



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



Miroslav Rebernik
Polona Tominc
Katja Crnogaj

Usihanje podjetništva v Sloveniji

GEM Slovenija 2011



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



**Miroslav Rebernik
Polona Tominc
Katja Crnogaj**

Usihanje podjetništva v Sloveniji

GEM Slovenija 2011

Naslov monografije: Usihanje podjetništva v Sloveniji: GEM Slovenija 2011

Avtorji: Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Katja Crnogaj

Vrsta: znanstvena monografija

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

Lektorica: mag. Darja Gabrovšek Homšak

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

Leto izida: 2012

Oblikovanje in tisk: Tiskarna Schwarz

Naklada: 200 izvodov

ISSN 1854-8040



9 789616 802130

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Univerzitetna knjižnica Maribor

658(497.4)«2011»

REBERNIK, Miroslav

Usihanje podjetništva v Sloveniji : GEM
Slovenija 2011 / Miroslav Rebernik, Polona Tominc,
Katja Crnogaj. - Maribor : Ekonomsko-poslovna
fakulteta, 2012. - (Slovenski podjetniški
observatorij, ISSN 1854-8040)

ISBN 978-961-6802-13-0

1. Tominc, Polona 2. Crnogaj, Katja, 1983-
COBISS.SI-ID 70055169

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, 2012

KAZALO

UVODNI POVZETEK	7
EXECUTIVE SUMMARY	17
1 UVOD	27
1.1 Ekonomska in družbena vloga podjetništva	27
1.2 Razvojna raznolikost držav in spodbujanje podjetništva	28
1.3 Klasifikacija držav glede na tip podjetništva	31
1.4 Raziskovanje podjetništva z Globalnim podjetniškim monitorjem	32
2 GEM-OVA PREGLEDNICA ZNAČILNOSTI PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI	41
3 NAGNjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu	45
3.1 Dojemanje priložnosti, znanje za podjetništvo ter strah pred neuspehom	48
3.2 Podjetniške namere	53
3.3 Dojemanje podjetništva	54
4 PROFIL SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA	59
4.1 Faze podjetniške aktivnosti	59
4.2 Podjetniška aktivnost odraslih prebivalcev	61
4.3 Vključenost v podjetništvo – demografske značilnosti slovenskega podjetništva	78
5 PODJETNIŠKE ASPIRACIJE	87
5.1 Usmerjenost v rast	87
5.2 Inovacijska naravnost	92
5.3 Internacionalizacija	93
6 OCENA PODJETNIŠKEGA OKOLJA	95
7 PODJETNIŠKA AKTIVNOST ZAPOSLENIH	101
7.1 Opredelitve in model	101
7.2 Podjetniška aktivnost zaposlenih v Sloveniji in svetu	104
7.3 Nekatere značilnosti slovenskih notranjih podjetnikov	108
7.4 Tipologija gospodarstev na temelju treh podjetniških dimenzij	113
SLOVENSKI IZVEDENCI V LETU 2011	117
RAZISKOVALNI TIMI IN SPONZORJI GEM V LETU 2011	119
LITERATURA	127
PRILOGA 1: KLJUČNE GEM MERE	131

SEZNAM SLIK

<i>Slika 1: Značilne skupine gospodarstev in ključna razvojna usmerjenost</i>	29
<i>Slika 2: Tipologija gospodarstev na temelju treh dimenzij podjetništva</i>	31
<i>Slika 3: GEM-model proučevanja podjetništva</i>	34
<i>Slika 4: Priložnosti za ustanovitev podjetja, vse GEM države</i>	49
<i>Slika 5: Priložnosti za ustanovitev podjetja, evropske države GEM</i>	50
<i>Slika 6: Zmožljivosti in znanja za ustanovitev podjetja, vse države GEM</i>	51
<i>Slika 7: Zmožljivosti in znanja za ustanovitev podjetja, evropske države GEM</i>	52
<i>Slika 8: Strah pred podjetniškim neuspehom, GEM 2011</i>	52
<i>Slika 9: Strah pred podjetniškim neuspehom, primerjava Slovenije s povprečjem skupin držav</i>	53
<i>Slika 10: Podjetniške namere po vseh državah GEM</i>	53
<i>Slika 11: Podjetniške namere – primerjava Slovenije s povprečjem skupin držav</i>	54
<i>Slika 12: Družbeni status podjetnika, vse države GEM</i>	56
<i>Slika 13: Družbeni status podjetnika, evropske države GEM</i>	57
<i>Slika 14: Faze in profil podjetništva</i>	59
<i>Slika 15: Delež odraslega prebivalstva v Sloveniji, vključenega v podjetništvo</i>	60
<i>Slika 16: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost</i>	63
<i>Slika 17: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi</i>	64
<i>Slika 18: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost po tipih gospodarstev</i>	64
<i>Slika 19: Soodvisnost gospodarske razvosti in zgodnje podjetniške aktivnosti</i>	65
<i>Slika 20: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom</i>	67
<i>Slika 21: Vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo v Sloveniji v letih od 2007 do 2011</i>	67
<i>Slika 22: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom</i>	68
<i>Slika 23: Razvrstitev držav glede na opustitveni indeks</i>	69
<i>Slika 24: Razlogi za prenehanje poslovanja v Sloveniji</i>	70
<i>Slika 25: Sektorska porazdelitev zgodnjega podjetništva po skupinah držav</i>	71
<i>Slika 26: Sektorska porazdelitev ustaljenih podjetnikov</i>	72
<i>Slika 27: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti</i>	73
<i>Slika 28: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti</i>	73
<i>Slika 29: Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo</i>	75
<i>Slika 30: Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti</i>	75
<i>Slika 31: Delež nastajajočih in novih podjetnikov zaradi večje neodvisnosti in osebne svobode</i>	77
<i>Slika 32: Podjetniška aktivnost glede na starost, Slovenija 2011</i>	78
<i>Slika 33: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in po skupinah držav</i>	80
<i>Slika 34: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol</i>	81
<i>Slika 35: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami</i>	81
<i>Slika 36: Odnos do žensk v podjetništvu v Evropi</i>	83
<i>Slika 37: Podjetniška aktivnost glede na dohodek gospodinjsva</i>	84

Slika 38: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo	85
Slika 39: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, faktorska in učinkovitostna gospodarstva GEM, 2009–2011	88
Slika 40: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, inovacijska gospodarstva GEM, 2009–2011	89
Slika 41: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, evropska gospodarstva GEM, 2009–2011	89
Slika 42: Povezava med obsegom zgodnje podjetniške aktivnosti s srednjo ali visoko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest v prihodnosti ter BDP na prebivalca, GEM 2011	91
Slika 43: Povezanost med obsegom samostojne podjetniške aktivnosti ter tiste z nizko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest v prihodnosti ter BDP na prebivalca, GEM 2011	91
Slika 44: Delež zgodnjega podjetništva z inovativnimi izdelki ali storitvami	93
Slika 45: Zgodnja podjetniška aktivnost z mednarodno usmerjenostjo	94
Slika 46: Povezave med okvirnimi pogoji za podjetništvo, dinamiko podjetniške aktivnosti ter gospodarsko rastjo	95
Slika 47: Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo – Slovenija, inovacijske ter evropske države GEM, 2011	98
Slika 48a: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna ter inovacijska gospodarstva, 2011	99
Slika 48b: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna ter inovacijska gospodarstva, 2011	100
Slika 49: Faze podjetniškega procesa notranjih podjetnikov	102
Slika 50: Široka in ozka opredelitev podjetniške aktivnosti zaposlenih	103
Slika 51: Podjetniška aktivnost zaposlenih (EEA)	106
Slika 52: Podjetniška aktivnost zaposlenih (EEA) v povprečju v posameznih tipih gospodarstva in v Sloveniji	107
Slika 53: Tveganja podjetnih zaposlencev	110
Slika 54: Podpora delodajalca in podjetniška aktivnost zaposlenih	111
Slika 55: Delež odraslih prebivalcev, vključenih v zgodnjo podjetniško aktivnost zase (TEA) in za delodajalca (EEA)	112
Slika 56: Ambiciozni in neambiciozni podjetniki – razporeditev držav z nizkim deležem notranjih podjetnikov	114
Slika 57: Ambiciozni in neambiciozni podjetniki – razporeditev držav z visokim deležem notranjih podjetnikov	114

SEZNAM TABEL

Tabela 1: Države GEM leta 2011 po tipih gospodarstev	28
Tabela 2: Pomembnost različnih vrst pogojev za ekonomski razvoj.....	30
Tabela 3: Viri podatkov v raziskavi GEM	36
Tabela 4: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, Slovenija 2011.....	37
Tabela 5: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav, GEM 2011	38
Tabela 6: GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, 2011	42
Tabela 7: Elementi podjetniške zmogljivosti (v odstotkih odraslega prebivalstva).....	46
Tabela 8: Elementi podjetniške zmogljivosti po skupinah držav (v odstotkih odraslega prebivalstva)	47
Tabela 9: Dojemanje podjetništva	55
Tabela 10: Vključenost prebivalstva v podjetništvo v državah GEM leta 2011	61
Tabela 11: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom	68
Tabela 12: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti in priložnosti.....	74
Tabela 13: Motivacijski indeks.....	76
Tabela 14: Odstotek novih in nastajajočih podjetnikov po starostnih razredih in po skupinah držav.....	79
Tabela 15: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in po skupinah držav	79
Tabela 16: Delež podjetnic po skupinah držav v letu 2011	82
Tabela 17: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v inovacijskih gospodarstvih GEM, 2011	97
Tabela 17 – nadaljevanje: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v inovacijskih gospodarstvih GEM, 2011.....	97
Tabela 18: Podjetniška aktivnost zaposlenih (EEA)	104
Tabela 19: Vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost glede na velikost podjetja.....	107
Tabela 20: Zaznavanje in dojemanje podjetništva pri podjetnih zaposlenih, drugih zaposlenih in samozaposlenih podjetnikih.....	108
Tabela 21: Prevezemanje tveganja pri podjetnih zaposlenih	109
Tabela 22: Tipi gospodarstev na temelju treh dimenzij podjetniške aktivnosti.....	113



Uvodni povzetek

Ustvarjalnost se izraža na raznolike načine. Za gospodarski razvoj je eden najpomembnejših načinov iskanje in uveljavljanje poslovnih priložnosti, ustanavljanje novih podjetij in njihov razvoj. Zato tudi proučevanje podjetništva pomeni predvsem proučevanje temeljne gonilne sile podjetniškega procesa, to je podjetnika in njegovih ambicij, inovativnosti in podjetnosti, pa tudi strahov, razlogov in omejitev, ki preprečujejo, da bi se usposobljeni posamezniki usmerili v podjetništvo. Povsod po svetu se le manjši del odraslega prebivalstva odloča za podjetniško pot, ki pa ni samo v samostojnem podjetništvu, ampak tudi v notranjem podjetništvu, ko posameznik svoje ustvarjalne sposobnosti produktivno izrablja kot zaposleni v podjetju, ki je v lasti in upravljanju nekoga drugega. V letošnji analizi smo posebno pozornost posvetili tudi podjetniški aktivnosti notranjih podjetnikov, to je tistih zaposlenih, ki za svojega delodajalca vzpostavljajo nove podjeme.

Raziskovalni program GEM je bil ustvarjen prav zato, da bi omogočil čim bolj usklajeno spoznavanje različnih oblik podjetništva, ki se odvija v zelo raznolikih državah – od najbolj razvitih do tistih, v katerih večina prebivalstva še živi pod pragom revščine. Podjetništvo je vselej pomembno, saj zagotavlja in omogoča razvoj, se pa glede na posamezne razvojne stopnje gospodarstva in družbe spreminjata njegov pomen in vpliv. Osredotočenost GEM na posameznika omogoča podroben vpogled v odnos odraslega prebivalstva do podjetništva, v nacionalni profil podjetništva in vključenost odraslega prebivalstva, v panoge, v katerih delujejo proučevani podjetniki, ter v podjetniške aspiracije. Ker imamo opraviti s podjetniško različno ambicioznimi posamezniki, nas to usmerja v razlikovanje treh temeljnih dimenzij podjetniških aktivnosti: podjetniške aktivnosti posameznikov s srednjim in visokim pričakovanim zaposlovanjem, kar odraža ambiciozno podjetništvo, podjetniške aktivnosti z nizkim pričakovanim zaposlovanjem in podjetniške aktivnosti zaposlenih.

NAGNENOST ODRASLEGA PREBIVALSTVA K PODJETNIŠTVU

Nagnjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu smo zaznavali s pomočjo dojemanja priložnosti, znanja za podjetništvo, strahu pred neuspehom, podjetniških namer, vrednotenja podjetniške kariere, spoštovanja uspešnih podjetnikov in stališča medijev do podjetništva. V raziskavi ugotavljamo, da z naraščanjem gospodarske razvitosti med prebivalstvom v povprečju upada obseg zaznavanja poslovnih priložnosti: skoraj 50 % v faktorskih gospodarstvih, 40 % v učinkovitostnih gospodarstvih in manj kot 35 % odraslega prebivalstva v inovacijskih gospodarstvih meni,

da se v njegovem okolju pojavljajo poslovne priložnosti. Hkrati v povprečju upada tudi samozaupanje v lastno znanje, sposobnosti in izkušnje za podjetništvo – medtem ko je v faktorskih gospodarstvih v to, da imajo potrebno znanje in kompetence za podjetniško pot, prepričanih v povprečju več kot 55 % odraslih prebivalcev, v učinkovitostnih 52 %, pa je v inovacijskih gospodarstvih takšnih v povprečju le nekaj več kot 40 % odraslih prebivalcev. V skupini inovacijskih gospodarstev imajo percepcije dobrih poslovnih priložnosti skromen obseg zlasti v državah, ki jih je svetovna gospodarska kriza močno prizadela, v Španiji (14,4 %), na Portugalskem (16,7 %) in v Grčiji (10,9 %); Slovenija je tej skupini zelo blizu (18,4 %), saj nižje stopnje zaznavanja poslovnih priložnosti ne najdemo v nobeni drugi evropski državi, ki spada med inovacijska gospodarstva. V svetovnem merilu beležita v skupini inovacijskih gospodarstev nižji obseg le še Koreja (11,2 %) in Japonska (6,3 %). Na drugi strani lestvice se pojavljajo skandinavske države: na Švedskem zaznava poslovne priložnosti v povprečju kar 71,5 % odraslih ljudi, na Norveškem 67,1 % ter na Finskem 60,8 %. Za Slovenijo pa je značilna zelo visoka stopnja samozaupanja v znanje, potrebno za podjetniško pot, saj je vanj prepričanih več kot 50 % odraslih prebivalcev (50,8 %), kar uvršča našo državo na 4. mesto v skupini inovacijskih gospodarstev. Najvišjo stopnjo beležijo ZDA (55,7 %). Podobno spodbudna značilnost je tudi strah pred neuspehom, ki ga je v Sloveniji manj kot v skupini inovacijskih gospodarstev.

Podjetniške namere nakazuje delež delovno aktivnih ljudi v državi, ki niso vključeni v podjetniško aktivnost, vendar ocenjujejo, da bodo v prihodnjih treh letih začeli neko obliko tovrstne aktivnosti. Ali se bodo te namere uresničile ali ne, je odvisno od zaznanih poslovnih priložnosti, posameznikove motivacije in dojemanja podjetništva ter dejavnikov okolja. V svetovnem merilu se je leta 2011 Slovenija z 9,2 % uvrstila na spodnji konec lestvice, med druge države inovacijskega gospodarstva. Podjetniške namere so bile v povprečju najvišje v faktorskih (26,4 %) in učinkovitostnih gospodarstvih (24,7 %). Kot povprečna inovacijska država se je leta 2011 pokazala Slovenija tudi glede dojemanja podjetništva, ko je 70 % ljudi menilo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani, 53 % pa, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira. Pri ocenjevanju odnosa medijev do podjetništva je v Sloveniji opazen precejšen padec glede na pretekla leta. Leta 2007 je uspešne zgodbe zaznalo 68 % ljudi, leta 2011 pa je samo še 45 % ljudi menilo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjetjih. To uvršča Slovenijo na rep lestvice v skupini inovacijskih gospodarstev – nižji odstotek beležimo le še v Grčiji in Španiji. Očitno je gospodarska kriza povečala tudi medijsko zanimanje za negativne oziroma neuspešne podjetniške zgodbe.

PROFIL SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA

Proučevanje profila slovenskega podjetništva v okviru GEM temelji na anketiranju vzorca odrasle populacije (v starosti od 18 do 64 let), da bi v njej identificirali tiste, ki šele začenejo podjetniško pot, ki že imajo ustanovljeno podjetje, ki so opustili poslovanje, in tiste, ki za svojega delodajalca začenejo nove projekte. Vključevanje v podjetništvo je le redkokdaj naključno, praviloma gre za postopne korake, kot so: razmišljanje o možnostih podjetniške kariere, tehtanje oportunitetnih stroškov takšne odločitve, razmislek o trgu in kupcih, o lastnih sposobnostih za podjetniško pot, ustanavljanje podjetja, vzpostavitev proizvodnje in podobno. Brez teh začetnih korakov tudi delujoče podjetje ne bi nastalo.

V Sloveniji je zgodnja podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva leta 2011 spet močno upadla – s 4,65 % leta 2010 se je znižala na 3,65 %. Padec je še toliko bolj zaskrbljujoč, ker podjetniška aktivnost upada že tretje leto zapored in je tako v primerjavi z letom 2008, ko se je na podjetniško pot podalo 6,4 % prebivalstva, upadla že skoraj na polovico in dosegla najnižjo raven po letu 2004.

Tega ni kriva samo recesija, ampak tudi neurejeno poslovno okolje ter še nekateri drugi pogoji za poslovanje, ki jih morajo posamezniki upoštevati, ko se odločajo, ali bodo ustanovili podjetje ali ne. Največ zgodnje podjetniške aktivnosti je bilo leta 2011 na Kitajskem (24,0 %), v Čilu (23,7 %) in Peruju (22,9 %), kjer je sicer velik delež podjetniške aktivnosti mogoče pripisati podjetništvu zaradi nujnosti. Slovenija si je tako med 54 državami prvič, odkar sodelujemo v tej svetovni raziskavi, torej od leta 2002, pridobila neslavni rekord in se uvrstila na zadnje mesto. Malo bolje je med ustaljenimi podjetniki, ki jih je bilo leta 2011 med odraslim prebivalstvom 4,8 %, kar je le za malenkost manj kot leta 2010 (4,9 %). Primerjalno z drugimi državami smo se uvrstili na 40. mesto. Daleč največji delež ustaljenih podjetnikov je bil leta 2011 sicer na Tajskem (30,1 %), med evropskimi državami pa v Grčiji (15,8 %) in Švici (10,1 %). V svetovnem merilu je bilo ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom najmanj v Venezueli (1,6 %) in na Madžarskem (2,0 %).

V Sloveniji se je leta 2011 rojevalo manj podjetij, manj je bilo delujočih podjetij, a tudi manj podjetnikov se je odločilo, da bi opustili podjetniško aktivnost. V Evropi, kjer večina držav GEM spada med inovacijska in učinkovitostna gospodarstva, je bila celokupna podjetniška aktivnost sorazmerno nižja. V zgodnje podjetniške aktivnosti je bilo vključenih 7,6 % odraslih prebivalcev (leta 2010 6,3 %), 6,5 % (enako kot leto poprej) pa jih najdemo med ustaljenimi podjetniki. V jugovzhodni Evropi sta ta dva deleža za spoznanje nižja – 7,2 in 6,1 %, v Sloveniji pa precej nižja – 3,7 in 4,8 %. Toda te primerjave je treba pazljivo uporabljati, saj skupina analiziranih držav GEM leta 2011 ni bila v celoti enaka kot leta 2010. Leta 2011 je tako Slovenija izkazovala precejšnjo podjetniško zaspanost. Očitno sta k negotovosti, ki sta jo povzročali gospodarska kriza in recesija, svoje prispevali tudi politična kriza in institucionalna letargija, kar je gotovo pripomoglo tudi k temu, da so posamezniki zaznavali manj poslovnih priložnosti, o čemer prav tako pišemo v tej monografiji.

Tako kot rojevanje podjetij je tudi prenehanje poslovanja del podjetniškega procesa, saj ima vsako podjetje določeno življenjsko dobo, v kateri je sposobno zadovoljevati potrebe potrošnikov in ustvarjati vrednost za lastnika ali delničarje. Ta sposobnost usahne zaradi ekonomskih razmer in sprememb na trgu (nova konkurenca, zmanjšanje povpraševanja, porast stroškov), pa tudi zaradi osebne odločitve lastnika/podjetnika, da bo preoblikoval podjetje, se upokojil ali ker je enostavno izgubil nadaljnji interes za podjetniško kariero. Obenem z indeksom TEA je ta mera pomemben indikator dinamičnosti podjetniškega procesa. Največji delež odraslega prebivalstva, ki je leta 2011 opustilo poslovanje, so zabeležili v Alžiriji (8,9 %) in na Slovaškem (7 %), najmanj pa na Japonskem (0,7 %) in v Belgiji (1,37 %).

Temeljni razlog, zaradi katerega so v Sloveniji posamezniki leta 2011 opustili svoje podjetje, je finančni, saj je bilo takšnih primerov kar 43 %, kar je še enkrat več kot leta 2010, ko je zaradi finančnih razlogov poslovanje opustilo 21 % posameznikov. Naslednja najpogostejša razloga sta upokojitve (18 %) in nedobičkonost podjetja (15 %). V nobeni drugi proučevani skupini držav finančni razlogi niso bili na prvem mestu. V vseh, razen v faktorskih gospodarstvih, v katerih gre za skupek različnih dejavnikov, je bil ključni razlog za opustitev poslovanja nedobičkonosnost podjetja. Še po enem razlogu Slovenija močno izstopa: kar 18 % jih je opustilo zaposlovanje zaradi upokojitve. Verjetno se ne bomo zmotili, če bomo zapisali, da vzrok ni v tem, da bi bili slovenski podjetniki starejši, ampak v trenutnem »darežljivem« sistem upokojevanja in napovedanih spremembah v pokojninskem zakonu, ki namerava redefinirati pogoje za upokojevanje.

Odločitev za podjetništvo je osebna in zato motivirana z različnimi razlogi. Nekateri so v to prisiljeni, ker jim samostojna podjetniška dejavnost edina omogoča preživetje (*podjetništvo zaradi nujnosti*), drugi se podjetništva lotijo, ker želijo izboljšati svoj položaj, in njihova svobodna izbira je, da se odločijo za samostojno podjetništvo (*podjetništvo zaradi priložnosti*). Da je samostojno podjetništvo edina možnost, so krivi različni vplivi okolja, nezaposlenost, odsotnost primernih

podjetij, v katerih bi bilo možno najti zaposlitev, in podobno. Največ takega podjetništva je v revnejših državah, zato imajo te države tudi zelo visoko stopnjo vključevanja odraslega prebivalstva v podjetništvo. Veliko število podjetnikov pa ne pomeni tudi velike gospodarske rasti, saj je njihova aktivnost samozaposlitvena, brez potrebnega razvojnega potenciala ter v dejavnostih, v katerih je dodana vrednost izjemno nizka. Rast prinašajo predvsem visoko motivirani podjetniki, ki najdejo obetavno poslovno priložnost; ta jim omogoča rast podjetja in z njo dodatno zaposlovanje. V Sloveniji je v vseh letih, odkar jo spremljamo z Globalnim podjetniškim monitorjem, prevladovalo podjetništvo, v katero so se podali posamezniki, ki so si želeli izboljšati svoj položaj, podjetniki, ki so morali v podjetništvo vstopiti zaradi nujnosti, pa so bili v manjšini. Če primerjamo med seboj podjetništvo, ki ga je spodbudila želja po večji neodvisnosti in povečanju dohodka, in tisto, ki so ga spodbudili nujnost in drugi mešani motivi, na primer prevzem družinskega podjetja, sicer vidimo, da je ostalo na približno enaki ravni kot leto poprej (57 % leta 2010 proti 55 % leta 2011), a vendarle to pomeni znatno poslabšanje v primerjavi z letom 2009, ko je bilo med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki 71 % takšnih, ki so šli v podjetništvo zaradi priložnosti, da bi imeli večjo neodvisnost ali da bi povečali svoje dohodke. Primerjava samo dveh motivov znotraj motiva izkoriščanja priložnosti, to je a) ohraniti raven dohodka in b) večja neodvisnost ali povečanje dohodka, pokaže, da se je v Sloveniji 88 % nastajajočih in novih podjetnikov podalo na podjetniško pot zaradi slednjega motiva.

V vseh letih opravljanja raziskave o zgodnji podjetniški aktivnosti v Sloveniji in v svetu ugotavljamo, da je v Sloveniji v povprečju najvišja stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti med prebivalstvom v starostni skupini od 25 do 34 let, med ustaljenimi podjetniki, ki smo jih zajeli med anketiranim prebivalstvom, pa jih je v povprečju največ v starostnem obdobju med 45. in 54. letom. V globalnem merilu je v povprečju skoraj tretjina ustaljenih podjetnikov v starostni skupini med 45. in 54. letom starosti, v Sloveniji je ta odstotek še nekoliko višji – dobrih 37 %. Starejših od 35 let je v povprečju okoli 80 % ustaljenih podjetnikov, v Sloveniji celo 85 %.

Že v nekaj preteklih letih se v inovacijskih gospodarstvih kaže značilnost naraščanja deleža nastajajočih in novih podjetnikov v starostnem obdobju med 55. in 64. letom starosti. Možnost analize tega trenda je sicer omejena, saj skupina sodelujočih držav v vsakoletni raziskavi ni popolnoma ista, za tovrstno analizo strukturnega deleža posameznih starostnih skupin v Sloveniji pa bi bilo treba zajeti tudi večji vzorec oziroma večjo skupino podjetnikov. Zapisana značilnost je še zlasti zanimiva v razmerah nujnosti uveljavljanja pokojninske reforme v Sloveniji kot tudi v drugih državah v razmerah globalne krize.

V Sloveniji se ženske v statistično značilnem nižjem deležu vključujejo v podjetništvo, kar je tipično za države inovacijskega gospodarstva. V Sloveniji leta 2011 ugotavljamo, da je med nastajajočimi in novimi podjetniki v povprečju 64,3 % moških in 35,7 % žensk, kar pomeni, da se v zgodnjo podjetniško aktivnost vključuje skoraj dvakrat toliko moških kot žensk. Med ustaljenimi podjetniki je razmerje podobno oziroma še nekoliko bolj v korist moških: med ustaljenimi podjetniki je v povprečju 70,1 % moških ter 29,9 % žensk. V primerjavi z letom 2010 pa v vseh skupinah podjetnikov beležimo rahel porast deleža žensk. Najmanjši delež podjetnic je v Pakistanu, Bangladešu, Iranu ..., kar je močno povezano s prevladujočimi kulturnimi in družbenimi normami. Na drugi strani lestvice sta državi z najvišjim deležem žensk, in sicer Tajska in Singapur, med evropskimi državami pa posebej izstopa Švica, kjer je med nastajajočimi in novimi podjetniki polovica žensk in polovica moških. Med evropskimi državami ji prva sledi Rusija (44 % žensk), med inovacijskimi gospodarstvi pa ZDA (42 % žensk).

V preteklih dveh letih smo lahko ugotavljali porast deleža nastajajočih in novih podjetnikov iz tretjine gospodinjev z najvišjim dohodkom (54,4 % leta 2009 in 64,8 % leta 2010). V letu 2011 sicer beležimo rahel upad glede na leto 2010, in sicer na 62,0 %, še vedno pa ostaja najvišji delež

nastajajočih in novih podjetnikov iz gospodinjstev z najvišjimi dohodki. Opazili pa smo močnejši porast deleža nastajajočih in novih podjetnikov iz tretjine gospodinjstev z najnižjimi dohodki, saj je bila leta 2011 skoraj petina vseh nastajajočih in novih podjetnikov iz najnižje tretjine; leto poprej je bila takšnih v povprečju desetina.

Izobrazbena struktura podjetnikov pomembno vpliva na kakovost podjetništva in njegovo zmožnost za rast in razvoj, saj izobrazba povečuje zalogo informacij in veščin posameznika, ki so pomembne za zaznavanje in izrabo poslovne priložnosti. Tudi leta 2011 (podobno kot v letu poprej) ugotavljamo, da se delež nastajajočih in novih podjetnikov z več kot srednješolsko izobrazbo povečuje. Leta 2010 je imela več kot srednješolsko izobrazbo dobra polovica nastajajočih in novih podjetnikov (53,8 %), leta 2011 pa je bilo takih v povprečju več kot 60 %.

PODJETNIŠKE ASPIRACIJE

Podjetniške aspiracije po ustvarjanju novih delovnih mest, inovativni značaj uporabljenih tehnologij pri proizvodnji izdelkov ali storitev ter stopnja internacionalizacije med podjetniki na vseh stopnjah podjetniške aktivnosti so ključni indikatorji, s katerimi GEM ugotavlja podjetniške aspiracije, pri čemer nas zanimajo predvsem podjetniki oziroma njihovi podjemi v zgodnjih fazah podjetništva.

Podjetnikovo usmerjenost v rast smo ugotavljali na osnovi njegovih ocen o tem, koliko novih delovnih mest bo zagotovilo njegovo podjetje v nekaj prihodnjih letih. V obdobju med 2009 in 2011 se je v Sloveniji v povprečju 4,7 % delovno aktivnega prebivalstva vključevalo v zgodnje faze podjetništva. Ambicije po rasti zaposlovanja je izkazovalo v povprečju le 1,9 % ljudi. Med ustaljenimi podjetniki v Sloveniji je takšnih, ki izkazujejo visoke aspiracije glede zaposlovanja, v povprečju le še 2,43 %, kar je skoraj za polovico manj kot v povprečju leta 2010 (4,10 % ustaljenih podjetnikov).

Inovacijsko naravnost smo ugotavljali z deležem podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, katerih podjemi imajo inovativen značaj, kar pomeni, da podjetnik ocenjuje, da je njegov izdelek ali storitev nov in ga nekateri ali celo vsi potencialni kupci ne poznajo ter da hkrati tak izdelek ali storitev na tržišču ponuja le malo drugih podjetij ali celo nobeno. Kot pri vrsti drugih kazalnikov lahko tudi glede inovativnosti opazimo, da delež podjetij, ki imajo inovativni značaj, v povprečju narašča z gospodarsko razvitostjo. Med evropskimi državami je na vrhu lestvice ponovno Danska kot že vrsto let poprej. Leta 2011 je beležila v povprečju 54,13 % podjetnikov, ki svojemu izdelku ali storitvi pripisujejo inovativni značaj. Med evropskimi državami ji sledijo Velika Britanija, Švica, Francija in Irska. Slovenija se s 33,26 % uvršča v zgornjo polovico lestvice, skupaj z večino držav inovacijskega tipa gospodarstva.

S stopnjo internacionalizacije zgodnje podjetniške aktivnosti, ki je tesno povezana z rastjo in konkurenčnostjo podjetij, merimo usmerjenost podjetniške aktivnosti nastajajočih in novih podjetnikov v izvoz. To so ocene podjetnikov o tem, kolikšen del proizvodnje izdelkov ali opravljanja storitev namenijo kupcem zunaj svoje države. Stopnja internacionalizacije v povprečju narašča z naraščanjem stopnje gospodarske razvitosti države. V Sloveniji je leta 2010 približno 27 % nastajajočih in novih podjetnikov izkazovalo srednjo ali visoko stopnjo internacionalizacije, saj so menili, da več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov in storitev živi zunaj države. Leta 2011 se je ta struktura nekoliko spremenila, saj je v povprečju 22,5 % nastajajočih in novih podjetnikov ocenjevalo svoje podjeme kot take. V svetovnem merilu je na prvem mestu lestvice držav pri tem kazalniku Hrvaška, saj v tej državi v povprečju skoraj 40 % nastajajočih in novih podjetnikov meni, da vsaj 25 % njihovih kupcev živi zunaj države. Slovenija je na 12. mestu med 54 sodelujočimi državami.

OCENA PODJETNIŠKEGA OKOLJA

Na posameznike, ki se odločajo za podjetništvo, in na podjetja delujejo številni dejavniki, ki izvirajo iz institucionalnih okvirov, ti pa se med državami pomembno razlikujejo. Specifične okoliščine za izvajanje podjetniške aktivnosti v posamezni državi pomembno vplivajo na odnos prebivalstva do podjetništva ter na dejavnost in aspiracije podjetnikov, kar vpliva na ekonomsko rast in razvoj. Če so splošni nacionalni pogoji za poslovanje urejeni in naravnani h konkurenčnosti, so podjetja lahko mednarodno uspešna, zmorejo ustanavljati nove obrate in podjetja ter lahko pripomorejo k rasti mikro, malih in srednje velikih podjetij. Na odvijanje podjetniškega procesa pa bistveno vplivajo podjetniške priložnosti ter zmogljivost ljudi, da se lotevajo novih podjetij.

Temeljni pogoji za podjetništvo, ki jih spremlja GEM, zajemajo devet področij, to pa so: finančni viri, vladna politika, vladni programi, podjetniško izobraževanje, prenos raziskovalnih dosežkov v prakso, poslovna infrastruktura, odprtost in konkurenčnost, fizična infrastruktura ter kulturne in družbene norme. Podatke o okvirnih pogojih za podjetništvo smo pridobili s standardiziranim vprašalnikom, ki je namenjen nacionalnim izvedencem v vsaki izmed sodelujočih držav GEM. Eno izmed spoznanj je, da je zlasti podjetniško izobraževanje v osnovni in srednji šoli tisto področje, pri katerem tako Slovenija kot tudi v povprečju inovacijska in evropska gospodarstva dosegajo najnižje ocene. Ta okvirni pogoj za podjetništvo v inovacijskih gospodarstvih dosega v povprečju oceno 2,16 (na lestvici od 1 do 5), v Sloveniji pa še manj (1,80). Nižje ocene od Slovenije dosegajo le še Španija, Francija in Češka. Področje izobraževanja in usposabljanja izvedenci v Sloveniji tudi sicer že vsa leta ocenjujejo zelo nizko. To velja predvsem za izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah, v katerih podjetniške vsebine v učnih programih še nimajo ustreznega poudarka.

Zelo nizko se Slovenija uvršča glede kulturnih in družbenih norm v družbi, ki vplivajo na podjetniško aktivnost – v skupini inovacijskih gospodarstev na predzadnje mesto skupaj s Španijo in Češko z vrednostjo 2,2 (na lestvici od 1 do 5), ki je krepko nižja od povprečja inovacijskih (2,8) in učinkovitostnih gospodarstev (2,6). Kulturne in družbene norme so hkrati tudi dejavnik oziroma okvirni pogoj za podjetništvo, pri katerem lahko pričakujemo spremembe zgolj dolgoročno, saj so povezane tudi s tradicijo, navadami in prepričanji ljudi, ki se načeloma spreminjajo zelo počasi.

Ocena podjetniškega okolja za Slovenijo v letu 2011 je tako pokazala nižjo povprečno vrednost od povprečja skupine inovacijskih gospodarstev pri vseh okvirnih pogojih, pri številnih je ocena nižja tudi od povprečne ocene v učinkovitostnih gospodarstvih. Slovenija, ki sicer glede na višino BDP na prebivalca sodi v skupino inovacijskih gospodarstev, namreč presega povprečje skupine učinkovitostnih gospodarstev le pri dveh okvirnih pogojih za podjetništvo, in sicer pri razpoložljivosti različnih finančnih virov za nova in rastoča podjetja ter pri oceni vladnih programov.

PODJETNIŠKA AKTIVNOST ZAPOSLENIH

Podjetništvo se ne odvija le na trgu, na katerem podjetniki ustvarjajo nova podjetja, ampak tudi v obstoječih podjetjih, v katerih ustvarjalni posamezniki razmišljajo o novih priložnostih in za svojega delodajalca razvijajo nove ali drugačne izdelke in storitve. Ob »neodvisnih podjetnikih« imamo tako tudi »podjetništvo v obstoječih podjetjih«, saj to, kar definira podjetništvo, ni organizacijska forma, v kateri se podjetništvo odvija, ampak dejavnost prepoznavanja poslovnih priložnosti in njihovo izkoriščanje. V letošnji raziskavi GEM smo si zastavili dve vprašanji: koliko je notranje podjetništvo prisotno ter kakšni so notranji podjetniki, ki razvijajo nove projekte za svojega delodajalca. Podjetniško aktivnost zaposlenih smo opredelili kot aktivnost, pri kateri »zaposleni

za svojega glavnega delodajalca razvijajo nove dejavnosti, kot so razvoj in uvedba novega izdelka oziroma storitve ali vzpostavitev nove poslovne enote, novega podjetja ali podružnice.« Takšna definicija zajema torej več kot zgolj ustanovitev novega podjetja, izključuje pa tiste aktivnosti zaposlenih, ki so usmerjene v optimiranje notranjih poslovnih procesov.

Podatke o podjetniški aktivnosti zaposlenih smo imeli za 52 držav in ugotovili smo, da je v povprečju zelo nizek odstotek prebivalstva vključen v podjetniško aktivnost svojega delodajalca (3,5 %). Precejšnja razlika je med tipi gospodarstev. V faktorskih gospodarstvih jih je le 0,4 %, v učinkovitostnih 2,3 %, v inovacijskih pa 5,8 %. Najvišji delež podjetniško aktivnih zaposlenih imata Švedska (16,2 %) in Danska (15,1 %), najmanj pa Bangladeš (0 %), Iran in Pakistan (0,2 %). Slovenija se je s 5,1 % odraslega prebivalstva, ki je v zadnjih treh letih za svojega delodajalca izvajala podjetniške aktivnosti, uvrstila zelo visoko, in sicer na 11. mesto. V inovacijskih gospodarstvih je zgodnja notranjepodjetniška aktivnost zaposlenih (EEA) popolnoma primerljiva s podjetniško aktivnostjo prebivalstva (TEA), v nekaterih državah pa je EEA celo višja. Takšne države so Belgija, Danska in tudi Slovenija, kjer je leta 2011 zgodnjepodjetniška aktivnost prebivalstva (TEA) močno upadla.

Žal nimamo podatkov iz preteklih let, da bi lahko primerjali, ali se je notranjepodjetniška aktivnost Slovenije sčasoma spreminjala in ali je kakorkoli povezana z gospodarsko krizo. Možno je namreč postaviti tezo, da v recesiji in gospodarski krizi, ko se poslovne priložnosti zmanjšajo in ko se večja nezaposlenost, posamezniki svojo podjetnost in ustvarjalnost sproščajo v organizaciji, v kateri so zaposleni. V kriznih časih je namreč treba bolj intenzivno kot v časih konjunktura iskati nove rešitve, proizvode in trge, da bi ob zmanjšanem povpraševanju na trgu podjetje lahko preživel in se ohranilo. V Sloveniji takšni tezi pritrjuje dejstvo, da so leta 2011 ljudje bistveno manj zaznavali poslovne priložnosti in da je bilo pomembno manj tudi nastajajočih in novih podjetnikov. Predvidevamo lahko, da se v obdobjih, ko je okolje zelo negotovo, ljudje manj lotevajo tveganih aktivnosti, kar ustanovitev podjetja vselej tudi je.

Primerjava podjetniških značilnosti notranjih podjetnikov je pokazala, da imajo le-ti višjo raven zaznavanja in dojemanja podjetništva. Primerjava Slovenije s skupino držav, ki spadajo med inovacijska gospodarstva, pokaže, da v Sloveniji posamezniki v vseh kategorijah v višjem deležu kot drugod poznajo nekoga, ki je v zadnjih dveh letih ustanovil podjetje. Zaznavamo precejšnjo razliko med podjetnimi (72 %) in preostalimi zaposlenimi (41 %). Bolj izrazito kot drugod tudi predpostavljajo, da imajo za podjetništvo potrebno znanje, veščine in izkušnje. Še zlasti samozavestni so podjetniki, ki tako menijo v 90 % (v inovacijskih gospodarstvih 79 %). Takšna samozavest je seveda pozitivna, je pa lahko tudi nevarna, če postane ovira za nadaljnjo osebno rast in razvoj. Večjo prepričanost v lastne podjetniške sposobnosti izražajo v Sloveniji tudi drugi zaposleni. Polovica podjetnih posameznikov v inovacijskih gospodarstvih je bila mnenja, da se bodo v naslednjega pol leta pojavile uporabne poslovne priložnosti; v Sloveniji je bilo teh le za dobro četrtnino. To je lahko odraz gospodarske krize, lahko pa tudi posledica nezainteresiranosti zaposlenih za iskanje priložnosti. Tudi notranje podjetništvo je namreč povezano s tveganji ne samo za delodajalca, ampak tudi za zaposlene, ki se za svojega delodajalca lotevajo podjetniških aktivnosti.

V Sloveniji več kot polovica anketiranih zaposlenih, ki se znotraj podjetja ukvarjajo z novim podjetjem, meni, da s tem svojim delovanjem prevzemajo nase določeno tveganje. V inovacijskih gospodarstvih je takšnih le tretjina. Od deleža notranjih podjetnikov, ki menijo, da s podjetniško aktivnostjo prevzemajo tveganje, jih v Sloveniji 53 % ocenjuje, da s tem tvegajo izgubo položaja, 45 % pa, da bi lahko to negativno vplivalo na njihovo kariero. Povprečje držav inovacijskega gospodarstva je 46 % oziroma 42 %. Večja razlika se pojavlja pri tveganju izgube zaposlitve, pri čemer je delež tistih, ki so menili, da bi s podjetniškimi aktivnostmi lahko izgubili zaposlitev, 27 %, v Sloveniji pa je bilo takšnih kar 45 %.

SKLEPNA SPOZNAJJA

Podjeme ustanavljajo posamezniki, ki nenehno presojajo stroške in koristi takšnega ravnanja, na njihove odločitve pa poleg osebnih značilnosti pomembno vplivajo številni dejavniki v neposrednem življenjskem prostoru (potencialnih) podjetnikov in v institucionalnem okolju podjetij, prevladujoče kulturne vrednote, splošen odnos družbe do podjetništva in podobno. Takšno videnje podjetništva ni vselej tisto, ki ga zasledujejo nosilci ekonomske politike, saj pogosto prevlada neosebni agregatni makroekonomski vidik, ki opazi podjetništvo šele, ko se realizira v podjetju oziroma manifestira v bruto domačem proizvodu ali ko podjetje zaide v krizo oziroma preneha poslovati. Pri takem pogledu se pozablja, da so prav nenehno podjetniško vrenje in podjetniške ambicije posameznikov tisto, kar obnavlja ekonomsko strukturo. Ali se bo ustvarjalni posameznik odločil za podjetništvo ali ne, pa je v celoti odvisno od njegove presoje, saj v podjetništvo ljudi ni možno prisiliti, lahko se jih le spodbuja. Odsotnost konsistentne industrijske politike, ki bi razumela, da je treba podjetništvo spodbujati tako na ponudbeni kot povpraševalni strani, seveda ustvarja teren za čudaški laissez-faire pogled na podjetništvo, ki pozablja, da je podjetništvo redk in dragocen vir, ki ga je treba ne samo odkrivati in vzgajati, ampak tudi negovati in spodbujati.

Poleg tega morajo biti vladni ukrepi prilagojeni razvojni stopnji posameznega nacionalnega gospodarstva in pomembno pogojeni s tipom podjetništva, ki ga želimo spodbujati. Za družbeni razvoj je še posebej pomembno inovativno podjetništvo, ki je sposobno zagotavljati nova delovna mesta ter prispevati k zadovoljevanju potreb in doseganju konkurenčnosti, vodijo pa ga izobraženi in strokovno usposobljeni posamezniki, ne več motivirani s preživetjem, ampak z izkoriščanjem obetavnih poslovnih priložnosti. Načini, kako takšne posameznike navdušiti za podjetništvo, so seveda bistveno drugačni kot pri drugih tipih podjetništva. Tako kot vladni ukrepi ne morejo biti enaki za vse države ne glede na njihovo stopnjo razvitosti, ne morejo biti enaki niti za vse tipe podjetništva. Zavestno vplivanje na podjetniško stvarnost zato zahteva natančno poznavanje te stvarnosti in zakonitosti, ki jo obvladujejo, zaradi vpliva politike na oblikovanje podjetniškega vedenja pa se je treba natančno zavedati izidov, ki temu sledijo, in jih skušati v največji možni meri izboljšati.

Zato tudi velja razmišljati, kdaj je posameznikov podjetniški potencial bolje izkoriščen: ko se angažira kot samostojni podjetnik ali ko svoje kreativne sposobnosti produktivno izrablja kot zaposleni v podjetju, ki je v lasti in upravljanju nekoga drugega. V zadnjem času je namreč vse več raziskav, ki presegajo običajno definiranje podjetništva kot poklica in upoštevajo, da je podjetniška aktivnost znotraj obstoječih podjetij (notranje ali korporacijsko podjetništvo) prav tako del podjetniške aktivnosti družbe. Še zlasti, ker se nakazuje, da različne razvojne ravni posameznih gospodarstev ter razlike v nacionalnih kulturah in institucionalnih okvirih pomembno vplivajo na razporejanje podjetniških potencialov in podjetniške ustvarjalnosti med neodvisno (ambiciozno in neambiciozno) podjetništvo in podjetniško aktivnost zaposlencev. 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. Slovenija se je leta 2011 razvrstila med države, v katerih je ob nizki stopnji ambicioznega podjetništva prisotna visoka stopnja podjetniške aktivnosti zaposlencev, ki za svojega delodajalca razvijajo nove dejavnosti ali vzpostavljajo nove enote.

Ekonomska politika mora zato narediti več na obeh koncih podjetniškega spektra – pri spodbujanju inovativnega podjetništva in podjetništva, usmerjenega v rast, ter pri notranjem podjetništvu. Uvajanje novih izdelkov in tehnologij ter pospeševanje prenosa znanja v prakso tako še naprej ostajata prednostni nalogi za ekonomsko politiko. Ta mora prispevati k razvijanju inovacijskega in

podjetniškega potenciala z izobraževanjem in podpornim okoljem ter odstranjevati ovire, ki preprečujejo, da bi inovativni posamezniki podjetniško kariero razpoznali kot privlačno možnost. Pri tem velja izpostaviti tudi stabilno finančno okolje, ki je v Sloveniji pomembno za nadaljnji razvoj oziroma eden temeljnih razlogov za opustitev poslovanja. Prav tako pa mora posvečati potrebno pozornost notranjemu podjetništvu, da bi inovativni in podjetni zaposleni lahko znotraj podjetja uresničevali svoje podjetniške pobude in zamisli.



