brixy Christian Hundt	Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM), Bonn
Nizozemska	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wenckers Chantal Hartog Niels Bosma Roy Thurik André van Stel Ingrid Verheul Philipp Koellinger Peter van der Zwan	Dutch Ministry of Economic Affairs	Stratus
Norveška	Bodo Graduate School of Business	Lars Kolvereid Erlend Bullvaag Bjorn Willy Aamo Eirik Pedersen Terje Mathisen	Ministry of Trade and Industry Innovation Norway Kunnskapsparken Bodo AS, Center for Innovation and Entrepreneurship Kunnskapsfondet Nordland AS Bodo Graduate School of Business	TNS Gallup
Panama	Acelerador de Empresas de Ciudad del Saber IESA Panamá – Fundación de Estudios Avanzados de Gerencia	Federico Fernandez Manuel Lorenzo Manuel Arrocha Michael Penfold	Cámara de Comercio e Industrias de Panamá Cable & Wireless Panamá APC - Asociación Panameña de Crédito Almacenes, S.A. Banco Interamericano de Desarrollo	IPSOS
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida Oswaldo Morales Keiko Nakamatsu Liliana Uehara	Universidad ESAN	Imasen
Romunija	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Györfy Lehel-Zoltán Matîş Dumitru Nagy Ágnes Pete Ştefan Szerb László Mircea Comşa Ilieş Liviu Benyovszki Annamária Petru Tünde Petra Juhász Jácint Matîş Eugenia Nagy Zsuzsánna-Ágnes Alina Solovăstru Mircea Solovăstru	Asociatia Pro Oeconomica Babes-Bolyai University, Faculty Of Economics And Business Administration OTP Bank Romania SA East Consulting SRL Lacu Roşu SC Nova Construct SRL Savilcom SRL	Metro Media Transilvania

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Rusija	Saint Petersburg tim	Olga Verhovskaya Maria Dorokhina	Graduate School of Management at Saint Petersburg State University	Levada-Center
	Graduate School of Management, Saint Petersburg			
	Moscow tim	Alexander Chepurenko Olga Obratsova	State University - Higher School of Economics	
	State University - Higher School of Economics, Moscow	Maria Gabelko Tatiana Alimova Julia Filatova Kate Murzacheva	Ministry of Economic Development of Russian Federation	
Savska Arabija	The National Entrepreneurship Center	Munira A. Al-Ghamdi Maher Alodan Faisal A. Al-Kadi	The Centennial Fund/National Entrepreneurship Center	IPSO S
	Alfaisal University	Norman Wright Sulaiman AL Sakran Mohammad S Khorsheed		
Sirija	Syria Trust for Development	Majd Haddad Nader Kabbani	IDRC	Nielsen / Acumen
	Syrian Young Entrepreneurs Association (SYEA)	Yamama Al-Oraibi Leen Al Habash	Syrian Young Entrepreneurs Association (SYEA)	
	University of Kalamoun	Abdulsalam Haykal Hani Tarabichi	Syria Trust for Development	
Slovenija	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pušnik Katja Crnogaj	Ministry of the Economy	RM PLUS
			Slovenian Research Agency	
			Finance – Slovenian Business Daily	
Srbija	University of Novi Sad - The Faculty of Economics Subotica	Dusan Bobera Bozidar Lekovic Nenad Vunjak Pere Tumbas Sasa Bosnjak Slobodan Maric	Executive Council of Vojvodina Province - Department for Economy	Marketing Agency "Drdrazen" d.o.o. Subotica