Executive Summary

Creativity is expressed in various ways. In terms of economic development, the most important aspects of creativity are discovering and implementing business opportunities, and founding new companies, along with their development. Therefore entrepreneurial research is mainly involved with studying the driving force of the business process, which is the entrepreneur, namely its ambitions, innovativeness, and entrepreneurial attitudes, along with fears, reasons, and constraints, which prevent qualified individuals from treading the path of entrepreneurship. Across the world, only a small portion of adults decide to involve themselves in entrepreneurship not only independently, but also internally (intrapreneurship). In intrapreneurship, an individual employs his/her creativity to be productive within a company, owned and managed by another. Therefore, in this year's analysis, we have dedicated special attention to the entrepreneurial activities of intrapreneurs. These include employees who establish new businesses for their employer.

The GEM research programme was created to enable a harmonized study of different forms of entrepreneurship in vastly different countries – from the most developed to those where the majority of the population still lives below the poverty line. Entrepreneurship is always important, as it ensures and enables development, though its importance and influence are adjusted according to individual development stages of the economy and the enterprise. GEM's concentration on individuals enables a detailed insight into the perception of entrepreneurship by the adult population, the national entrepreneurship profile, involvement of adults in entrepreneurial activities, industries in which the analysed entrepreneurs are active, and entrepreneurial aspirations. Because we are dealing with differently ambitious individuals in terms of entrepreneurship, we tend to differentiate between three basic dimensions of entrepreneurial activities: medium/high job expectation entrepreneurial activities, reflecting ambitious entrepreneurship; low job expectation entrepreneurial activities, and intrapreneurial activity.

THE ADULT POPULATION'S ATTITUDE TOWARDS ENTREPRENEURSHIP

The perception of entrepreneurship by adults has been recorded through the perception of business opportunities, entrepreneurship knowledge and skills, fear of failure, entrepreneurial intentions, entrepreneurship as a desirable career choice, high status of successful entrepreneurs, and media attitudes towards entrepreneurship. The results of the study have shown that

with increased economic development, there is a general decline in the scope of recognition of business opportunities among the population. This decline amounts to nearly 50% of adults in factor-driven, 40% of adults in efficiency-driven, and less than 35% of adults in innovation-driven economies who believe that business opportunities will appear in their environment. Simultaneously, there has been a general decline in self-confidence in one's own knowledge, competences, and experience pertaining to entrepreneurship. In factor-driven economies, more than 55% of the adult population is certain of their know-how and competences required for entrepreneurship, 52% in efficiency-driven, while, on average, this percentage amounts to only just over 40% of the adult population in innovation-driven economies. Within the category of innovation-driven economies, the perception of good business opportunities is generally poor especially in countries where economic depression has been most severe, in Spain (14.4%), Portugal (16.7%), and Greece (10.9%). Slovenia is not far off, as a lower degree of perception of business opportunities has not been recorded in any other European country, categorized as an innovation-driven economy. Globally, a lower degree within the category of innovation-driven economies has only been recorded by Korea (11.2%) and Japan (6.3%). At the top, Scandinavian countries are placed: in Sweden, business opportunities are perceived by as many as 71.5% of adults, in Norway by 67.1%, and in Finland by 60.8%. Though, a very high degree of confidence in the knowledge required for a successful entrepreneurial career is characteristic of Slovenia; more than 50% of the adult population (50.8%) are certain of their abilities, placing Slovenia 4th in this category. The highest rate has been recorded in the USA (55.7%). Similarly encouraging is also fear of failure, which is less common in Slovenia than in the rest of innovation-driven economies.

Entrepreneurial intentions reflect the share of adult population in a country, not included in entrepreneurial activities, who estimated that, in the next three years, will undertake some form of entrepreneurial activity. Whether these intentions will be realized or not depends on perceived business opportunities, an individual's motivation, perception of entrepreneurship, and of business environment. Globally, in 2011, Slovenia has been placed last with 9.2% in the category of innovation-driven economies. In average, entrepreneurial intentions were the highest in factor-driven (26.4%) and efficiency-driven (24.7%) economies. Slovenia has placed as an average country within innovation-driven economy in 2011 also in terms of perception of entrepreneurship, as 70% of individuals believe that successful entrepreneurs are well respected, and 53% believe that entrepreneurship would be a good career choice. In terms of the relationship of the media towards entrepreneurship, a significant decline has been recorded in Slovenia compared to previous years. In 2007, stories of success were noticed by 68% of individuals, while in 2011, only 45% believed that the media publish articles on successful entrepreneurs and their undertakings. This places Slovenia at the bottom of the innovation-driven economies group – a lower percentage has only been recorded in Greece and Spain. Apparently, the economic crisis has made the media more attentive to negative or unsuccessful entrepreneurial stories.

SLOVENIAN ENTREPRENEURSHIP PROFILE

The analysis of the Slovenian entrepreneurship profile within GEM is based on interviewing an adult population sample (ages 18 to 64) with the purpose of identifying individuals who have only started on their path of entrepreneurship, individuals who have already founded a company, individuals who have terminated their enterprises, and individuals who found new business for their employers. Getting involved in entrepreneurship is rarely incidental. As a rule, it is composed of individual steps, such as contemplating the possibilities of entrepreneurship career, considering the opportunity costs of such a decision, examining market and customer options,

reflecting on one's own abilities pertaining to entrepreneurship, founding of a company, implementation of production, and so on. Without these initial steps, an already established company would not have been founded.

In Slovenia, early-stage entrepreneurial activities of the adult population have again declined dramatically in 2011; it has decreased from 4.65% in 2010 to 3.65% in 2011. What is even bigger concern is that entrepreneurial activity has been on the decline for the third consecutive year – compared to 2008, when 6.4% of the population decided to pursue a career in entrepreneurship, the numbers have decreased by almost half, and have reached the lowest level since 2004. This can be blamed not only on the recession, but also on poorly regulated business environment and also certain other conditions of doing business based on which individuals decide to found a company or not. The highest early-stage entrepreneurial activity rate in 2011 was recorded in China (24.0%), Chile (23.7%), and Peru (22.9%), where a large part of the entrepreneurial activities can be attributed to necessity entrepreneurship. Slovenia who has joined this global study in 2002 has for the first time recorded an infamous result of being placed last among 54 countries. The situation of established entrepreneurs is somewhat better. In 2011, there were 4.8% of them among the population, which is only a fraction less than in 2010 (4.9%). In comparison to other countries, Slovenia has been placed 40th. By far the largest percentage of established entrepreneurs in 2011 was recorded in Thailand (30.1%), while the highest percentages among European countries were recorded in Greece (15.8%) and Switzerland (10.1%). Globally, the lowest percentages of established entrepreneurs among the adult population have been recorded in Venezuela (1.6%) and Hungary (2.0%).

In Slovenia in 2011, not only fewer companies were founded and fewer companies were active, but also less entrepreneurs decided to cease entrepreneurial activities. In Europe, where the majority of GEM countries are categorized as innovation-driven and efficiency-driven economies, the total entrepreneurial activity was proportionally lower. 7.6% of the adult population participated in early entrepreneurial activities (6.3% in 2010), while 6.5% (identical to the year before) of them were established entrepreneurs. In south-eastern Europe, these two percentages are a little lower – 7.2% and 6.1%, while in Slovenia, they are even lower – 3.7% and 4.8%. These comparisons, though, need to be employed carefully, because the category of analysed GEM countries in 2011 is not identical to that of 2010. In 2011, Slovenia recorded substantial entrepreneurial lethargy. Apparently, the political crisis and institutional lethargy have made their contributions to the uncertainty caused by the economic crisis and recession. As a result, individuals have perceived less business opportunities, as indicated in this study.

Just like establishing a company, discontinuation of business is also part of the business process. Namely, every enterprise has a certain life span, in which it is capable of meeting customer demands and creating profit for the owner and shareholders. This capability ceases due to economic conditions and market changes (new competitors, decreased demand, increased costs) as well as the owner's or the entrepreneur's personal decision to remodel the enterprise, to retire, or due to their loss of interest in a career in entrepreneurship. This rate, along with the TEA index, is an important indicator of the entrepreneurial process. The largest percentage of the adult population that discontinued business in 2011 was recorded in Algeria (8.9%) and Slovakia (7%), and the smallest in Japan (0.7%) and Belgium (1.37%).

The main reason for the discontinuation of business in Slovenia by individuals in 2011 was financial – as many as 43%, which represents a 100% increase compared to 2010, when only 21% of individuals indicated financial reasons as the cause of the discontinuation of business. The next most common reasons are retirement (18%) and non-profitability of a company (15%). Financial reasons were not at the top of any other analyzed category of countries. In all economies,

excluding factor-driven ones, where this decision was connected to a series of different causes, the key reason for discontinuation of business was the non-profitability of a company. Slovenia stands out in another aspect: as many as 18% have discontinued the business due to retirement. We would probably not be too far off if we stated that the reason lies not in the higher average age of Slovenian entrepreneurs, but instead in the generous retirement system and announced changes of the retirement act, which is aimed at redefining retirement requirements.

The decision to undertake entrepreneurship is personal and may stem from different reasons. Some people are forced into entrepreneurship, as independent entrepreneurial activities have proven to be the only method of survival (*necessity based entrepreneurship*), while others opt for entrepreneurship in order to improve their position – and it is their freedom of choice to participate in independent entrepreneurship (*opportunity-based entrepreneurship*). The fact that independent entrepreneurship is the only available option can be attributed to different influences of the environment, unemployment, absence of suitable enterprises which offer employment, etc. It is most common in the poorest countries. These countries, therefore, also have a high degree of participation of the adult population in entrepreneurship. A large quantity of entrepreneurs does not necessarily lead to economic growth; entrepreneurs are self-employed, do not possess the required development potential and partake in activities where added value is minimal. Growth can be attributed mainly to highly-motivated entrepreneurs who identify a promising business opportunity, which enables the growth of a company and opens new posts of employment. During the period of monitoring in Slovenia via the Global Entrepreneurship Monitor, there has been a prevalence of entrepreneurship undertaken by individuals who desire to improve their position, while the share of entrepreneurs pushed into business due to necessity was minuscule. If entrepreneurship originating from the desire for increased independence and profit is compared to entrepreneurship resulting from necessity and other mixed motives, for example, from the assumption of a family enterprise, it is evident the ratio remains more or less unaltered (57% in 2010 vs. 55% in 2011). However, it does represent a severe deterioration compared to 2009, when 71% of all emerging and new entrepreneurs got involved with entrepreneurship with the objective of increasing their independence and income. The comparison of just two motives within the intention of taking advantage of opportunities, that is the purpose of a) maintaining income levels and b) increasing independence or profits, shows that in Slovenia, 88% of nascent and new entrepreneurs have undertaken a career in entrepreneurship due to the latter.

The data collected since we have begun researching early-stage entrepreneurial activities in Slovenia and across the globe shows that in Slovenia, the highest average degree of early-stage entrepreneurial activity has been recorded in the category of individuals aged between 25 and 34, while the category of established entrepreneurs included in the populations sample is primarily composed of individuals aged between 45 and 54. Globally, almost a third of established entrepreneurs are members of the 45 to 54 age group, while in Slovenia, this percentage is even a bit higher, recorded at over 37%. On average, approx. 80% of established entrepreneurs are aged above 35; in Slovenia, this percentage amounts to as much as 85%.

For a series of years, there has been a trend of increase of nascent and new entrepreneurs ages between 55 and 64 in innovation-driven economies. The possibilities of analysing such a trend are limited because the category of participating countries in this annual study is never identical. In Slovenia, a greater sample or a larger entrepreneur category would have to be included in such an analysis of the structure of individual age groups. This characteristic is especially interesting in the case of a necessary retirement reform such as in Slovenia as well as in other countries suffering from the global crisis.

In Slovenia, women are in statistically significant lower proportion involved in entrepreneurship which is characteristic of innovation-driven economies. In Slovenia, there have been 64.3% of men and 35.7% of women in the category of nascent and new entrepreneurs in 2011. This means that twice as many men compared to women decide to participate in early entrepreneurial activity. In the category of established entrepreneurs, the ratio is similar, and even tips the scale in the favour of men, as the category of established entrepreneurs includes an average of 70.1% of men and 29.9% of women. Compared to 2010, more women have been noted in every category of entrepreneurs. The smallest percentage of woman entrepreneurs has been recorded in Pakistan, Bangladesh, Iran, etc. This is strongly connected to cultural and social norms. At the other end of the scale, the largest percentage of female entrepreneurs has been recorded in Thailand and Singapore. Among European countries, Switzerland stands out – there, nascent and new entrepreneurs include an equal share of both men and women. Among European countries, the leading position is held by Russia (44% of women), and in the category of innovation-driven economies, by USA (42% of women).

In previous years, an increase of the share of nascent and new entrepreneurs originated from the category of highest-income households (54.4% in 2009 and 64.8% in 2010) was recorded. In 2011, there was a slight decline compared to 2010, namely to 62%, though the highest percentage of nascent and new entrepreneurs still hails from highest-income households. However, a greater increase of the percentage of nascent and new entrepreneurs from lowest-income households was recorded. In 2011, almost a fifth of all nascent and new entrepreneurs were members of the lowest-income household category, while a year before, this share amounted to a mere tenth.

The educational structure of entrepreneurs importantly affects the quality of entrepreneurship and its capability of growth and development, because education enhances the individual stock of information and skills, important for perceiving and seizing business opportunities. Even in 2011 (similarly to the year before), we recorded an increase in the share of nascent and new entrepreneurs with above-secondary-school levels of education. In 2010, about half (53.8%) of nascent and new entrepreneurs only had a secondary school degree, while in 2011, this percentage increased to over 60%.

ENTREPRENEURIAL ASPIRATIONS

Entrepreneurial aspirations for the creation of new jobs, the innovative character of applied technologies in product manufacturing or the provision of services, and the degree of internationalization of companies across all levels of entrepreneurial activity represent key indicators based on which the GEM establishes entrepreneurial aspirations. We are especially interested in entrepreneurs and their businesses in early-stage entrepreneurship.

The growth-orientation of entrepreneurs was established based on their assessments of the number of jobs their business would generate in the following years. In the period from 2009 to 2011, an average of 4.7% of the actively employed population participated in early entrepreneurial phases. The ambition to increase the number of available jobs was only expressed by 1.9% of individuals. In Slovenia, only 2.43% of established entrepreneurs on average still express high aspirations of increasing the number of jobs. This is almost half less than in 2010 (4.10% of established entrepreneurs).

Innovation orientation was established by identifying the share of entrepreneurs in the early entrepreneurial stages owning and managing businesses with innovative characters. This means

that the entrepreneur considers its product or service new to the market, and that some or all potential buyers are still unfamiliar with it, and that this product or service is only provided by few or even no companies in the market. Similar to other factors, it can be considered that the share of innovation-driven enterprises increases along with economic development. Denmark has taken first place in the category of European countries, just as it had several years before. In 2011, in Denmark, 54.13% of entrepreneurs considered their products innovative. Other European countries trailing behind Denmark are the United Kingdom, Switzerland, France, and Ireland. With 33.26%, Slovenia is placed in the middle of the scale, along with the majority of innovation-driven economies.

The export orientation of early entrepreneurial activity of nascent and new entrepreneurs is measured through the ratio of internationalization, which is closely connected to the growth and competitiveness of companies. These numbers indicate what portion of products or services entrepreneurs intended to provide to customers outside of their home country. The level of internationalization generally increases along with the economic development of a country. In Slovenia in 2010, approx. 27% of nascent and new entrepreneurs indicated a medium or high degree of internationalization, as it was their opinion that over 25% of buyers of products and services reside outside Slovenia. In 2011, this structure was somewhat changed, as the average has declined to 22.5%. Globally, the first position on the country scale in regard to this indicator is occupied by Croatia, where on average almost 40% of nascent and new entrepreneurs believe that at least 25% of their customers reside outside the home country. Slovenia was placed 12th from 54 participating countries.

ENTREPRENEURSHIP FRAMEWORK CONDITIONS

Individuals who are weighting the possibility to engage in entrepreneurship, and their businesses are faced with numerous factors deriving from within the institutional framework which differ greatly between individual countries. Specific circumstances to carry out business activities in each country have a significant impact on attitudes of population towards entrepreneurship and on activities and aspirations of entrepreneurs, which consequently affects economic growth and development. If the general national framework conditions are well regulated and aimed at competitiveness, enterprises can achieve international success, found new ventures and businesses, and contribute to the growth of micro, small, and medium-sized enterprises. The entrepreneurial process is greatly influenced by business opportunities and the ability of individuals to undertake new ventures.

The basic entrepreneurship framework conditions monitored by the GEM include nine areas: entrepreneurial finance, government policy, government programs, entrepreneurship education, R&D transfer, commercial and legal infrastructure, openness and competitiveness, physical infrastructure, and cultural and social norms. The data on the entrepreneurship framework conditions was obtained through a standardized questionnaire intended for national experts in each of the participating countries. One of conclusions is that entrepreneurial education in primary and secondary school is the area where Slovenia, as well as on average innovation-driven and European countries score lowest. The average score for this framework condition in innovation-driven economies amounts to 2.16 (on a scale from 1 to 5), and even less in Slovenia (1.80). Only Spain, France, and the Czech Republic are placed after Slovenia. Entrepreneurial education and training have already been poorly rated by experts in Slovenia in the past. This is especially true for entrepreneurial education and training in primary and secondary schools, where entrepreneurship teaching has not yet been properly included in the curricula.

Slovenia has been placed near the bottom in regard to cultural and social norms which affect the entrepreneurial activity. Namely, in the group of innovation-driven economies, Slovenia has taken the penultimate position along with Spain and Czech Republic (2.2 on a 1–5 scale). This value is substantially lower than the averages of both innovation-driven (2.8) and efficiency-driven (2.6) economies. Cultural and social norms represent an important factor or framework condition, where change can only be expected in the long run, because it is connected with tradition, practices, and the beliefs of individuals – and these are only adjusted slowly.

The rating of the Slovenian entrepreneurial environment for 2011 indicated a lower average value compared to the average of innovation-driven economies in every framework condition. In several cases, the rating was also lower from the average rating of efficiency-driven economies since Slovenia, which should belong to the group of innovation-driven economies in terms of GDP per capita, only exceeds the average in two framework entrepreneurial conditions – the availability of different financial sources to new and developing enterprises, and the government programme rating.

ENTREPRENEURIAL EMPLOYEE ACTIVITY

Entrepreneurship is not taking place only in market where entrepreneurs create new businesses, but also in established companies where individuals search for new opportunities, and develop new or different products and services for their employers. Beside independent entrepreneurs, entrepreneurship within an existing organization also exists – what defines entrepreneurship is not the organizational form where business takes place but the activity of perceiving and seizing business opportunities. In this year's GEM study, we have investigate to what extent is intrapreneurship present and who are the entrepreneurial employees who found new businesses for their employers. Entrepreneurial employee activity has been defined as the activity where *“employees develop new activities for their main employer, such as developing or launching new goods or services, or setting up a new business unit, a new establishment or subsidiary”*. This definition therefore includes more than the mere founding of a new enterprise, but it excludes employee activities aimed at the optimization of internal business processes.

We had data on the intrapreneurial activity of 52 countries, and we have established that, on average, a minuscule percentage of the population is included in the entrepreneurial activity for their employer (3.5%). The difference between different types of economies is substantial. In factor-driven economies, there are only 0.4%, in efficiency-driven 2.3%, and in innovation-driven 5.8%. The highest share of intrapreneurial activity was recorded in Sweden (16.2%) and Denmark (15.1%), and the lowest in Bangladesh (0%), Iran, and Pakistan (0.2%). Slovenia was placed 11th with 5.1% of adult population engaged in entrepreneurial activities for their employers. In innovation-driven economies, the employee entrepreneurship activities (EEA) can easily be compared to the total entrepreneurial activity (TEA). In some countries, the EEA may ever surpass the TEA. Such countries include Belgium, Denmark, and also Slovenia, where in 2011, the early total entrepreneurial activity has decreased substantially.

Unfortunately, there were no data from previous years available to enable us to compare whether the employee activity in Slovenia has changed over time or whether it is in any way connected to the economic crisis. An assumption can be made, that in periods of recession and economic crisis when business opportunities are reduced and unemployment is on the rise, individuals will satisfy their entrepreneurial intentions and creativity within the company. In crisis situations, new solutions, products, and markets must be discovered to an even greater extent than in times of growth in order for a company to survive and continue to exist despite a decline in market

demand. In Slovenia, this assumption is confirmed by the fact that in 2011, individuals perceived significantly less business opportunities, and there were significantly less nascent and new entrepreneurs. We can assume that, in periods of instability, individuals are less likely to undertake risky activities, which the founding of a company is.

The comparison of entrepreneurial characteristics of intrapreneurs has indicated that they are better at perceiving and understanding entrepreneurship. When comparing Slovenia to the group of innovation-driven economies, it is evident that the percentage of individuals in every category in Slovenia who know someone that has founded a company in the last two years is higher. A large difference has been recorded between intrapreneurs (72%) and other employees (41%). More pronounced than in other countries they also assume that they possess necessary knowledge, skills, and experience required for entrepreneurship. Entrepreneurs are especially confident, as over 90% feel that way (79% in innovation-driven economies). This confidence is, of course, positive, but it can also be dangerous if it proves to be an obstacle in further personal growth and development. In Slovenia, other employees have also expressed greater confidence in their own entrepreneurial abilities. Half of the entrepreneurs in innovation-driven economies believed that in the next six months, promising business opportunities would appear; in Slovenia, this idea was only shared by a quarter of the entrepreneurs. This could be a reflection of the economic crisis, or it could be the result of the lack of interest of employees to seek new opportunities. Even intrapreneurship is connected to risks pertaining not only to the employer but also to employees who undertake entrepreneurial activities on behalf of their employers.

In Slovenia, more than half of the interviewed employees who deal with new businesses within the company where they work believe that they are assuming a certain risk. The number decrease in innovation-driven economies to only a third. Among intrapreneurs in Slovenia who believe that they by being entrepreneurial are assuming a risk, 53% believe they risk losing their job, and 45% believe that their careers could be adversely influenced. The average of countries with innovation-driven economies amounts to 46% and 42%. A greater difference has been identified in terms of risk of loss of employment. On average, 27% believe their employment could be lost due to entrepreneurial activities, while in Slovenia, this percentage amounts to 45%.

POLICY IMPLICATIONS

Companies are founded by individuals who continuously evaluate costs and benefits of such undertaking, while their decisions are critically influenced by personal characteristics and numerous factors within the environment of (potential) entrepreneurs and within the institutional frameworks, by prevailing cultural values, and the general relationship of the society towards entrepreneurship, etc. This is not always the perception of entrepreneurship which is pursued by policy-makers, mainly due to the prevailing domination of the impersonal aggregate macroeconomic aspect, which only considers entrepreneurship when materialized in established company or manifested in the gross domestic product, or when a company encounters a crisis or ceases operations.

In this aspect, it is often overlooked that it is the continuous entrepreneurial driving force and the entrepreneurial ambitions of individuals that restore the economic structure. Whether an individual opts for entrepreneurship is entirely dependent on his/her judgement. Individuals cannot be forced into entrepreneurship; they must be encouraged to undertake it. The absence of a consistent industrial policy with an understanding that entrepreneurship must be encouraged both at the supply and demand side, of course paves the way for the strange *laissez-faire* perception of entrepreneurship, which does not consider the fact that entrepreneur-

ship is a scarce and valuable resource which must not only be discovered but also nurtured and encouraged.

Also, government measures must be adjusted to the level of development of an individual national economy and adapted to the type of entrepreneurship, targeted for promotion. Innovation-driven entrepreneurship is especially important for social development due to its capability of providing new jobs and contributing to meeting needs of customers and achieving competitiveness. Innovation-driven entrepreneurship is managed by educated and highly competent individuals, whose motivation is not making ends meet, but instead taking advantage of promising business opportunities. Ways of arousing an interest in entrepreneurship in such individuals, of course, differ substantially from other types of entrepreneurship. Just as government measures are different for individual countries according to their development level, they are also different for individual entrepreneurship types. Intentional influencing of the entrepreneurship reality demands accurate knowledge of this reality and the motives that drive it; and due to the influence of the policy on the formation of entrepreneurial behaviour, the resulting outcome must be carefully considered and enhanced to the greatest extent possible.

And thus, also worth considering is an individual's entrepreneurial potential – is this potential better exploited when an individual becomes an independent entrepreneur, or when he/she uses his/her creative capabilities as an employee of a company owned and managed by another. Lately, studies which have disregarded the regular definition of entrepreneurship as a profession and have taken into account that entrepreneurial activity within existing companies (internal or corporate entrepreneurship) is also part of overall entrepreneurial activity in a given country, have become more common. The reason is the notion that different development levels of individual economies and the differences pertaining to national cultures and institutional frameworks significantly affect the distribution of entrepreneurial potential and creativity between independent (ambitious and unambitious) entrepreneurship and intrapreneurial activity. GEM has developed appropriate measures for monitoring these three fields and comparing them between individual countries, due to the suitable harmonization of data sources and of the results themselves. In 2011, Slovenia was included in the category of countries with a low degree of ambitious entrepreneurship, but a high level of intrapreneurial activity, aimed at establishing new activities or founding new businesses on behalf of the employer.

Therefore, the economic policy must strive for more at both ends of the entrepreneurial spectrum, that is in encouraging innovation-driven entrepreneurship and growth-driven entrepreneurship, as well as intrapreneurship. Still, the introduction of new products and technologies, and improved implementation of ideas remains a priority in the economic policy. It must contribute to the development of innovation-driven and entrepreneurial potential through education and a supportive environment and by removing obstacles which prevent innovative individuals from recognizing entrepreneurship as an appealing career opportunity. Here, the stable financial environment in Slovenia must be mentioned – it is this environment that is important for further development, and is one of the most common reasons for the discontinuation of business. But it must also direct attention to intrapreneurship, to provide innovative and enterprising employees with the chance to realize their own entrepreneurial initiatives and ideas within the enterprise.

Uvod

1.1 EKONOMSKA IN DRUŽBENA VLOGA PODJETNIŠTVA

Podjetništvo ima več obrazov. Je poklicna izbira, ko se podjetnik odloči, da bo namesto zaposlitve in dela za druge izbral samozaposlitev in si samostojno ali v sodelovanju zagotavljal preživetje in razvoj. Je način ravnanja, pri katerem se iščejo ali ustvarjajo in izkoriščajo poslovne priložnosti, in je širši družbenoekonomski proces »kreativne destrukcije« (Schumpeter, 1942), na katerem temeljita gospodarski in družbeni razvoj. Podjetništvo temelji na osrednji človekovi sposobnosti, da razmišlja, raziskuje, išče boljše načine zagotavljanja svoje eksistence, skratka, da je podjeten in ustvarjalen. Zato tudi proučevanje podjetništva pomeni predvsem proučevanje temeljne gonilne sile, to je podjetnika in njegovih ambicij, inovativnosti in podjetnosti, pa tudi strahov, razlogov in omejitev, ki preprečujejo, da bi se usposobljeni posamezniki usmerili v podjetništvo. Podjeme ustanovljajo posamezniki, ki nenehno presojajo stroške in koristi takšnega ravnanja, na njihove odločitve pa poleg osebnih značilnosti pomembno vplivajo številni dejavniki v neposrednem življenjskem prostoru (potencialnih) podjetnikov in v institucionalnem okolju podjetij, prevladujoče kulturne vrednote, splošen odnos družbe do podjetništva in podobno.

Takšno videnje podjetništva ni vselej tisto, ki ga zasledujejo nosilci ekonomske politike, saj pogosto prevlada neosebni agregatni makroekonomski vidik, ki opazi podjetništvo šele, ko se realizira v podjetju oziroma manifestira v bruto domačem proizvodu ali ko podjetje zaide v krizo ali preneha poslovati. Pri takem pogledu se pozablja, da so prav nenehno podjetniško vrenje in podjetniške ambicije posameznikov tisto, kar obnavlja ekonomsko strukturo. A to ne velja za vsako podjetništvo, saj vse aktivnosti podjetnikov niso družbeno koristne. Poleg produktivnega, v razvoj usmerjenega podjetništva obstaja tudi špekulativno in destruktivno podjetništvo (Baumol, 1990; 1993), ki sledi zgolj lastnemu sebičnemu interesu brez kakršnegakoli oziranja na soljudi, naravo ali družbeni razvoj ter v svojih ekstremih deluje tudi izrazito uničevalno (Klein, 2007).

Dinamično schumpeterjansko inovativno podjetništvo je za družbeni razvoj še posebej pomembno, saj je sposobno zagotavljati nova delovna mesta ter prispevati k zadovoljevanju potreb in doseganju konkurenčnosti. Njegov pomen pa je glede na razvojno stopnjo posameznega nacionalnega gospodarstva različen. Kot smo že zapisali (Rebernik et al., 2011), je v manj razvitih gospodarstvih tudi samozaposlitveno preživetveno podjetništvo izjemnega pomena, saj v takih družbah ni na voljo delovnih mest, ki bi lahko absorbirala delovno sposobno prebivalstvo. Podobno pomembno je to podjetništvo tudi v kriznih časih in v okoljih, v katerih je bilo izgubljenih veliko delovnih mest (Kelly et al., 2010). Podjetništvo iz nujnosti izgubi razvojni pomen v okoljih in gospodarstvih, v katerih so možnosti za zaposlovanje številne. Tam pride do izraza inovativno, v razvoj

in rast usmerjeno podjetništvo, ki ga vodijo izobraženi in strokovno usposobljeni posamezniki, ne več motivirani s preživetjem, ampak z izkoriščanjem obetavnih poslovnih priložnosti. Načini, kako takšne posameznike navdušiti za podjetništvo, so seveda bistveno drugačni kot pri drugih tipih podjetništva. Zato tudi vladni ukrepi ne morejo biti za vse države enaki, ampak morajo biti prilagojeni posamezni razvojni stopnji nacionalnega gospodarstva. Že Hart (2003) navaja, da se moramo zaradi vpliva politike na oblikovanje podjetniškega vedenja natančno zavedati izidov, ki temu sledijo, in jih skušati v največji možni meri izboljšati. Zavestno vplivanje na podjetniško stvarnost zato zahteva natančno poznavanje te stvarnosti in zakonitosti, ki jo obvladujejo.

Zato tudi velja razmišljati, kdaj je posameznikov podjetniški potencial bolje izkoriščen: ko se angažira kot samostojni podjetnik ali ko svoje kreativne sposobnosti produktivno izrablja kot zaposleni v podjetju, ki je v lasti in upravljanju nekoga drugega. V zadnjem času je vse več raziskav, ki presegajo običajno definiranje podjetništva kot poklica in upoštevajo, da je podjetniška aktivnost znotraj obstoječih podjetij (notranje ali korporacijsko podjetništvo) prav tako del podjetniške aktivnosti družbe. Še zlasti, ker se nakazuje, da različne razvojne ravni posameznih gospodarstev ter razlike v nacionalnih kulturah in institucionalnih okvirih vplivajo na razporejanje podjetniških potencialov in podjetniške ustvarjalnosti med neodvisno (ambiciozno in neambiciozno) podjetništvo in podjetniško aktivnost zaposlencev (Bosma et al., 2012).

Prav zato smo tudi mi v letošnji analizi posebno pozornost posvetili podjetniški aktivnosti notranjih podjetnikov, to je tistih zaposlenih, ki za svojega delodajalca vzpostavljajo nove podjeme. Za Slovenijo ugotavljamo, da je tovrstna podjetniška aktivnost zaposlenih primerjalno z drugimi državami na relativno visoki stopnji. Ali je to trajna lastnost slovenskega podjetništva ali le trenutna posledica krize, ko se zaradi manj poslovnih priložnosti v okolju posamezniki bolj usmerjajo v notranje podjetništvo, bo treba šele ugotoviti s spremljanjem te aktivnosti nekaj prihodnjih let.

1.2 RAZVOJNA RAZNOLIKOST DRŽAV IN SPODBUJANJE PODJETNIŠTVA

Raziskovalni program GEM je bil ustvarjen zato, da bi omogočil čim bolj usklajeno spoznavanje podjetništva, ki se odvija v sila raznolikih državah – od najbolj razvitih do tistih, v katerih večina prebivalstva še živi pod pragom revščine. Čeravno je v vseh teh državah podjetništvo vselej pomembno, saj zagotavlja in omogoča razvoj, pa se glede na posamezne razvojne stopnje gospodarstva in družbe spreminjata njegov pomen in vpliv. V našem raziskovanju uporabljamo Porterjevo (Porter et al., 2002) tipologijo, ki glede na doseženo razvojno stopnjo razvršča svetovna gospodarstva v »faktorska« (*factor-driven*), »učinkovitostna« (*efficiency-driven*) in »inovacijska« (*innovation-driven*). Slovenija se po doseženi stopnji razvitosti, merjeni z bruto domačim proizvodom na prebivalca, uvršča med inovacijska gospodarstva. Razvrstitev držav, ki so sodelovale v GEM leta 2011, je prikazana v tabeli 1.

Tabela 1: Države GEM leta 2011 po tipih gospodarstev

Faktorska gospodarstva	Alžirija, Bangladeš, Gvatemala, Iran, Jamajka, Nigerija,* Pakistan, Venezuela
Učinkovitostna gospodarstva	Argentina, Barbados, BiH, Brazilija, Čile, Hrvaška, Južnoafriška republika, Kitajska, Kolumbija, Latvija, Litva, Madžarska, Malezija, Mehika, Panama, Peru, Poljska, Romunija, Rusija, Slovaška, Tajska, Trinidad in Tobago, Turčija, Urugvaj
Inovacijska gospodarstva	Avstralija, Belgija, Češka, Danska, Finska, Francija, Grčija, Irska, Japonska, Koreja, Nemčija, Nizozemska, Norveška, Portugalska, Združeni arabski emirati, Singapur, Slovenija , Španija, Švedska, Švica, Tajvan, Velika Britanija, ZDA

* V večini grafov in tabel z izračuni v nadaljevanju te monografije Nigerija ni prikazana zaradi nedoseganja zahtevanih standardov kakovosti podatkovne baze, ki se nanaša na anketiranje odraslega prebivalstva v državi. Kjer je uporabljena podatkovna baza, ki izhaja iz anketiranja nacionalnih izvedencev, je Nigerija vključena v analizo.

Kot je razvidno iz tabele, zajema raziskava GEM države na zelo različnih stopnjah razvitosti. Zato ni možno podati enotnega napotka, kako v teh državah spodbujati podjetništvo, saj različne razvojne stopnje družb nosijo s seboj različne zahteve ne samo glede najučinkovitejšega načina gospodarjenja, ampak tudi glede najracionalnejše odločitve posameznika o vstopanju v podjetniško kariero. Temu se mora prilagajati tudi ekonomska politika, da bi lahko čim učinkoviteje podpirala razvoj podjetništva, z njim pa tudi ekonomski in družbeni razvoj. Na *sliki 1* prikazujemo temeljne tipe gospodarstev, njihove značilnosti in temeljno usmerjenost ekonomske politike.

Slika 1: Značilne skupine gospodarstev in ključna razvojna usmerjenost (Kelley et al., 2011)



Kot smo pojasnjevali v pregledu podjetniške aktivnosti v Sloveniji v letu 2010 (Rebernik et al., 2011), je na nizki stopnji gospodarskega razvoja rast pogojena zlasti z imobilizacijo osnovnih proizvodnih dejavnikov: zemlje, primarnih dobrin in nekvalificirane delovne sile. Vloga države je predvsem v tem, da zagotavlja politično in makroekonomsko stabilnost, hkrati pa še dovolj svobodno tržišče, ki zagotavlja in dopušča učinkovito alokacijo proizvodnih dejavnikov prek domačih podjetij in tudi s privabljanjem tujih vlaganj. Glavni podjetniški izziv v teh državah je pridobitev osnovnih proizvodnih dejavnikov – zemlje, dela in kapitala – in njihovo usklajeno delovanje. Podjetja proizvajajo dobrine oziroma relativno enostavne izdelke, ki temeljijo na ustaljeni tehnologiji, ta pa je bila vpeljana v bolj razvitih državah. Tehnologijo takšna država na nizki stopnji razvoja asimilira z uvozom, tujimi neposrednimi investicijami in posnemanjem. Na tej stopnji razvoja si podjetja konkurirajo predvsem s ceno ter pogosto nimajo neposrednega dostopa do potrošnikov. Gospodarstvo z opisanimi dejavniki gospodarske rasti uvrščamo v skupino gospodarstev, v katerih je gospodarska rast pogojena s temeljnimi proizvodnimi dejavniki; imenovali smo jih **faktorska gospodarstva**. Ta gospodarstva so izredno občutljiva za svetovne gospodarske cikle, cene dobrin in trende cen ter za menjalne tečaje. Velik delež podjetništva v teh državah je samozaposlitvenega tipa zaradi nujnosti, posamezniki pa svojo podjetniško aktivnost izvajajo v dejavnostih, ki ne zahtevajo veliko kapitala in tehnologije.

S prehodom gospodarstva iz skupine z nizkim dohodkom v skupino gospodarstev s srednje visokim dohodkom postane glavni dejavnik gospodarske rasti investiranje. Tuje neposredne investicije, skupna vlaganja in zunanje izvajanje dejavnosti (*outsourcing*) so načini integriranja nacionalne ekonomije v mednarodne proizvodne procese, kar omogoča tudi tehnološke izboljšave, dotok tujega kapitala in tehnologij, kar skupaj spodbuja gospodarsko rast. Glavni podjetniški izzivi v teh državah so vezani na ustvarjanje mednarodnih povezav gospodarskega sistema z zadostnimi privabljenimi tujimi neposrednimi investicijami. V tej fazi gospodarskega razvoja je vloga države

velika zlasti pri izboljšanju fizične infrastrukture in na področju regulative, katere namen bi moral biti zagotavljanje integracije z globalnim tržiščem. V tej fazi je učinkovitost pri proizvodnji standardnih izdelkov in storitev glavni vir gospodarske rasti in globalne konkurenčnosti gospodarstva. Proizvodi in storitve so bolj sofisticirani, tehnologija in dizajn pa v glavnem prihajata iz tujine. Poleg tega, da tehnologija prihaja v državo iz tujine, pa s tujimi neposrednimi investicijami in posnemanjem narodno gospodarstvo razvije tudi potencial, da jo izboljša. Gospodarstvo z opisanimi dejavniki gospodarske rasti uvrščamo v skupino **učinkovitostnih gospodarstev**. Takšno gospodarstvo je občutljivo za finančne krize in nagla nihanja povpraševanja v posameznih sektorjih gospodarstva. Naraščati začne število malih podjetij, ki so postopoma sposobna tudi zaposlovati in rasti, podjetništvo zaradi nujnosti pa začne upadati.

S prehodom s srednje visokega dohodka na visok dohodek preide večina gospodarstev tudi z uvoza tehnologije na gospodarstvo, ki generira nove tehnologije in ki je v nekaterih sektorjih visoko inovativno. Mednarodna konkurenčnost gospodarstva je pomembno povezana z visoko stopnjo družbenega znanja, ki temelji na znanosti in znanju ter zmožnosti hitrega prehoda na nove tehnologije. Glavni podjetniški izzivi so vezani na zmožnost doseganja visokih stopenj inovativnosti in komercializacije novih tehnologij. Prehod na takšno inovacijsko podprto gospodarsko rast oziroma gospodarstvo, ki ga imenujemo **inovacijsko gospodarstvo**, je povezan s pomembno vlogo države pri spodbujanju visoke stopnje inovativnosti, s spodbujanjem javnih in zasebnih investicij v znanost in razvoj, 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.

Zelo prav je, da so oblikovalci ekonomske politike dobro seznanjeni z zgledi uspešnih ekonomskih politik v razvitih državah, vendar pa morajo zelo premišljeno in skrbno upoštevati razvojni kontekst svoje države. Razvojnih konceptov namreč ni mogoče prepisovati, oblikovati je treba takšne, da so prilagojeni kontekstu in razvojnemu okolju posamezne države. To pa ni možno brez primerne in skrbne podatkovne podlage (*evidence based policy making*). V tabeli 2 je prikazan preprost opomnik za najverjetnejše ključne prioritete v posamezni razvojni fazi (Bosma in Levie, 2010).

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

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

Medtem ko je v razvitih, inovacijskih gospodarstvih ključni poudarek na zagotavljanju podjetniških pogojev, v katerih se spodbujajo inovativnost, podjetnost in podjetniške aspiracije, pa je ključni poudarek v faktorskih gospodarstvih najprej zagotoviti temeljne pogoje, kot so temeljno izobraževanje, delovanje zdravstvenega sistema, vzpostavitev delujočih institucij in podobno. Seveda sta v teh gospodarstvih večanje učinkovitosti in vzpostavljanje primernih podjetniških pogojev pomembna, vendar ne moremo pričakovati, da bi lahko v teh tipih gospodarstva podjetništvo zares uspevalo in prispevalo k ustvarjanju družbenega bogastva, ne da bi mu zagotavljali temeljne pogoje poslovanja.

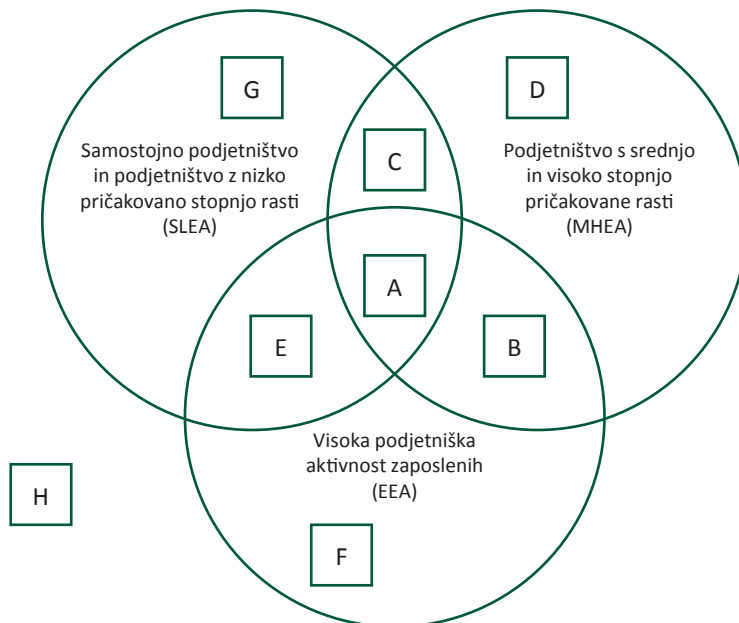
1.3 KLASIFIKACIJA DRŽAV GLEDE NA TIP PODJETNIŠTVA

Podjetništvo je dinamičen proces, v katerem se nenehno rojevajo poslovne priložnosti in pretapljajo v podjetja, ki zadovoljujejo potrebe posameznikov in trga kot celote. V tem procesu pa imamo opravka z različno ambicioznimi podjetniki, kar nas usmerja v razlikovanje treh temeljnih dimenzij podjetništva (Bosma et al., 2012):

- zgodnja podjetniška aktivnost posameznikov s srednjim in visokim pričakovanim zaposlovanjem, kar odraža ambiciozno podjetništvo (MHEA);
- samostojna podjetniška aktivnost in aktivnost z nizkim pričakovanim zaposlovanjem (SLEA), ki je sestavljena iz dveh komponent:
 - socialne (ljudje zadovoljujejo svojo potrebo po neodvisnosti ali nimajo nobene druge možnosti za delo),
 - ekonomske (nekateri samozaposleni prispevajo k fleksibilnosti celotnega gospodarstva, medtem ko bi bili drugi lahko bolj produktivni, če bi bili v službi v nekem podjetju);
- podjetniška aktivnost zaposlenih (EEA).

Glede na to, katera dimenzija prevladuje, lahko tudi klasificiramo posamezne skupine držav. Narejena je bila poskusna tipologija držav, v kateri smo opredelili, da ima država visoko vsebnost dimenzije, če je vrednost kazalca nad srednjo vrednostjo (mediano), in da ima nizko vsebnost dimenzije, če je pod mediano. Na takšen način dobimo osem možnih kombinacij gornjih treh dimenzij v razponu od visoko/visoko, visoko/nizko ter nizko/nizko. Te kombinacije so prikazane na *sliki 2*.

Slika 2: Tipologija gospodarstev na temelju treh dimenzij podjetništva (Bosma et al., 2012)



Na sliki vidimo naslednjih osem tipov gospodarstev:

- tip A:** visoka vsebnost vseh treh tipov podjetniške aktivnosti (SLEA, MHEA in EEA);
- tip B:** visoka vsebnost podjetništva s srednjo in visoko stopnjo pričakovane rasti (MHEA) ter podjetniške aktivnosti zaposlenih (EEA);
- tip C:** visoka vsebnost samostojnega podjetništva in podjetništva z nizko pričakovano stopnjo rasti (SLEA) ter podjetništva s srednjo in visoko stopnjo pričakovane rasti (MHEA);
- tip D:** visoka vsebnost samo podjetništva s srednjo in visoko stopnjo pričakovane rasti (MHEA);
- tip E:** visoka vsebnost samostojnega podjetništva in podjetništva z nizko pričakovano stopnjo rasti (SLEA) ter podjetniške aktivnosti zaposlenih (EEA);
- tip F:** visoka vsebnost samo podjetniške aktivnosti zaposlenih (EEA);
- tip G:** visoka vsebnost samostojnega podjetništva in podjetništva z nizko pričakovano stopnjo rasti (SLEA);
- tip H:** nizka vsebnost vseh treh tipov podjetniške aktivnosti (SLEA, MHEA in EEA).

Kot bomo videli kasneje, se je Slovenija v takšnem razvrščanju držav uvrstila v tip F, saj se je – podobno kot še nekatere druge evropske države – samo glede vrednosti kazalcev podjetniške aktivnosti zaposlenih uvrstila nad srednjo vrednostjo uvrstitve vseh držav, ki so leta 2011 sodelovale v raziskavi GEM.

1.4 RAZISKOVANJE PODJETNIŠTVA Z GLOBALNIM PODJETNIŠKIM MONITORJEM

1.4.1 Usmerjenost k posamezniku

GEM se za razliko od drugih družbenoekonomskih raziskav, ki se osredotočajo na ekonomsko dejavnost in na aktivnosti registriranih podjetij, ukvarja s posameznikom in njegovimi namerami, aktivnostmi in značilnostmi. Podjetniške lastnosti so redka dobrina, ki med prebivalstvom ni enakomerno porazdeljena. Kako bodo te lastnosti izkoriščene, je odvisno ne samo od posameznika, ampak v veliki meri tudi od njegovega neposrednega življenjskega okolja ter institucionalnega okvira, v katerem deluje. Posameznik lahko razpolaga z vsem potrebnim podjetniškim znanjem in veščinami, ker pa je odločitev za podjetništvo njegova osebna odločitev, se bo odločil za podjetništvo le, če bo presodil, da lahko v podjetništvu ustvari boljše razmere zase in svojo družino, kot če bi se odločil početi kaj drugega.

Osredotočenost GEM na posameznika omogoča, da zberemo številne informacije, ki lahko ob smiselni uporabi koristijo raziskovalcem za nadaljnje poglobljeno spoznavanje podjetniške stvarnosti, oblikovalcem ekonomske politike pa pri ustvarjanju primernih okvirov in ukrepov za pospeševanje podjetništva. Poleg spoznavanja značilnosti posameznih faz podjetništva omogoča GEM tudi podroben vpogled v nacionalni profil podjetništva, in sicer s pregledom

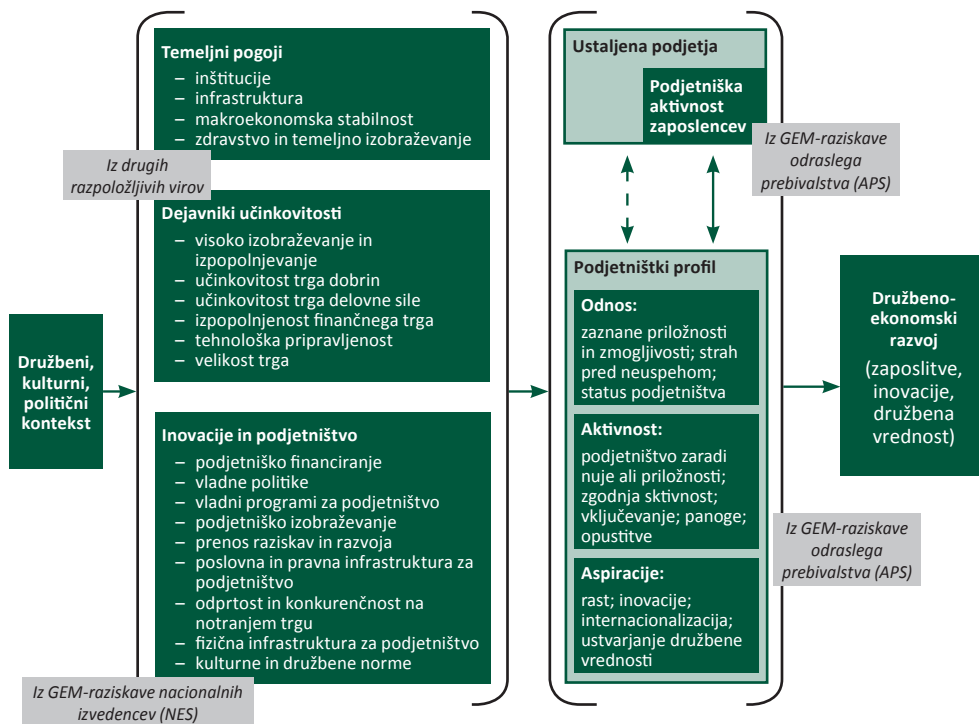
vklučenosti odraslega prebivalstva (spol, starost, dohodek, izobrazba), panog, v katerih delujejo proučevani podjetniki, ter podjetniških aspiracij (rast poslovanja, inoviranje, internacionalizacija). Ne izvemo torej samo, koliko posameznikov je vključenih v podjetništvo, ampak tudi, kakšne so njihove značilnosti.

1.4.2 Model GEM

Globalni podjetniški monitor vse od zasnove leta 1997 raziskuje vzajemno vez med podjetništvom in gospodarsko rastjo. V ta namen je bil razvit konceptualni model, ki vzpostavlja ključne elemente za proučevanje teh povezav s pomočjo treh skupin dejavnikov, ki se imenujejo **podjetniški okviri**. Specifične okoliščine za izvajanje podjetniške aktivnosti v posamezni državi namreč pomembno vplivajo na odnos prebivalstva do podjetništva ter na dejavnost in aspiracije podjetnikov, kar vpliva na ekonomsko rast in razvoj. Te soodvisnosti pa niso enosmerne – tudi obstoječa raven ekonomskega razvoja vpliva na podjetništvo in na podjetniške okoliščine. V ekonomskem sistemu delujeta dva temeljna mehanizma rasti. Prvi temeljni vir so glavna ustaljena podjetja, ki igrajo odločilno vlogo zlasti v mednarodni menjavi. Če so splošni nacionalni pogoji za poslovanje urejeni in naravnani h konkurenčnosti, 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 podjemov. 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 pri njihovi rasti zavirajo ali jih spodbujajo. 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.

Podjetništvo pa ni omejeno samo na vzpostavljanje novih podjemov in rojevanje podjetij. Podjetniška aktivnost se odvija tudi znotraj ustaljenih podjetij, v katerih zaposleni ustvarjalni posamezniki iščejo in ustvarjajo nove poslovne priložnosti, a ne zato, da bi ustanovili svoje lastno podjetje, ampak da bi te priložnosti razvijali za svojega delodajalca in jih izkoriščali znotraj obstoječega podjetja oziroma kot nov podjem. V letošnjem GEM smo temu tipu podjetništva posvetili posebno pozornost in ga v naši monografiji bolj poglobljeno obravnavamo v posebnem poglavju.

Slika 3: GEM-model proučevanja podjetništva



Na *sliki 3* je prikazan konceptualni model GEM, ki upošteva, da so za uspešno podjetništvo, ki prispeva k nacionalni ekonomski rasti, pomembni nekateri temeljni pogoji. Mednje spadajo predvsem urejene inštitucije, primerna infrastruktura, makroekonomska stabilnost, urejeno zdravstvo in primerno temeljno izobraževanje. Gre torej za temeljne pogoje, ki so jih razvite države že zdavnaj uredile, v manj razvitih državah pa lahko predstavljajo eno temeljnih ovir za razvoj podjetništva. Šele takrat, ko so vzpostavljeni ti temeljni pogoji, je možno uveljavljati dejavnike, ki prispevajo k večji učinkovitosti gospodarstva. Programi pospeševanja podjetništva ali prenos raziskav in razvoja najverjetneje ne bodo imeli pravega učinka, če je delovna sila neizobražena ali če ni na voljo temeljne infrastrukture, kot so ceste, telekomunikacije ali pravni okvir. Če zanemarimo vzpostavitev temeljnih podjetniških pogojev, tudi investiranje v inovacijske in podjetniške podporne okvire ne bo dalo učinka. V razvitejših okoljih se je treba posvetiti dejavnikom, kot so visoko izobraževanje in izpopolnjevanje ter učinkovito delovanje trga delovne sile, saj brez njih ni 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 je mogoče začeti koristiti tudi učinke ekonomije obsega in uveljavljanja primerjalnih (komparativnih) prednosti.

Inovacije in podjetništvo so vselej pomembni, ne glede na razvojno stopnjo nacionalnega gospodarstva, a pravi pomen in možnost razvoja imajo šele, ko imajo gospodarstva urejene

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

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

Vključevanje v podjetniške aktivnosti se kaže na več načinov. V prvi vrsti gre za število ljudi, ki ustanavljajo podjetja tako v absolutnem smislu kot tudi, relativno gledano, v primerjavi z drugimi ekonomskimi aktivnostmi, recimo zapiranjem podjetij. Identificiramo lahko različne vrste podjetniških aktivnosti glede na panogo, velikost ustanoviteljskega tima, demografijo podjetij in podjetnikov (spol, starost, izobrazba ipd.), ali gre za samostojna podjetja ali za podjetniške aktivnosti 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 pa je v povprečju več takšnih, ki so postali podjetniki zato, ker so zaznali obetavno podjetniško priložnost. Toda podjetniška aktivnost je vselej proces, zato proučujemo nastajajoče, nove in ustaljene podjetnike, spremljamo pa tudi opuščanje podjetij in zapiranje podjetij. Vse to se lahko izkazuje kot samostojna aktivnost podjetnikov ali kot notranje podjetništvo.

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

1.4.3 Podatkovne podlage za GEM

GEM ima svoje zemetke v letu 1997. Prva raziskava je bila opravljena leta 1999, v njej pa je sodelovalo 10 držav. Do danes se je GEM razvil v konzorcij, v katerem sodeluje veliko število nacionalnih timov, in predstavlja edinstveni svetovni projekt, brez primere v podjetniškem raziskovanju. Slovenija v raziskavi sodeluje od leta 2002. Temeljno poslanstvo GEM-a je ustvariti zanesljive mednarodne podatke o podjetniški aktivnosti in z njimi seznaniti čim širšo javnost. Metodologija raziskave in proces harmoniziranja podatkov sta podrobno opisana v Reynolds in sodelavci (2005). Število vseh sodelujočih držav, ki so v teh letih sodelovale v raziskavi, se je povzpelo že na preko 80. Leta 2011 je v raziskavi GEM sodelovalo 55 držav z vseh kontinentov.

Podatkovna baza raziskave GEM temelji na primarnih in sekundarnih podatkih. Sistem harmoniziranega zbiranja podatkov za vse sodelujoče države znotraj GEM-a tako temelji na štirih virih:

- anketiranje odraslega prebivalstva,
- osebni intervjuji z nacionalnim izvedenci,
- standardizirani anketni vprašalniki za nacionalne izvedence,
- sekundarni viri – mednarodne standardizirane baze podatkov.

V *tabeli 3* je prikazana vsebinska povezanost virov podatkov in raziskovanih področij v okviru raziskave GEM.

Tabela 3: Viri podatkov v raziskavi GEM

Viri podatkov	Družbeni, kulturni, politični kontekst	Okvir splošnih nacionalnih pogojev	Okvir podjetniških pogojev	Podjetniške priložnosti	Podjetniške zmogljivosti	Rojevanje novih podjetij	Gospodarska rast
Standardizirani mednarodni viri podatkov: OECD, OZN, EU ...	x		x				x
Poročilo o globalni konkurenčnosti		x					
Vzorec odrasle populacije				x	x	x	
Intervjuji z nacionalnimi izvedenci			x	x	x		
Vprašalniki, ki jih izpolnijo nacionalni izvedenci			x	x	x		

Anketiranje odraslega prebivalstva. Reprezentativni naključni vzorci delovno aktivnih prebivalcev v posamezni državi so bili v večini držav pridobljeni v času od maja do septembra 2011. V Sloveniji je od konca maja do začetka junija 2011 v anketni raziskavi sodelovalo skupaj 2.009 odraslih ljudi v starosti od 18 do 64 let. Tri osnovne značilnosti te anketne raziskave so pridobitev kakovostnih vzorčnih podatkov, identični vprašalniki v vseh sodelujočih državah ter obdelava podatkov, ki vodi do popolnoma primerljivih statističnih parametrov v vseh sodelujočih državah. Po preverjanju in harmoniziranju vzorcev vseh sodelujočih držav sta bila v okviru globalnega tima raziskave pripravljena osnovna obdelava podatkov vseh sodelujočih držav in opravljen izračun statističnih parametrov na osnovi individualnih podatkov. Za vsako sodelujočo državo je bil nato pripravljen harmoniziran vzorec individualnih podatkov države za vse dodatne obdelave raziskovalnega tima. Postopek pridobivanja vzorca odraslega prebivalstva ter postopek harmoniziranja podatkov je natančneje opisan v Reynolds in sodelavci (2005).

Značilnosti vzorca v Sloveniji so prikazane v *tabeli 4*. Struktura vzorca je usklajena s strukturo statistične množice glede na regionalnost, spol in starost ljudi ter glede na značilnost območja (urbano ali ruralno okolje). Da bi bila stopnja zanesljivosti vzorcev, na osnovi katerih pridobivamo ocene statističnih parametrov za posamezne države, visoka, so vzorci vseh držav uteženi na osnovi standardizirane ocene strukture prebivalstva po starosti in spolu; to vsako leto za vse države zagotavlja US Census International Population Data Base.

Anketiranje je izvedlo podjetje RM plus iz Maribora, ki izvaja računalniško podprte telefonske ankete (CATI). Kot v večini držav je bilo anketiranje telefonsko.

Tabela 4: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, Slovenija 2011

	Neuteženi vzorec	Uteženi vzorec
Skupaj	2009	2009
Moški	936	1034
Ženske	1073	975
Število nastajajočih podjetij	35	38
Število novih podjetij	25	26
Motivacija – priložnost	55	59
Motivacija – nujnost	9	9
Število ustaljenih podjetij	92	96
Poslovni angeli	48	48

V vseh sodelujočih državah je bilo skupaj anketiranih 154.751 ljudi, kar predstavlja široko podatkovno osnovo za proučevanja zlasti zgodnjega podjetništva in njegovih značilnosti ter medsebojnih povezav vplivnih dejavnikov. Vzorci v posameznih državah so vsebovali najmanj dobrih 1.500 anketiranih oseb, kot že nekaj preteklih let pa v Španiji in Kolumbiji v okviru raziskave GEM opravljajo tudi regionalno primerjalno analizo, ki zahteva neproporcionalno stratificirano vzorčenje in s tem zadostno število anketiranih oseb v posameznih regijah, zato je zlasti v teh dveh državah število anketiranih oseb bistveno višje. Število anketiranih oseb v vsaki izmed sodelujočih držav je prikazano v *tabeli 5*.

Tabela 5: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav, GEM 2011

Država	Število anketiranih oseb	Država	Število anketiranih oseb
Alžirija	3373	Mehika	2511
Argentina	1687	Nemčija	4260
Avstralija	1622	Nigerija	2056
Bangladeš	1932	Nizozemska	2861
Barbados	2186	Norveška	2001
Belgija	1839	Pakistan	2002
BiH	2277	Panama	2001
Brazilija	1999	Peru	2010
Češka	2005	Poljska	2000
Čile	6213	Portugalska	2011
Danska	2015	Romunija	1739
Finska	2011	Rusija	7500
Francija	1607	Singapur	2000
Grčija	2000	Slovaška	2000
Gvatemala	2398	Slovenija	2009
Hrvaška	2000	Španija	17500
Iran	3322	Švedska	2143
Irska	2002	Švica	1612
Jamajka	2047	Tajska	2000
Japonska	2004	Tajvan	2012
Južnoafriška republika	2724	Trinidad in Tobago	1813
Kitajska	3689	Turčija	2401
Kolumbija	10374	Urugvaj	1658
Koreja	2001	Velika Britanija	1650
Latvija	2000	Venezuela	1888
Litva	2003	ZDA	4699
Madžarska	2002	Združeni arab. emirati	3029
Malezija	2053		

Anketni vprašalnik je strukturiran tako, da vsebuje temeljna vprašanja za identificiranje obsega podjetniške aktivnosti v državi ter dodatna vprašanja za posameznike, ki jih lahko na osnovi njihovih odgovorov uvrstimo med podjetniško aktivne, namen česar je natančnejša ugotovitev značilnosti zgodnje podjetniške aktivnosti v državi. Z dodatnimi vprašanji ugotavljamo tudi široko paleto različnih vplivnih dejavnikov, ki vplivajo na podjetniško aktivnost, odnos anketiranih do podjetništva, odnos do novosti in inovativnosti, zmogljivosti za podjetništvo itd.

Nacionalni izvedenci. Nacionalni izvedenci, ki sodelujejo v raziskavi, so izbrani posamezniki, za katere na osnovi njihove strokovne dejavnosti, znanja in izkušenj domnevamo, da lahko prispevajo utemeljena mnenja o različnih vidikih in komponentah podjetniškega okolja v državi. Izvedenci

so iz gospodarstva, politike, državne uprave in akademske sfere, vsi pa imajo znanje in izkušnje z delovanjem na različnih področjih, ki vplivajo na nastanek in razvoj podjetništva v posamezni državi.

Nacionalni izvedenci izpolnijo standardiziran vprašalnik z namenom, da pridobimo kvantitativno ovrednotena mnenja o devetih okvirnih pogojih za podjetništvo: finančna podpora, vladne politike in vladni programi, izobraževanje in usposabljanje, raziskave in razvoj, razvoj in dostop do poslovne in strokovne infrastrukture, dinamika na notranjem trgu, dostop do fizične infrastrukture ter kulturne in družbene norme.

Vzorec 36 izvedencev za Slovenijo je utežen glede na devet osnovnih okvirnih pogojev za podjetništvo, tip izvedenca (strokovnjak ali podjetnik), spol, sektor gospodarstva (javni ali zasebni) in geografsko porazdelitev. Anketiranje je tako kot v drugih državah GEM potekalo od marca do julija 2011. Mnenja izvedencev smo kodirali in posredovali koordinacijskemu timu GEM, ki je pripravil skupno datoteko za vseh 49 držav, ki so leta 2011 sodelovale v tem delu raziskave. V vseh državah udeleženkah je leta 2011 sodelovalo 1850 izvedencev.

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

1.4.4 Dostopnost raziskav in podatkov GEM

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

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

GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji

Začetni cilj raziskave GEM je bil oblikovati enostavno mero podjetniške aktivnosti, ki bi omogočala široko primerjavo za vsa proučevana gospodarstva. To vlogo je prevzel indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA (*total early-stage entrepreneurial activity*). Indeks kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se vključuje v podjetništvo. Zajema torej posameznike, ki so začeli izvajati nekatere aktivnosti, da bi ustanovili podjetja, ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece – to so nastajajoči podjetniki –, ter posameznike – nove podjetnike, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece, vendar manj kot tri leta in pol. Ustaljeni podjetniki so v raziskavi opredeljeni kot tisti, ki imajo podjetje in ga pomagajo tudi voditi, plače pa izplačujejo dalj kot 42 mesecev.

Tabela 6 – GEM-ova preglednica podjetniške aktivnosti pa odraža dejstvo, da je podjetništvo večplasten pojav. V njej tako zbirno prikazujemo različne vidike podjetniške aktivnosti v Sloveniji leta 2011 primerjalno z letom poprej ter tam, kjer so na voljo rezultati analize globalnega tima, tudi rang Slovenije v primerjavi s primerjanimi 54 preostalimi sodelujočimi državami. Pri tem prikazujemo posamezne opredeljene kazalce ločeno za različne skupine prebivalstva. Primerjamo zlasti nastajajoče, nove ter ustaljene podjetnike ter nepodjetnike, in sicer:

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

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

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

Opisane komponente podjetništva natančneje obravnavamo v posameznih poglavjih te monografije.

Tabela 6: GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, 2011

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2010		2011		2010		2011		2010		2011		2010		2011	
	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang
Vključenost v podjetništvo (% populacije)	2,21	45/58	1,91	54/54	2,44	46/58	1,75	49/54	4,65	48/58	3,65	54/54	4,94	44/58	4,78	40/54
Spol (% populacije):																
- moški	3,00		2,6		3,4		2,0		6,35	45/58	4,57	54/54	7,78	45/58	6,52	38/54
- ženske	1,40		1,2		1,5		1,5		2,86	43/58	2,68	53/54	1,92	53/58	2,94	35/54
Spol (% podjetnikov):																
- moški	69,8		68,9		70,6		59,3		70,2		64,3		81,1		70,1	
- ženske	30,2		31,1		29,4		40,7		28,9		35,7		18,9		29,9	
Starost (% populacije):																
- 18 do 24 let	1,1		2,7		1,1		1,2		2,09	50/58	3,90	46/54	1,00	34/49	0,33	44/54
- 25 do 34 let	4,0		2,5		4,0		2,5		8,08	36/58	5,07	50/54	2,86	39/58	3,15	38/54
- 35 do 44 let	2,9		2,7		3,8		1,9		6,58	12/58	4,57	54/54	7,49	11/58	6,58	34/54
- 45 do 54 let	2,1		0,8		1,9		1,6		3,95	22/58	2,48	54/54	6,73	25/58	7,78	36/54
- 55 do 64 let	0,4		1,1		0,7		1,9		1,13	52/58	2,27	54/54	5,32	21/58	3,69	47/54
Starost (% podjetnikov):																
- 18 do 24 let	6,8		17,8		6,3		8,5		6,56	52/58	13,33	27/54	2,95	33/49	0,87	43/54
- 25 do 34 let	40,7		29,7		36,8		32,4		38,72	39/58	30,98	27/54	12,94	41/58	14,68	31/54
- 35 do 44 let	28,4		31,1		33,5		24,0		31,05	44/58	27,69	21/54	33,35	35/58	31,74	17/54
- 45 do 54 let	21,3		9,9		17,3		21,5		19,17	51/58	15,47	40/54	30,83	46/58	37,12	8/54
- 55 do 64 let	2,8		11,5		6,1		13,6		4,50	55/58	12,53	10/54	19,93	44/58	15,59	37/54
Izobrazba (% podjetnikov):																
- dokončana osnovna šola ali manj	2,7		2,5		5,7		0,0		4,3		1,3		1,1		0,9	
- dokončana poklicna šola	9,1		5,6		3,7		7,8		6,2		5,7		13,6		15,7	
- srednješolska izobrazba	38,3		42,5		33,4		16,5		35,7		30,4		35,5		33,2	
- višješolska strok. izobrazba	9,6		5,2		16,7		23,5		13,4		15,8		13,7		13,2	
- visokoš. ali univ. ali več	40,3		44,3		40,4		52,1		40,4		46,8		36,0		37,0	
Izobrazba (% populacije):																
- manj kot srednješolska											1,11	53/54			4,77	25/55
- srednješolska											2,84	53/54			4,02	36/55
- več kot srednješolska											5,90	50/54			6,13	31/55

GEM-OVA PREGLEDNICA ZNAČILNOSTI PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2010		2011		2010		2011		2010		2011		2010		2011	
	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang
Dohodkovni razredi (% populacije):																
- spodnja tretjina	1,2		2,0		0,6		1,1		0,51	45/49	1,02	45/54	0,98	30/53	0,67	40/54
- srednja tretjina	2,0		1,9		1,8		0,5		1,14	51/55	0,94	53/54	2,09	36/53	1,06	50/54
- zgornja tretjina	3,2		2,5		4,8		2,3		2,81	51/58	2,68	53/54	3,31	42/53	2,86	42/54
Dohodkovni razredi (% podjetnikov):																
- spodnja tretjina	16,4		24,2		5,7		14,2		10,6		19,4		13,5		12,7	
- srednja tretjina	27,7		25,9		21,8		10,8		24,5		18,6		35,3		21,0	
- zgornja tretjina	55,9		49,9		72,5		75,0		64,8		62,0		51,2		66,2	
Motivacija (% populacije):																
- nujnost	0,35		0,16		0,41		0,30		0,76	49/58	0,44	54/54	0,80		0,90	
- priložnost	1,73		1,61		2,00		1,34		3,86	44/58	2,96	51/54	3,90		3,60	
Motivacija (% podjetnikov):																
- v celoti priložnost	55,9		53,8		56,2		60,1		56,0		56,2		63,9		65,6	
- deloma priložnost	22,1		30,8		23,3		17,1		22,7		24,7		16,1		10,4	
- nujnost	16,2		7,7		16,4		17,1		16,3		12,3		14,1		18,8	
- ne more opredeliti	5,8		7,7		4,1		5,7		5,0		6,8		5,8		5,2	
Izkoriščanje poslovne priložnosti zaradi (% podjetnikov, katerih motivacija je v celoti priložnost):																
- neodvisnost in osebna svoboda pri delu	53,6		61,1		63,7		48,7		56,42	7/58	49,64	16/54			74,7	
- povečanje dohodka	24,0		28,2		29,3		35,7		29,57	49/58	37,96	34/54			18,2	
- ohraniti raven dohodka	8,6		10,6		4,8		11,6		4,51	50/58	9,72	24/54			3,1	
- drugo	13,8		0,0		2,2		4,1		9,50	5/58	2,68	25/54			4,0	

	Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2010		2011		2010		2011	
	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang
<i>Inovacijska naravnost (% podjetnikov):</i>								
- novost izdelkov – izdelek je nov za vse kupce	18,48	16/58	9,98	38/54	11,32	20/58	5,90	37/54
- konkurenca – ni konkurenčnih podjetij	7,82	42/58	7,67	30/54	7,05	16/58	4,06	36/54
- tehnologija – uporaba tehnologij, ki so na voljo manj kot 1 leto	10,84	31/58	6,48	36/54	3,02	25/58	0,00	od 47 do 54
<i>Nagnjenost k rasti (% podjetnikov):</i>								
- zaposlovanje – porast za najmanj 10 delovnih mest in hkrati za najmanj 50 % v petih letih	17,99	15/58	22,55	17/54	4,10	27/58	2,43	39/54
- izvoz – več kot 50 % strank živi zunaj države	0,74	27/58	0,50	39/54	0,67	14/58	0,63	16/54

	Nastajajoči podjetniki		Novi podjetniki		Ustaljeni podjetniki		% prebivalstva v starosti od 18 do 64 let				Nepodjetniki	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010		2011		2010	2011
	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang	Vredn.	Rang
<i>Razpoznavanje poslovnih priložnosti</i>	51,5	44,6	42,4	39,1	27,8	19,9	26,80	47/58	18,37	47/54	19,1	17,3
<i>Podjetniška zmogljivost – dojemanje kulturne podpore:</i>									82,72			
- egalitarizem	71,2	78,6	72,0	78,7	74,8	76,2	79,55	5/57	53,71	5/54	77,2	83,2
- poklicna izbira	51,2	49,0	42,0	52,6	44,4	45,8	53,18	51/58	69,73	37/54	46,9	54,3
- spoštovanje podjetniškega poklica	51,3	61,8	62,0	65,0	52,9	58,9	73,70	26/58		23/54	68,9	70,6
- odnos medijev	60,1	49,7	48,1	52,6	51,3	47,0	56,17	35/58	45,10	39/54	53,8	44,8
<i>Podjetniška zmogljivost – samozaupanje:</i>												
- znanje in veščine	94,0	95,2	97,7	96,9	92,3	90,0	56,34	27/58	50,79	20/54	50,1	46,9
- strah pred neuspehom	14,2	17,7	15,3	17,1	19,9	20,4	32,54	39/58	39,30	27/54	34,1	41,1

Nagnjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu

Odločitev za podjetniško pot se začne na ravni posameznika, ki se za to pot odloča tudi na osnovi samozaupanja, da pravilno ocenjuje poslovne priložnosti ter da ima tiste kompetence, ki so potrebne za podjetniško kariero. V okviru raziskave GEM zato merimo nagnjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu s sistemom štirih kazalcev:

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

Hkrati se posameznikova odločitev za podjetniško pot oblikuje tudi na osnovi institucionalne ureditve in podjetniške klime v družbi. Kulturne in družbene norme v okolju lahko odločitev posameznika za podjetniško pot spodbujajo ali pa ga pri njenem uresničevanju zavirajo. Zato v okviru raziskave GEM proučujemo tudi:

- delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira oziroma karierna pot;
- delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani;
- delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjemih.

V *tabeli 7* tako prikazujemo obe skupini kazalcev za vse sodelujoče države GEM v letu 2011, v *tabeli 8* pa jih prikazujemo še primerjalno in v povprečju za različne skupine držav ter Slovenijo.

Tabela 7: Elementi podjetniške zmogljivosti (v odstotkih odraslega prebivalstva)

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Znanje za podjetništvo	Strah pred neuspehom*	Podjetniške namere**	Kariera	Spoštovanje	Mediji
Faktorska gospodarstva							
Alžirija	54,3	59,6	43,1	41,8	80,3	81,8	51,5
Bangladeš	64,4	23,6	72,0	24,6	73,0	100,0	49,3
Gvatemala	55,1	71,0	24,6	26,4	85,5	67,8	62,0
Iran	32,0	46,4	32,7	29,9	61,1	72,7	58,4
Jamajka	49,1	78,6	29,0	19,5	81,0	82,5	76,2
Pakistan	39,7	42,6	35,3	22,6	73,7	72,7	47,7
Venezuela	48,4	66,9	24,1	20,2	83,1	77,3	63,3
<i>Netehtano povprečje</i>	49,0	55,5	37,3	26,4	76,8	79,2	58,3
Učinkovitostna gospodarstva							
Argentina	56,0	63,8	27,9	29,9	75,8	69,4	65,6
Barbados	43,9	66,9	18,8	11,4	59,9	64,0	50,4
BiH	20,5	48,9	30,5	17,2	82,2	71,0	42,7
Brazilija	43,1	52,8	31,4	28,2	86,3	86,3	82,0
Čile	56,6	62,1	27,0	46,0	72,9	69,1	64,7
Hrvaška	18,3	49,0	34,3	17,9	65,3	46,9	40,9
Južnoafriška republika	40,7	42,8	24,5	14,3	72,7	72,1	73,5
Kitajska	48,8	43,9	35,6	42,8	73,1	73,4	75,9
Kolumbija	73,1	61,3	29,4	55,8	89,4	78,7	67,4
Latvija	23,6	46,5	41,0	24,8			
Litva	23,2	35,4	39,9	16,8			
Madžarska	14,2	40,0	34,9	19,5	53,7	78,2	33,8
Malezija	36,5	31,1	30,0	8,7	51,5	51,3	73,5
Mehika	43,5	60,6	26,6	24,2	56,6	57,9	47,6
Panama	46,1	63,7	14,0	20,9			
Peru	70,3	72,8	41,0	37,5	84,8	81,7	78,1
Poljska	33,1	52,0	42,9	22,7	72,9	64,4	58,0
Romunija	36,1	41,6	36,1	24,7	67,9	69,4	56,7
Rusija	27,1	33,2	43,4	3,6	64,5	65,3	55,3
Slovaška	23,1	52,9	31,8	17,8	54,6	64,4	55,1
Tajska	40,1	42,7	55,1	26,5	77,0	79,1	84,0
Trinidad in Tobago	62,1	81,2	16,7	35,2	83,6	81,8	61,4
Turčija	32,4	42,1	22,5	8,5			
Urugvaj	53,6	61,1	34,4	38,2	58,0	58,7	32,5
<i>Netehtano povprečje</i>	40,3	52,0	32,1	24,7	70,1	69,2	60,0

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Znanje za podjetništvo	Strah pred neuspehom*	Podjetniške namere**	Kariera	Spoštovanje	Mediji
Inovacijska gospodarstva							
Avstralija	47,8	47,4	43,2	12,3	54,0	67,7	69,5
Belgija	43,0	44,0	40,7	10,9	63,6	54,8	47,2
Češka	23,9	39,2	34,6	13,9		48,7	
Danska	46,6	35,0	40,5	6,7			
Finska	60,8	37,3	32,0	7,1	45,5	83,0	67,4
Francija	34,9	38,4	37,1	17,7	65,8	67,9	46,9
Grčija	10,9	49,7	37,8	10,5	61,0	69,1	32,5
Irska	25,6	45,5	33,2	5,8	45,9	82,7	56,4
Japonska	6,3	13,7	42,2	3,8	26,0	54,7	57,0
Koreja	11,2	26,7	45,1	15,7	61,1	67,2	62,2
Nemčija	35,2	37,1	42,0	5,5	55,0	78,3	49,7
Nizozemska	47,8	41,9	35,1	8,5	83,4	67,2	62,2
Norveška	67,1	33,2	40,5	8,7	52,9	80,4	60,2
Portugalska	16,7	46,7	39,6	12,2			
Združeni arabski emirati	43,7	62,1	50,8	2,4	71,1	73,2	62,8
Singapur	21,4	24,1	39,2	11,7	53,6	62,9	76,5
Slovenija	18,4	50,8	31,1	9,2	53,7	69,7	45,1
Španija	14,4	50,9	38,9	8,0	65,2	66,5	44,6
Švedska	71,5	40,3	34,6	9,8	51,8	70,8	62,3
Švica	47,4	42,4	30,6	9,5			
Tajvan	38,9	28,6	39,6	28,2	69,0	62,7	85,8
Velika Britanija	33,3	42,5	36,1	8,9	51,9	81,0	47,3
ZDA	36,2	55,7	31,2	10,9			
Netehtano povprečje	34,9	40,6	38,1	10,3	57,3	68,9	57,5

* Delež ljudi, ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od tega, da ustanovijo svoje podjetje, med vsem delovno aktivnim prebivalstvom, ki meni, da se bodo v okolju, v katerem živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti.

** Delež ljudi, ki nameravajo v prihodnjih treh letih začeti ustanavljati lastni podjetje oziroma lastno podjetje, med vsemi delovno aktivnimi prebivalci, ki še niso vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost.

Tabela 8: Elementi podjetniške zmogljivosti po skupinah držav (v odstotkih odraslega prebivalstva)

*	Slovenija	Vse sodelujoče države GEM	Evropske države GEM	Inovacijska gospodarstva	Skupina držav JV Evrope
Poznavanje podjetnika	36,8	35,8	32,6	30,8	36,5
Poslovne priložnosti	18,4	40,0	32,7	34,9	42,4
Znanje	50,8	48,2	42,9	40,6	48,4
Strah pred neuspehom	39,3	39,2	43,5	43,1	38,4
Podjetniške namere	10,03	22,5	14,9	12,3	22,9
Egalitarizem	82,7	65,8	67,5	65,4	64,6
Kariera	53,7	66,5	60,9	57,3	66,9
Spoštovanje	69,7	70,6	69,0	68,9	71,1
Mediji	45,1	59,1	50,8	57,5	61,7

* Izračunano je netehtano povprečje.

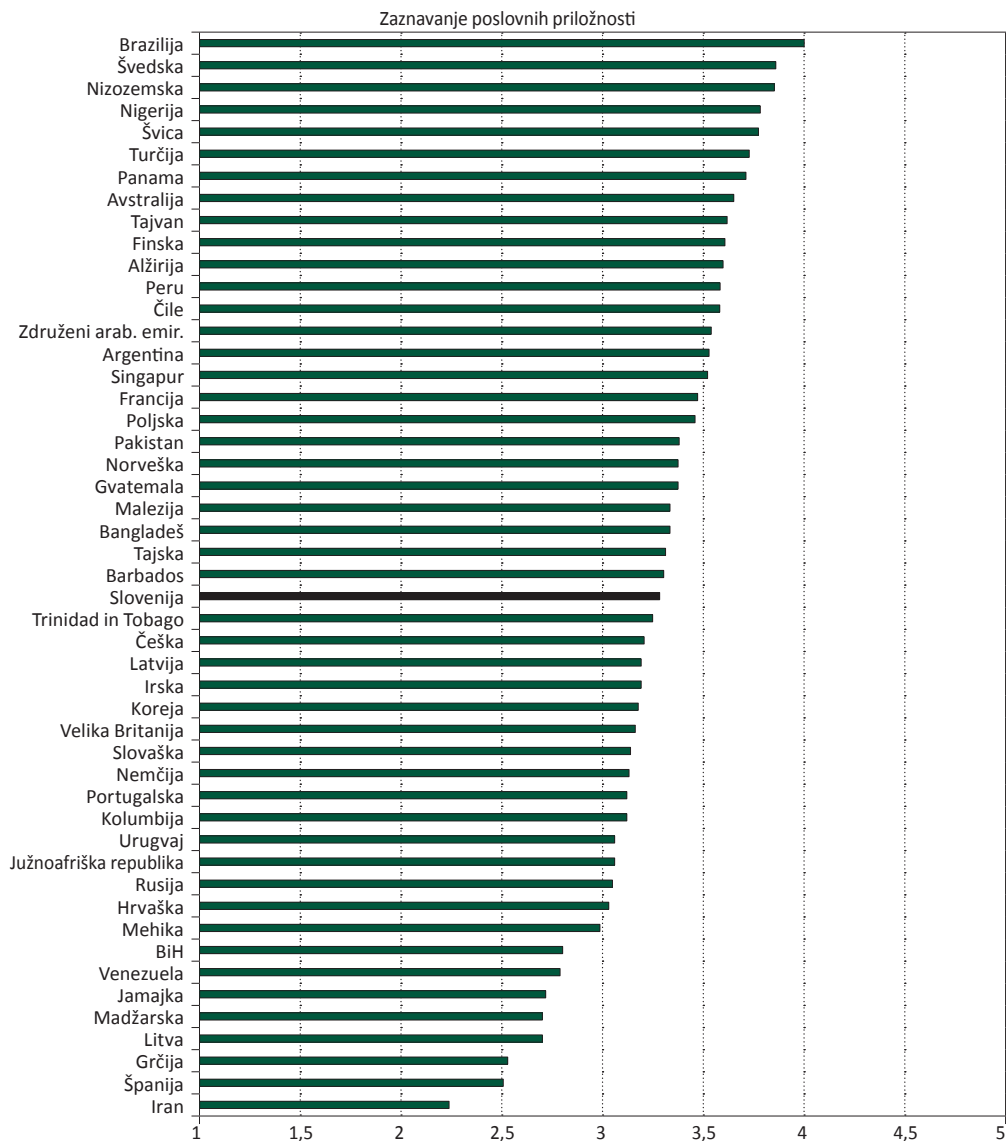
3.1 DOJEMANJE PRILOŽNOSTI, ZNANJE ZA PODJETNIŠTVO TER STRAH PRED NEUSPEHOM

Raziskave kažejo, da je zaznavanje poslovnih priložnosti pozitivno povezano z vključevanjem ljudi v podjetništvo (na primer Arenius in Minniti, 2005), je pa povezava med zaznavanjem podjetniške priložnosti in začetkom podjetniške aktivnosti lahko različna. Ljudje se za podjetniško pot lahko odločijo takrat, kadar naletijo na obetavno poslovno priložnost (McMullen in Shepherd, 2006), pri drugih pa lahko najprej dozori odločitev o vključitvi v podjetništvo, temu pa sledi sistematično in intenzivno iskanje poslovne ideje – poslovne priložnosti (Kelley et al., 2011). Nekateri avtorji, na primer Holcombe (2003), vidijo ravno v podjetniški aktivnosti pomemben vir dobrih poslovnih priložnosti in s tem proces podjetništva razumejo kot najpogostejši vir, iz katerega se rodijo nove priložnosti.

V raziskavi GEM merimo obseg zaznavanja poslovnih priložnosti med odraslim prebivalstvom ter ugotovljamo, da z naraščanjem gospodarske razvitosti v povprečju upada obseg zaznavanja poslovnih priložnosti med prebivalstvom: od skoraj 50 % v faktorskih gospodarstvih, 40 % v učinkovitostnih gospodarstvih do manj kot 35 % odraslega prebivalstva v inovacijskih gospodarstvih, ki menijo, da se poslovne priložnosti pojavljajo v njihovem okolju. Hkrati pa v povprečju upada tudi samozaupanje v lastno znanje, sposobnosti in izkušnje za podjetništvo – medtem ko je v faktorskih gospodarstvih v to, da imajo potrebno znanje in kompetence za podjetniško pot, prepričanih v povprečju več kot 55 % odraslih prebivalcev, v učinkovitostnih 52 %, pa je v inovacijskih gospodarstvih takšnih v povprečju le nekaj več kot 40 % odraslih prebivalcev (40,6 %). Še vedno pa velja, da je ravno zaupanje v lastne sposobnosti in znanje ena najpomembnejših komponent za vstop v podjetništvo, kar poudarja tudi Koellinger s sodelavci (2005). Pri proučevanju značilnosti podjetništva v naslednjih poglavjih ugotovljamo, da so tipi podjetniških aktivnosti v gospodarstvih na različni stopnji razvitosti različni – to je seveda lahko tudi razlog, da imajo ljudje v teh skupinah držav tudi pri opredeljevanju poslovnih priložnosti in potrebnega znanja za podjetništvo v mislih različne podjetniške aktivnosti, ki so tudi seveda različno razvojno naravnane.

V skupini inovacijskih gospodarstev so percepcije dobrih poslovnih priložnosti v skromnem obsegu zlasti v državah, ki jih je svetovna gospodarska kriza močno prizadela, v Španiji (14,4 %), na Portugalskem (16,7 %) in v Grčiji (10,9 %); Slovenija je tej skupini zelo blizu (18,4 %), saj nižje stopnje zaznavanja poslovnih priložnosti ne najdemo v nobeni drugi evropski državi, ki spada med inovacijska gospodarstva. V svetovnem merilu v skupini inovacijskih gospodarstev nižji obseg beležita še Koreja (11,2 %) in Japonska (6,3 %). Na drugi strani lestvice se pojavljajo skandinavske države: na Švedskem poslovne priložnosti zaznava v povprečju kar 71,5 % odraslih ljudi, na Norveškem 67,1 % ter na Finskem 60,8 % odraslega prebivalstva.

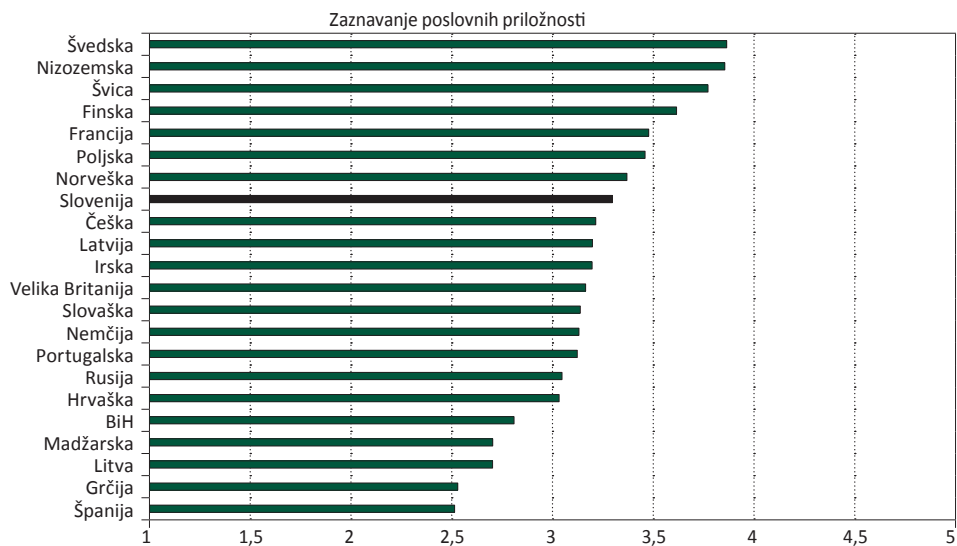
Slika 4: Priložnosti za ustanovitev podjetja, vse države GEM



GEM 2011

Nacionalni izvedenci, ki so na temelju petih komponent ocenjevali razpoložljivost dobrih priložnosti v poslovnem okolju ter sposobnosti zaznavanja poslovnih priložnosti ljudi v svoji državi, so to področje v Sloveniji ocenili v povprečju z oceno 3,29, kar je zelo podobno kot leto poprej (3,26). S to oceno se je Slovenija uvrstila približno na sredino lestvice vseh sodelujočih držav (slika 4) in ob bok Norveški, nizko oceno nacionalnih izvedencev v njihovih državah pa ponovno beležimo v Grčiji in Španiji, ki sta na evropski lestvici tako na zadnjih dveh mestih. Izvedenci v Sloveniji so v primerjavi z izvedenci v drugih evropskih državah to področje ocenili z osmo povprečno oceno (slika 5).

Slika 5: Priložnosti za ustanovitev podjetja, evropske države GEM

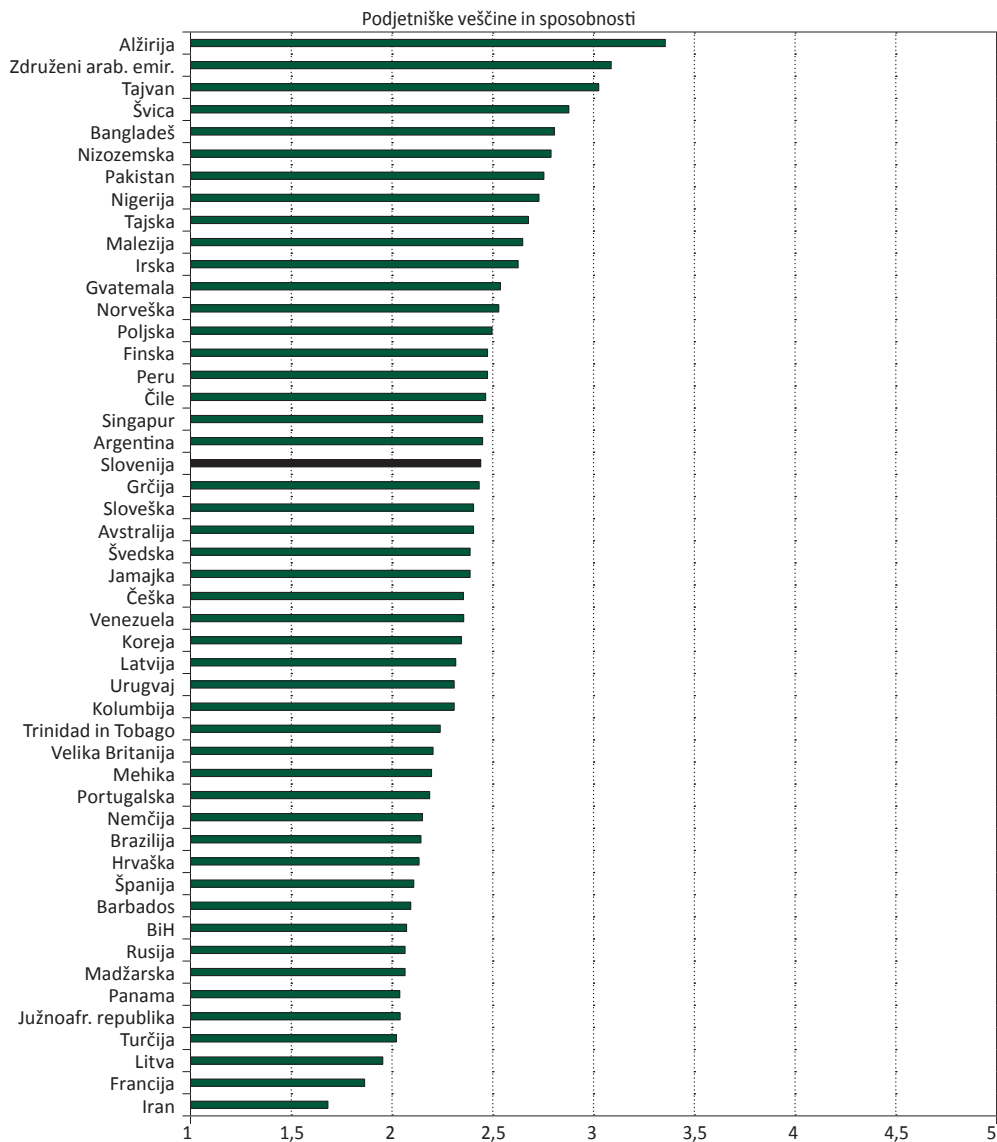


GEM 2011

Res je tudi, da je na drugi strani za Slovenijo značilna zelo visoka stopnja samozaupanja v znanje, potrebno za podjetniško pot, saj je v to prepričanih več kot 50 % odraslih prebivalcev (50,8 %), kar uvršča Slovenijo na 4. mesto v skupini inovacijskih gospodarstev, najvišjo stopnjo pa beleži ZDA (55,7 %). V Evropi beleži višji odstotek samo Španija (50,9 %). Ali so te ocene ljudi realne ali pa odražajo nerealna pričakovanja glede zahtevnosti podjetniškega poklica, bi težko rekli, res pa je, da na primer v skandinavskih državah beležimo bistveno nižjo stopnjo zaupanja ljudi v lastno podjetniško znanje (na primer Švedska 40,3 %, Norveška 33,2 %).