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Španija	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega Alicia Coduras Isabel Gonzalez Cristina Cruz Rachida Justo	DGPYMES Fundación Cultural Banesto Fundación Incyde IE Business School	Instituto Opinometre S.L.
Regionalni timi:				
Andalucía	Regional Universities: Cádiz	Regional Team Directors: José Ruiz Navarro	Junta de Andalucía Unicaja	
Asturias	Univ. De Oviedo	Juan Ventura Victoria	Gob. del Principado de Asturias	
Aragón	Univ. de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz	Gob. de Aragón Dpto, Industria, Comercio y Turismo Fundación Emprender en Aragón Instituto Aragones Fomento Consejo Aragones Cámaras de Comercio.	
Canary I.	Las Palmas & La Laguna Univ.	Rosa M. Batista Canino	Caja Canarias Gobierno de Canarias, Promoción Económica y Servicio de Empleo. Fondo Social Europeo Cámara Comercio, Industria y Navegación de las Palmas Cabildo de Gran Canaria	
Cantabria	Univ. De Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria.	Fco. Javier Martínez	Santander Gob. Regional Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda. Grupo Sordecán Fundación UCEIF	
Castilla y Leon	Univ. De León	Mariano Nieto Antolín	Junta Castilla y León ADE Inversiones y Servicios Centro Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León. Universidad de León	
Castilla la Mancha	Univ. Castilla la Mancha	Miguel Ángel Galindo	Fundación Rayet Parque Científico de Albacete Caja Castilla La Mancha IMPEFE Ayuntamiento de Albacete Univ. Castilla la Mancha. Diputación Provincial Allbacete SEPECAM UGT (Iniciativas Futuro)	
Catalonia	Autónoma de Barcelona	Carlos Guallarte	Diputación de Barcelona Departamento de Trabajo. Generalitat de Catalunya	
C. Valenciana	Univ. Miguel Hernández	José M ^a Gómez Gras	Air Nostrum IMPIVA	

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Extremadura	Fundación Xavier de Salas Univ. De Extremadura	Ricardo Hernández	Junta Extremadura Univ. Extremadura Central Nuclear Almaraz Sodiex, Sofiex Arram Consultores, CCOO U.R Extremadura, Urvicasa Caja Rural de Extremadura, Palicrisa Fundación Academica Europea de Yuste. Grupo Alfonso Gallardo Infostock Europa Extremadura Cámara Comercio Badajoz y Cámara Comercio Cáceres. UGT Extremadura, El Periódico Extremadura, Hoy Diario de Extremadura, García Plata y Asociados, Quesería Pérez Andrada, Fomento Emprendedores.	Instituto Opinòmetre S.L.
Galicia	CEEI Galicia CEG Grupo de investigación "Métodos y Gestión Empresas" de la Univ. Santiago Compostela Dirección Xeral do Emprego de la Xunta de Galicia.	Araceli de Lucas	Confederación Empresarios Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia) Grupo de investigación "Métodos y Gestión Empresas" de la Univ. Santiago Compostela	
Madrid	Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno	IMADE Fundación General Univ. Autónoma de Madrid.	
Murcia	Univ. de Murcia	Antonio Aragón	Fundación Caja Murcia Consejería de Economía, Empresa e Innovación Instituto Fomento región de Murcia. Centro Europeo de Empresas e innovación de Murcia Univ. Murcia	
Navarra	Univ. Pública de Navarra Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra Servicio Navarro de Empleo.	Miren Sanz	Gob. Navarra, Servicio Navarro de Empleo.	
Basque Country	Orkestra Univ. De Deusto Univ. Basque Country Univ. Mondragón.	Iñaki Peña	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral Álava Diputación Foral Bizkaia Diputación Foral Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla	
Ceuta	Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	Lázaro Rodríguez	PROCESA Fundación Escuela Negocios Andalucía	
Melilla	Consejería de Economía, Empleo y Turismo Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	Lázaro Rodriguez	Consejería de Economía, Empleo y Turismo Fundación Escuela de Negocios Andalucía.	