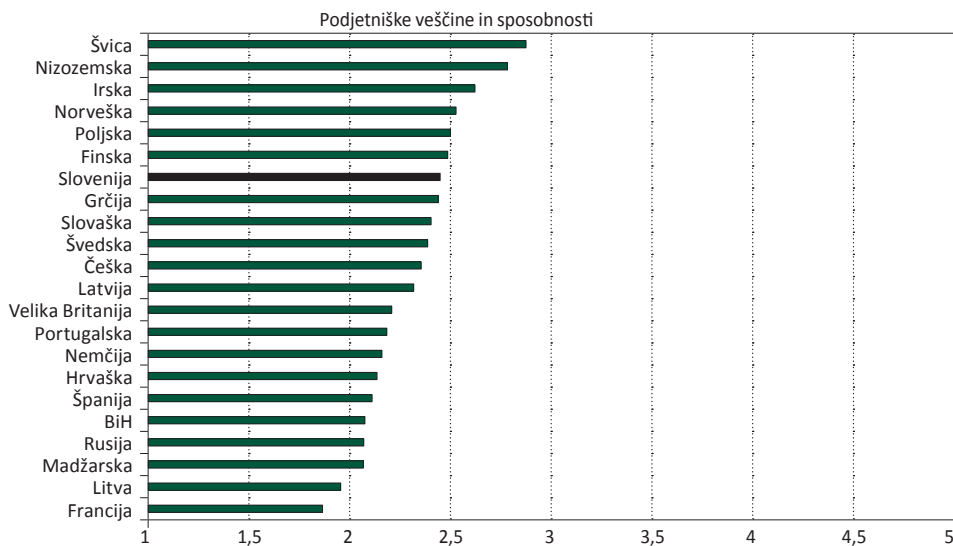
Podjetniške veščine, znanja in izkušnje ljudi so ocenjevali tudi nacionalni izvedenci. V Sloveniji so jih ocenili relativno nizko, s povprečno oceno 2,44 (na lestvici od 1 do 5, tudi tukaj pa so ocenjevali skupaj pet komponent), kar je nekoliko nižje kot leta 2010, ko je bila ocena 2,55 in kar postavlja Slovenijo na precej visoko 20. mesto v svetovnem merilu (*slika 6*), v evropskem merilu pa na 7. mesto (*slika 7*), med Grčijo in Finsko. Samo izobraževanje za podjetništvo pa so nacionalni izvedenci v Sloveniji ocenili še posebej slabo na ravni osnovnošolskega in srednješolskega sistema (s povprečno oceno 1,8), s čimer je na lestvici Slovenija le pred Madžarsko, Francijo, Španijo ter Češko. V izobraževanju po srednji šoli je povprečna ocena Slovenije višja, 2,64, in uvršča Slovenijo na 14. mesto med 22 evropskimi državami. Podjetniško izobraževanje je kritično za razvoj podjetniških veščin, nagnjenj in vedenja, kar navajata Širec in Rebernik (2011), ki tudi ugotavljata, da je z izobraževanjem možno vplivati na nagnjenja in vrednote posameznikov, da bi se pogosteje odločali za samostojno podjetniško kariero. Današnja družba znanja namreč terja vse več ustvarjalnih in podjetnih posameznikov, ki so pomembna gonilna sila gospodarskega razvoja.

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



GEM 2011

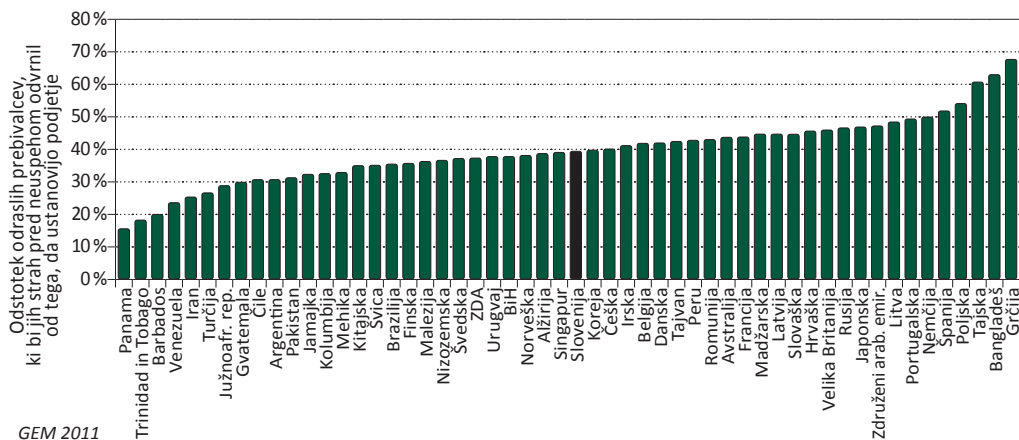
Slika 7: Zmogljivosti in znanja za ustanovitev podjetja, evropske države GEM



GEM 2011

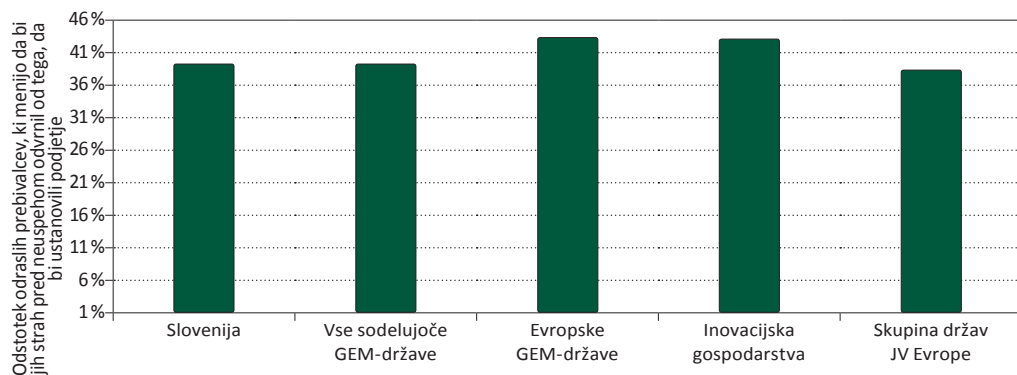
Ob nadpovprečni stopnji zaupanja v podjetniško znanje (povprečje v skupini inovacijskih gospodarstev je 40,6 %) beleži Slovenija podpovprečen odstotek ljudi, ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od podjetništva – v Sloveniji to meni 31,1 % tistih, ki v svojem okolju pričakujejo dobre poslovne priložnosti (v povprečju je v skupini inovacijskih gospodarstev takšnih 38,1 % odraslega prebivalstva). Podobno sliko dobimo tudi, če opazujemo vse prebivalstvo, ne glede na to, ali zaznavajo poslovne priložnosti – v povprečju v Sloveniji skoraj 40 % odraslega prebivalstva meni, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja (slika 8), kar je za dobre 3 odstotne točke manj, kot je povprečje skupine evropskih držav (43,5 %) ali inovacijskih gospodarstev (43,1 %), kot je prikazano na sliki 9. Gre za spodbudno ugotovitev, vendar bi si v prihodnje veljalo še bolj prizadevati za podjetništvu in podjetnikom naklonjeno sociokulturno okolje za več zgodnje podjetniške drznosti.

Slika 8: Strah pred podjetniškim neuspehom, GEM 2011



GEM 2011

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



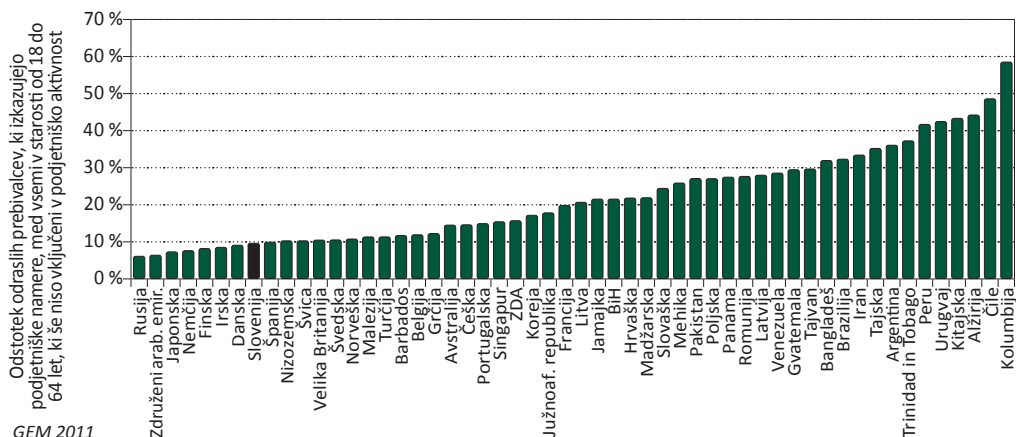
GEM 2011

3.2 PODJETNIŠKE NAMERE

Podjetniške namere v okviru raziskave GEM opredeljujemo zelo široko. Zanima nas, ali tisti anketirani, ki še niso vključeni v podjetniško aktivnost, nameravajo ustanoviti novo podjetje oziroma začeti nov podjem v prihodnjih treh letih. Kazalec podjetniških namer je delež delovno aktivnih ljudi v državi, ki niso vključeni v podjetniško aktivnost, a hkrati ocenjujejo, da bodo v prihodnjih treh letih začeli neko obliko podjetniške aktivnosti.

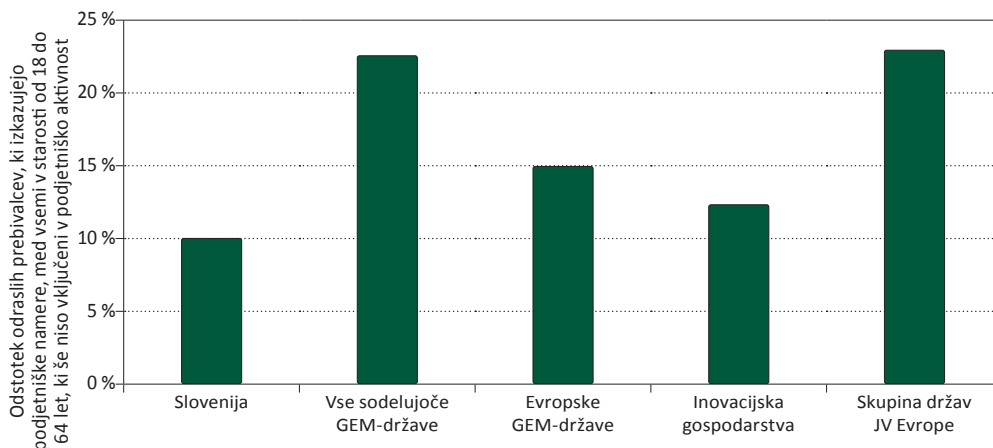
Na *sliki 10* so prikazane vse države, vključene v GEM leta 2011, glede na vrednost kazalca podjetniških namer. Slovenija se uvršča na spodnji konec lestvice, kjer so večinoma inovacijska gospodarstva. Vrednosti kazalca podjetniških namer so v povprečju namreč najvišje v factorskih gospodarstvih, v katerih v povprečju 26,4 % podjetniško neaktivnih ljudi v starosti od 18 do 64 let meni, da se bodo v prihodnjih treh letih podali na podjetniško pot. V učinkovitostnih gospodarstvih je takšnih v povprečju 24,7 %, v inovacijskih pa samo 10,3 %. Slovenija je z 9,2 % v tem pogledu torej čisto povprečna država inovacijskega tipa.

Slika 10: Podjetniške namere po vseh državah GEM



GEM 2011

Slika 11: Podjetniške namere – primerjava Slovenije s povprečjem skupin držav



GEM 2011

V primerjavi z drugimi skupinami držav na *sliki 11* pa lahko ugotovimo, da Slovenija ter povprečno inovacijsko gospodarstvo po podjetniških namerah zaostajata za vsemi drugimi skupinami držav. Evropske države dosegajo v povprečju vrednost kazalca podjetniških namer skoraj 15 %, med evropskimi državami pa beleži najvišjo vrednost Francija, in to 17,7 %. V skupini držav JV Evrope so podjetniške namere v povprečju najvišje, skoraj 23 %, podobno pa tudi v povprečju v vseh sodelujočih državah. Med državami JV Evrope je kazalec podjetniških namer najnižji prav v Sloveniji, najvišji pa na Hrvaškem (17,9 %) ter v Bosni in Hercegovini (17,2 %).

3.3 DOJEMANJE PODJETNIŠTVA

Spodbujanje podjetništva in podjetniške kulture v družbi je tudi v Sloveniji pomemben del razvojne strategije (na primer Razvojno-inovacijska strategija RS 2010–2020¹ ali Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013²), saj na odločitev posameznika za podjetniško pot vplivajo tudi odnos do podjetništva v družbi in dojemanje podjetniške kariere. Pri ugotavljanju povezav med dojetanjem podjetništva ter podjetniško aktivnostjo (Bosma in Schutjens, 2009 in 2011) je bilo ugotovljeno, da (sicer šibka) povezava med obema obstaja, hkrati pa tudi, da na posameznikovo odločitev za podjetniško pot vpliva preplet individualnih in družbenih dejavnikov ter naključnih vplivov.

V okviru raziskave GEM tako proučujemo tudi delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira oziroma karierna pot, delež tistih, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani, ter delež tistih, ki menijo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjetjih.

V *tabeli 7* je prikazano, da delež tistih ljudi, ki menijo, da je podjetništvo zaželena poklicna kariera, upada s stopnjo gospodarske razvitosti – v faktorskih gospodarstvih je v to prepričanih

¹ <http://www.uradni-list.si/1/content?id=103975>

² http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/DPK/dpk_program_sprejet_060706.pdf

v povprečju 76,8 % odraslih prebivalcev, v učinkovitostnih 70,1 %, v inovacijskih pa zgolj 57,3 %; v Sloveniji je v to prepričanih še manj ljudi – v povprečju samo 53,7 % odraslih. Je pa Slovenija povprečna država inovacijskega tipa gospodarstva, kar se tiče spoštovanja podjetniškega poklica v družbi – da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani, meni v povprečju 69,7 % ljudi, v povprečju v skupini inovacijskih gospodarstev pa 68,9 % odraslih prebivalcev.

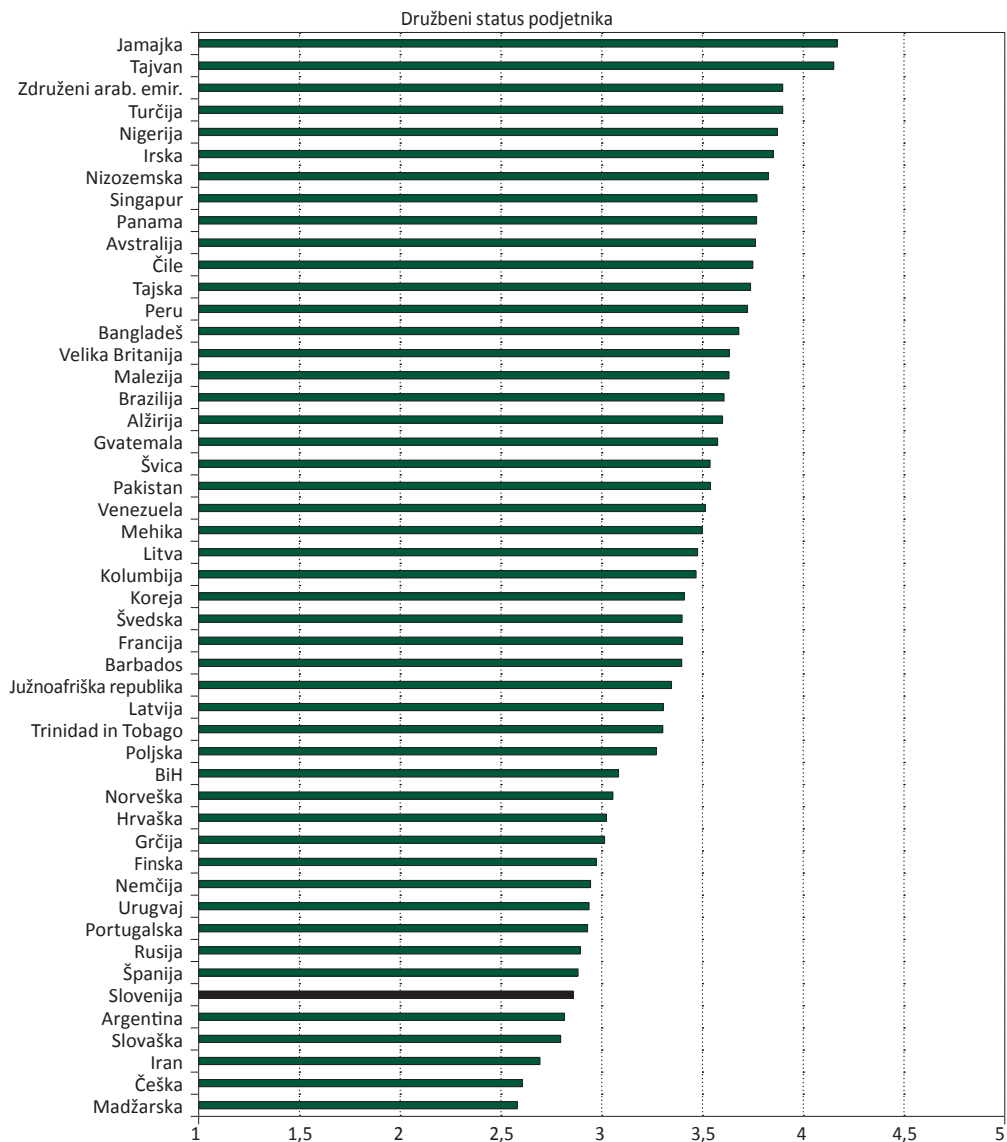
Verjetno pa gospodarska kriza stopnjuje tudi medijsko zanimanje za negativne oziroma neuspešne podjetniške zgodbe. V Sloveniji je le 45,1 % ljudi mnenja, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjetjih, kar uvršča Slovenijo na rep lestvice v skupini inovacijskih gospodarstev – nižji odstotek beležimo le še v Grčiji in Španiji. Prav pri ocenjevanju odnosa medijev do podjetništva je v Sloveniji opazen precejšen padec glede na pretekla leta, kar je prikazano v *tabeli 9*. Gibanje preostalih dveh komponent je sicer v zadnjih šestih letih v Sloveniji dokaj stabilno.

Tabela 9: Dojemanje podjetništva

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

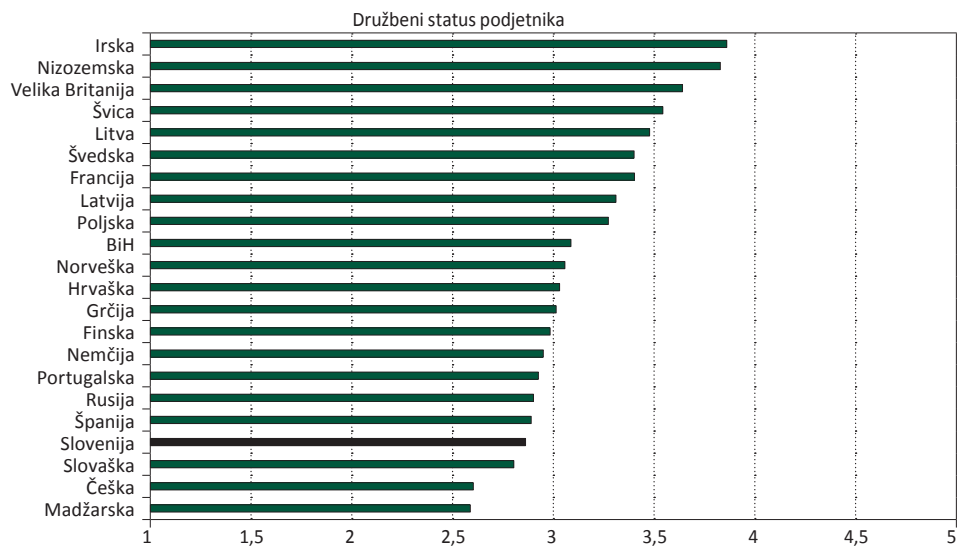
Različne vidike statusa podjetnika v družbi so ocenjevali tudi nacionalni izvedenci – to področje so izvedenci v Sloveniji ocenili v povprečju z oceno 2,85 na lestvici od 1 do 5 (leta 2010 pa 2,76), kar Slovenijo uvršča na rep lestvice vseh sodelujočih držav (*slika 12*), saj se za Slovenijo uvrščajo v evropskem merilu le še Slovaška, Češka in Madžarska, od preostalih držav, sodelujočih v GEM, pa še Argentina in Iran. Oceno družbenega statusa podjetnika so sicer nacionalni izvedenci ocenjevali s pomočjo petih komponent – pri ocenjevanju teh petih komponent je Slovenija od nacionalnih izvedencev prejela najnižjo povprečno oceno za trditev, da so podjetniki kompetentne, spretno in iznajdljive osebe (2,54), najvišjo pa za trditev, da je ustvarjanje novega podjetja oziroma podjetja primeren način za pridobitev bogastva (3,11). Podjetniška klima v Sloveniji – tako kot tudi v preteklih letih – ni najbolj ugodna. Aktivnosti prihodnjih vladnih ukrepov bi zato morale biti še intenzivneje usmerjene v promocijo podjetništva. Vendar kot navajata Rebernik in Bradačeva (2011), si je treba prizadevati za gradnjo podjetniške družbe, v kateri podjetništvo ne bo zgolj družbeno želena aktivnost, ampak tudi iskana kariera nadarjenih in inovativnih posameznikov. Kulturne in družbene norme igrajo pri tem veliko vlogo ter pomembno vplivajo na podjetniško vedenje in motivacijo.

Slika 12: Družbeni status podjetnika, vse države GEM



GEM 2011

Slika 13: Družbeni status podjetnika, evropske države GEM



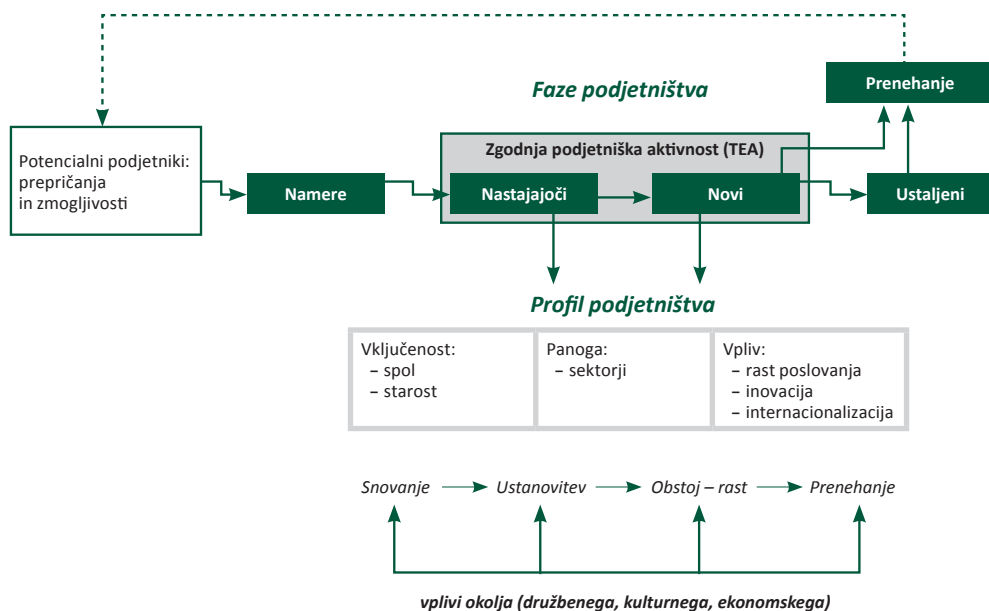
GEM 2011

Profil slovenskega podjetništva

4.1 FAZE PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI

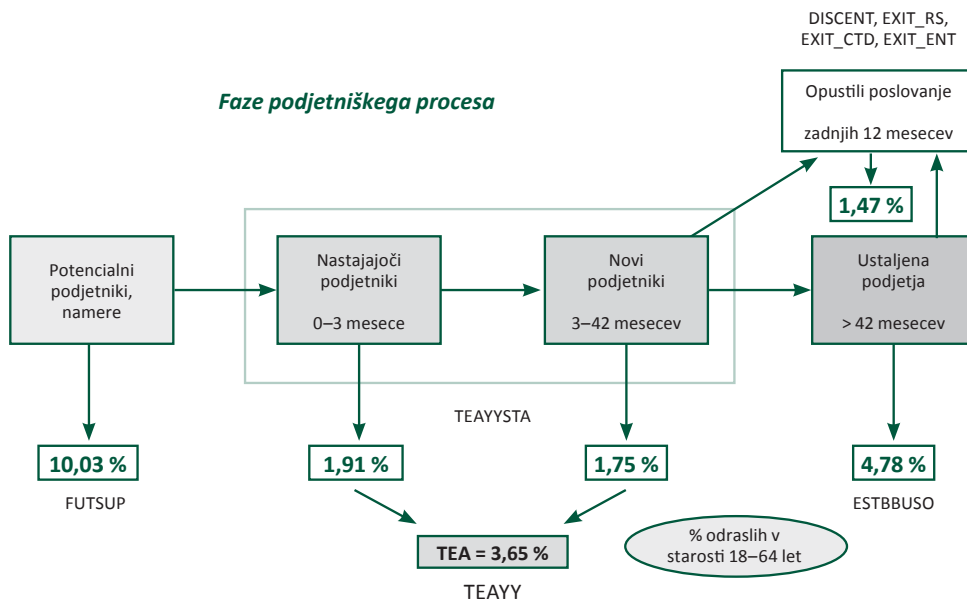
Podjetništvo ni enkratno dejanje, ampak neprekinjen proces odločanja za podjetništvo, zagonov podjetij, njihove rasti in opuščanja poslovanja. Ta proces vodi posameznik, zato je v naši raziskavi pozornost usmerjena k njemu. Osredotočenost na posameznika in procesno gledanje na podjetništvo terja proučevanje odrasle populacije (v starosti od 18 do 64 let), da bi v njej identificirali podjetnike – tiste, ki že imajo ustanovljeno podjetje, pa tudi one, ki šele začenjajo podjetniško pot. Zanimajo pa nas tudi tisti, ki so opustili poslovanje, in podjetniška aktivnost posameznikov v podjetjih, ki za svojega delodajalca *začenjajo nove podjeme*. O slednjih pišemo v 7. poglavju. Na *sliki 14* je ponazorjeno odvijanje podjetniškega procesa in z njim sestav indeksa TEA.

Slika 14: Faze in profil podjetništva



Z upoštevanjem različnih razvojnih stopenj podjetniškega angažiranja je bil oblikovan *indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA (total early-stage entrepreneurial activity)*. Indeks kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom starosti, ki se vključuje v podjetništvo. Zajema posameznike, ki so bodisi začeli nekatere aktivnosti, da bi ustanovili podjetja, ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece. Te posameznike imenujemo *nastajajoči podjetniki* in so na začetku 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. Indeks TEA torej kaže zgodnje faze podjetniškega procesa in je še zlasti občutljiv za dejavnike okolja, ki posameznike bodisi spodbujajo bodisi odvrčajo od podjetništva. Vendar pa indeks TEA ne pomeni celotne vključenosti v podjetništvo. Med prebivalstvom so tudi posamezniki, ki imajo podjetje že dlje kot tri leta in pol. Te imenujemo *ustaljeni podjetniki*. Za vse tri skupine podjetnikov delamo podrobnejše analize njihovih značilnosti, in to s pomočjo številnih spremenljivk. Nekatere značilne spremenljivke, ki se nanašajo na vključenost posameznikov v posamezne faze podjetniškega procesa (DISCENT, EXIT_RS, EXIT_CTD, EXIT_ENT, TEAYYSTA, ESTBBUSO) so za lažje razumevanje predstavljene na *sliki 15*.

Slika 15: Delež odraslega prebivalstva v Sloveniji, vključenega v podjetništvo



Kot je razvidno z gornje slike, je leta 2011 desetina odraslih prebivalcev zaznavala, da se bodo v prihodnjih šestih mesecih v okolju, v katerem živijo, pojavile dobre poslovne priložnosti. Razpoznavanje le-teh je namreč prvi pogoj, da bi se poslovni podjem sploh lahko realiziral. Toda manj kot dva odstotka (1,91 %) odraslih prebivalcev je karkoli storilo za to, da bi te poslovne priložnosti tudi izkoristili, kar obenem s posamezniki, katerih podjetje je staro od 3 do 42 mesecev, predstavlja delež zgodnjega podjetništva (indeks TEA) v višini 3,65 %.

4.2 PODJETNIŠKA AKTIVNOST ODRASLIH PREBIVALCEV

4.2.1 Zgodnja podjetniška aktivnost

Vključevanje v podjetništvo je le redkokdaj naključno, praviloma gre za postopne korake, kot so razmišljanje o možnostih podjetniške kariere, tehtanje oportunitetnih stroškov takšne odločitve, razmislek o trgu in kupcih, o lastnih sposobnostih za podjetniško pot, ustanavljanje podjetja, vzpostavitev proizvodnje in podobno. Brez teh začetnih korakov tudi delujoče podjetje ne bi nastalo. Zato je pomembno spremljati vse zgodnje podjetniške aktivnosti, ki se v GEM izražajo s spremljanjem nastajajočih podjetnikov, ki obenem z novimi podjetniki sestavljajo indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA.

Tabela 10: Vključenost prebivalstva v podjetništvo v državah GEM leta 2011

	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje posla	Delež podjetništva iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Delež podjetništva zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti
Faktorska gospodarstva							
Alžirija	5,3	4,0	9,3	3,1	9,5	36,5	46,4
Bangladeš	7,1	7,1	12,8	11,6	2,5	27,3	50,0
Gvatemala	11,8	9,1	19,3	2,5	3,8	33,5	33,5
Iran	10,8	3,9	14,5	11,2	6,4	53,0	31,5
Jamajka	9,0	5,0	13,7	5,1	12,7	33,0	39,8
Pakistan	7,5	1,7	9,1	4,1	1,6	46,9	24,7
Venezuela	13,1	2,6	15,4	1,6	3,2	28,5	43,4
<i>Netehtano povprečje</i>	9,2	4,8	13,4	5,6	5,7	37,0	38,5
Učinkovitostna gospodarstva							
Argentina	11,8	9,2	20,8	11,8	4,3	33,1	44,7
Barbados	10,8	1,8	12,6	4,2	5,5	5,0	57,9
BiH	5,4	2,8	8,1	5,0	6,7	61,3	21,7
Brazilija	4,1	11,0	14,9	12,2	3,8	30,7	45,2
Čile	14,6	9,6	23,7	7,0	6,8	27,4	54,3
Kitajska	10,1	14,2	24,0	12,7	5,3	40,6	29,0
Kolumbija	15,2	6,7	21,4	7,5	6,0	25,1	30,1
Hrvaška	5,3	2,1	7,3	4,2	3,6	35,3	30,7
Madžarska	4,8	1,6	6,3	2,0	2,3	31,0	29,2
Latvija	6,8	5,3	11,9	5,7	3,0	25,9	46,2
Litva	6,4	5,0	11,3	6,3	2,9	28,4	47,2

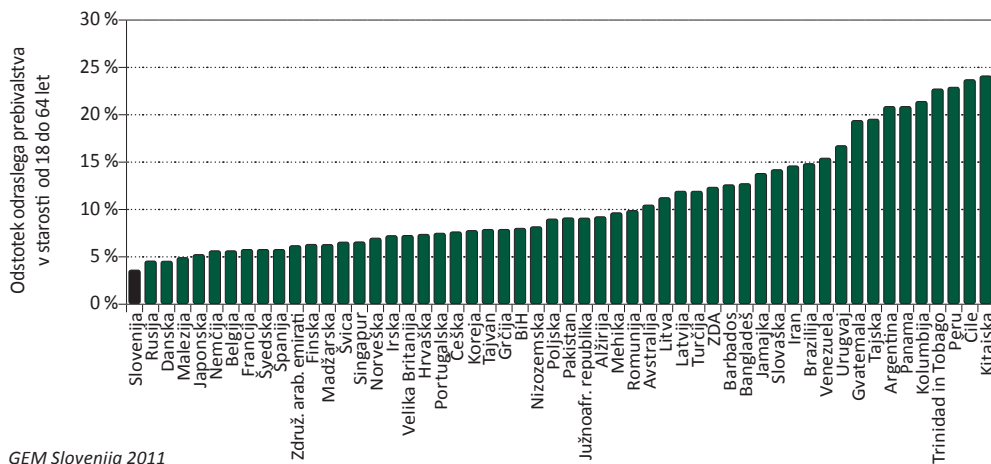
Malezija	2,5	2,5	4,9	5,2	2,6	10,2	71,8
Mehika	5,7	4,0	9,6	3,0	5,0	19,4	54,5
Panama	12,0	9,1	20,8	6,0	2,1	26,9	40,5
Peru	17,9	5,4	22,9	5,7	5,1	22,4	52,0
Poljska	6,0	3,1	9,0	5,0	4,2	47,6	31,5
Romunija	5,6	4,5	9,9	4,6	3,9	41,3	34,4
Rusija	2,4	2,3	4,6	2,8	1,5	26,9	41,9
Slovaška	9,2	5,3	14,2	9,6	7,0	27,6	33,9
Južnoafriška republika	5,2	4,0	9,1	2,3	5,6	34,8	39,3
Tajska	8,3	12,2	19,5	30,1	4,5	18,9	66,8
Trinidad in Tobago	13,9	9,3	22,7	6,9	3,9	14,9	43,9
Turčija	6,3	6,0	11,9	8,0	3,9	31,6	44,8
Urugvaj	11,0	6,0	16,7	5,9	4,3	11,1	9,8
<i>Netehtano povprečje</i>	8,4	5,9	14,1	7,2	4,3	28,2	41,7
Inovacijska gospodarstva							
Avstralija	6,0	4,7	10,5	9,1	4,3	15,0	73,1
Belgija	2,7	3,0	5,7	6,8	1,4	10,4	72,4
Češka	5,1	2,7	7,6	5,2	2,7	27,3	56,5
Danska	3,1	1,6	4,6	4,9	2,3	7,1	64,0
Finska	3,0	3,3	6,3	8,8	2,0	18,3	59,4
Francija	4,1	1,7	5,7	2,4	2,2	14,8	70,7
Nemčija	3,4	2,4	5,6	5,6	1,8	18,6	54,9
Grčija	4,4	3,7	8,0	15,8	3,0	25,4	36,8
Irska	4,3	3,1	7,2	8,0	3,4	29,5	36,9
Japonska	3,3	2,0	5,2	8,3	0,7	24,9	63,5
Koreja	2,9	5,1	7,8	10,9	3,2	41,5	36,2
Nizozemska	4,3	4,1	8,2	8,7	2,0	9,1	62,3
Norveška	3,7	3,3	6,9	6,6	2,5	4,3	70,5
Portugalska	4,6	3,0	7,5	5,7	2,9	17,8	58,1
Singapur	3,8	2,8	6,6	3,3	2,1	16,2	52,6
Slovenija	1,9	1,7	3,7	4,8	1,5	12,1	51,2
Španija	3,3	2,5	5,8	8,9	2,2	25,9	39,3
Švedska	3,5	2,3	5,8	7,0	3,2	6,1	67,6
Švica	3,7	2,9	6,6	10,1	2,9	11,4	61,4
Tajvan	3,6	4,4	7,9	6,3	4,9	17,5	49,8
Združeni arabski emirati	3,7	2,6	6,2	2,7	4,8	14,4	67,4
Velika Britanija	4,7	2,6	7,3	7,2	2,0	17,2	46,3
ZDA	8,3	4,3	12,3	9,1	4,4	21,2	58,9
<i>Netehtano povprečje</i>	4,0	3,0	6,9	7,2	2,7	17,6	57,0

V tabeli 10 je prikazana pestrost podjetniških aktivnosti, ki jih spremljamo: nastajajoči podjetniki, novi podjetniki, celotna zgodnja podjetniška aktivnost, ustaljeni podjetniki, prenehanje posla, delež podjetništva iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti ter delež podjetništva zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti.

V podjetniškem procesu se iz podjetniških zamisli in pobud nenehno rojevajo nova podjetja. Seveda nekatere podjetniške težnje nikoli ne dozoriijo do meje, ko bi bilo podjetje ustanovljeno in bi začelo poslovati in izplačevati plače. Morda je ideja premalo potentna, morda podjetnik nima potrebnih veščin, znanja in motivacije, da bi uresničil podjetniško idejo, ali pa je okolje toliko neprijazno, da v njem določenih pobud niti ni mogoče uresničiti. Ne glede na to pa nastajajoči podjemi pomenijo pomemben del podjetniškega vrenja in so tudi pokazatelj podjetniškega interesa v posamezni državi. Podobno velja tudi za nove podjetnike, ki imajo delujoče podjetje, pa ni starejše od treh let in pol. Indeks TEA (kot seštevek teh dveh deležev) tako govori o odstotku odraslega prebivalstva, ki se podjetniško udelejštuje.

V Sloveniji je zgodnja podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva leta 2011 spet močno upadla – s 4,65 % leta 2010 se je znižala na 3,65 %. Padec je še toliko bolj zaskrbljujoč, ker podjetniška aktivnost upada že tretje leto zapored in je tako v primerjavi z letom 2008, ko se je na podjetniško pot podalo 6,4 % prebivalstva, upadla že skoraj na polovico in dosegla najnižjo raven po letu 2004. Tega ni kriva samo recesija, ampak tudi neurejeno poslovno okolje ter še nekateri drugi pogoji za poslovanje, v katerih se posamezniki odločajo, ali bodo ustanovili podjetje ali ne. Največ zgodnje podjetniške aktivnosti je bilo leta 2011 na Kitajskem (24,0 %), v Čilu (23,7 %) in Peruju (22,9 %).

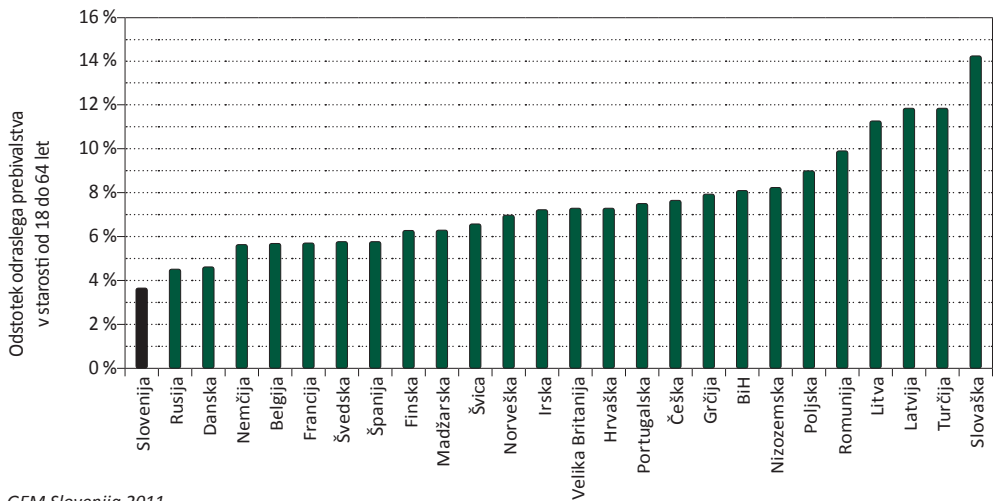
Slika 16: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost



GEM Slovenija 2011

Slovenija si je tako med 54 državami prvič, odkar sodelujemo v tej svetovni raziskavi, torej od leta 2002, pridobila neslavni rekord in se uvrstila na zadnje mesto. Neposredno pred njo sta Danska in Rusija s 4,6-odstotnim deležem odraslega prebivalstva v tej fazi podjetniškega procesa. Med 26 evropskimi državami je bilo leta 2011 največ zgodnje podjetniške aktivnosti na Slovaškem (14,2 %), v Turčiji (11,9 %) in Latviji (11,9 %), kar je razvidno tudi s slike 17.

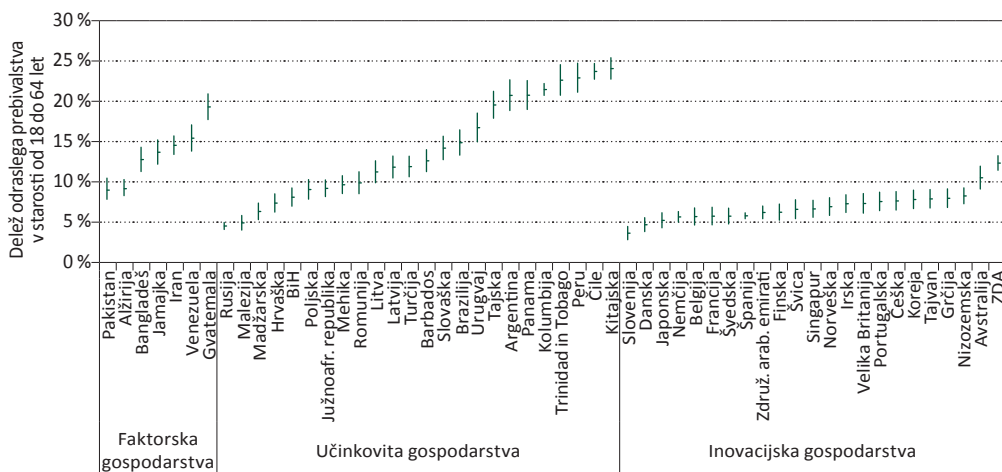
Slika 17: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi



GEM Slovenija 2011

Večina držav v Evropi, ki so leta 2011 sodelovale v raziskavi GEM, se uvršča v skupino inovacijskih držav, v katerih je stopnja podjetniške aktivnosti v povprečju nižja kot v skupini učinkovitostnih ali faktorskih držav, kar je prikazano na *sliki 18*. Prikazani so intervali TEA na vzorcu 54 držav, ki so organizirane v tri skupine glede na doseženo stopnjo gospodarske razvitosti in razvrščene od najnižjega do najvišjega intervala TEA. Nižja podjetniška aktivnost v inovacijskih državah še zdaleč ne pomeni, da so ljudje manj podjetni in ustvarjalni, ampak je odraz možnosti, ki jih imajo posamezniki, ko si prizadevajo zagotoviti existenco zase in družino. V razvitih inovacijskih gospodarstvih ima posameznik več možnosti ne samo za zaposlitev, ampak tudi za sproščanje svoje ustvarjalnosti in podjetnosti na delovnem mestu. To je možno sklepati po podjetniških aktivnosti zaposlenih, ki za svojega delodajalca razvijajo nove proizvode in podjeme, česar je v inovacijskih gospodarstvih bistveno več. O tem podrobneje razpravljamo v 7. poglavju.