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Švica	School of Business Administration (SBA Fribourg)	Rico J. Baldegger Andreas A. Brühlhart Mathias J. Rossi Etienne Rumo Patrick E. Schüffel Thomas Straub Muriel Berger	KTI /CTI	DemoSCOPE
Tunizija	Institut des Hautes Etudes Commerciales - Sousse	Faysal Mansouri Lotfi Belkacem	GTZ – Programme d'Appui à l'Entrepreneuriat et à l'Innovation	Optima
Uganda	Makerere University Business School (MUBS)	Arthur Sserwanga Rebecca Namatovu-Dawa Sarah Kyejjusa Laura Orobia Peter Rosa Waswa Balunywa	Makerere University Business School Bank of Uganda	Makerere University Business School
Urugvaj	University of Montevideo	Leonardo Veiga Fernando Borraz Pablo Regent Adrián Edelman Alvaro Cristiani Cecilia Gomeza	University of Montevideo	Equipos Mori
Velika Britanija	Aston University	Jonathan Levie Mark Hart Erkko Autio Liz Blackford Michael Anyadike-Danes Alpheus Tlhomole Aloña Martiarena Mohammed Shamsul Kharim Yasser Bhatti	Department of Business, Innovation and Skills English RDAs Invest NI Welsh Assembly Government Enterprise UK PRIME Birmingham City Council Belfast City Council Enterprise Northern Ireland Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde	IFF Research Ltd.
Venezuela	IESA – Centro de Emprendedores	Federico Fernandez Rebeca Vidal Aramis Rodriguez Nunzia Auletta	Mercantil Servicios Financieros Fundacion Iesa Petrobras Energía Venezuela	Datanalisis
ZDA	Babson College	Julio de Castro Lisa DiCarlo Abdul Ali I. Elaine Allen Bill Bygrave Candida Brush Julian Lange Marcia Cole Ivory Phinisee Al Suhu Edward Rogoff Joseph Onochie Monica Dean	Babson College Baruch College	OpinionSearch Inc.

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Združeni Arabski Emirati	Zayed University	Declan McCrohan Murat Erogul Nico Vellinga Qingxia Tong Maitha Qurwash	Mohammed Bin Rashid Establishment for SME Development Khalifa Fund to Support and Develop Small and Medium Enterprises	IPSOS

GLOBALNI KOORDINACIJSKI TIM

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



Literatura

1. Acs, Z., Szerb, L. (2009). *The Global Entrepreneurship Index*, Jena Research papers, Jena: Max Planck Institute of Economics.
2. Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive, *Journal of Political Economy*, 98(5), 893-921.
3. Baumol, W.J. (1993). *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*. Cambridge: The MIT Press.
4. Bhidé, A., (2008). *The Venturesome Economy*. Princeton University press.
5. Bosma, N., Levie, J. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Executive Report*, Babson College, London Business School, and GERA.
6. Bosma, N., Jones, K., Autio, E., Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor, 2007 Executive Report*, Babson College, London Business School, and GERA.
7. Carree, M.A., Van Stel, A.J., Thurik, A.R., Wennekers, A.R.M. (2002). Economic Development and Business Ownership: An analysis using data of 23 OECD Countries in the Period 1976-1996. *Small Business Economics*, 19, 271-290.
8. Duh, M. (2009). Distinctive Characteristic of Family Businesses and Supporting Infrastructure: Comparison of Slovenia with EU and other Countries, In: Širec, K., Rebernik, M. (Eds), *Dynamics of Slovenian Entrepreneurship, Slovenian Entrepreneurship Observatory 2008*, Maribor: Faculty of Economics and Business.
9. Porter, M.J., Sachs, J., Mc Arthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development, In: Porter, M.J., Sachs, P.K., Cornelius, J.W., Mc Arthur, J., Schwab, K. (Eds.), *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, New York: Oxford University Press, 16-25.
10. Rebernik, M., Tominc, P., Pušnik, K. (2007). *Počasne spremembe podjetniške stvarnosti: GEM Slovenija 2006*, Maribor: Faculty of Economics and Business, (Slovenski podjetniški observatorij).

11. Rebernik, M., Tominc, P., Pušnik, K. (2009). *Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008*. Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta Maribor.
12. Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P., Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003, *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
13. Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge.
14. Short, J. C., Moss, T. W., Lumpkin, G. T. (2009). Research in Social Entrepreneurship: Past contributions and future Opportunities, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3, 161-194.
15. Van Stel, A., Carree, M., Thurik, R. (2005). *The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth*, Jena Research papers, Jena: Max Planck Institute of Economics.