Slika 18: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost po tipih gospodarstev

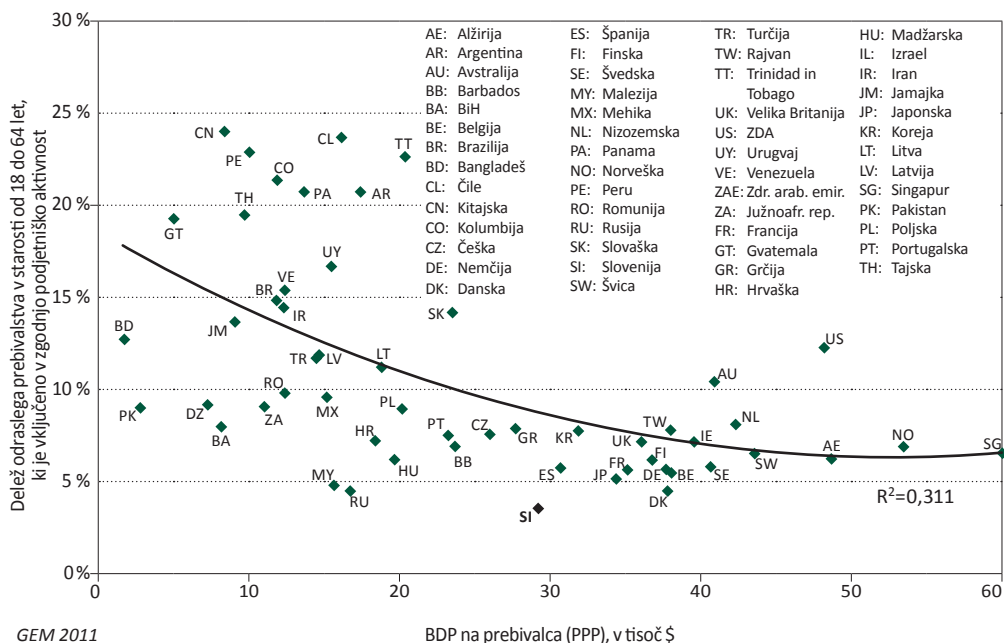


GEM 2011

Razvojna raven posamezne države torej pomembno vpliva na stopnjo podjetniške aktivnosti. Ker dojemamo podjetniško aktivnost kot nekaj, kar pomembno vpliva na razvoj gospodarstva in družbe, se zdi na prvi pogled paradokсно, da imajo najmanj razvite države v povprečju najvišjo stopnjo podjetniške aktivnosti. A ta paradoksnost je le navidezna, saj predpostavlja, da je podjetništvo monoliten fenomen brez notranjih razlik, in dojema podjetniško aktivnost zgolj na količinski ravni. Indeks TEA, s katerim merimo delež odraslega prebivalstva, ki je aktivno udeleženo pri nastajanju novih podjetij, je seveda premalo, da bi z njim izrazili vso kompleksnost podjetniškega dogajanja. Je pa zelo dober pokazatelj rojevanja novih podjetij in prenavljanja gospodarske strukture. Prek novih podjetij se namreč odvija »kreativna destrukcija« re-kombiniranja proizvodnih tvorcev, prek slednjih pa zadovoljevanje novih potreb na trgu. Rojstvo podjetja pa je pogosto izmuzljiv pojem. Je to registracija podjetja ali trenutek, ko se prodaja izdelek ali storitev, četudi podjetje ni formalno registrirano? V GEM kot osnovo za opredelitev, kdaj je podjetje »rojeno«, jemljemo izplačilo plače ali drugih prejemkov, kar se je izkazalo kot najprimernejši način za mednarodno primerjavo. Posameznike, ki aktivno delujejo, da bi ustanovili podjetje, ki bo njihovo ali solastniško, a še niso izplačevali plač in drugih prejemkov več kot tri mesece, smo poimenovali *nastajajoči podjetniki*. Za tiste, ki imajo delujoče podjetje od tri mesece do treh let in pol, običajno uporabljamo izraz *novi podjetniki*, pogosto pa tudi izraz *lastniki/managerji novih podjetij*. Zakaj ravno tri leta in pol, je podrobno pojasnjeno v Reynolds in sodelavci (2005), gre pa za teoretične in praktične razloge, ki izhajajo iz narave raziskovalne procedure GEM.

Soodvisnost gospodarske rasti, merjene z bruto družbenim proizvodom na prebivalca, in zgodnje podjetniške aktivnosti je prikazana na *sliki 19*. Vidimo, da indeks TEA (kot seštevek deleža prebivalcev, ki jih uvrstimo med nastajajoče podjetnike, in deleža tistih, ki jih označimo kot lastnike/managerje novih podjetij), z razvojem statistično značilno upada. Upad je povezan z naraščanjem zaposlitvenih možnosti, ki jih je v razvitejših gospodarstvih bistveno več.

Slika 19: Soodvisnost gospodarske razvitosti in zgodnje podjetniške aktivnosti



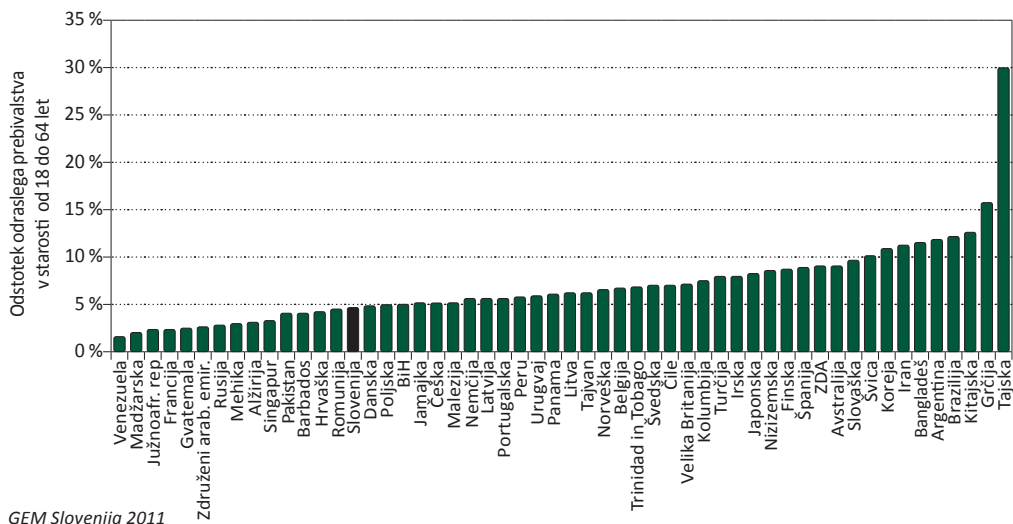
Toda s stopnjo razvitosti se ne spreminja samo količina podjetniške aktivnosti, pač pa tudi njena narava. Medtem ko je v nerazvitih faktorskih gospodarstvih zelo visok delež preživetvenega podjetništva zaradi nujnosti, se v inovacijskih gospodarstvih ta pomembno zniža in bistveno več je podjetniške aktivnosti zaradi izkoriščanja ugodne poslovne priložnosti. Podjetja v razvitem gospodarstvu so sposobna zaposlovati in nudijo več ekonomske varnosti kot samostojna podjetniška pot; samostojno podjetništvo postane manj privlačno, zato začne upadati. Po drugi strani pa tudi gospodarska aktivnost sama ter izboljšanje temeljnih pogojev (zdravstvo, izobraževanje, infrastruktura) omogočata več podjetništva zaradi priložnosti. V razvitih gospodarstvih z urejenim ekonomskim in pravnim redom imajo posamezniki večje možnosti za pridobivanje potrebnih virov za zagon podjetja, saj so razvita, na znanju temelječa okolja bogatejša tako s človeškim kot s podjetniškim kapitalom, zaradi gospodarske strukture pa je več tudi poslovnih priložnosti. Raziskave so pokazale, da začne v inovacijskih gospodarstvih podjetniška aktivnost znova naraščati, le da gre to pot za bistveno kakovostnejši tip podjetništva, ki je sposobno razvoja in mednarodnega konkuriranja. Ta porast pa ni vselej zelo izrazit, in kot poroča Bosma s sodelavci (2012, 22), leta 2011 ni bil statistično značilen in se je sicer upadajoča krivulja precej sploščila.

Ekonomska politika in politika pospeševanja podjetništva bi morali razumeti, da niso vse podjetniške aktivnosti enake, še manj pa, da so motivi za ukvarjanje s podjetništvom enoznačni. Omogočanje pogojev za ambiciozno inovativno podjetništvo je pomembno drugačno kot omogočanje pogojev za samozaposlitveno preživetveno podjetništvo. Stopnja zgodnjega podjetništva v Sloveniji je bila leta 2011 najnižja po letu 2004, zato je zaskrbljenost še kako na mestu, saj je stopnja podjetniške aktivnosti padla, povečalo pa se je tudi število nezaposlenih. A ni zgolj število podjetnikov in podjetij tisto, ki določa razvoj, ampak so to podjetniki, ki imajo željo in sposobnost razvijati svoje podjetje in zaposlovati. Kot poroča Morris (2011), je od vseh podjetnikov samo 4 % takšnih, ki jih lahko štejemo med dinamična rastoča podjetja (*hi-impact entrepreneurship*). Tudi v svetovnem merilu je takšnih podjetnikov sila malo in v vsakem narodu so najdragocenejši človeški vir. Podjetniški talent je pač redek vir, inovativno podjetništvo – takšno, ki je sposobno narediti uspešne izdelke in storitve, zagotoviti nova delovna mesta in globalno uspeti – pa je še redkejše. Zato je tako dragoceno in je treba zanj zagotoviti primerne okvire.

4.2.2 Ustaljeni podjetniki

Posameznike, ki so lastniki in managerji podjetij že več kot tri leta in pol, imenujemo ustaljeni podjetniki (*established entrepreneurs*) in jih spremljamo na podoben način kot drugi dve skupini. Leta 2011 jih je bilo med odraslim prebivalstvom 4,8 %, kar je le za malenkost manj kot leta 2010 (4,9 %). Kot vidimo na *sliki 20*, je aktivnost ustaljenih podjetnikov v Sloveniji višja kot pri zgodnji podjetniški aktivnosti. Primerjalno z drugimi državami smo se uvrstili na 40. mesto. Daleč največji delež ustaljenih podjetnikov je bilo leta 2011 na Tajskem (30,1 %), med evropskimi državami pa v Grčiji (15,8 %) in Švici (10,1 %). V svetovnem merilu je bilo ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom najmanj v Venezueli (1,6 %) in na Madžarskem (2,0 %).

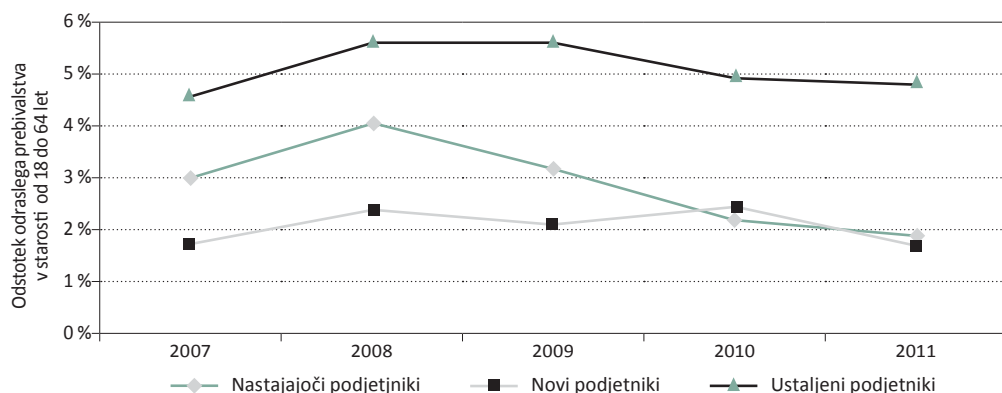
Slika 20: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom



GEM Slovenija 2011

Ustaljeni podjetniki vnašajo v ekonomski sistem potrebno stabilnost, saj so zaradi utečenosti poslovanja, relativne izkušenosti, ustvarjene mreže kupcev in dobaviteljev ter socialnega kapitala, ki so si ga ustvarili z dotedanjim poslovanjem, bolj usposobljeni za sprejemanje nihanj na trgu. Zato ne preseneča, da njihov delež med odraslim prebivalstvom niha manj kot zgodnja podjetniška aktivnost, kar je razvidno tudi s *slike 21*. Ker gre za dinamični proces, ki ga tvori kavzalno zaporedje nastajajoči → novi → ustaljeni podjetniki, in ne za neodvisne skupine – ob predpostavki, da ima v povprečju vsako ustaljeno podjetje svoj »rok trajanja« –, manjši priliv nastajajočih in novih podjetnikov v podjetniški proces slej ko prej pripelje do usihanja podjetniške aktivnosti sploh. Brez primerne zgodnje podjetniške aktivnosti, ki pomeni za ustaljena podjetja novo konkurenco, za potrošnike pa novo ponudbo izdelkov in storitev, proces kreativne destrukcije izgublja svojo razvojno moč in ne more v zadostni meri prenoviti gospodarske strukture.

Slika 21: Vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo v Sloveniji v letih od 2007 do 2011



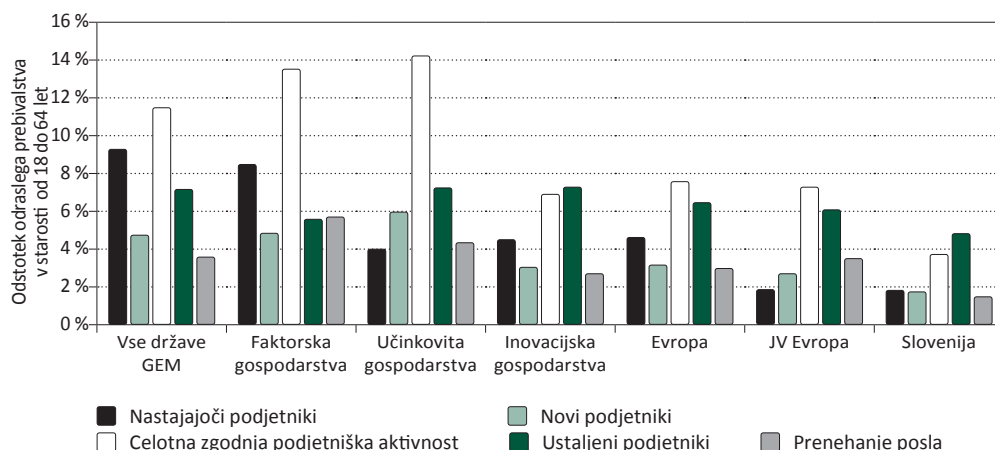
GEM Slovenija 2011

Zanimalo nas je, kako se Slovenija glede na različne tipe podjetniške aktivnosti lahko primerja s preostalimi državami, ki so leta 2011 sodelovale v GEM. *Tabela 11* in *slika 22* sta zelo nazorni. Katerokoli kategorijo vzamemo in jo primerjamo s katerokoli skupino držav, ima Slovenija vključen manjši delež prebivalstva. Vidimo, da se rojeva manj podjetij, imamo manj delujočih podjetij, prav tako pa se tudi najmanj podjetnikov odloči, da bi opustili podjetniško aktivnost. V Evropi, kjer večina držav GEM spada med inovacijska in učinkovitostna gospodarstva, je celokupna podjetniška aktivnost sorazmerno nižja. V zgodnje podjetniške aktivnosti je vključenih 7,6 % odraslih prebivalcev (leta 2010 6,3 %), 6,5 % (enako kot leto poprej) pa jih najdemo med ustaljenimi podjetniki. V jugovzhodni Evropi sta ta dva deleža za spoznanje nižja – 7,2 in 6,1 %, v Sloveniji precej nižja – 3,7 in 4,8 %. Toda te primerjave je treba pazljivo uporabljati, saj skupina analiziranih držav GEM leta 2011 ni bila v celoti enaka kot leta 2010.

Tabela 11: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom

	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celokupna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje posla
Vse države GEM	6,9	4,7	11,4	7,1	3,6
Faktorska gospodarstva	9,2	4,8	13,4	5,6	5,7
Učinkovitostna gospodarstva	8,4	5,9	14,1	7,2	4,3
Inovacijska gospodarstva	4,0	3,0	6,9	7,2	2,7
Evropa	4,5	3,2	7,6	6,5	3,0
JV Evropa	4,6	2,7	7,2	6,1	3,5
Slovenija	1,9	1,7	3,7	4,8	1,5

Slika 22: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom



GEM Slovenija 2011

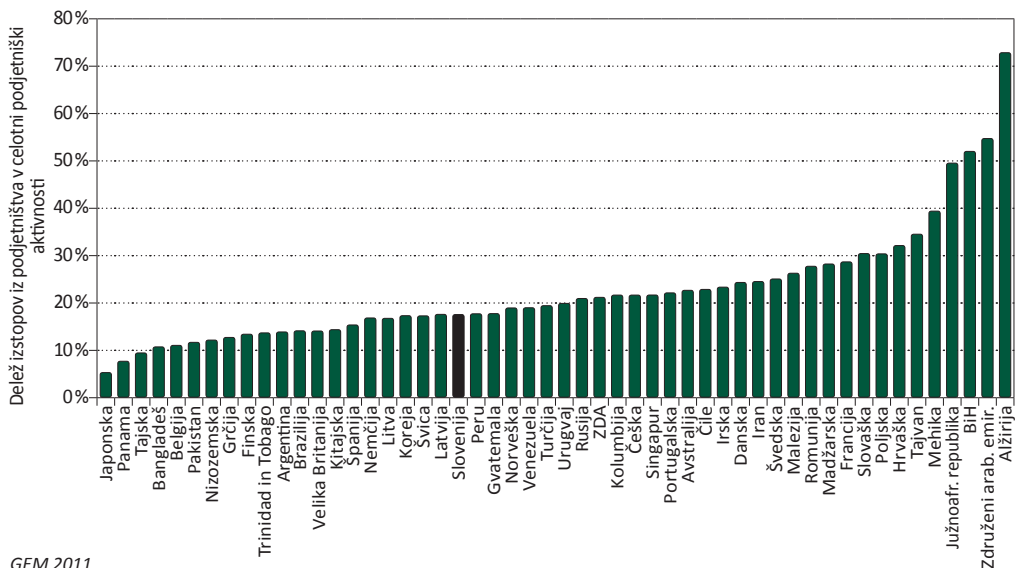
Leta 2011 je tako Slovenija izkazovala precejšnjo podjetniško zaspanost. Očitno sta k negotovosti, ki sta jo povzročali gospodarska kriza in recesija, svoje prispevali tudi politična kriza in institucionalna letargija, kar je gotovo pripomoglo tudi k temu, da so posamezniki zaznavali manj poslovnih priložnosti, o čemer pišemo na drugem mestu.

4.2.3 Prenehanje poslovanja

Podjetniški proces poleg rojevanja podjetij zajema tudi prenehanje poslovanja. Vsako podjetje ima določeno življenjsko dobo, v kateri je sposobno zadovoljevati potrebe potrošnikov in ustvarjati vrednost za lastnika ali delničarje. Ta zmožnost preneha zaradi dveh temeljnih vzrokov. Prvi je zunanje narave in izhaja iz ekonomskih razmer in sprememb na trgu (nova konkurenca, zmanjšanje povpraševanja, porast stroškov), drugi je povezan z osebnimi odločitvami lastnika/podjetnika, kot so preoblikovanje podjetja, upokojitev, nezainteresiranost za nadaljnje poslovanje in podobno. V GEM zaznamo posameznike, ki so prekinili poslovanje v preteklih 12 mesecih. Obenem z indeksom TEA je ta mera pomemben indikator dinamičnosti podjetniškega procesa. Največji delež odraslega prebivalstva, ki je v letu 2011 opustilo poslovanje, so zabeležili v Alžiriji (8,9 %) in na Slovaškem (7 %), najmanj pa na Japonskem (0,7 %) in v Belgiji (1,37 %).

Za bolj jasno sliko pa je treba opuščanje podjetij relativizirati, torej primerjati delež opuščenih podjetij s celokupno podjetniško aktivnostjo v določenem letu, kar smo poimenovali **opustitveni indeks** (slika 23). Leta 2011 je bilo v podjetniško udejstvovanje v Sloveniji vključenih 8,5 % odraslih prebivalcev (leto poprej 9,6 %). Med njimi je bilo 1,9 % nastajajočih podjetij (leta 2010 2,2 %), 1,7 % novih podjetij (leta 2010 2,4 %) in 4,8 % ustaljenih podjetij (leto poprej 4,9 %). S podjetništvom se je prenehalo ukvarjati 1,5 % odraslega prebivalstva, kar predstavlja 17,4 % celotne podjetniške aktivnosti v Sloveniji in je popolnoma primerljivo z letom poprej. Gledano absolutno, se Slovenija z 1,5-odstotnim deležem prebivalstva, ki je prenehalo poslovati, uvršča čisto na dno držav, na 50. mesto, gledano relativno v primerjavi s celokupno podjetniško aktivnostjo, pa na 32. mesto.

Slika 23: Razvrstitev držav glede na opustitveni indeks

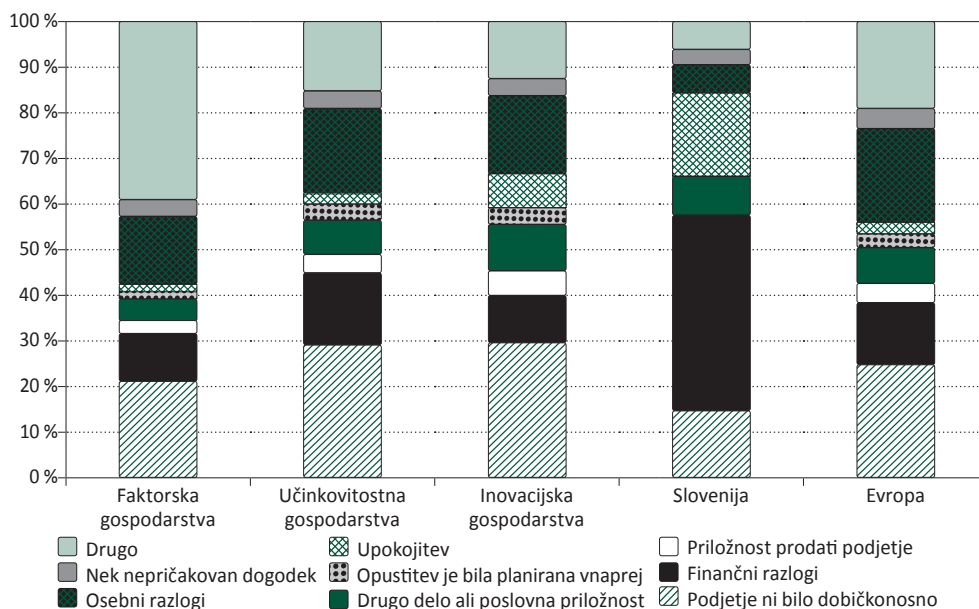


GEM 2011

Za zdravo konkurenčnost v gospodarstvu je dinamika opuščanja podjetij in lotevanja novih še kako pomembna. Posamezniki, ki so opustili podjetje, bodo morda ponovno prispevali k ekonomskemu napredku tako, da bodo spet vstopili v podjetniški proces. Prav zato je zanimivo vedeti tudi, zakaj posamezniki opustijo obstoječe podjetje.

Temeljni razlog, zaradi katerega so v Sloveniji posamezniki leta 2011 opustili svoje podjetje, so finančni razlogi, saj je bilo takšnih primerov kar 43 %, kar je še enkrat več kot leta 2010, ko je zaradi finančnih razlogov poslovanje opustilo 21 % posameznikov. Naslednja najpogostejša razloga sta upokojitve (18 %) in nedobičkonost podjetja (15 %). Na *sliki 24* je zelo nazorno pokazano, da med vsemi skupinami držav po razlogih opustitve Slovenija izrazito izstopa.

Slika 24: Razlogi za prenehanje poslovanja v Sloveniji



GEM Slovenija 2011

V nobeni drugi skupini držav finančni razlogi niso na prvem mestu. V vseh, razen v faktorskih gospodarstvih, v katerih gre za skupek različnih dejavnikov, je bil ključni razlog za opustitev poslovanja nedobičkonost podjetja. Še po enem razlogu Slovenija močno izstopa: kar 18 % jih je opustilo zaposlovanje zaradi upokojitve. Verjetno se ne bomo zmotili, če bomo zapisali, da vzrok ni v tem, da bi bili slovenski podjetniki starejši, ampak v trenutnem »darežljivem« sistem upokojevanja in napovedanih spremembah v pokojninskem zakonu, ki bo redefiniral pogoje za upokojevanje.

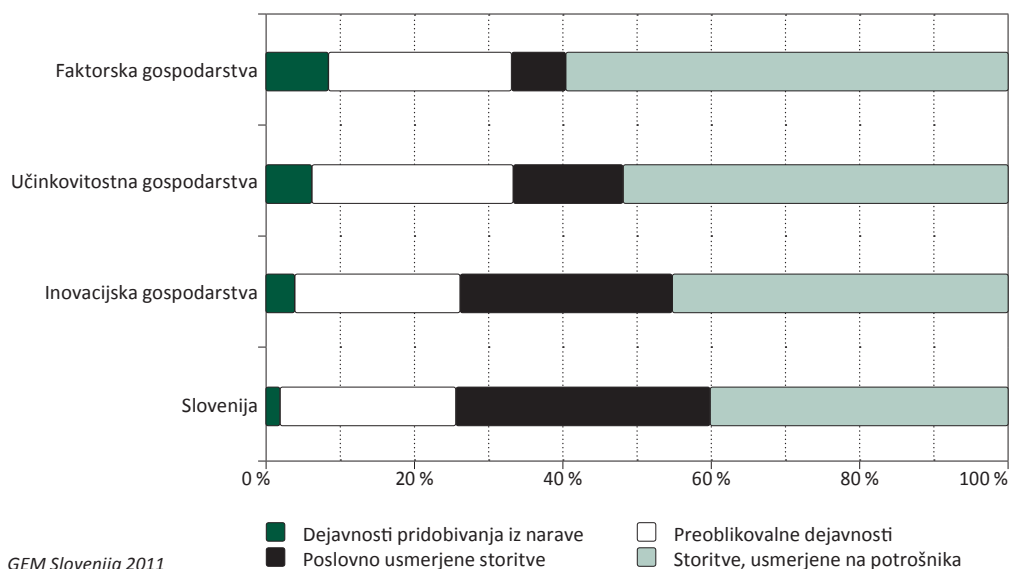
4.2.4 Sektorska porazdelitev podjetij

Na *slikah 25* in *26* je prikazana porazdelitev zgodnje podjetniške aktivnosti po štirih glavnih gospodarskih sektorjih oziroma skupinah dejavnosti, ki so: *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 ...).³

Na *sliki 25* je vidno, da so v povprečju v faktorskih gospodarstvih pogosteje prisotne zgodnje podjetniške aktivnosti, povezane z dejavnostmi pridobivanja iz narave – v povprečju dobrih 8 % v strukturi vse zgodnje podjetniške aktivnosti – kot pa v inovacijskih gospodarstvih, v katerih je takšne v povprečju nekaj manj kot 4 % zgodnje podjetniške aktivnosti. Podobno velja tudi za skupino dejavnosti, ki zajemajo storitve, usmerjene na potrošnike. V faktorskih gospodarstvih sodi v to skupino dejavnosti približno 60 % zgodnje podjetniške aktivnosti, v učinkovitostnih 52 %, inovacijskih gospodarstvih pa v povprečju približno 45 % vse zgodnje podjetniške aktivnosti. V Sloveniji je bil leta 2011 ta delež še manjši in je znašal 40 % celotne zgodnje podjetniške aktivnosti.

Slika 25: Sektorska porazdelitev zgodnjega podjetništva po skupinah držav



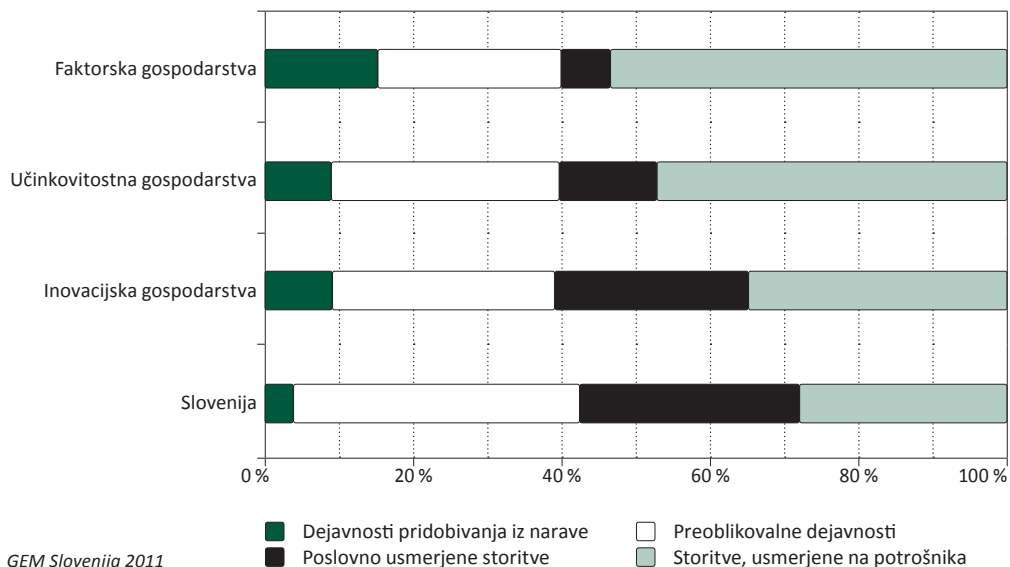
GEM Slovenija 2011

Prav tako kaže, da z naraščanjem razvitosti oziroma BDP na prebivalca v povprečju narašča tudi delež poslovno usmerjenih storitev v zgodnji podjetniški aktivnosti: poslovno usmerjenih storitev je v inovacijskih gospodarstvih v povprečju bistveno več, dobrih 28 %, kot pa v faktorskih (7 %) in učinkovitostnih gospodarstvih (15 %), v Sloveniji pa med poslovno usmerjene storitve sodi kar 34 % zgodnje podjetniške aktivnosti. Takšna porazdelitev je razumljiva glede na to, da poslovno usmerjene storitve zahtevajo visoko izobražen človeški kapital, ki ga je v inovacijskih gospodarstvih več. S *slike 25* pa je razvidno tudi, da ni opaziti, da bi bile preoblikovalne dejavnosti posebej značilne za katero izmed skupin gospodarstev.

³ Ena izmed težav pri mednarodnih primerjavah – kadar zajamejo veliko število držav z vsega sveta – je, da so uradni statistični sistemi pogosto popolnoma neprimerljivi, zato je harmoniziranje podatkov še posebej kočljiva zadeva. V okviru GEM uporabljamo za analizo porazdelitve podjetništva po dejavnostih poenostavljeno klasifikacijo, ki omogoča primerjavo zelo različnih uradnih sistemov klasifikacij v sodelujočih državah.

Podobne značilnosti lahko opazimo tudi v strukturi ustaljene podjetniške aktivnosti, ki je prikazana na *sliki 26*.

Slika 26: Sektorska porazdelitev ustaljenih podjetnikov



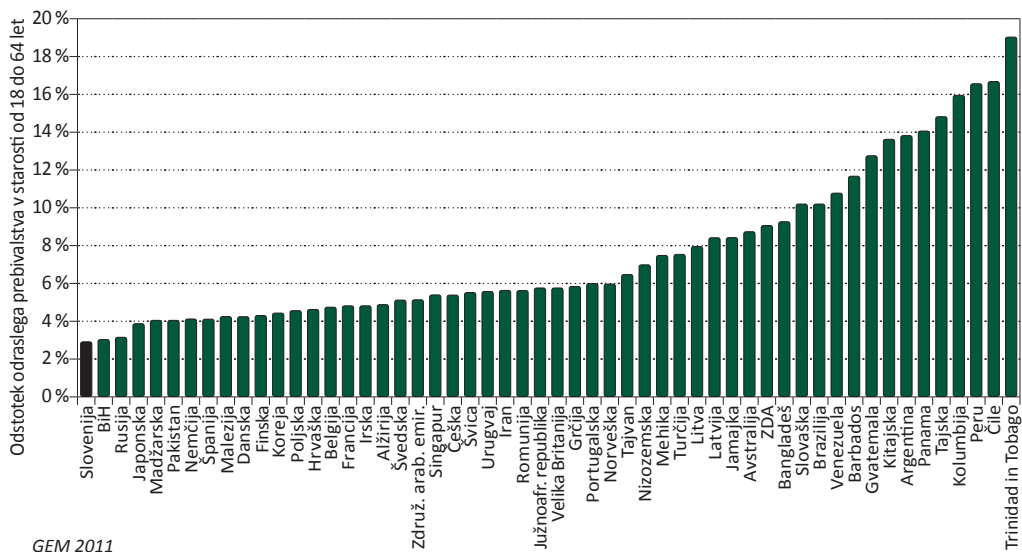
4.2.5 Motivacija za podjetništvo

Odločitev za podjetništvo je osebna odločitev in zato motivirana z različnimi razlogi. Nekateri so v to prisiljeni, ker jim samostojna podjetniška dejavnost edina omogoča preživetje, drugi se lotijo podjetništva, ker želijo izboljšati svoj položaj in njihova svobodna izbira je, da se odločijo za samostojno podjetništvo. Da je samostojno podjetništvo edina možnost, so krivi različni vplivi okolja, nezaposlenost, odsotnost primernih podjetij, v katerih bi bilo možno najti zaposlitev, itd. 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. Veliko število podjetnikov pa ne pomeni tudi velike gospodarske rasti, saj je njihova aktivnost samozaposlitvena, brez potrebnega razvojnega potenciala ter v dejavnostih, v katerih je dodana vrednost izjemno nizka. Pozitiven vpliv zgodnje podjetniške aktivnosti na rast BDP v inovacijskih državah dokazujejo številne raziskave, na primer van Stel s sodelavci (2004 in 2005) in Stam s sodelavci (2009). Potemtakem lahko sklenemo, da je vpliv podjetniške aktivnosti na gospodarsko rast značilno pogojen s stopnjo gospodarske razvitosti države. Ne glede na to, da zgodnja podjetniška aktivnost značilno ne prispeva tudi k rasti BDP v manj razvitih državah, pa je prispevek večjega števila podjetnikov tudi v teh državah zelo pomemben, saj brez rojevanja novih podjetij in podjetij gospodarski razvoj na dolgi rok ni možen.

Kadar posamezniku ni treba ustanovljati podjetja zaradi nujnosti, ker ima še druge možnosti za preživetje, odločitev za podjetniško kariero temelji na presoji oportunitetnih stroškov, ki so za vsakega posameznika različni. V kolikšni meri se bo podjetništvo izkazalo za privlačnejšo možnost od drugih, je odvisno od dojemanja poslovnih priložnosti v okolju, od spleta dejavnikov v podjetniškem okviru v posamezni državi, samozavedanja lastnih sposobnosti ter strahu pred neuspehom,

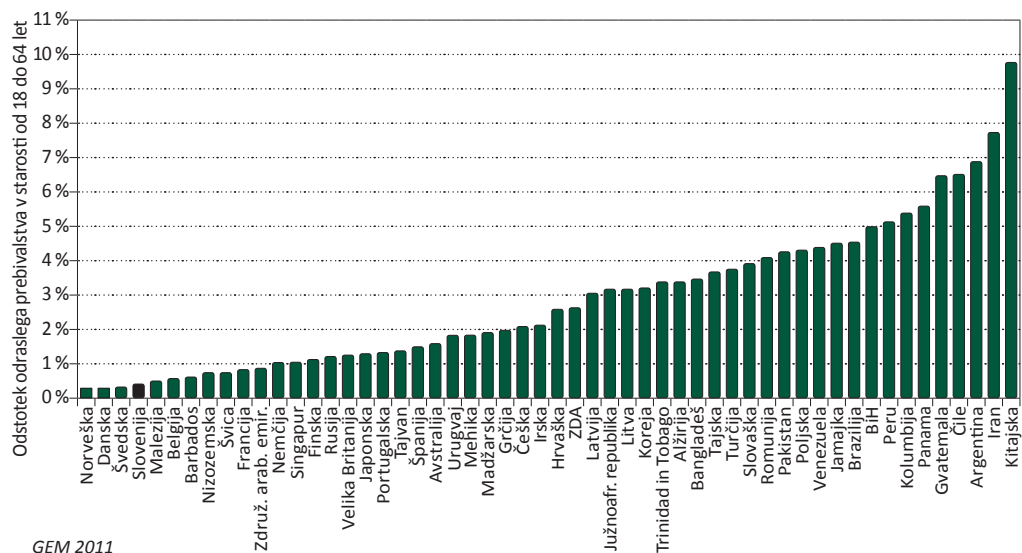
ki je v veliki meri odvisen od prevladujoče kulture v posamezni državi. Govorimo o *podjetništvu zaradi priložnosti*, ki si prizadeva izboljšati svoj dohodkovni položaj ali povečati polje svobode in neodvisnosti. Deleži odraslega prebivalstva, ki se v svetovnem merilu odloča za podjetništvo iz nujnosti ali iz priložnosti, so razvidni s slik 27 in 28. Ker je imela Slovenija leta 2011 zelo majhen delež nastajajočih in novih podjetnikov, se tudi pri razlogih za podjetništvo nahaja čisto na repu.

Slika 27: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti



GEM 2011

Slika 28: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti



GEM 2011

Številne zelo revne države imajo veliko posameznikov, ki se ukvarjajo s podjetniško aktivnostjo, vendar je ta razdrobljena, samozaposlitvena, v dejavnostih, v katerih je izjemno nizka dodana vrednost, ter brez razvojnega potenciala. Čeravno je njihov prispevek k ekonomski rasti skromen, pa brez rojevanja novih podjetij – bodisi gre za aktivnosti posameznikov ali za notranje podjetništvo v obstoječih podjetjih – gospodarstvo in družba ne moreta napredovati. Nova in rastoča podjetja prispevajo h konkurenčnosti ponudbe, vnašajo konkurenčni pritisk, zapolnjujejo vrzeli na trgu, pomlajujejo panoge, predvsem pa zagotavljajo ustrezno zaposlenost delovno aktivnega prebivalstva.

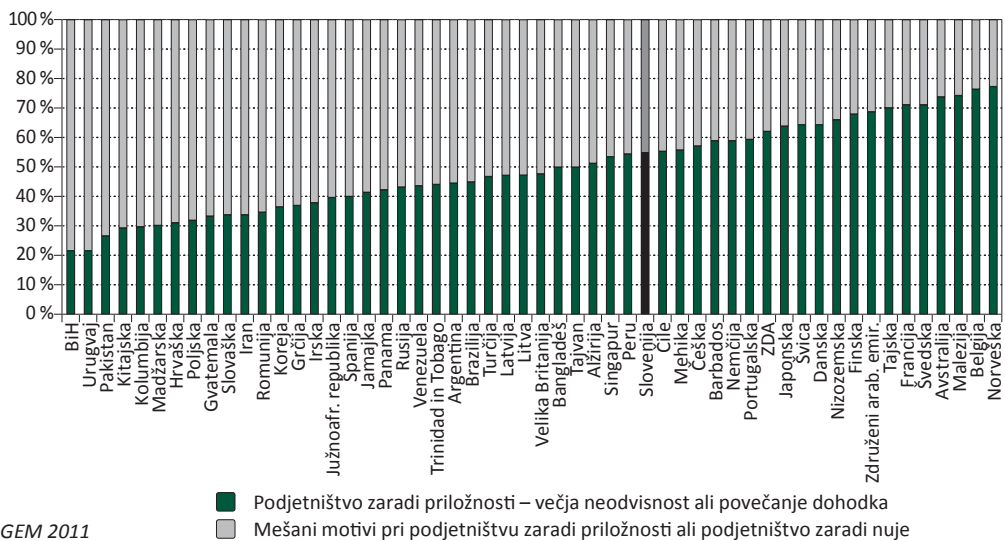
V Sloveniji je v vseh letih, odkar jo spremljamo z globalnim podjetniškim monitorjem, prevladovalo podjetništvo, v katero so se podali posamezniki, ki so si želeli izboljšati svoj položaj, podjetniki, ki so morali v podjetništvo vstopiti zaradi nujnosti, pa so bili v manjšini. Pri obeh dejavnostih vodijo države, ki imajo sicer visoko stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti, kar je razvidno iz *tabele 12*; Slovenija je v vseh primerjavah zaradi izjemno nizke zgodnje podjetniške aktivnosti v letu 2011 na zadnjih mestih. Tako vidimo, da je na Kitajskem indeks TEA iz nujnosti 9,74 %, na Norveškem pa le 0,3 %, ali da je v zgodnjo podjetniško aktivnost zaradi izkoriščanja priložnosti v Trinidadu in Tobagu vključenih 19 % odraslih prebivalcev, v Sloveniji pa manj kot 3 %. Ti deleži so med seboj težko primerljivi, saj je celokupna podjetniška aktivnost med posameznimi državami zelo različna.

Tabela 12: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti in priložnosti

2011	Slovenija	Najvišja vrednost	Najnižja vrednost	Rang Slovenije med vsemi državami GEM	Rang Slovenije med evropskimi državami GEM	Rang Slovenije med inovacijskimi državami GEM	Rang Slovenije v skupini držav JV Evrope
TEA – nujnost	0,44 %	9,74 % Kitajska	0,3 % Norveška	52/54	23/26	20/23	6/6
TEA – priložnost	2,96 %	19,01 % Trinidad in Tobago	2,96 % Slovenija	55/54	26/26	23/23	6/6

Več nam pove neposredna primerjava različnih motivov, kar je prikazano na *sliki 29*. Če primerjamo med seboj podjetništvo, ki ga je spodbudila želja po večji neodvisnosti in povečanju dohodka, in podjetništvo, ki so ga spodbudili nujnost in drugi mešani motivi, na primer prevzem družinskega podjetja, vidimo, da je ostalo na približno enaki ravni kot leto poprej (57 % leta 2010 proti 55 % leta 2011). Ne smemo pa zanemariti, da gre za močno poslabšanje v primerjavi z letom 2009, ko je bilo med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki 71 % takšnih, ki so šli v podjetništvo zaradi priložnosti, da bi imeli večjo neodvisnost ali da bi povečali svoje dohodke.

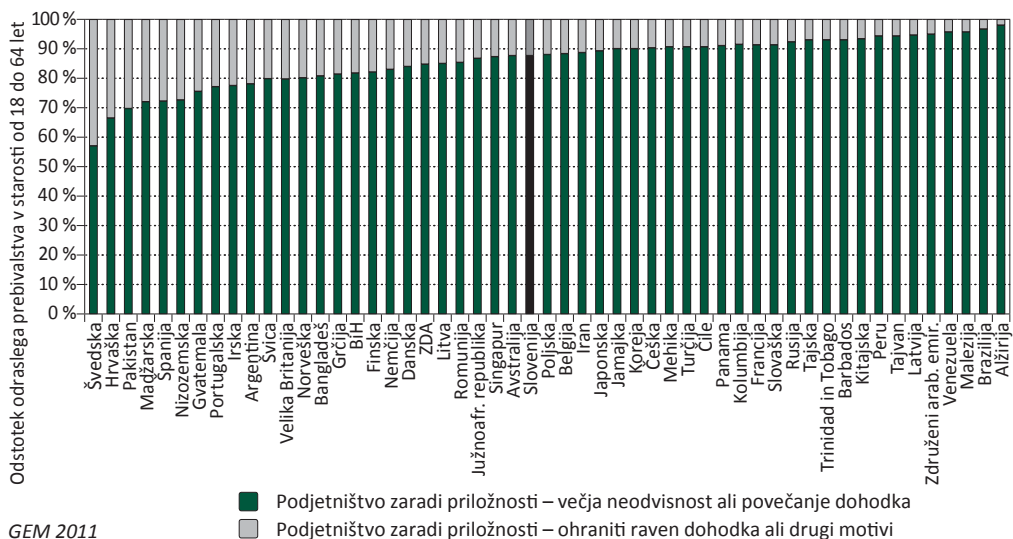
Slika 29: Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo



GEM 2011

Kot vidimo, je v tej primerjavi Slovenija v sredini lestvice, kamor je uvrščena tudi, ko primerjamo notranjo strukturo podjetništva iz priložnosti (slika 30). Primerjava samo dveh motivov znotraj motiva izkoriščanja priložnosti, to je a) ohraniti raven dohodka in b) večja neodvisnost ali povečanje dohodka, pokaže, da se je v Sloveniji 88 % nastajajočih in novih podjetnikov podalo na podjetniško pot zaradi slednjega motiva (lani 86 %). S tem se je Slovenija uvrstila na sredino lestvice, na kateri vodita Alžirija in Brazilija, na repu pa sta Švedska in Hrvaška.

Slika 30: Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti



GEM 2011

Takšni delni prikazi motivacijskih struktur lahko zameglijo pomembne razlike v podjetniški aktivnosti v različno razvitih državah in zanemarjeno je dejstvo, da v revnejših državah s faktorskim tipom gospodarstva prevladuje samopreživetveno podjetništvo zaradi nujnosti. Zato si oglejmo še *motivacijski indeks*, ki kaže razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti (*tabela 13*). Vidimo, da se Slovenija po motivacijskem indeksu, ki znaša 6,72, uvršča v prvo tretjino držav, v katerih je podjetništvo zaradi priložnosti prevladujoč motiv za ustanovitev podjetja. Kljub nizki podjetniški aktivnosti v Sloveniji v lanskem letu, ko je bila z vrednostjo motivacijskega indeksa 4,9 uvrščena na 14. mesto, si je letos to uvrstitev izboljšala in je na 9. mestu. Tako kot leta 2010 so tudi leta 2011 v vrhu skandinavske države in Barbados, ki je v raziskavi GEM sodeloval prvič. Na zadnjih mestih sta Bosna in Hercegovina z 0,61 in Iran s 0,74.

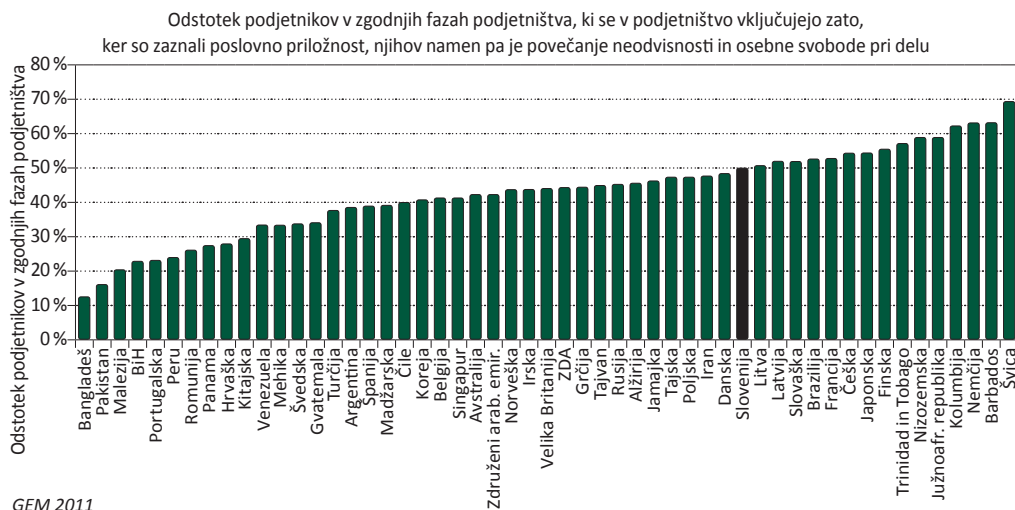
Tabela 13: Motivacijski indeks

	Motivacijski indeks		Motivacijski indeks
Norveška	20,00	Španija	2,77
Barbados	18,54	Latvija	2,74
Švedska	14,53	Bangladeš	2,66
Danska	12,97	Češka	2,60
Nizozemska	9,35	Slovaška	2,60
Malezija	8,47	Rusija	2,58
Belgija	8,02	Čile	2,56
Švica	7,37	Panama	2,52
Slovenija	6,72	Litva	2,49
Združeni arabski emirati	5,74	Venezuela	2,45
Francija	5,69	Irska	2,27
Trinidad in Tobago	5,64	Brazilija	2,24
Avstralija	5,56	Madžarska	2,08
Singapur	5,03	Turčija	2,02
Tajvan	4,69	Argentina	2,01
Velika Britanija	4,63	Gvatemala	1,97
Portugalska	4,45	Jamajka	1,87
Tajska	4,03	Južnoafriška republika	1,82
Mehika	4,01	Hrvaška	1,78
Nemčija	3,97	Alžirija	1,46
Finska	3,78	Kitajska	1,40
ZDA	3,47	Romunija	1,39
Peru	3,23	Koreja	1,37
Urugvaj	3,01	Poljska	1,06
Japonska	2,97	Pakistan	0,95
Kolumbija	2,97	Iran	0,74
Grčija	2,91	BiH	0,61

Koliko ljudi ustanavlja podjetja zaradi nujnosti in koliko zaradi priložnosti, je pomembno vedeti, saj imajo podjetniki, ki ustanavljajo podjetja zaradi nujnosti, manjše ambicije po rasti in izkazujejo manjšo nagnjenost k zaposlovanju in razvoju kot podjetniki, ki se podjetništva lotijo zaradi priložnosti. Podjetja iz nujnosti tudi pogosteje ustanavljajo posamezniki z izobrazbo, ki je v povprečju nižja od izobrazbe tistih, ki so podjetja ustanavljali zaradi priložnosti.

A razlike so tudi znotraj skupine podjetnikov, ki so ustanovili podjetja zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti. Nekateri to storijo zato, ker so lahko kot podjetniki bolj svobodni in neodvisni pri delu, drugi zato, ker želijo povečati svoje prihodke, tretji zaradi spleta različnih dejavnikov. V Sloveniji vsa leta ostaja prevladujoči motiv večja neodvisnost in osebna svoboda pri delu. Očitno je to, primerjalno gledano, v slovenskem podjetništvu izjemno močan dejavnik, kar je lepo razvidno s *slike 31*, na kateri smo države razporedili samo po tem dejavniku. Polovica vseh podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki so se v podjetništvo vključili zato, ker so zaznali poslovno priložnost, je to storila zato, da bi bili pri delu bolj svobodni in neodvisni.

Slika 31: Delež nastajajočih in novih podjetnikov zaradi večje neodvisnosti in osebne svobode



GEM 2011

Nekatere države v skupini inovacijskega gospodarstva že vsa leta, odkar podjetništvo spremljamo z GEM, izkazujejo velik delež podjetništva iz priložnosti, še zlasti Nizozemska, Švedska in Danska. Kot smo zapisali v prejšnjem poročilu GEM (Rebernik et al., 2011), se to povezuje s splošno stopnjo družbene blaginje (povezane z relativno nizko stopnjo družbene neenakosti) in socialne varnosti v nordijskih državah. Navedene države so tudi v analizi pogojev poslovanja, ki jih pripravlja Svetovna banka, vselej zelo visoko uvrščene. Svetovna banka pripravlja indeks »vladavine prava«. Indeks vključuje številne kazalnike, ki merijo obseg zaupanja v pravo in spoštovanja pravil družbe, kot so na primer dojemanje pojavnosti kriminala, učinkovitost in predvidljivost sodstva ter uveljavljanje pogodb. Vzeto skupaj, merijo uspešnost družbe, da razvije okolje, v katerem veljajo poštena pravila igre, ki so enaka za vse, in v katerem so v celoti zaščitene lastninske pravice. Korelacija med tem indeksom in stopnjo podjetništva, ki je motivirano s priložnostjo in izboljšanjem posameznikovega položaja, je izrazito pozitivna – kjer je močnejša vladavina prava, je tudi več kakovostnega podjetništva.

To spoznanje daje pomemben signal skrbnikom institucionalnega okolja in oblikovalcem ekonomske politike. Pomeni namreč, da lahko obseg podjetništva iz priložnosti pomembno izboljšamo le, če zagotovimo, da se bodo posamezniki počutili varne, da bodo njihove pogodbe spoštovane, računi plačani, pravice pa zaščitene in učinkovito izterjane. Enaka pravica pred zakonom, preprečevanje korupcije, odprava plačilne nediscipline in hitro, učinkovito delo sodišč

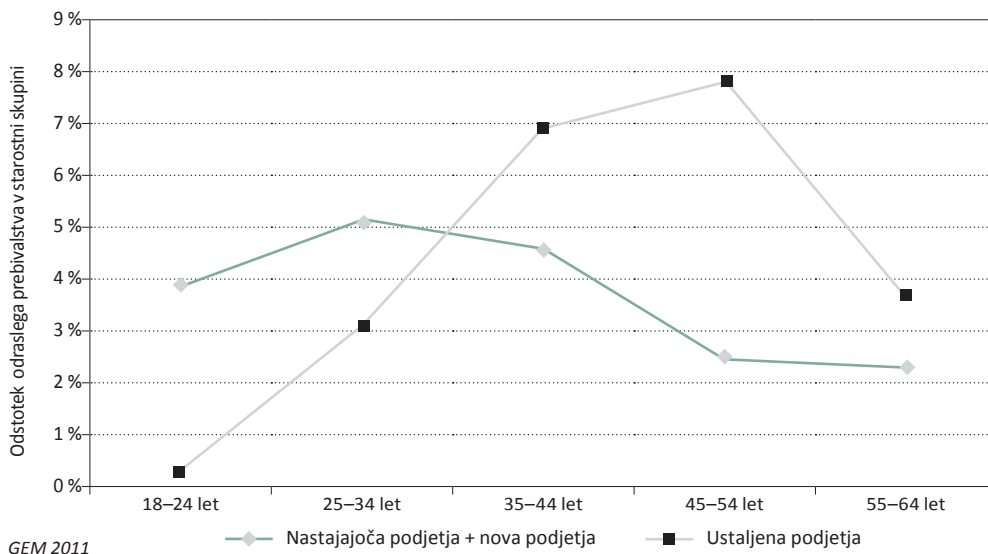
so zato zelo pomembni za več podjetništva in boljše podjetništvo v Sloveniji (Rebernik et al., 2011). Povedano drugače: parcialni ukrepi politike pospeševanja podjetništva ne morejo roditi sadov, če niso zagotovljeni temeljni dejavniki, ki jih (med drugimi) zajema omenjeni indeks vladavine prava.

4.3 VKLJUČENOST V PODJETNIŠTVO – DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA

Starost

V vseh letih opravljanja raziskave o zgodnji podjetniški aktivnosti v Sloveniji in v svetu ugotavljamo, da je v Sloveniji v povprečju najvišja stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti med prebivalstvom v starostni skupini od 25 do 34 let, med ustaljenimi podjetniki, ki smo jih zajeli med anketiranim prebivalstvom, pa jih je v povprečju največ v starostnem obdobju med 45. in 54. letom (*slika 32*). Tudi ta značilnost je razpoznavna tako rekoč v vseh sodelujočih državah raziskave GEM. Rezultat sovпада z nekaterimi empiričnimi ugotovitvami, ki kažejo na to, da je odnos med starostjo in vstopom v podjetništvo največji v mladih letih in nato s starostjo upada (Blanchflower, 2004; Arenius in Minniti, 2005; Lévesque in Minniti, 2006). Ko posameznik doseže višjo starost, začne praviloma upadati njegova pripravljenost za prevzemanje tveganja in postopoma začnejo naraščati tudi njegovi oportunitetni stroški (Shane, 2003).

Slika 32: Podjetniška aktivnost glede na starost, Slovenija 2011



Analiza relativne strukture nastajajočih in novih podjetnikov glede na starostno skupino kaže na to, da je starostna struktura slovenskih podjetnikov v povprečju zelo podobna starostni strukturi vseh primerjanih skupin držav. Iz *tabele 14* je prav tako kot s *slike 32* razvidno, da je v povprečju skoraj tretjina nastajajočih in novih podjetnikov v vseh skupinah primerjanih držav in tudi v

Sloveniji iz starostne skupine med 25. in 34. letom starosti. Že v nekaj preteklih letih pa se kaže značilnost naraščanja deleža nastajajočih in novih podjetnikov v starostnem obdobju med 55. in 64. letom starosti. Možnost analize tovrstnega trenda je sicer omejena, saj skupina sodelujočih držav v vsakoletni raziskavi ni popolnoma ista, za tovrstno analizo strukturnega deleža posameznih starostnih skupin v Sloveniji pa bi bilo treba zajeti večji vzorec oziroma večjo skupino nastajajočih in novih podjetnikov. Zapisana značilnost je zlasti zanimiva v razmerah nujnosti uveljavljanja pokojninske reforme v Sloveniji kot tudi v drugih državah v razmerah globalne krize.

Tabela 14: Odstotek novih in nastajajočih podjetnikov po starostnih razredih in po skupinah držav

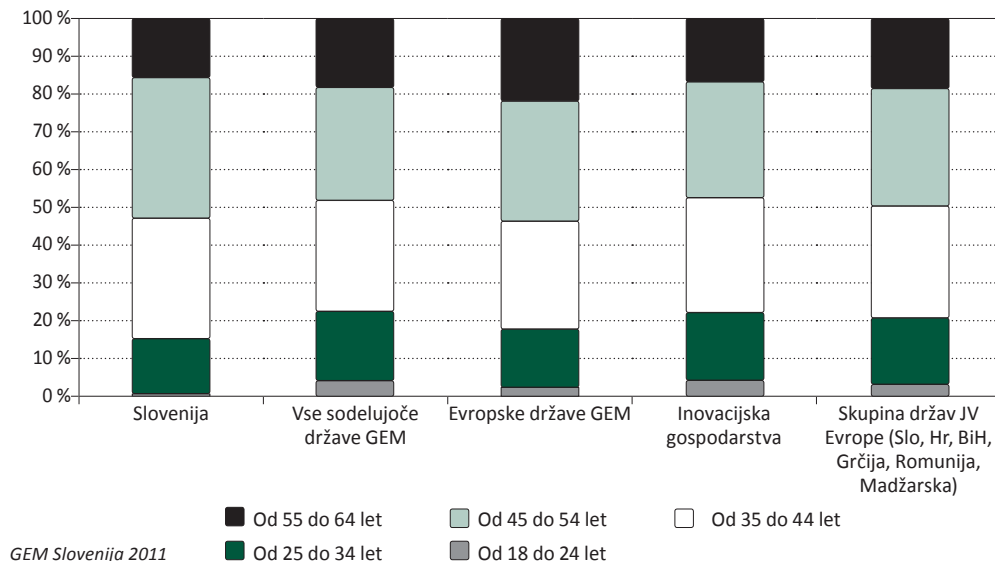
Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov (izračunano je netehtano povprečje)					
Starost podjetnikov	Slovenija	Vse sodelujoče države GEM	Evropske države GEM	Inovacijska gospodarstva	Skupina držav JV Evrope
od 18 do 24 let	13,33	14,62	13,18	16,36	14,27
od 25 do 34 let	30,98	30,55	29,24	31,98	30,4
od 35 do 44 let	27,69	26,94	27,43	26,34	26,88
od 45 do 54 let	15,47	18,8	20,15	17,96	18,83
od 55 do 64 let	12,53	9,09	10	7,36	9,61

Tabela 15: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in po skupinah držav

Odstotek ustaljenih podjetnikov (izračunano je netehtano povprečje)					
Starost podjetnikov	Slovenija	Vse sodelujoče države GEM	Evropske države GEM	Inovacijska gospodarstva	Skupina držav JV Evrope
od 18 do 24 let	0,87	4,72	2,71	4,48	3,54
od 25 do 34 let	14,68	17,54	15,19	17,82	17,54
od 35 do 44 let	31,74	28,96	28,77	30,31	29,53
od 45 do 54 let	37,12	30,1	31,78	30,7	31,36
od 55 do 64 let	15,59	19,37	21,96	16,88	18,62

Relativna struktura ustaljenih podjetnikov v tabeli 15 kaže, da jih je med njimi v povprečju skoraj tretjina iz starostne skupine med 45. in 54. letom starosti, v Sloveniji je ta odstotek še nekoliko višji – dobrih 37 %. Starejših od 35 let je v povprečju okoli 80 % ustaljenih podjetnikov, v Sloveniji celo 85 %. Ta relativna struktura je nazorno prikazana na sliki 33.

Slika 33: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in po skupinah držav



Že nekaj preteklih let (Rebernik et al., 2010) ugotavljamo to značilnost starostne strukture slovenskih ustaljenih podjetnikov in v povezavi s tem pomembnost pravočasnega planiranja nasledstva v podjetjih ob menjavi generacije lastnikov, ki podjetje hkrati tudi vodijo, oziroma odsotnost ukrepov na državni ravni (Duh, 2009), ki bi vodili v to smer.

Po drugi strani je mogoče zaznati naraščajoč pomen podjetništva oziroma samozaposlitve v starejših starostnih skupinah (Kautonen et al., 2008), zlasti v povezavi z recesijskimi pojavi odpuščanja starejše delovne sile (South in Stobie, 2010), kar je lahko tudi eden izmed razlogov za povečevanje deleža nastajajočih in novih podjetnikov v starejših starostnih skupinah, kar je v Sloveniji opazno (tabela 15).

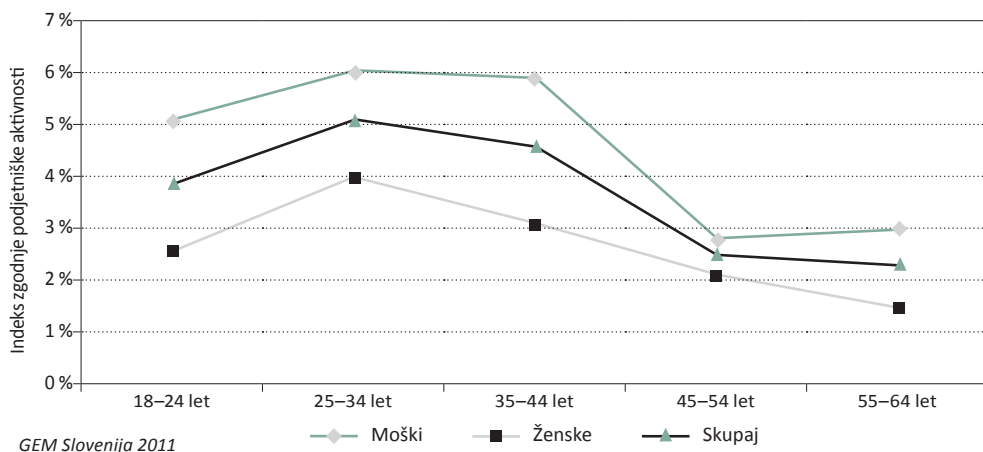
Spol

Slovenija je glede tega, da se ženske v statistično značilnem nižjem deležu vključujejo v podjetništvo, tipična država inovacijskega gospodarstva oziroma deli značilnosti razvitih evropskih držav. V Sloveniji v letu 2011 ugotavljamo, da je med nastajajočimi in novimi podjetniki v povprečju 64,3 % moških in 35,7 % žensk, kar pomeni, da se v zgodnjo podjetniško aktivnost vključuje skoraj dvakrat toliko moških kot žensk. Med ustaljenimi podjetniki je razmerje podobno oziroma še nekoliko bolj v korist moških: med ustaljenimi podjetniki je v povprečju 70,1 % moških ter 29,9 % žensk. V primerjavi z letom 2010 pa v vseh skupinah podjetnikov beležimo rahel porast deleža žensk. S slike 34 je razvidno, da je v Sloveniji med nastajajočimi in novimi podjetniki žensk manj kot moških v vseh starostnih skupinah.

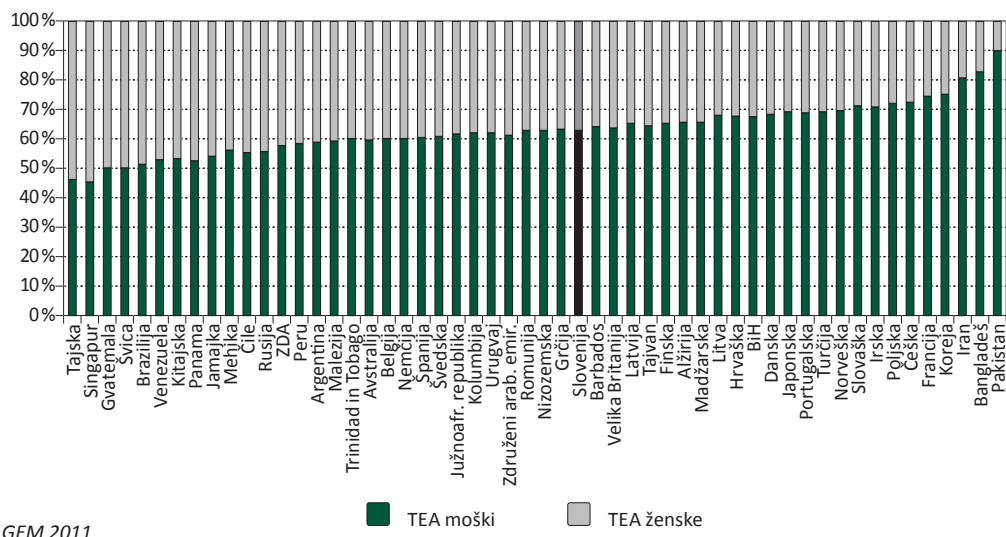
Da se ženske v povprečju vključujejo v podjetništvo starejše od moških, je značilnost, ki smo jo beležili že vsa leta raziskav podjetništva Slovenije v okviru GEM – v povprečju je bila najpogostejša starost ženske – nastajajoče ali nove podjetnice – med 35. in 44. letom. V letu 2011 pa prvič ugotavljamo enakomernejšo in bolj podobno razporeditev moških in žensk – nastajajočih ali novih podjetnikov in podjetnic – po vseh starostnih skupinah, tako da je pri obeh spolih v povprečju najpogosteje zastopana starostna skupina med 25. in 34. letom starosti,

kar je prav tako razvidno s *slike 34*. Ali gre za spremenjeno dolgoročnejšo značilnost v strukturi slovenskega podjetništva, bodo pokazale raziskave v prihodnjih letih.

Slika 34: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol



Slika 35: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami



Na *sliki 35* je prikazana struktura zgodnje podjetniške aktivnosti glede na spol v vseh sodelujočih državah GEM. Najmanjši delež podjetnic je v Pakistanu, Bangladešu, Iranu ..., kar je močno povezano s prevladujočimi kulturnimi in družbenimi normami. Na drugi strani lestvice sta državi z najvišjim deležem žensk, in sicer Tajska in Singapur, med evropskimi državami pa posebej izstopa Švica, kjer je med nastajajočimi in novimi podjetniki polovica žensk in polovica moških. Med evropskimi državami nato prva sledi Rusija (44 % žensk), med inovacijskimi gospodarstvi pa ZDA (42 % žensk).

Če zgodnjo podjetniško aktivnost žensk v Sloveniji primerjamo znotraj različnih skupin držav (tabela 16), lahko ugotovimo, da se je delež žensk med ustaljenimi podjetniki, pri čemer je Slovenija v primerjavi z inovacijskimi gospodarstvi v preteklosti najbolj zaostajala, povišal na dobrih 30 % (leta 2010 v povprečju 20 %). Ponovno pa moramo seveda ugotoviti, da bodo to, ali gre za spremenjeno dolgoročnejšo značilnost v strukturi slovenskega podjetništva, pokazale raziskave v prihodnjih letih.

Tabela 16: Delež podjetnic po skupinah držav v letu 2011

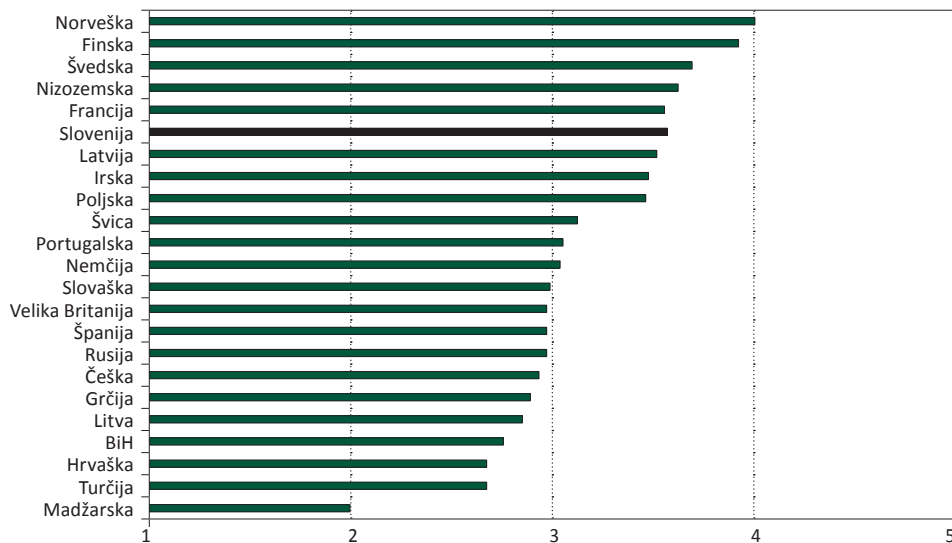
Izračunano je netehtano povprečje	Slovenija	Vse sodelujoče države GEM	Evropske države GEM	Inovacijska gospodarstva	Skupina držav JV Evrope
Odstotek podjetnic med novimi in nastajajočimi podjetniki	37,01	36,66	34,46	36,03	34,85
Odstotek podjetnic med ustaljenimi podjetniki	31,09	32,60	31,53	31,40	33,42

V GEM poskušamo več o odnosu družbe do ženskega podjetništva izvedeti tudi s pomočjo nacionalnih izvedencev, ki na lestvici od 1 – popolnoma se ne strinjam do 5 – popolnoma se strinjam, izražajo strinjanje s trditvami:

- V vaši državi spodbujajo ženske, da bi se samozaposlile ali ustanovile novo podjetje.
- V vaši državi so ženske in moški enako sposobni ustanoviti novo podjetje.
- V vaši državi je na razpolago dovolj socialnih služb, ki omogočajo, da ženske nadaljujejo svoje delo tudi potem, ko si osnujejo družino.
- V vaši državi je ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva kariera za žensko.
- V vaši državi imajo ženske in moški enake možnosti dostopa do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja.

Če med seboj primerjamo evropske države GEM (slika 36), lahko ugotovimo, da je Slovenija glede na povprečno oceno ocenjenih trditev uvrščena visoko, na 6. mesto na lestvici, kar kaže, da imajo formalno in pravno ženske v Sloveniji enakovredno izhodišče za podjetništvo kot moški. Vendar pa dejansko stanje, ko je moških v zgodnjem podjetništvu v povprečju približno dvakrat toliko kot žensk, kaže tudi na to, da obstajajo še drugi dejavniki, ki vplivajo na to, da se ženske v manjši meri vključujejo v podjetništvo. Med zgoraj naštetimi vidiki ni vidika financiranja podjetja, ki je lahko pomemben dejavnik pri vključevanju v podjetništvo. Smo pa v naših raziskavah že pokazali, da so vse spremenljivke, ki so se pokazale kot pomembne pri odločanju za podjetniško kariero, za ženske manj ugodne kot za moške (Rebernik et al., 2009; Rebernik et al., 2010).

Slika 36: Odnos do žensk v podjetništvu v Evropi



GEM 2011

Slovenke tako kljub relativno visoki sociokulturni podpori še vedno ne izkoriščajo podjetniških priložnosti v zadostni meri. Zato vzpostavljanje učinkovitih podpornih mehanizmov spodbujanja ženskega podjetništva še naprej ostaja pomemben vir dodatnega podjetniškega udejstvovanja.

Dohodek

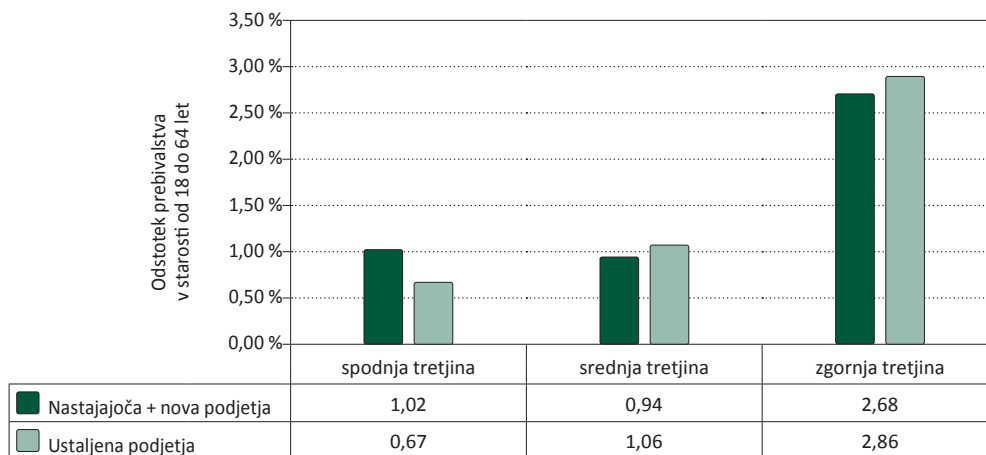
V okviru raziskave GEM analiziramo tudi razporeditev podjetniške aktivnosti glede na dohodek gospodinjestev podjetnikov in podjetnic – gospodinjstva so glede na dohodek razdeljena na tretjine, kar je prikazano v GEM-ovi preglednici značilnosti podjetništva v Sloveniji v letu 2011 (tabela 6). V preteklih dveh letih smo lahko ugotavljali porast deleža nastajajočih in novih podjetnikov iz tretjine gospodinjestev z najvišjim dohodkom (54,4 % leta 2009 in 64,8 % leta 2010), v letu 2011 pa beležimo rahel upad glede na leto 2010, in sicer 62,0 %. Še vedno pa je torej najvišji delež nastajajočih in novih podjetnikov iz gospodinjestev z najvišjimi dohodki. Opazimo pa lahko močnejši porast deleža nastajajočih in novih podjetnikov iz tretjine gospodinjestev z najnižjimi dohodki (slika 37), saj je bila v letu 2011 skoraj petina vseh nastajajočih in novih podjetnikov iz najnižje tretjine; leto poprej je bila takšnih v povprečju desetina.

Podobno je tudi pri ustaljenih podjetnikih, med katerimi se je delež tistih, ki izhajajo iz tretjine gospodinjestev z najvišjim dohodkom, še okreplil – 51,2 % leta 2010 in 66,2 % leta 2011 – zlasti na račun deleža tistih iz gospodinjestev iz srednje dohodkovne tretjine.

Motivi, zaradi katerih se ljudje vključujejo v podjetništvo, so bili v Sloveniji tudi leta 2011 povezani zlasti z izkoriščanjem poslovnih priložnosti, kar prikazujemo v poglavju 4.2.5, zelo malo pa se ljudje vključujejo v podjetništvo zato, ker bi bili v to prisiljeni, iz nuje, ker ne bi imeli drugih sredstev za prežvljanje. To je zagotovo po eni strani tudi razloga za to, da je manjši delež zgodnje podjetniške aktivnosti vezan na gospodinjstva z najnižjimi dohodki. Po drugi strani pa je res tudi to, da je izkoriščanje poslovne priložnosti lahko povezano tudi z določenimi vlaganji finančnih sredstev, česar

prebivalstvo iz gospodinjstev z najnižjimi dohodki verjetno ne more financirati, manjše pa so tudi njihove možnosti za pridobitev finančnih sredstev od bank ali iz drugih podobnih dolžniških virov financiranja, kar bi lahko bil eden izmed razlogov za manjše vključevanje ljudi z najnižjimi dohodki v podjetništvo.

Slika 37: Podjetniška aktivnost glede na dohodek gospodinjstva

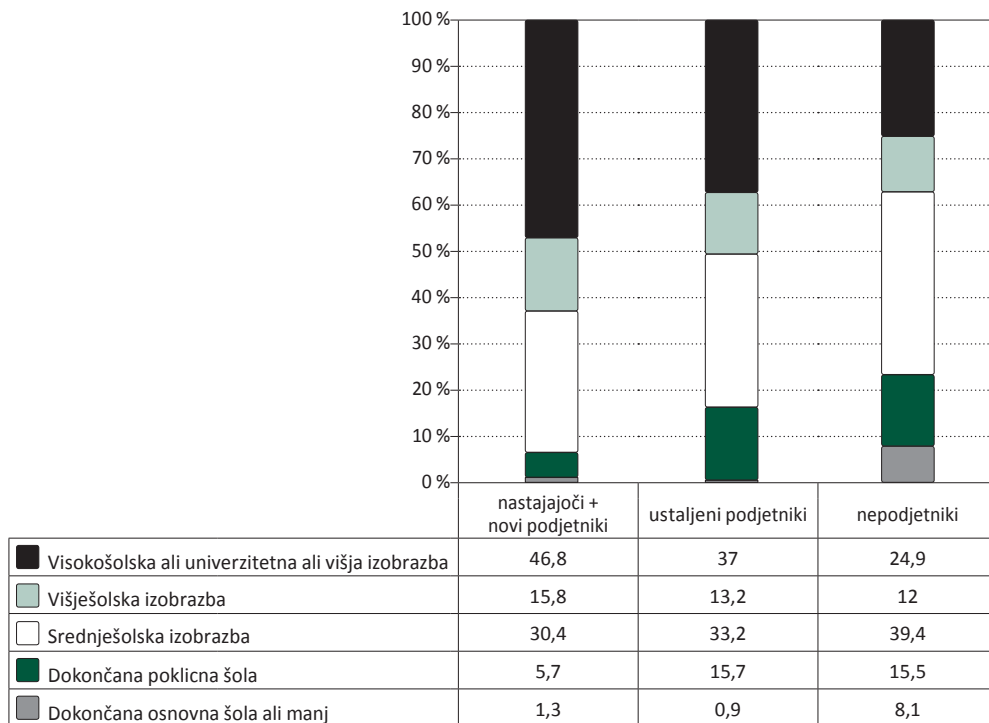


GEM Slovenija 2011

Izobrazba

Izobrazbena struktura podjetnikov je eden izmed pomembnih vplivnih dejavnikov na kakovost podjetništva in njegovo zmožnost za rast in razvoj. Tudi v letu 2011 (podobno kot v letu poprej) ugotavljamo, da se delež nastajajočih in novih podjetnikov z več kot srednješolsko izobrazbo povečuje. Leta 2010 je imela več kot srednješolsko izobrazbo dobra polovica nastajajočih in novih podjetnikov (53,8 %), leta 2011 pa je takih v povprečju več kot 60 %, kar je prikazano na *sliki 38*. Med ustaljenimi podjetniki ter med tistim prebivalstvom, ki se ne vključuje v podjetniško aktivnost, je ta delež leta 2011 ostal tako rekoč nespremenjen glede na leto 2010.

Slika 38: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo



GEM Slovenija 2011

Izobrazba povečuje zalogo informacij in veščin posameznika, ki so pomembne za zaznavanje in izrabo poslovne priložnosti. Že teorija človeškega kapitala razlaga, da znanje posamezniku omogoča boljše zaznavati lastne zmogljivosti, kar vodi k večji produktivnosti in potencialni učinkovitosti (Becker, 1964). Povezava med izobraževanjem in ustanovitvijo novega podjetja je sicer v literaturi še vedno negotova, kar lahko ponovno povežemo z različnimi motivi vključevanja v podjetništvo. Izobrazba je zagotovo eden izmed pomembnejših dejavnikov v skupini razvitejših gospodarstev, kadar pa je vstop v podjetništvo pogojen z nujno oziroma preživetjem, ta dejavnik ne igra večje vloge.

Podjetniške aspiracije

V okviru raziskave GEM merimo tudi podjetniške aspiracije po ustvarjanju novih delovnih mest, inovativni značaj uporabljenih tehnologij pri proizvodnji izdelkov ali storitev ter stopnjo internacionalizacije med podjetniki na vseh stopnjah podjetniške aktivnosti, pri čemer se v okviru tega poglavja osredotočamo na podjetnike oziroma njihove podjeme v zgodnjih fazah podjetništva. Nekatere kazalnike, o katerih pišemo v tem poglavju, smo tako za nastajajoče kot za nove ter za ustaljene podjetnike zapisali tudi v *Preglednici podjetniške aktivnosti* v 2. poglavju.

5.1 USMERJENOST V RAST

Namere za rast in viri rasti v populaciji podjetij, ki so podjetniško naravnana, niso enakomerno porazdeljeni. Proučevanje in razumevanje rasti je zato pomembno, saj je ključnega pomena za ustvarjanje novih zaposlitev, gospodarski razvoj in ustvarjanje blaginje. Podjetnikovo usmerjenost v rast analiziramo na osnovi njegovih ocen o tem, koliko novih delovnih mest bo zagotovilo njegovo podjetje v nekaj prihodnjih letih. Kljub temu da imajo podjetniki – zlasti tisti, ki šele stopajo na podjetniško pot – zelo pogosto nerealna pričakovanja in želje o rasti njihovih podjetij in podjetij v prihodnosti (Rebernik et al., 2011), pa je že sama odločitev podjetnika o tem, da želi širiti svoje podjetje, pomemben dejavnik za rast podjetja. Velja pa seveda tudi obratna povezava: dejanska rast podjetja se zelo redko realizira, če podjetnik nima ambicij po rasti (Stam et al., 2012).

Tako v okviru raziskave GEM analiziramo ocene rasti podjetja prek njegovega mnenja o pričakovanem številu novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, pri čemer vsakega podjetnika povprašamo o tem, koliko ljudi zaposluje njegov podjem oziroma podjetje (brez lastnikov) v času anketiranja in kolikšno bo to število po njegovem mnenju čez pet let. Pričakovanje rasti zaposlovanja je opredeljeno kot razlika med obema vrednostma in je tako podjetnikova subjektivna ocena o tem, koliko novih delovnih mest bo podjetje zagotovilo v prihodnjih petih letih obstoja – predstavlja njegove ambicije po rasti zaposlovanja.

Na osnovi združenih podatkovnih baz za obdobje od 2009 do 2011 (ob predpostavki, da se značilnosti oziroma okoliščine v tem časovnem intervalu v teh letih niso bistveno spreminjale), smo nastajajoče in nove podjetnike razdelili v štiri skupine ter merili naslednje vrste podjetniške aktivnosti (Bosma et al., 2012):

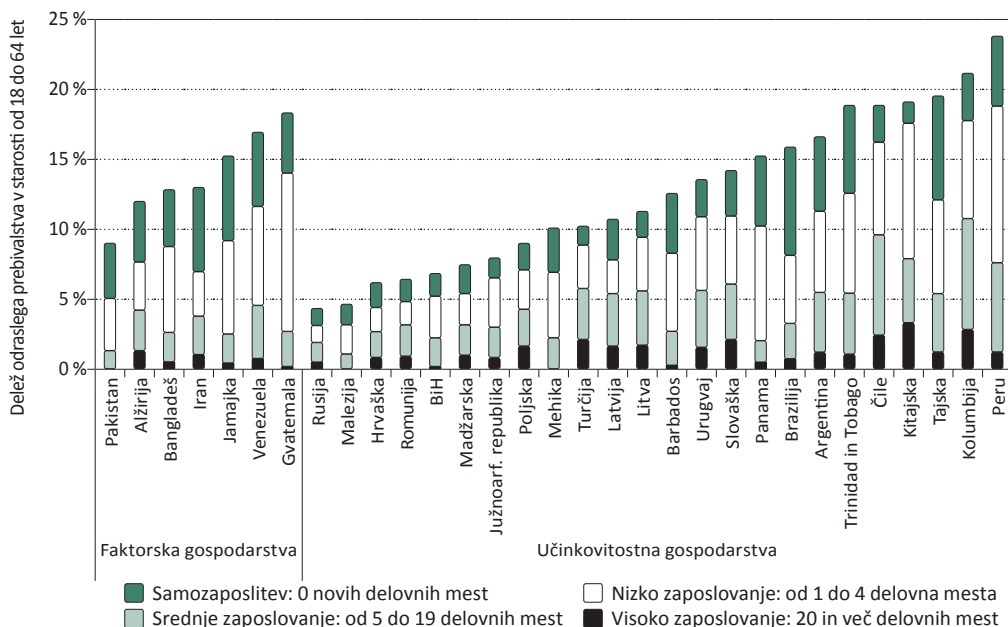
- Samostojna zgodnja podjetniška aktivnost: podjetniki ne pričakujejo novih delovnih mest (razen samozaposlitve). Za to skupino je značilno tako podjetništvo iz nuje, sem pa sodijo

tudi tisti podjetniki, ki se vključujejo v podjetništvo iz priložnosti, a so zelo zadovoljni kot samostojni in neodvisni posamezniki (strokovnjaki) ter ne nameravajo zaposlovati drugih.

- Zgodnja podjetniška aktivnost z nizko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest: od 1 do 4 nova delovna mesta v prihodnjih petih letih. Za to skupino podjetnikov je značilna zelo nizka stopnja aspiracij po ustvarjanju novih delovnih mest in velikokrat zaposlujejo ljudi iz svojih socialnih omrežij (družina, prijatelji).
- Zgodnja podjetniška aktivnost s srednjo pričakovano rastjo števila novih delovnih mest: od 5 do 19 novih delovnih mest v prihodnjih petih letih. Podjetniki v tej skupini so dokaj naklonjeni širitvi svojega poslovanja v prihodnosti z ustvarjanjem novih delovnih mest, želijo pa ohraniti obseg poslovanja v določenih obvladljivih mejah.
- Zgodnja podjetniška aktivnost z visoko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest: 20 ali več novih delovnih mest v prihodnjih petih letih. Ti podjetniki imajo zelo visoke ambicije in njihov prispevek k ustvarjanju novih delovnih mest bo po njihovi oceni znaten kljub morda precenjenosti njihovih ocen.

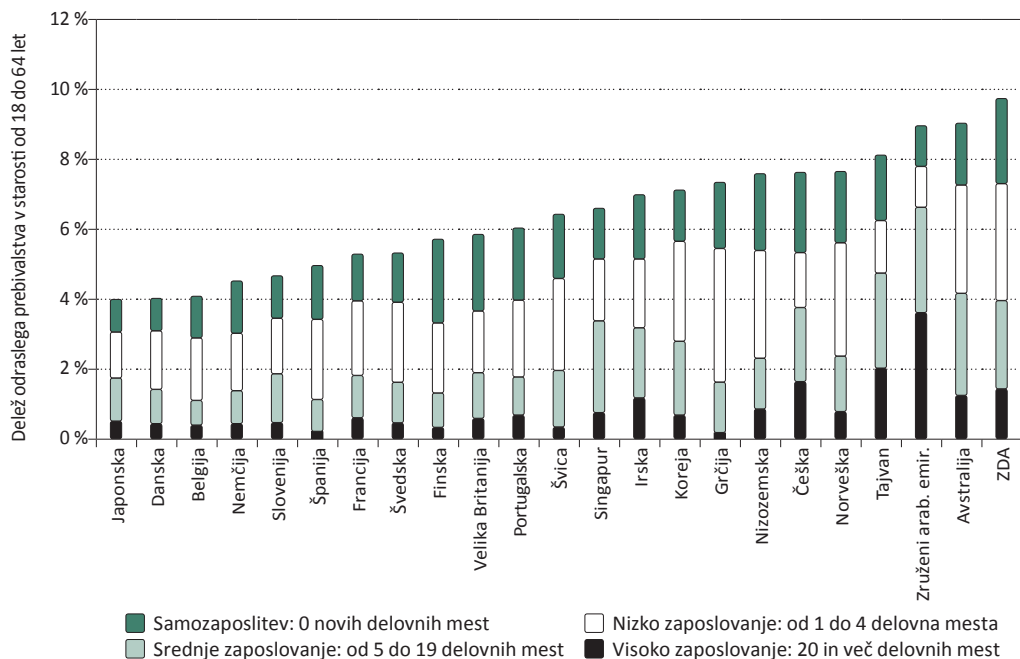
Struktura zgodnje podjetniške aktivnosti glede na zgoraj opisane aspiracije po rasti zaposlovanja je prikazana na slikah 39, 40 in 41 za različne skupine držav. Na sliki 39 je prikazana struktura v faktorskih in učinkovitostnih gospodarstvih, na sliki 40 v inovacijskih gospodarstvih ter na sliki 41 posebej primerjalno za evropske države, vključene v raziskavo GEM, na osnovi združene podatkovne baze za leta od 2009 do 2011.

Slika 39: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, faktorska in učinkovitostna gospodarstva GEM, 2009–2011

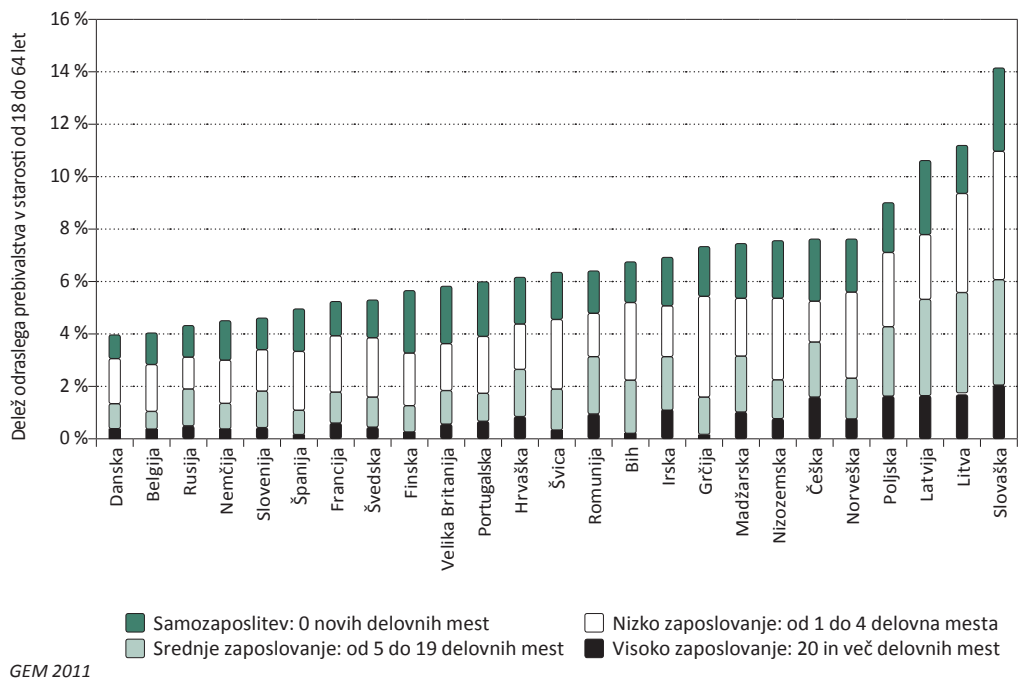


GEM 2011

Slika 40: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, inovacijska gospodarstva GEM, 2009–2011



Slika 41: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na aspiracije po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, evropska gospodarstva GEM, 2009–2011

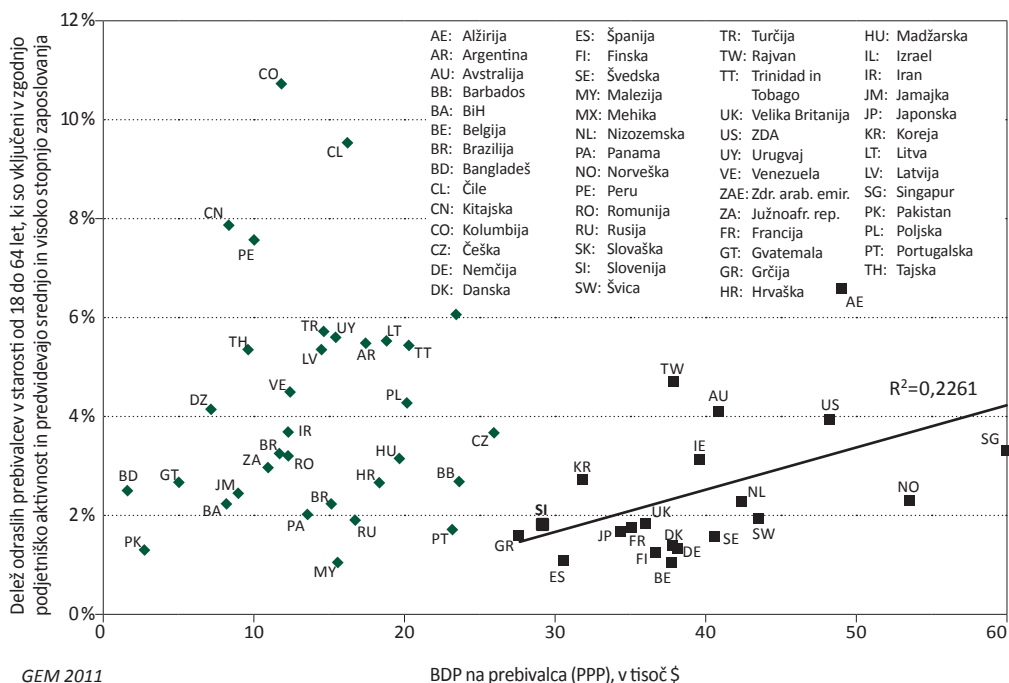


Glede na skromen obseg zgodnje podjetniške aktivnosti v tem obdobju v Sloveniji (med letoma 2009 in 2011 se v povprečju 4,7 % delovno aktivnega prebivalstva vključuje v zgodnje faze podjetništva) je seveda tudi delež odraslega prebivalstva, ki izkazuje visoke ali srednje visoke ambicije po zaposlovanju, relativno nizek, saj v povprečju le 1,9 % ljudi izkazuje take ambicije po rasti zaposlovanja. Na *slikah 39, 40 in 41* je tudi vidno, da je v faktorskih gospodarstvih, v katerih je obseg zgodnje podjetniške aktivnosti v povprečju večji kot v preostalih dveh skupinah držav, hkrati tudi delež podjetniške aktivnosti brez aspiracij ali z zelo nizkimi aspiracijami po rasti večji. V skupini učinkovitostnih gospodarstev izkazujejo relativno velik delež podjetništva z zelo visokimi aspiracijami po rasti zaposlovanja predvsem Kitajska in tudi Turčija. V skupini inovacijskih gospodarstev srednje in visoko stopnjo aspiracij po rasti zaposlovanja izkazujejo neevropske države, zlasti Združeni arabski emirati (6,6 % delovno aktivnega prebivalstva), Tajvan in Singapur, od evropskih držav pa zlasti Češka (3,8 % delovno aktivnega prebivalstva) in Irska (3,2 %).

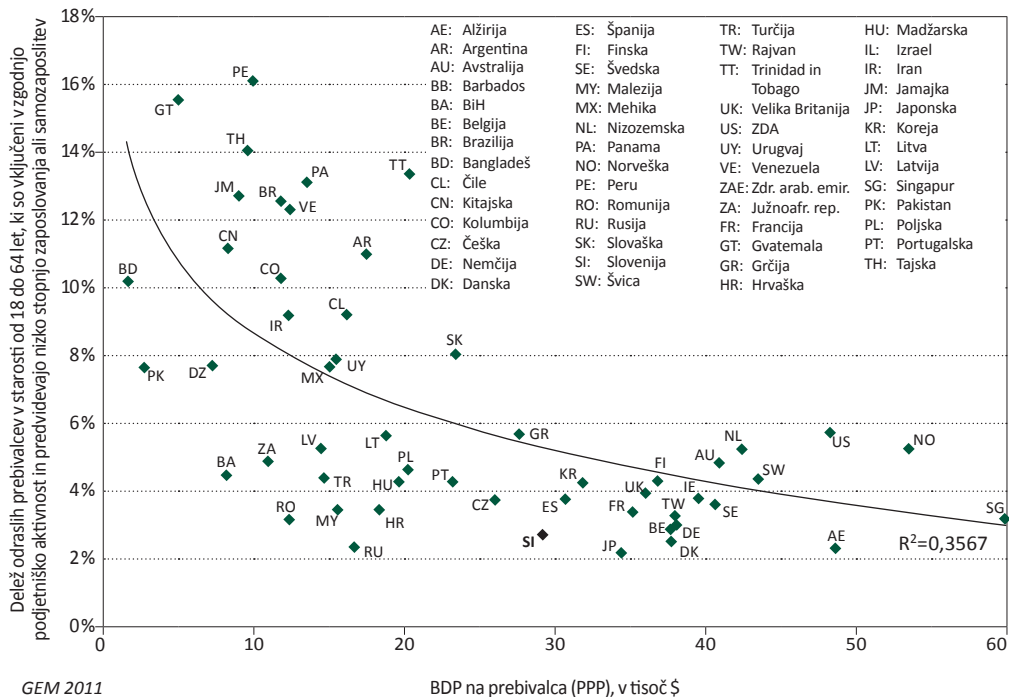
Pri analizi povezave med obsegom zgodnje podjetniške aktivnosti s srednjo ali visoko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest v prihodnosti (zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovanim številom vsaj 5 novih delovnih mest v prihodnjih petih letih) ter BDP na prebivalca statistično značilne povezanosti med obema spremenljivkama ni mogoče potrditi, kar je prikazano na *sliki 42*. Le v skupini držav z inovacijskim gospodarstvom je mogoče zaznati rahlo pozitivno povezanost med obema spremenljivkama. Stam in sodelavci (2011) so na osnovi panelne baze podatkov iz držav, ki so v raziskavi GEM sodelovale med letoma 2002 in 2005, značilno potrdili pozitiven vpliv zgodnje podjetniške aktivnosti s srednjo pričakovano rastjo števila novih delovnih mest v prihodnosti na rast BDP. Avtorji dokazujejo, da podjetniki z ambicijami po rasti svojega podjetja oziroma podjetja prispevajo k rasti gospodarstva bolj kot podjetništvo na splošno, kar velja tako v bogatejših kot tudi v revnejših državah. Predpostavljamo pa, da so rezultati lahko odvisni od izbranega obdobja proučevanja, držav, zajetih v vzorcu, ipd.

Če opazujemo povezanost med obsegom samostojne podjetniške aktivnosti ter aktivnosti z nizko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest v prihodnosti (zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovanim številom od 0 do 4 nova delovna mesta v prihodnjih petih letih) ter BDP na prebivalca za vse v GEM vključene države, lahko zaznamo rahlo negativno (nelinearno obliko) povezanost med BDP na prebivalca ter obsegom tovrstne podjetniške aktivnosti, kar je prikazano na *sliki 43*.

Slika 42: Povezava med obsegom zgodnje podjetniške aktivnosti s srednjo ali visoko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest v prihodnosti ter BDP na prebivalca, GEM 2011



Slika 43: Povezanost med obsegom samostojne podjetniške aktivnosti ter tiste z nizko pričakovano rastjo števila novih delovnih mest v prihodnosti ter BDP na prebivalca, GEM 2011



Ugotavljali smo tudi delež podjetnikov znotraj zgodnjega ter ustaljenega podjetništva, ki pričakujejo najmanj 10 novih delovnih mest v prihodnjih petih letih, kar je hkrati tudi več kot 50 % števila delovnih mest v trenutku izvajanja raziskave. Tako ugotovljeni delež pomeni kazalec, ki odraža zelo visoke podjetniške aspiracije. V Sloveniji je leta 2011 v povprečju nekaj več kot vsak peti nastajajoči ali novi podjetnik (22,55 %) pričakoval porast delovnih mest za najmanj 10, kar je hkrati najmanj 50 %, v prihodnjih petih letih – leta 2010 je bilo takšnih nekaj manj, v povprečju 18 %. Med vsemi državami najdemo pri vrhu lestvice kar nekaj evropskih držav: Romunijo (s 35,01 %), Latvijo, Slovaško, Poljsko. Slovenija je v zgornji polovici lestvice v družbi držav inovacijskega tipa gospodarstva.

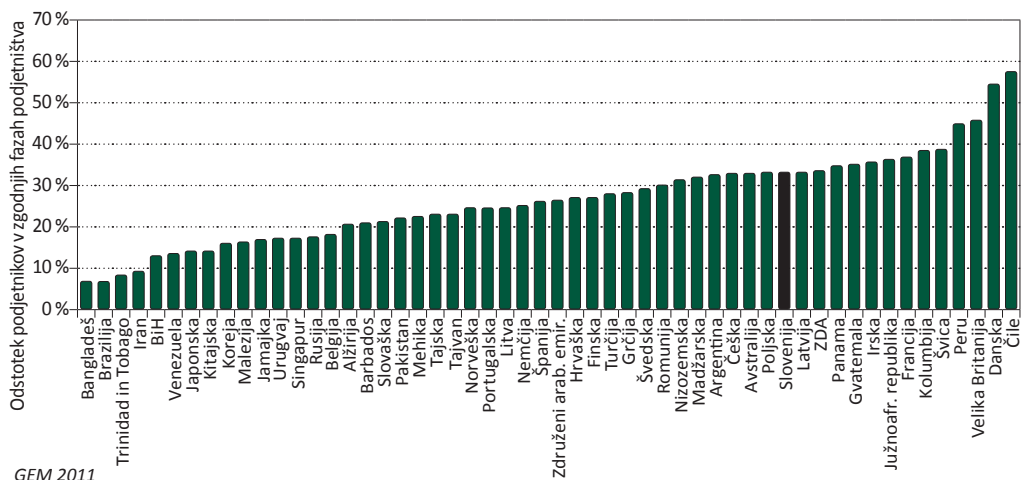
Med ustaljenimi podjetniki v Sloveniji je takšnih, ki izkazujejo visoke aspiracije glede zaposlovanja, v povprečju le še 2,43 %, kar je skoraj za polovico manj kot v povprečju v letu poprej (4,10 % ustaljenih podjetnikov).

5.2 INOVACIJSKA NARAVNANOST

Poznavanje inovacijske naravnosti je smiselno, saj daje referenčni okvir, s pomočjo katerega je mogoče sklepati o konkurenčnem potencialu podjetij in njihovi zmožnosti tekmovanja s podjetji iz drugih okolij. Nanaša se na inovativnost oziroma na uvajanje novosti na tržišču, in sicer z dveh vidikov – z vidika izdelka in z vidika panoge. V okviru raziskave GEM nas tako zanima, ali izdelek ali storitev, ki nastaja v okviru podjetja nastajajočega ali novega podjetnika, bodoči kupci poznajo, zanima pa nas tudi podjetnikova ocena tega, ali na tržišču obstajajo konkurenčna podjetja, ki bi ponujala enake ali podobne izdelke ali storitve. Analiziramo delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, katerih podjetji imajo inovativen značaj, kar pomeni, da podjetnik ocenjuje, da je njegov izdelek ali storitev nov in ga nekateri ali celo vsi potencialni kupci ne poznajo ter da hkrati ta izdelek ali storitev na tržišču ponuja le malo drugih podjetij ali celo nobeno.

Kot pri analizi te komponente podjetniške aktivnosti pogosto poudarjamo (Rebernik et al., 2010; 2011), je ob analizi rezultatov seveda treba upoštevati, da stopnja razvitosti gospodarstva prav gotovo pristransko vpliva na podjetnikovo oceno ali presojo inovativnosti njegovih izdelkov ali storitev – predpostavka o tem, da so stopnje razvitosti tržišča posameznih gospodarstev med seboj primerljive, zagotovo ne drži; takšna predpostavka bi bila verjetna znotraj posamezne skupine gospodarstev ali znotraj EU. Tako lahko na primer pričakujemo, da izdelek ali storitev, ki ima inovativen značaj na tržišču nekega factorskega gospodarstva, takega značaja na tržišču inovacijskega gospodarstva nima (in obratno).

Slika 44: Delež zgodnjega podjetništva z inovativnimi izdelki ali storitvami

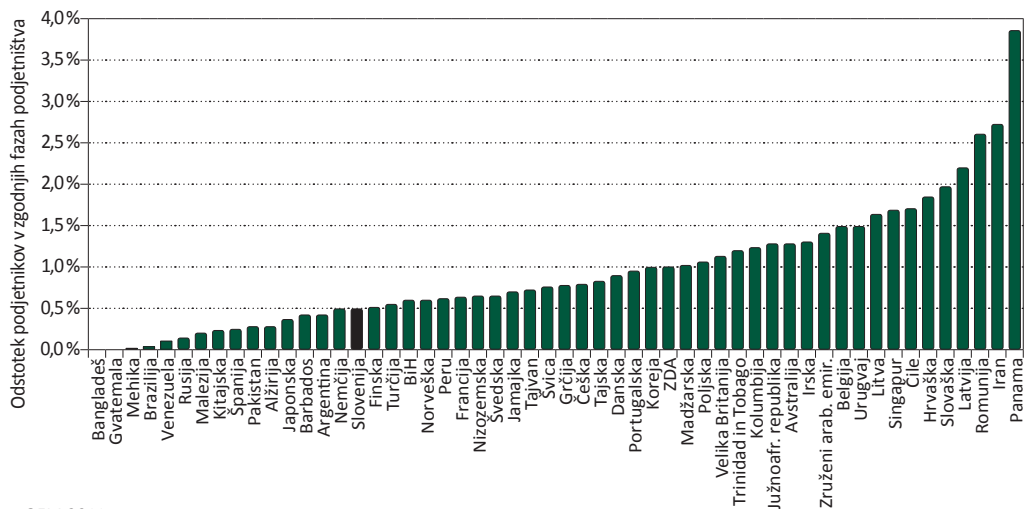


Na *sliki 44* je prikazana razporeditev držav po opisanem kazalniku. Kot pri vrsti drugih kazalnikov lahko tudi glede inovativnosti opazimo, da delež podjetij, ki imajo inovativen značaj, v povprečju narašča z gospodarsko razvitostjo. Med evropskimi državami je na vrhu lestvice ponovno Danska kot že vrsto let poprej. Leta 2011 je beležila v povprečju 54,13 % podjetnikov, ki svojemu izdelku ali storitvi pripisujejo inovativen značaj. Med evropskimi državami ji sledijo Velika Britanija, Švica, Francija in Irsko. Slovenija se s 33,26 % uvršča v zgornjo polovico lestvice, skupaj z večino držav inovacijskega tipa gospodarstva.

5.3 INTERNACIONALIZACIJA

S stopnjo internacionalizacije zgodnje podjetniške aktivnosti, ki je tesno povezana z rastjo in konkurenčnostjo podjetij, merimo usmerjenost podjetniške aktivnosti nastajajočih in novih podjetnikov v izvoz. To so ocene podjetnikov o tem, kolikšen del proizvodnje izdelkov ali opravljanja storitev namenijo kupcem zunaj svoje države. Kot smo ugotavljali že pri nekaterih drugih kazalcih, tudi pri analiziranju stopnje internacionalizacije zgodnje podjetniške aktivnosti velja, da v povprečju narašča z naraščanjem stopnje gospodarske razvitosti države, je pa tudi pri državah učinkovitostnega tipa gospodarstva mogoče opaziti nekatere izjeme – med evropskimi državami, pri katerih visok delež delovno aktivnega prebivalstva sodi v skupino nastajajočih in novih podjetnikov, ki ocenjujejo, da več kot 50 % vseh njihovih potencialnih kupcev živi zunaj države, so zlasti Romunija (2,59 %), Latvija (2,19 %), Slovaška (1,97 %) in Hrvaška (1,84 %). V Sloveniji je ta delež 0,5 %. V skupini držav z inovacijskimi gospodarstvi beležimo visoke stopnje pri Singapurju, Belgiji in Združenih arabskih emiratih.

Slika 45: Zgodnja podjetniška aktivnost z mednarodno usmerjenostjo



GEM 2011

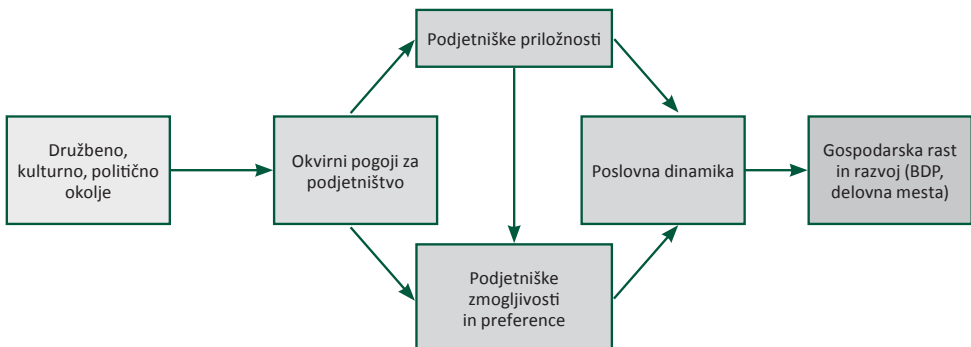
Na drugem koncu lestvice so države factorskega tipa gospodarstva, ki izkazujejo v povprečju zelo nizko stopnjo internacionalizacije. Med učinkovitostnimi gospodarstvi se v spodnji tretjini lestvice nahajajo Rusija (0,14 %), Malezija (0,2 %) in Kitajska (0,24 %), med evropskimi državami pa je na repu Španija (0,25 %).

Če analiziramo strukturo zgodnjega podjetništva, lahko povzamemo, da je v Sloveniji leta 2010 približno 27 % nastajajočih in novih podjetnikov izkazovalo srednjo ali visoko stopnjo internacionalizacije, saj so menili, da več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov in storitev živi zunaj države. Leta 2011 se je ta struktura nekoliko spremenila, saj v povprečju 22,5 % nastajajočih in novih podjetnikov ocenjuje svoje podjeme kot take. V svetovnem merilu je na prvem mestu lestvice držav pri tem kazalniku Hrvaška, saj na Hrvaškem v povprečju skoraj 40 % nastajajočih in novih podjetnikov meni, da vsaj 25 % njihovih kupcev živi zunaj države. Slovenija je na 12. mestu med 54 sodelujočimi državami.

Ocena podjetniškega okolja

Okvirni pogoji za podjetništvo so tisti dejavniki gospodarskega, kulturnega, družbenega, tržnega, institucionalnega ... okolja, ki vplivajo na to, do kolikšne mere je podjetniška aktivnost v določeni družbi (državi) produktivna in usmerjena v razvoj. »Pravila igre« v družbi (Baumol, 1990; 1993) usmerjajo podjetne posameznike v produktivno, imitativno, destruktivno ali špekulativno (*rent-seeking*) podjetništvo. Kot opozarja Sobel s sodelavci (2007), se bo več ustvarjalnih posameznikov vključevalo v produktivno podjetništvo v zasebnem sektorju v tistih državah, ki zagotavljajo spoštovanje lastninskih pravic, pošten in uravnotežen pravni sistem, dosledno izvajanje sklenjenih pogodb in učinkovito omejitev države, da bi preko davčnega sistema in regulative premeščala ustvarjeno vrednost. Nasprotno je v državah z nepopolnimi in neustreznimi institucijami verjetneje, da se bodo ustvarjalni posamezniki bolj angažirali v poskusih transferja vrednosti z vključevanjem v tako imenovano politično podjetništvo špekulativne in destruktivne narave. Okvirni pogoji za podjetništvo ali podjetniški okviri tako vplivajo ne samo na strani ponudbe podjetniškega talenta, ampak tudi na strani povpraševanja po njem, s tem pa seveda tudi na rezultate podjetniške aktivnosti. Konceptualna povezava med okvirnimi pogoji za podjetništvo, dinamiko podjetniške aktivnosti ter gospodarsko rastjo je prikazana na *sliki 46*.

Slika 46: Povezave med okvirnimi pogoji za podjetništvo, dinamiko podjetniške aktivnosti ter gospodarsko rastjo (Bosma et. al., 2012)



Temeljni pogoji za podjetništvo, ki jih prikazujemo tudi v podrobnem modelu GEM za proučevanje podjetništva v poglavju 1.4 *Raziskovanje podjetništva z globalnim podjetniškim monitorjem*, so:

1. razpoložljivost različnih finančnih virov za nova in rastoča podjetja,
- 2.a zasnovanost in vodenje vladne politike – podpora,
- 2.b zasnovanost in vodenje vladne politike – regulativa,
3. izvajanje vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva,
- 4.a razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo – v osnovni in srednji šoli,
- 4.b razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo – po srednji šoli,
5. obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso,
6. kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja,
- 7.a odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – dinamičnost,
- 7.b odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – odprtost, bremena,
8. dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij,
9. kulturne in družbene norme, ki podpirajo ali zavirajo podjetniško aktivnost.

Podatke o okvirnih pogojih za podjetništvo pridobivamo s standardiziranim vprašalnikom, ki je namenjen nacionalnim izvedencem v vsaki izmed sodelujočih držav GEM, kot je opisano v poglavju 1.4.3. *Podatkovne podlage za GEM*. V procesu pridobivanja mnenj izvedencev o posameznih okvirnih pogojih za podjetništvo smo oceno podjetniških okvirov dobili tako, da smo proučili, v kolikšni meri se izvedenci strinjajo z vsako izmed 88 trditev, ki opisujejo 12 zgoraj opisanih okvirnih pogojev za podjetništvo. Ocenjevali so na lestvici od 1 do 5, pri čemer ocena 1 pomeni, da je trditev po njihovem mnenju popolnoma napačna, ocena 5 pa, da je trditev popolnoma resnična.

Odgovori nacionalnih izvedencev iz vseh sodelujočih držav so bili harmonizirani, opravljena je bila analiza zanesljivosti ter nato z metodo glavnih komponent pridobljena večdimenzionalna mera – skupna povprečna ocena posameznega okvirnega pogoja za podjetništvo v posamezni državi. Skupna povprečna vrednost ocenjenih trditev znotraj vsakega posameznega okvira je za sodelujoče države gospodarstev inovacijskega tipa prikazana v *tabeli 17*.

S tem daje standardizirani vprašalnik možnosti za številne in obsežne mednarodne primerjave okolja, ki vpliva na nastanek in razvoj podjetništva v državah, vključenih v raziskavo GEM. Pri tem je treba upoštevati, da odgovori nacionalnih izvedencev med državami med seboj seveda niso neposredno primerljivi. Ker so lahko nacionalni izvedenci v različnih gospodarstvih tudi bolj ali manj naklonjeni podjetništvu oziroma ga različno podpirajo, je neposredna primerjava posameznega ocenjenega okvira *med državami* omejena, kljub temu pa rezultati analize anketiranja nacionalnih izvedencev prispevajo k razumevanju pogojev za podjetništvo, zlasti *znotraj posamezne države*, predvsem pa so dragoceni za nosilce ekonomske politike kot indikator stanja razvitosti okvirnih pogojev za podjetništvo.

Tabela 17: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v inovacijskih gospodarstvih GEM, 2011

Inovacijska gospodarstva	Finančni viri	Vladne politike – podpora	Vladne politike – regulativa	Vladni programi	Izobraževanje za podjetništvo – osnovna in srednja šola	Izobraževanje za podjetništvo – po srednji šoli
Avstralija	2,34	2,21	2,26	2,62	2,30	2,87
Češka	2,09	1,83	2,06	2,18	1,70	2,59
Finska	2,62	3,16	2,89	2,74	2,34	2,77
Francija	2,47	3,07	2,88	3,20	1,55	2,98
Grčija	1,88	1,88	1,83	1,96	1,94	2,64
Irska	2,41	2,70	2,64	3,18	1,95	2,87
Koreja	2,25	2,93	2,67	2,72	2,08	2,38
Nemčija	2,95	2,94	2,85	3,63	1,92	2,68
Nizozemska	2,88	2,46	2,60	3,10	2,88	3,21
Norveška	2,81	2,31	2,82	2,92	2,53	2,63
Portugalska	2,87	2,51	2,11	2,93	1,88	2,94
Singapur	3,02	3,49	4,03	3,45	2,48	3,18
Slovenija	2,38	2,36	2,05	2,67	1,80	2,64
Španija	2,06	2,06	2,21	2,72	1,56	2,34
Švedska	2,66	2,63	2,61	2,84	2,30	2,84
Švica	3,50	3,35	3,49	3,42	2,60	3,50
Tajvan	3,21	2,59	3,20	3,14	2,47	3,10
Velika Britanija	2,29	2,62	3,01	2,31	2,21	2,60
Združeni arab.emir.	3,10	3,34	3,20	3,14	2,60	3,30

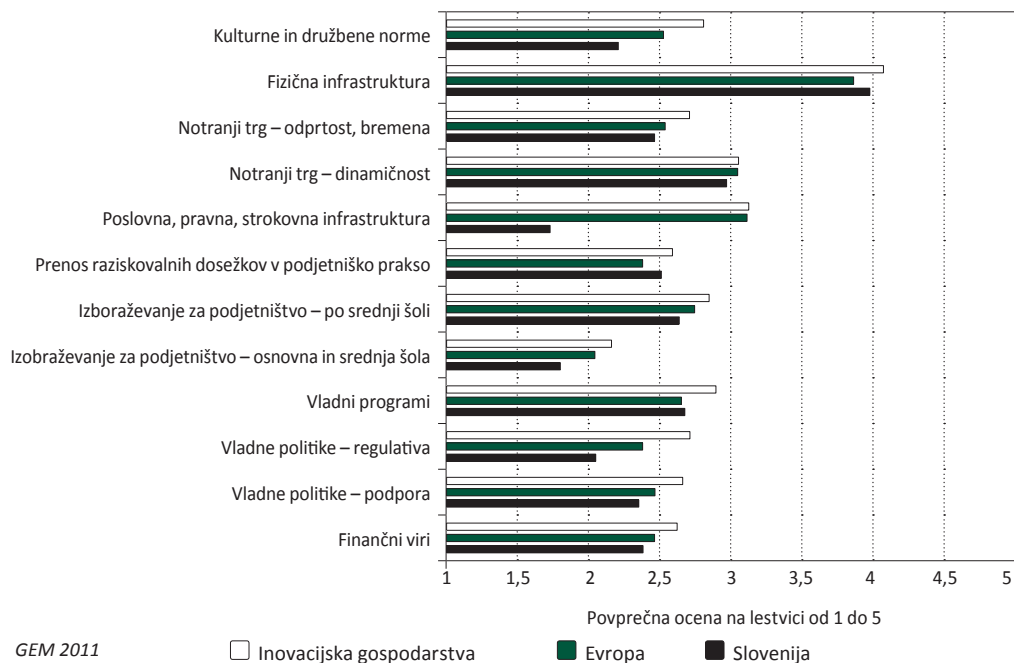
Tabela 17 – nadaljevanje: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v inovacijskih gospodarstvih GEM, 2011

Inovacijska gospodarstva	Prenos raziskovalnih dosežkov v podjetniško prakso	Poslovna, pravna, strokovna infrastruktura	Notranji trg – dinamičnost	Notranji trg – odprtost, bremena	Fizična infrastruktura	Kulturne in družbene norme
Avstralija	2,49	3,19	3,03	2,94	4,07	3,28
Češka	2,18	3,02	2,95	2,84	3,93	2,18
Finska	2,57	3,26	2,91	2,56	4,01	2,65
Francija	2,44	2,98	3,22	2,13	4,21	2,36
Grčija	2,13	2,86	3,12	2,18	3,46	2,44
Irska	2,83	3,28	3,06	2,91	3,51	3,21
Koreja	2,36	2,20	3,94	2,23	4,01	3,00
Nemčija	2,85	3,30	2,88	2,95	3,84	2,64
Nizozemska	2,85	3,57	2,59	3,28	4,56	3,00
Norveška	2,74	3,41	2,84	2,34	4,26	2,63
Portugalska	2,56	3,10	2,92	2,44	4,05	1,92
Singapur	2,90	3,23	2,83	3,13	4,70	3,21
Slovenija	2,51	2,94	2,97	2,46	3,98	2,21
Španija	2,13	2,58	2,69	2,16	3,46	2,21
Švedska	2,63	3,08	3,19	2,54	4,44	2,91
Švica	3,46	3,89	2,5	3,12	4,57	3,29
Tajvan	2,88	2,87	3,85	3,33	4,12	3,72
Velika Britanija	2,22	3,28	3,04	3,04	3,93	3,08
Združeni arab. emir.	2,56	3,45	3,60	2,85	4,14	3,41

Opravljen analiza statistično značilnih razlik med tremi skupinami držav (faktorska, učinkovitostna ter inovacijska gospodarstva) kaže (Bosma et al., 2012), da je razvitost gospodarstva ena izmed pomembnih determinant okvirnih pogojev za podjetništvo, saj se le pri štirih od dvanajstih okvirnih pogojev za podjetništvo dosežene povprečne ocene med seboj statistično značilno ne razlikujejo. V nadaljevanju zato prikazujemo razlike med Slovenijo ter državami z inovacijskim in učinkovitostnim tipom gospodarstva, na *sliki 47* pa povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo ter primerjalno povprečje za inovacijska gospodarstva ter evropske države GEM.

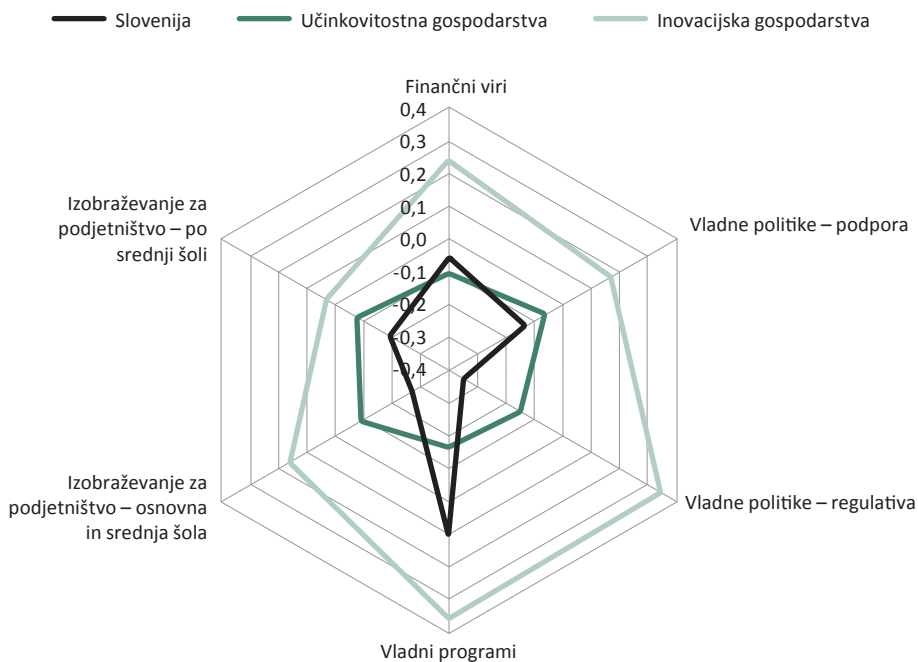
Pri primerjavi ocen v sodelujočih državah GEM lahko ugotovimo, da na splošno velja, da je zlasti podjetniško izobraževanje v osnovni in srednji šoli okvirni pogoj, pri katerem tako Slovenija kot tudi v povprečju inovacijska in evropska gospodarstva dosegajo najnižje ocene. Ta okvirni pogoj za podjetništvo v inovacijskih gospodarstvih dosega v povprečju oceno 2,16 (na lestvici od 1 do 5), v Sloveniji še manj kot 2 (1,80). Nižje ocene od Slovenije dosegajo še Španija, Francija in Češka. Področje izobraževanja in usposabljanje izvedenci v Sloveniji že vsa leta ocenjujejo zelo nizko. To velja predvsem za izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah, v katerih podjetniške vsebine v učnih programih še nimajo ustreznega poudarka. Na drugi strani je okvirni pogoj, ki opisuje dostop do fizične infrastrukture in je v večini razvitejših gospodarstev ocenjen zelo visoko – v povprečju je vrednost tega okvira v inovacijskih gospodarstvih 4,07, najnižji vrednosti pa beležita Španija in Grčija (obe 3,46). Dostop do fizične infrastrukture je tudi v Sloveniji ocenjen najvišje od vseh okvirnih pogojev, a kljub temu s povprečno oceno pod 4, in sicer s 3,98.

Slika 47: Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo – Slovenija, inovacijske ter evropske države GEM, 2011



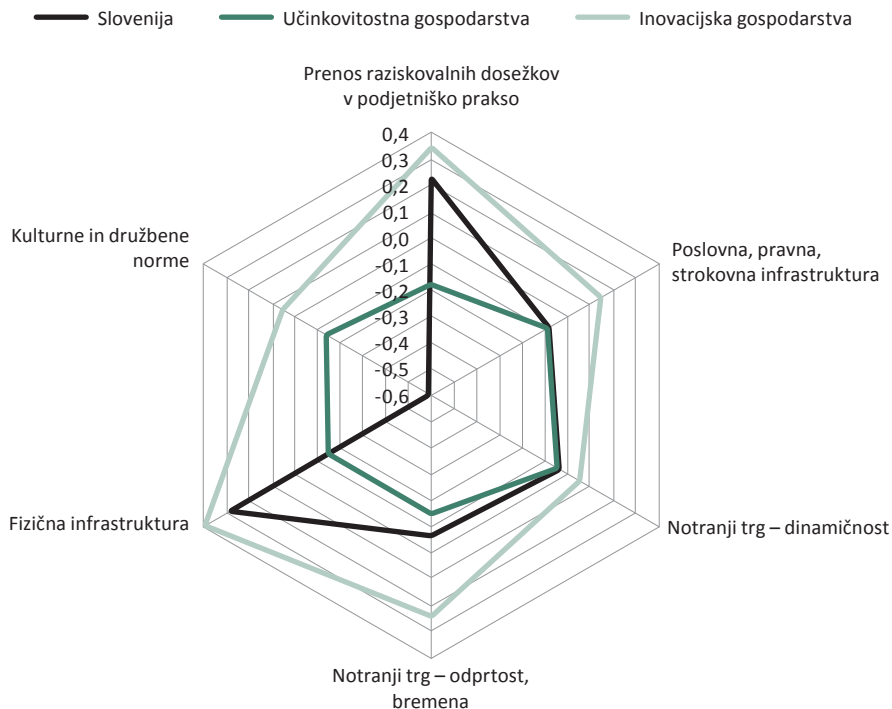
Na slikah 48a in 48b je razlika med Slovenijo ter povprečnimi ocenami inovacijskih ter učinkovitostnih gospodarstev GEM zelo nazorno vidna. Na obeh slikah so prikazane standardizirane vrednosti (standardizirana spremenljivka ima srednjo vrednost 0 in varianco 1) za Slovenijo ter na osnovi standardiziranih vrednosti prikazana povprečja za skupino učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstev.

Slika 48a: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna ter inovacijska gospodarstva, 2011



Za učinkovitostna in inovacijska gospodarstva je v povprečju mogoče ugotoviti dokaj enakomerno povprečno oceno okvirnih pogojev za podjetništvo, za Slovenijo pa lahko ugotovimo nižjo povprečno vrednost od povprečja skupine inovacijskih gospodarstev pri vseh šestih okvirnih pogojih, prikazanih na *sliki 48a*: vladne politike – podpora, vladne politike – regulativa (pri tem okviru je ocena nacionalnih izvedencev za Slovenijo še posebej nizka, nižja tudi od povprečne ocene v učinkovitostnih gospodarstvih), vladni programi, izobraževanje na do srednješolski stopnji ter izobraževanje po srednji šoli. Pravzaprav Slovenija, ki sicer glede na BDP na prebivalca sodi v skupino inovacijskih gospodarstev, presega povprečje skupine učinkovitostnih gospodarstev le pri dveh okvirnih pogojih za podjetništvo, in sicer pri razpoložljivosti različnih finančnih virov za nova in rastoča podjetja ter pri oceni vladnih programov. Kot je že bilo ugotovljeno, pa je pri vseh šestih okvirnih pogojih za podjetništvo povprečna ocena v Sloveniji nižja od povprečja skupine inovacijskih gospodarstev.

Slika 48b: Povprečne vrednosti okvirnih pogojev za podjetništvo za Slovenijo, učinkovitostna ter inovacijska gospodarstva, 2011



Pri šestih okvirnih pogojih za podjetništvo, prikazanih na *sliki 48b*, lahko prav tako ugotovimo dokaj enakomerno povprečno oceno, in to tako v skupini inovacijskih kot tudi učinkovitostnih gospodarstev. Slovenija se pod povprečje skupine inovacijskih gospodarstev, a hkrati nad povprečje skupine učinkovitostnih gospodarstev uvršča pri treh: to velja za prenos raziskovalnih dosežkov v podjetniško prakso, odprtost na notranjem trgu in dostopnost do fizične infrastrukture. Glede dinamičnosti na notranjem trgu ter glede kakovosti in dostopnosti poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja, pa Slovenija dosega povprečni rezultat skupine učinkovitostnih gospodarstev.

Zelo nizko se Slovenija uvršča glede kulturnih in družbenih norm v družbi, ki vplivajo na podjetniško aktivnost. V skupini inovacijskih gospodarstev se Slovenija uvršča na predzadnje mesto skupaj s Španijo in Češko (vrednost 2,2 na lestvici od 1 do 5), ki je krepko nižja od povprečja inovacijskih (2,8) in učinkovitostnih gospodarstev (2,6). Kulturne in družbene norme so hkrati tudi dejavnik oziroma okvirni pogoj za podjetništvo, pri katerem lahko pričakujemo spremembe dolgoročno, saj so povezane tudi s tradicijo, navadami in prepričanji ljudi, ki se načeloma ne spreminjajo hitro.

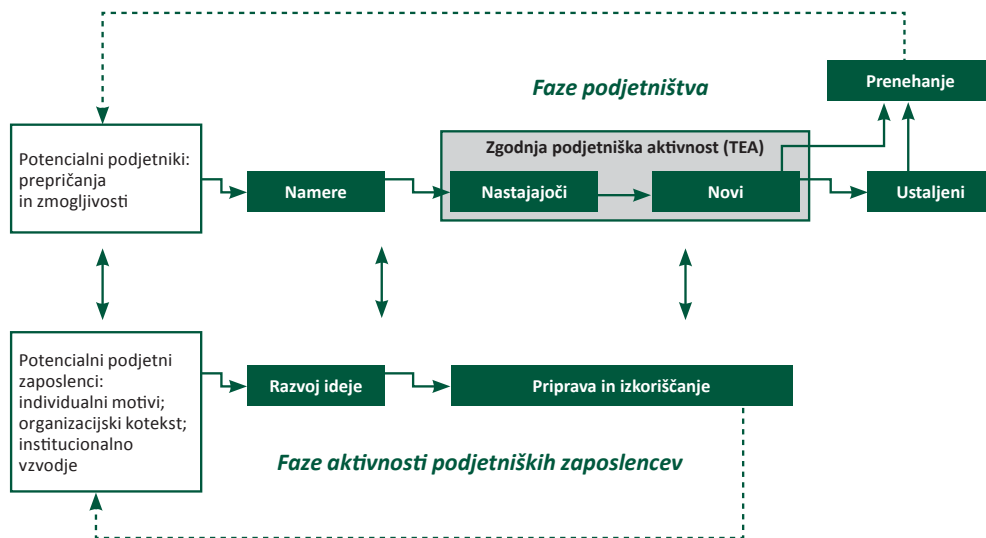
Podjetniška aktivnost zaposlenih

7.1 OPREDELITVE IN MODEL

Podjetništvo ni samo zaznava poslovne priložnosti, ustanovitev podjetja in njegovo poslovanje, ampak tudi nenehno prenavljanje obstoječega podjetja, iskanje novih priložnosti in njihovo izkoriščanje. Schumpetrova »kreativna destrukcija« se zato ne odvija samo na trgu, ko podjetniki ustvarjajo nova podjetja, nenehno se dogaja tudi v obstoječih podjetjih, v katerih ustvarjalni posamezniki razmišljajo o novih priložnostih in za svojega delodajalca razvijajo nove ali drugačne izdelke in storitve. Ob »neodvisnih podjetnikih« imamo tako tudi »podjetništvo v obstoječih podjetjih«, saj to, kar definira podjetništvo, ni organizacijska forma, v kateri se podjetništvo odvija, ampak dejavnost prepoznavanja poslovnih priložnosti in njihovo izkoriščanje. V anglosaški literaturi se je za notranjo podjetniško aktivnost izoblikovalo več pojmov, na primer *internal entrepreneurship*, *corporate entrepreneurship*, *intrapreneurship*, *corporate venturing*, *strategic renewal*, v slovenščini se največkrat uporabljata pojma *notranje podjetništvo* in *korporacijsko podjetništvo*, po vsebini pa sta mu zelo blizu tudi *prestrukturiranje podjetja* in *prenova podjetja*. Bosma in sodelavci (2012) razmišljajo, da se pojmi *korporacijsko podjetništvo*, *korporacijski podjemi* in *strateška prenova* nanašajo predvsem na raven podjetja ter na procese in strategije, s katerimi se spodbujajo iniciative in naporu zaposlenih, da bi inovirali in razvijali nove proizvode, da pa se *notranje podjetništvo* nanaša na proaktivne pobude zaposlenih. Ne glede na to, ali se s takšnim filigranskim cepljenjem definicij strinjamo, lahko sklenemo, da imamo v vsakem podjetju posameznike, ki so inovativni in podjetni, a tudi takšne, ki inovativnosti in podjetnosti ne izkazujejo. Ker se v naših raziskavah ukvarjamo predvsem s podjetnostjo in inovativnostjo posameznikov, se zato zastavlja vprašanje, kdo in kakšni so ti notranji podjetniki, ki razvijajo nove podjeme za svojega delodajalca, kar poskušamo pojasniti v tem poglavju.

Podjetniška aktivnost zaposlenih je v tem prispevku opredeljena kot aktivnost, pri kateri »zaposleni za svojega glavnega delodajalca razvijajo nove dejavnosti, kot so razvoj in uvedba novega izdelka oziroma storitve ali vzpostavitev nove poslovne enote, novega podjetja ali podružnice.« Takšna definicija zajema torej več kot zgolj ustanovitev novega podjetja, izključuje pa tiste aktivnosti zaposlenih, ki so usmerjene v optimiranje notranjih poslovnih procesov (Bosma et al., 2012).

Slika 49: Faze podjetniškega procesa notranjih podjetnikov



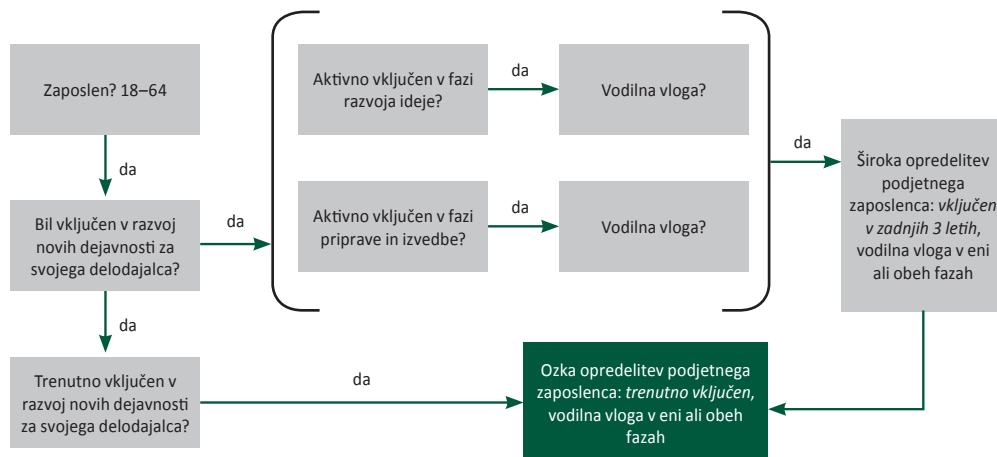
Kot je razvidno s *slike 49*, zajema podjetniška aktivnost zaposlenih – tako kot jo spremlja raziskava GEM – dve fazi:

- razvoj ideje za novo dejavnost, kamor spadajo aktivnosti, kot so aktivno iskanje informacij, viharjenje možganov (*brainstorming*), posredovanje podjetniške ideje managementu in podobno, ter
- planiranje in izvedba te nove dejavnosti, kamor spadajo aktivnosti, kot so promoviranje inovativne podjetniške ideje, priprava poslovnega načrta, trženje nove dejavnosti, iskanje finančnih virov, oblikovanje tima sodelavcev in podobno.

V kolikšni meri bo podjetnik (lastnik podjetja) svoje zaposlene spodbujal, da se bodo podjetno vedli, ali pa se bodo posamezniki samoiniciativno in proaktivno angažirali, je odvisno od njihovih individualnih motivov, organizacijskega konteksta in institucionalnega vzvodja, ki spodbuja ali podpira tovrstno ravnanje.

V naši raziskavi razprostranjenost podjetniške aktivnosti zaposlenih spremljamo glede na njeno široko ali ozko definiranje. Široka definicija zajame tiste, ki so bili aktivno vključeni v podjetniške aktivnosti in/ali so v tem imeli vodilno vlogo (bodisi v fazi razvoja ali fazi planiranja in izvedbe), *ozka definicija* pa tiste, ki to počno še sedaj (Bosma et al., 2012). Potek določanja podjetniške aktivnosti zaposlenih v GEM je prikazan na *sliki 50*.

Slika 50: Široka in ozka opredelitev podjetniške aktivnosti zaposlenih



Udeležbo zaposlenih v podjetniških aktivnostih ugotavljamo s pomočjo vprašalnika z naslednjimi vprašanji:

- Ali ste v zadnjih treh letih sodelovali pri razvoju novih aktivnosti za vašega glavnega delodajalca, kot je na primer razvoj ali lansiranje novih izdelkov ali storitev ali odpiranje nove poslovne enote, ustanove ali podružnice?
 - Ali trenutno sodelujete pri razvoju kakšne takšne nove aktivnosti?

Omenil/-a bom dve fazi, ki jih lahko določimo pri razvoju novih aktivnosti. Ali lahko poveste za vsako fazo, ali ste v njej v zadnjih treh letih kaj prispevali?

- Prvo fazo predstavlja razvoj idejne zasnove nove aktivnosti. To vključuje na primer aktivno zbiranje informacij, *brainstorming* o novih aktivnostih in posredovanje lastnih idej vodstvu podjetja. Ali ste v tej fazi v zadnjih treh letih aktivno sodelovali?
 - Mi lahko poveste, ali ste v tej fazi imeli vodilno vlogo ali ste samo sodelovali?
- Druga faza zajema priprave in implementacijo nove aktivnosti. Sem spada na primer promocija vaše ideje, priprava poslovnega načrta, trženje nove aktivnosti ali iskanje finančnih sredstev ter sestava ekipe delavcev. Ali ste v tej fazi v zadnjih treh letih aktivno sodelovali?
 - Mi lahko poveste, ali ste v tej fazi imeli vodilno vlogo ali ste samo sodelovali?

Druga vprašanja za spoznavanje podjetniške aktivnosti zaposlenih so se nanašala na velikost delodajalčevega podjetja, na to, ali dela zaposlenec v zasebnem podjetju ali kje drugje, kakšna so njihova pričakovanja glede rasti novega podjetja, ali delodajalec nudi podporo pri notranjem podjetništvu, nekatere demografske značilnosti notranjih podjetnikov. Nekatera izmed spoznanj iz tega proučevanja podajamo v nadaljevanju.

7.2 PODJETNIŠKA AKTIVNOST ZAPOSLENIH V SLOVENIJI IN SVETU

Podatke o podjetniški aktivnosti zaposlenih imamo za 52 držav. Iz *tabele 18* je razvidno, da je v povprečju zelo nizek odstotek prebivalstva vključen v podjetniško aktivnost (široka definicija) za svojega delodajalca, v vseh državah v povprečju (netehtano povprečje) 3,5 %. Precejšnja razlika pa je med tipi gospodarstev. V faktorskih gospodarstvih jih je le 0,4 %, v učinkovitostnih 2,3 %, v inovacijskih pa 5,8 %. Z razvojem gospodarstva se torej večja tudi delež prebivalstva, ki poslovne priložnosti išče in izkorišča znotraj podjetij, in to pomembno, saj je v inovacijskih gospodarstvih v notranje podjetništvo vključen desetkrat večji delež odrasle populacije kot v faktorskih gospodarstvih. Najvišji delež podjetniško aktivnih zaposlenih imata Švedska (16,2 %) in Danska (15,1 %), najmanj pa Bangladeš (0 %), Iran in Pakistan (0,2 %). Slovenija se s 5,1 % odraslega prebivalstva, ki je v zadnjih treh letih za svojega delodajalca izvajalo podjetniške aktivnosti, uvršča zelo visoko, in sicer na 11. mesto.

Tabela 18: Podjetniška aktivnost zaposlenih (EEA)

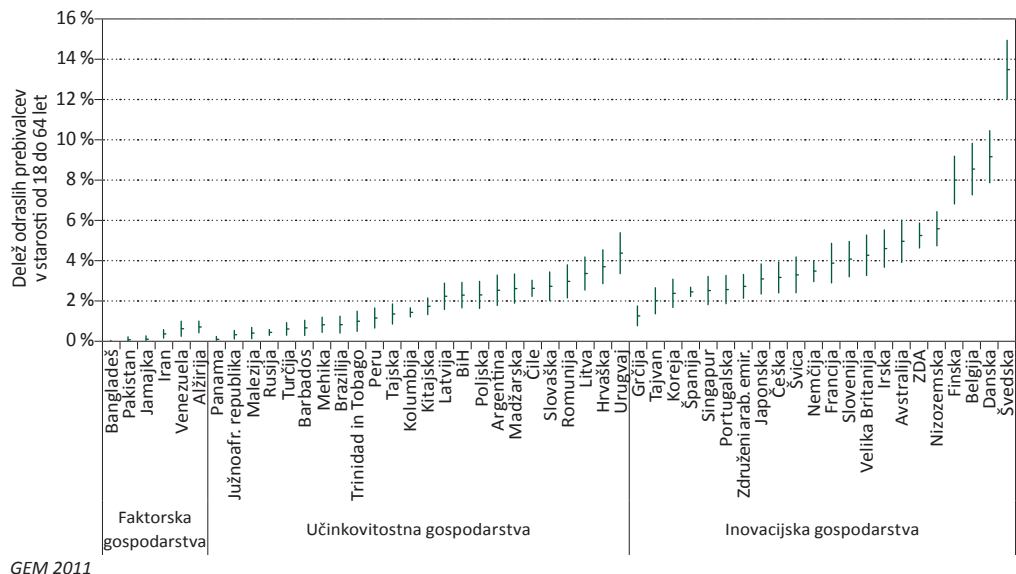
Država	Široka definicija: vključenost v podjetniško aktivnost zaposlenih v preteklih treh letih v % od:		Ozka definicija: vključenost v podjetniško aktivnost zaposlenih v času raziskave v % od:	
	odrasle populacije	zaposlenih	odrasle populacije	zaposlenih
Faktorska gospodarstva				
Alžirija	0,8	3,9	0,7	3,3
Bangladeš	0	0	0	0
Iran	0,4	2,4	0,4	2,4
Jamajka	0,2	0,7	0,1	0,5
Pakistan	0,2	1,1	0,1	0,4
Venezuela	0,6	2,3	0,6	2,3
<i>Netehtano povprečje</i>	0,4	1,7	0,3	1,5
Učinkovitostna gospodarstva				
Argentina	3,2	7,3	2,5	5,8
Barbados	0,7	1,5	0,7	1,4
BiH	3,1	9,8	2,3	7,2
Brazilijska	1,0	3,1	0,8	2,6
Čile	3,5	12,9	2,6	9,9
Kitajska	2,1	4,8	1,7	4,0
Kolumbija	1,7	4,9	1,5	4,3
Hrvaška	4,4	9,0	3,7	7,5
Madžarska	3,9	7,8	2,6	5,2
Latvija	3,0	5,0	2,2	3,6
Litva	4,9	8,1	3,4	5,6
Malezija	0,4	0,9	0,4	0,9
Mehika	0,9	2,3	0,8	2,0
Panama	0,2	0,3	0,1	0,2
Peru	1,4	7,3	1,2	6,1
Poljska	2,8	5,7	2,3	4,7
Romunija	3,9	7,6	3,0	5,8
Rusija	0,6	1,0	0,4	0,7
Slovaška	3,4	6,5	2,7	5,2

Država	Široka definicija: vključenost v podjetniško aktivnost zaposlenih v preteklih treh letih v % od:		Ozka definicija: vključenost v podjetniško aktivnost zaposlenih v času raziskave v % od:	
	odrasle populacije	zaposlenih	odrasle populacije	zaposlenih
Južnoafriška republika	0,4	2,0	0,3	1,6
Tajska	1,4	4,9	1,4	4,9
Trinidad in Tobago	1,2	2,6	1,0	2,3
Turčija	0,7	2,1	0,6	1,8
Urugvaj	5,2	9,8	4,4	8,3
<i>Netehtano povprečje</i>	2,3	5,3	1,8	4,2
Inovacijska gospodarstva				
Avstralija	6,2	9,0	5,0	7,3
Belgija	9,4	13,5	8,6	12,3
Češka	3,8	6,3	3,2	5,2
Danska	15,1	20,7	9,2	12,6
Finska	9,4	13,4	8,0	11,4
Francija	4,7	7,5	3,9	6,1
Nemčija	4,8	7,6	3,5	5,5
Grčija	1,6	4,9	1,3	3,8
Irska	5,9	10,4	4,6	8,1
Japonska	3,4	5,7	3,1	5,2
Koreja	2,6	6,7	2,4	6,1
Nizozemska	7,8	11,1	5,6	7,9
Portugalska	4,0	6,0	2,6	3,9
Singapur	3,3	6,2	2,6	4,8
Slovenija	5,1	9,3	4,1	7,4
Španija	2,7	6,1	2,5	5,5
Švedska	16,2	22,2	13,5	18,4
Švica	4,6	7,2	3,3	5,1
Tajvan	2,0	3,9	2,0	3,9
Združeni arabski emirati	3,6	4,9	2,7	3,7
Velika Britanija	5,3	8,1	4,3	6,6
ZDA	6,6	10,5	5,3	8,4
<i>netehtano povprečje</i>	5,8	9,1	4,6	7,2
<i>skupno netehtano povprečje</i>	3,5	6,5	2,8	5,2

Če pogledamo, koliko posameznikov je bilo v času izvajanja raziskave vključenih v podjetniške aktivnosti (ozka definicija), je seveda ta odstotek primerno manjši. Kot pri široki definiciji tudi tukaj opažamo, da z razvitostjo gospodarstev narašča vključenost zaposlenih v podjetniške aktivnosti: v faktorskih gospodarstvih je vključenega 0,3 % prebivalstva, v učinkovitostnih 1,8 %, v inovacijskih pa 4,6 %. Slovenija je s 4,1 % relativno visoko razvrščena, saj je prav tako na 11. mestu. Najvišje sta uvrščeni Švedska s 13,5 % in Danska z 9,2 %.

Nekoliko, a ne bistveno, se razmerja spremenijo, če podjetniško aktivnost spremljamo samo pri zaposlenih posameznikih. Tudi tukaj velja, da je tega več v bolj razvitih gospodarstvih, a se je razlika med faktorskimi in inovacijskimi gospodarstvi razpolovila in je le še petkratna, med učinkovitostnimi in inovacijskimi pa dvakratna. To je lepo razvidno s *slike 51*, na kateri so stopnje EEA prikazane po državah, grupiranih glede na njihovo stopnjo razvoja.

Slika 51: Podjetniška aktivnost zaposlenih (EEA)

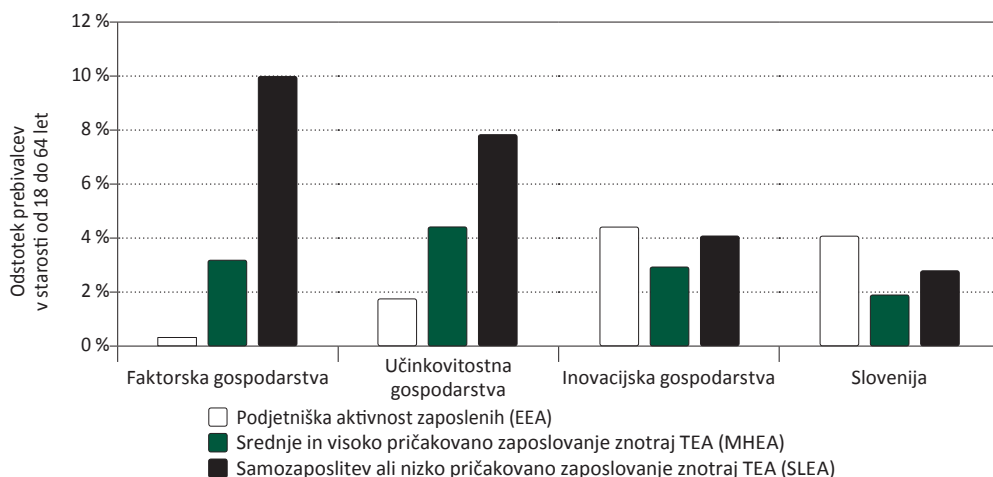


GEM 2011

V faktorskih gospodarstvih je delež podjetniške aktivnosti zaposlenih med prebivalstvom ekstremno nizek, medtem ko je zgodnja podjetniška aktivnost izrazito visoka. V učinkovitostnih gospodarstvih je ta razlika manjša, a je podjetniška aktivnost zaposlenih še vedno nekajkrat manjša kot zgodnja podjetniška aktivnost. V inovacijskih gospodarstvih je zgodnja notranjepodjetniška aktivnost zaposlenih (EEA) popolnoma primerljiva s podjetniško aktivnostjo prebivalstva (TEA), v nekaterih državah pa je EEA celo višja. Takšne države so Belgija, Danska in tudi Slovenija, kjer je leta 2011 zgodnjepodjetniška aktivnost prebivalstva (TEA) močno upadla.

Ne glede na te izjeme pa je možno skleniti, da je pojavnost notranje podjetniške aktivnosti obratna podjetniški aktivnosti zaposlenih. To je lepo razvidno s *slike 52*, s katere tudi izhaja, da ta obratnost velja pri vseh tipih gospodarstev predvsem za nizko ambiciozno podjetništvo (SLEA). Slovenija pri nobeni izmed kategorij ne dosega povprečja inovacijskih gospodarstev. Podatki so za EEA za leto 2011, medtem ko je MHEA in SLEA povprečje treh let (2009–2011).

Slika 52: Podjetniška aktivnost zaposlenih (EEA) v povprečju v posameznih tipih gospodarstva in v Sloveniji



GEM Slovenija 2011

Opomba: Podatki za EEA so za leto 2011, medtem ko sta MHEA in SLEA izračunana kot povprečje treh let (2009–2011).

Za podjetne zaposlene, ki so trenutno vpeti v podjetniško aktivnost, nas je zanimalo, v kako velikem podjetju so zaposleni. Pričakovali smo namreč, da notranjepodjetniška aktivnost ni enakomerno distribuirana po vseh velikostnih razredih podjetij. Iz *tabele 19* je razvidno, da se pojavlja v vseh tipih podjetij, najbolj prisotna pa je v podjetjih, ki zaposlujejo od 10 do 250 ljudi. Tako je tudi v Sloveniji, kjer je ta delež največji; kar polovica vse podjetniške aktivnosti zaposlenih je v malih in srednje velikih podjetjih. V inovacijskih gospodarstvih je ta delež 44 %, v učinkovitostnih pa 41 %. Notranjega podjetništva je v inovacijskih gospodarstvih precej tudi v velikih podjetjih z nad 250 zaposlenimi (34 %); v Sloveniji je ta delež 27 %.

Tabela 19: Vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost glede na velikost podjetja

Razporeditev podjetniške aktivnosti zaposlenih po velikostnih razredih podjetij (v %)				
Velikost podjetja	Učinkovitostna gospodarstva	Inovacijska gospodarstva	Vsa gospodarstva	Slovenija
< 10 zaposlenih	28	15	22	18
10–249 zaposlenih	41	44	43	50
> 250 zaposlenih	21	34	27	27
ni podatka	10	7	8	5

GEM Slovenija 2011

Žal nimamo podatkov iz preteklih let, da bi lahko primerjali, ali se je notranjepodjetniška aktivnost Slovenije sčasoma spreminjala in ali je kakorkoli povezana z gospodarsko krizo. Možno je namreč postaviti tezo, da v recesiji in gospodarski krizi, ko se poslovne priložnosti zmanjšajo in ko se večja nezaposlenost, posamezniki svojo podjetnost in ustvarjalnost sproščajo

v organizaciji, v kateri so zaposleni. V kriznih časih je namreč treba bolj intenzivno kot v časih konjunktura iskati nove rešitve, proizvode in trge, da bi ob zmanjšanem povpraševanju na trgu podjetje lahko preživelo in se ohranilo. V Sloveniji takšni tezi pritrjuje dejstvo, da so leta 2011 ljudje bistveno manj zaznavali poslovne priložnosti in da je bilo pomembno manj tudi nastajajočih in novih podjetnikov. Predvidevamo lahko, da se v obdobjih, ko je okolje zelo negotovo, ljudje manj lotevajo tveganih aktivnosti, kar ustanovitev podjetja vselej tudi je.

7.3 NEKATERE ZNAČILNOSTI SLOVENSkih NOTRANJih PODJETNIKOV

Na podoben način kot pri podjetniški aktivnosti odraslega prebivalstva (nastajajoči, novi in ustaljeni podjetniki) nas je tudi pri podjetniški aktivnosti zaposlenih (EEA) zanimalo, ali lahko identificiramo katere skupne značilnosti. Demografsko gledano, je v inovacijskih gospodarstvih njihova temeljna značilnost, da jih je največ v starostni skupini med 35. in 44. letom, da imajo visoko izobrazbo in da so to dvakrat bolj pogosto moški.

Kakšna so njihova stališča o podjetništvu, smo ugotavljali s pomočjo uvodnih vprašanj v vprašalniku GEM:

- Ali osebno poznate koga, ki je v zadnjih dveh letih ustanovil podjetje?
- Ali se bodo v naslednjih šestih mesecih na območju, kjer živite, pojavile dobre priložnosti za nove posle?
- Ali imate za zagon novega posla ali ustanovitev podjetja potrebno znanje, veščine in izkušnje?
- Ali bi vas strah pred neuspehom odvrnil od tega, da bi začeli nov posel oziroma ustanovili podjetje?

Tabela 20: Zaznavanje in dojetanje podjetništva pri podjetnih zaposlenih, drugih zaposlenih in samozaposlenih podjetnikih

	Učinkovitostna gospodarstva			Inovacijska gospodarstva			Slovenija		
	%			%			%		
	podjetni zaposleni	drugi zaposleni	podjetniki	podjetni zaposleni	drugi zaposleni	podjetniki	podjetni zaposleni	drugi zaposleni	podjetniki
Poznavanje podjetnika	62	37	48	50	29	45	72	41	62
Zaznavanje poslovnih priložnosti	54	43	58	52	30	33	28	18	29
Znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo	80	50	74	66	40	79	72	54	90
Strah pred neuspehom	32	39	29	35	47	34	30	42	26

GEM Slovenija 2011

V tabeli 20 so za učinkovitostna in inovacijska gospodarstva ter za Slovenijo prikazani nekateri elementi, ki so pomembni za podjetniško udejstvovanje. Faktorska gospodarstva smo izključili, ker je v njih število podjetnih zaposlenecv za analizo prenizko. Rezultati kažejo, da imajo podjetni zaposleni višjo raven zaznavanja in dojemanja podjetništva in Slovenija v tem oziru ni izjema. Primerjava Slovenije s skupino držav, ki spadajo med inovacijska gospodarstva, pokaže, da v Sloveniji posamezniki v vseh kategorijah v višjem deležu kot drugod poznajo nekoga, ki je v zadnjih dveh letih ustanovil podjetje. Zaznavamo precejšnjo razliko med podjetnimi (72 %) in preostalimi zaposlenimi (41 %). Bolj izrazito kot drugod tudi predpostavljajo, da imajo potrebno znanje, veščine in izkušnje za podjetništvo. Še zlasti samozavestni so podjetniki, ki tako menijo v 90 % (v inovacijskih gospodarstvih 79 %). Takšna samozavest je seveda pozitivna, je pa lahko tudi nevarna, če postane ovira za nadaljnjo osebno rast in razvoj. Večjo prepričanost v lastne podjetniške sposobnosti izražajo v Sloveniji tudi zaposleni. Polovica podjetnih posameznikov v inovacijskih gospodarstvih je bilo mnenja, da se bodo v naslednjega pol leta pojavile uporabne poslovne priložnosti; v Sloveniji je bilo teh le za dobro četrtino. To je lahko odraz gospodarske krize, lahko pa tudi posledica nezainteresiranosti zaposlenih za iskanje priložnosti. Tudi notranje podjetništvo je namreč povezano s tveganji ne samo za delodajalca, ampak – kot kaže tabela 21 – tudi za zaposlene, ki se za svojega delodajalca lotevajo podjetniških aktivnosti.

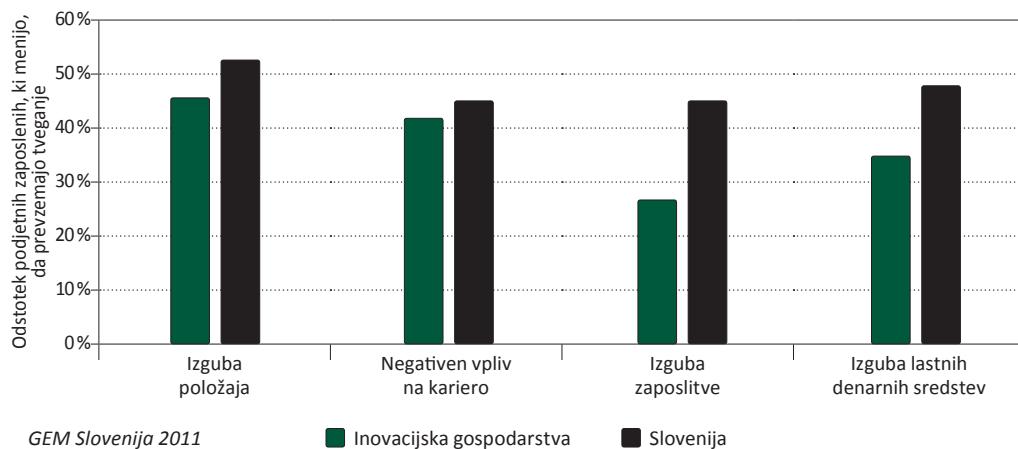
Tabela 21: Prezemanje tveganja pri podjetnih zaposlencih

	Učinkovitostna gospodarstva	Inovacijska gospodarstva	Vsa gospodarstva	Slovenija
Prezemanje tveganja pri vključevanju v podjetniško aktivnost zaposlenih (% DA)	50	32	42	54
Vrsta tveganja (% podjetnih zaposlenih, ki menijo, da prevzemajo tveganje pri vključevanju v podjetniško aktivnost zaposlenih)				
izguba položaja	36	46	40	53
negativen vpliv na kariero	44	42	43	45
izguba zaposlitve	36	27	33	45
izguba lastnih denarnih sredstev	46	35	42	48

GEM Slovenija 2011

V Sloveniji več kot polovica anketiranih zaposlenih, ki se znotraj podjetja ukvarjajo z novim podjetjem, meni, da s tem svojim delovanjem prevzemajo nase določeno tveganje. V inovacijskih gospodarstvih je takšnih tretjina. V tem oziru smo zelo blizu učinkovitostnim gospodarstvom, kar je tudi pričakovano, saj je Slovenija v precejšnjem delu svoje gospodarske strukture bliže tem kot inovacijskim. Zastarela industrijska struktura s togimi pravili organizacijskega reda se težko sooča z radoživostjo podjetniških pobud, med drugim tudi zato, ker ni kritične mase posameznikov, ki bi bili dojemljivi za spremembe. Zanimivo je videti, kakšne vrste tveganja sprejemajo nase podjetni zaposleni. Na sliki 53 smo primerjali Slovenijo s skupino inovacijskih gospodarstev.

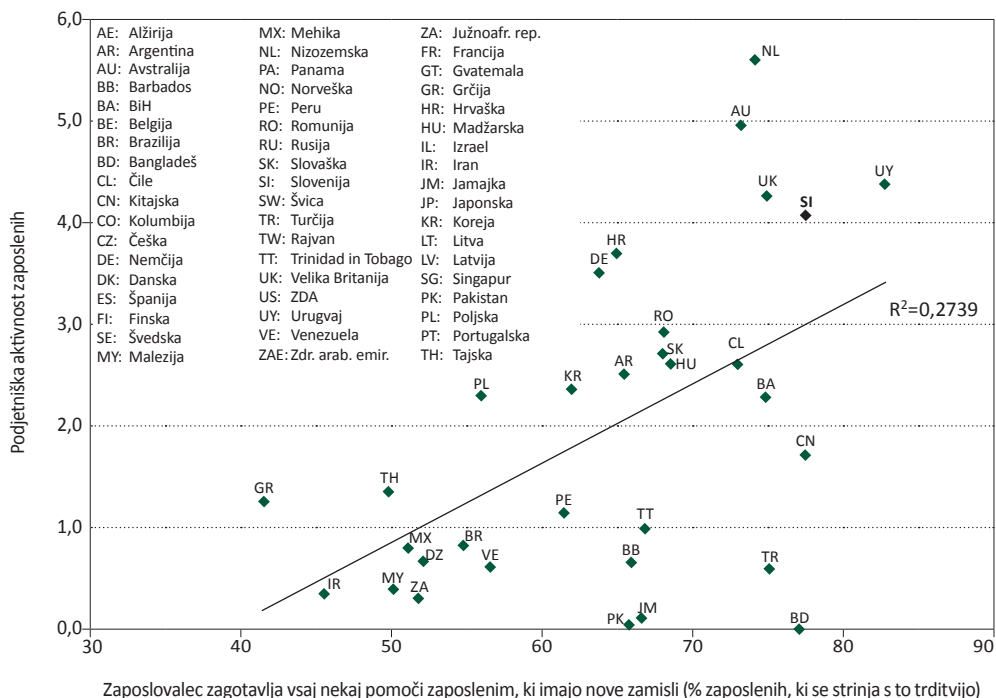
Slika 53: Tveganja podjetnih zaposlencev



V vseh štirih kategorijah tveganj, ki smo jih navedli, se Slovenija odreže slabše kot v povprečju skupina držav, ki spadajo v inovacijska gospodarstva. Od deleža notranjih podjetnikov, ki menijo, da s podjetniško aktivnostjo prevzemajo tveganje, jih v Sloveniji 53 % ocenjuje, da s tem tvegajo izgubo položaja, 45 % pa, da bi lahko to negativno vplivalo na njihovo kariero. Povprečje držav inovacijskega gospodarstva je 46 % oziroma 42 %. Večja razlika se pojavlja pri tveganju izgube zaposlitve, kjer je delež tistih, ki so menili, da bi s podjetniškimi aktivnostmi lahko izgubili zaposlitev, 27 %, v Sloveniji pa je bilo takšnih 45 %. Podatki o tveganjih v *tabeli 21* nam tudi povedo, da je kar nekaj posameznikov v notranjepodjetniške podjeme investiralo tudi svoj denar. Ob predpostavki, da gre izključno za investicijsko tveganje in ne tudi za penalizacijo neuspeha, sklepamo, da je v inovacijskih gospodarstvih okrog 10 %, v Sloveniji pa okrog 25 % vseh podjetnih zaposlenih menilo, da z vključevanjem v notranjepodjetniško aktivnost prevzemajo tveganje.

Zanimalo nas je tudi, v kolikšni meri delodajalec podpira zaposlene, če imajo ti zamisli za nove izdelke ali storitve, in ali je podpora delodajalca povezana s stopnjo podjetniške aktivnosti zaposlenih. *Slika 54* kaže, da takšna povezava obstaja in je pozitivna ($R^2 = 0,2739$).

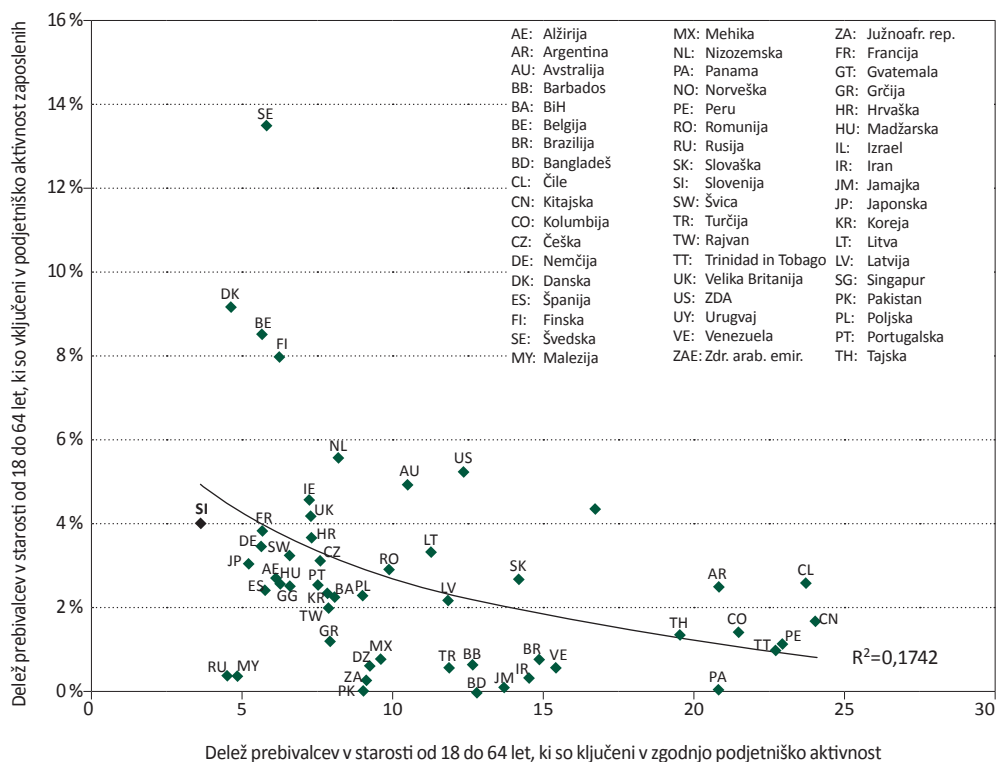
Slika 54: Podpora delodajalca in podjetniška aktivnost zaposlenih



GEM Slovenija 2011

Bosma in sodelavci (2012) ugotavljajo, da podjetništvo znotraj podjetij (EEA) do določene mere nadomešča neodvisno podjetniško aktivnost, ki se kaže z ustanavljanjem lastnega podjetja (TEA). Povezanost med njima prikazujemo na *sliki 55*.

Slika 55: Delež odraslih prebivalcev, vključenih v zgodnjo podjetniško aktivnost zase (TEA) in za delodajalca (EEA)



GEM 2011

Kot vemo, ima stopnja razvitosti nacionalnega gospodarstva močan vpliv na tip podjetništva, ki v njem prevladuje. V manj razvitih gospodarstvih je več podjetništva iz nujnosti, v bolj razvitih več podjetništva iz priložnosti. Vemo tudi, da visoka stopnja zaščite delovnega mesta in visoka stopnja socialne varnosti zaposlenih vpliva na to, da so oportunitetni stroški odločitve za lastno podjetje višji in da se bo manj posameznikov podalo na podjetniško pot (Bosma in Levie, 2010; Rebernik et al., 2010). Zato je možno, da bodo raje, kot da se podajo na tvegano samostojno podjetniško pot, svojo podjetniško nagnjenost uresničevali prek notranjega podjetništva in s tem prispevali k večji stopnji EEA. Prav tako lahko tudi pričakujemo, da bo večja avtonomija pri delu v pozitivni povezavi s stopnjo podjetniške aktivnosti zaposlenih (Bosma et al., 2012). Kot navajajo isti avtorji, je tudi stališče »Ustanovitev lastnega podjetja je primerna izbira kariere«, ki ga ugotavljamo v raziskavi GEM za odraslo prebivalstvo, negativno korelirana s podjetniško aktivnostjo zaposlenih.

7.4 TIPOLOGIJA GOSPODARSTEV NA TEMELJU TREH PODJETNIŠKIH DIMENZIJ

Že v prvem poglavju smo omenili, da lahko glede na to, katera podjetniška dimenzija – MHEA, SLEA ali EEA – prevladuje, gospodarstva grupiramo v osem različnih tipov. Zgodnjo podjetniško aktivnost, MHEA, ugotavljamo na temelju deležev posameznikov, ki v naslednjih petih letih pričakujejo pet ali več novih zaposlitev, SLEA pa na temelju deležev posameznikov, ki v naslednjih petih letih pričakujejo manj kot pet novih zaposlitev. Oba sta izračunana kot povprečje treh let 2009–2011 in z njima izražamo stopnjo ambicioznosti nastajajočih in novih podjetnikov. S pomočjo EEA, ki se nanaša na leto 2011, pa izražamo raven podjetniške vključenosti zaposlenih. V tabeli 22 je prikazan poskus razvrstitve gospodarstev po omenjenih treh dimenzijah.

Tabela 22: Tipi gospodarstev na temelju treh dimenzij podjetniške aktivnosti

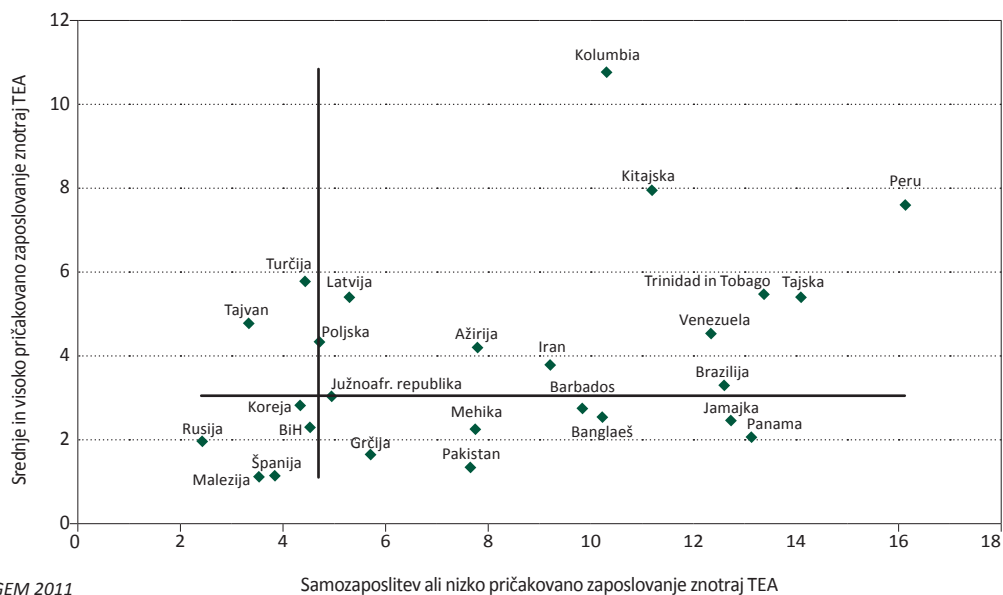
	SLEA: visok delež	SLEA: nizek delež
MHEA: visok delež EEA: visok delež	tip A Argentina, ^(c) Avstralija, ^(b) Čile, ^(c) Litva, ^(b) Nizozemska, ^(a) Slovaška, ^(c) Združene države Amerike, Urugvaj	tip B Češka, ^(a, b, c) Madžarska, ^(a, c) Irska, ^(a) Romunija, ^(c) Singapur, ^(a, c) Tajvan, ^(c) Združeni arabski emirati ^(c)
MHEA: visok delež EEA: nizek delež	tip C Alžirija, ^(a) Brazilija, ^(a) Kitajska, Iran, Latvija, ^(b, c) Peru, Poljska, ^(b) Južnoafriška republika, ^(b) Tajska, Trinidad in Tobago, Turčija, ^{(b)*} Venezuela ^(a)	tip D
MHEA: nizek delež EEA: visok delež	tip E	tip F Belgija, ^(b) Hrvaška, ^(a) Danska, Finska, ^(b) Francija, Nemčija, Japonska, ^(c) Portugalska, ^(a, b, c) Slovenija, Švedska, ^(b) Švica, ^(b, c) Velika Britanija ^(a, b)
MHEA: nizek delež EEA: nizek delež	tip G Bangladeš, ^(a) Barbados, ^(a) Grčija, Jamajka, Mehika, ^(a) Pakistan, Panama	tip H Bosna in Hercegovina, ^(a, b, c) Koreja, ^(a, b, c) Malezija, Rusija, Španija ^(c)

GEM 2011

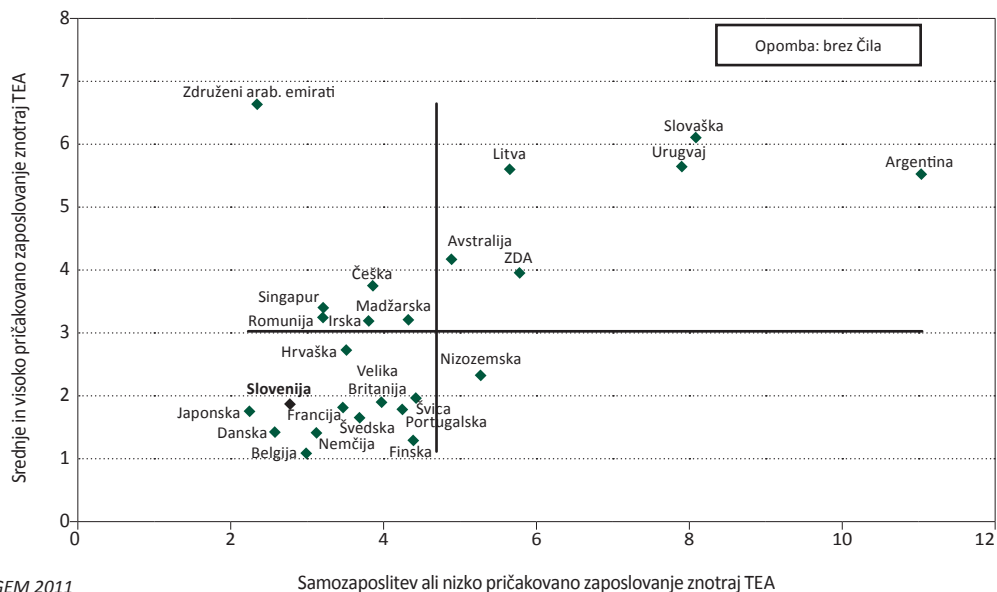
Opomba: ^(a) označuje mejne primere ambicioznega podjetništva, ^(b) mejne primere neambicioznega podjetništva, ^(c) pa mejne primere notranjega podjetništva.

V skupino držav z nizkim deležem smo razvrstili tiste, v katerih je delež določenega tipa podjetništva pod srednjo vrednostjo (mediano) deležev, kot države z visokim deležem pa tiste, v katerih je nad njo. MHEA je bila v razponu od 1,1 do 10,8 % s srednjo vrednostjo 3 %. Deleži SLEA so bili v razponu od 2,2 do 16,1 % s srednjo vrednostjo 4,7 %, EEA pa v razponu od skoraj ničle do 13,5 % s srednjo vrednostjo 2,5 %. Razvrstitev držav v posamezne tipe gospodarstev je prikazana na slikah 56 in 57. Slovenija se je po navedenih treh dimenzijah uvrstila v tip gospodarstva F.

Slika 56: Ambiciozni in neambiciozni podjetniki – razporeditev držav z nizkim deležem notranjih podjetnikov



Slika 57: Ambiciozni in neambiciozni podjetniki – razporeditev držav z visokim deležem notranjih podjetnikov



Države v skupini F, v katero se je uvrstilo 11 evropskih držav in Japonska, imajo ob visokem deležu notranjepodjetniške aktivnosti nizek delež tako samozaposlitvenega neambicioznega podjetništva kot tudi ambicioznega, ki izkazuje srednje in visoko pričakovano zaposlovanje. Kot navaja Bosma s sodelavci (2012), pa imajo te države še nekatere druge skupne značilnosti, ki jih zelo jasno razlikujejo od držav v preostalih tipih gospodarstev. Ob visokem povprečnem bruto domačem proizvodu najbolj izkazujejo sekularno-racionalne vrednote (kot približek za delovno avtonomijo), kar tudi prispeva k razumevanju njihove visoke stopnje notranjepodjetniškega delovanja zaposlovanja. Imajo tudi najvišjo stopnjo socialne varnosti, kar prav tako prispeva k razumevanju značilnosti njihovih podjetniških dimenzij, še zlasti nizke stopnje samostojnega podjetništva. Kadar imajo zaposleni visoko stopnjo varnosti kot zaposlenci, so oportunitetni stroški samostojne podjetniške poti višji in podjetniška aktivnost zunaj obstoječega podjetja je zanje manj vabljiva. Za te države sta značilna tudi relativno visok strah pred neuspehom, zaradi katerega se manj ljudi loteva podjetništva, ter nizka stopnja neformalnega investiranja v nove podjeme. Vendarle je kljub precejšnji ekonomski, institucionalni in kulturni podobnosti teh držav treba upoštevati, da obstaja tudi precej razlik, denimo v višini BDP ali nekaterih vrednotah.

Slovenski izvedenci v letu 2011

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja (marec–julij 2011)	Ustanova
mag. Drago Pišek	predsednik uprave	Poštna banka Slovenije d.d.
mag. Matjaž Gantar	predsednik upravnega odbora	KD Group d.d.
mag. Vojka Ravbar	članica uprave	SKB banka d.d.
mag. Nina Mazgan	manager	Meta Group d.o.o.
dr. Maks Tajnikar	redni profesor	Ekonomska fakulteta, UL
mag. Vladimir Bukvič	izvršni direktor	Cimos d.d.
mag. Rado Pezdir	višji predavatelj	Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije
dr. Tea Petrin	redna profesorica	Ekonomska fakulteta, UL
dr. Viljem Pšeničny	državni sekretar	Ministrstvo za gospodarstvo
mag. Maja Tomanič Vidovič	direktorica	Slovenski podjetniški sklad
Željko Radilovič	direktor	Preskok d.o.o.
Igor Plestenjak	direktor	Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije
dr. Mateja Drnovšek	izredna profesorica	Ekonomska fakulteta, UL
dr. Borut Likar	izredni profesor	Fakulteta za management Koper, UP
mag. Zlatko Erlih	direktor	Sun d.o.o
dr. Karin Širec	docentka	Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM
mag. Iztok Lesjak	direktor	Tehnološki park Ljubljana
mag. Janko Burgar	vodja sektorja	Ministrstvo za gospodarstvo
dr. Lidija Honzak	direktorica	Ljubljanski univerzitetni inkubator
dr. Neža Finžgar	direktorica	Envit, okoljske tehnologije in inženiring d.o.o.
mag. Tadej Krošlin	direktor razvoja	Gorenje Surovina d.o.o.
Viljenka Godina	direktorica	Ekonomski inštitut Maribor d.o.o.
mag. Aljoša Huber	projektni direktor	Svetloba d.o.o.
Matej Potokar	generalni direktor	Microsoft Slovenija d.o.o.

dr. Maja Bučar	izredna profesorica	Fakulteta za družbene vede, UL
mag. Samo Hribar Milič	generalni direktor	Gospodarska zbornica Slovenije
mag. Simon Ravnič	član uprave	Skupina Panvita d.d.
mag. Edita Granatir Lapuh	generalna direktorica	Direktorat za podjetništvo in konkurenčnost, MG
dr. Boštjan Antončič	redni profesor	Fakulteta za management Koper, UP; Ekonomska fakulteta, UL
dr. Anton Habjanič	direktor	Tehnocenter UM d.o.o.
dr. Bojan Rosi	docent	Fakulteta za logistiko, UM
Irena Praček	direktorica	Javna agencija RS za energijo
dr. Andrej Fištravec	višji svetovalec	Zavod RS za šolstvo, Evropski strukturni skladi
dr. Metka Stare	znanstvena svetnica	Fakulteta za družbene vede, UL
Primož Kaučič	odgovorni urednik	revija Podjetnik
Tomaž Dimnik	direktor poslovanja	Moje delo, spletni marketing d.o.o.
dr. Alenka Žnidaršič Kranjc	predsednica uprave	Prva osebna zavarovalnica d.d.
Blaž Kos	direktor	Poslovni angeli Slovenije, Venturelab d.o.o.
Danila Žuraj	srednješolska profesorica v pokoju	Srednja ekonomska šola Maribor
dr. Jaka Vadnjal	izredni profesor	Gea College d.d.
dr. Damijan Mumel	redni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM

Raziskovalni timi in sponzorji GEM v letu 2011

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Alžirija	CREAD	Abedou Abderrahmane Bouyacoub Ahmed Kherbachi Hamid Cherrad Salah Eddine Setti Zakia	German Development Cooperation (Deutsche Gesellschaft fuer Internationale Zusammenarbeit, GIZ)	
Argentina	IAE - Business School	Silvia Torres Carbonell Aranzazu Echezarreta Juan Martin Rodriguez Hector Rocha	Banco Santander Rio Buenos Aires City Government	MORI Argentina
Avstralija	Queensland University of Technology	Per Davidsson Paul Steffens Michael Stuetzer	Municipality of Tuzla Government of Tuzla Canton Foundation of Tuzla Community	Q&A Market Research
Bangladeš	International Islamic University Chittagong	Mohammed Shamsul Karim Shamim Uddin Khan Abul Kalam Azad Abbas Ali Khan Sirajuddowla Shaheen Syed Md. Ather S.M. Shafiqul Islam A. J. M. Nuruddin Chowhdury ANM Meshquat Uddin M. Tahlil Azim Jerry Nicholson Md. Musharrof Hossain Md. Moazzam Husain Mark Hart	USAID (United States Agency International Development) Aston University	Org-Quest Research Limited
Barbados	The Cave Hill School of Business, The University of the West Indies	Marjorie Wharton Donley Carrington Jeannine Comma Paul Pounder	International Development Research Centre (IDRC)	Systems Consulting Ltd.
Belgija	Vlerick Leuven Gent Management School	Jan Lepoutre Mathias Cobben Jacob Vermeire	STOIO (Flemish Research Organisation for Entrepreneurship and International Entrepreneurship) EWI (Department of Economy, Science and Innovation)	Dedicated Research

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Bosna in Hercegovina	Center for Entrepreneurship Development Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	Bahrija Umihanić Rasim Tulumović Mirela Arifović Slađana Simić Aziz Šunje Slobodan Marković Zdenko Klepić Selma Poljić	Federal Ministry of Development, Entrepreneurship and Crafts Ministry of Development and Entrepreneurship of Tuzla Canton Municipality of Tuzla BIT center Tuzla Independent Development Bureau Modriča	IPSOS d.o.o. Sarajevo
Brazilija	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	Simara Maria de Souza Siveira Greco César Rissete Eduardo Camargo Righi Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia Duarte	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae Serviço Social da Indústria - SESI- Departamento Regional do Paraná	Bonilha Comunicaçãoe Marketing S/C Ltda. Bonilha Pesquisa
	Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas – FGV-EAESP	Gilberto Sarfati Joana Paula Machado Júlio César Felix Laura Pansarella Marcelo Aidar Mario Tamada Neto Rene Rodrigues Fernandes Romeu Herbert Friedlaender Jr. Tales Andreassi	Universidade Federal do Paraná - UFPR Instituto de Tecnologia do Paraná - Tecpar Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas – FGV-EAESP	
Čile	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Carlos Poblete Carlos Albornoz Gianni Romani	InnovaChile Corfo SOFOFA (Federation of Chilean Industry) Endeavor Chile	Opina S.A.
Češka	University of Economics, Prague	Martin Lukes Martina Jakl	Ministry of Industry and Trade	Factum Invenio
Danska	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Poul Rind Christensen Kim Klyver Ann H. Clarke Majbritt Rostgård Evald Kent Wickstrøm Jensen Jesper Pihl Kristin B. Munksgård Heidi R. Nielsen Mette S. Nielsen Pia S. Nielsen Mahdokht Sedaghat Mohammad Reza Zali Jonathan Levie Mick Hancock Shahamak Rezaie	Capacent Epinion	Catinet
Finska	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen Jarna Heinonen Tommi Pukkinen Pekka Stenholm	Ministry of Employment and the Economy Turku School of Economics	Taloustutkimus Oy
Francija	EMLYON Business School	Alain Fayolle Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Grčija	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Aggelos Tsakanikas Stelina Chatzichristou	National Bank of Greece	Datapower SA
Gvatemala	Universidad Francisco Marroquin	Hugo Maúl Jaime Diaz Irene Flores David Casasola Mónica de Zelaya Lisardo Bolaños	Universidad Francisco Marroquin	Khanti, S.A.
Hrvaška	J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Suncica Oberman Peterka Djula Borozan	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics CEPOR - SMEs and Entrepreneurship Policy Center, Zagreb	Puls d.o.o., Zagreb
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan Nezameddin Faghieh Ali .Akbar Moosavi-Movahedi Leyla Sarafraz Asadolah kordmaej Jahangir Yadollahi Farsi Mahmod Ahamadpour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Zali Mohammad Reza Sepehri Ali Rezaean	Iran's Ministry of Labour and Social Affairs, Iran's Labour and Social Security Institute (LSSI)	
Irska	Fitzsimons Consulting Dublin City University Business School	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman	Enterprise Ireland Forfas	IFF
Jamajka	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj Patrice Farquharson Mauvalyn Bowen Vanetta Skeete Reginald Nugent Horace Williams, D.B.A. Joan Lawla Orville Reid	IDRC (International Development Research Centre) University of Technology, Jamaica	KOCI Market Research and Data Mining Services
Japonska	Keio University	Takehiko Isoe	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 Miranda Simrie	Swiss South African Cooperation Initiative (SSACI) South African Breweries (SAB) Small Enterprise development Agency (SEDA)	Nielsen South Africa
Kitajska	Tsinghua University	Gao Jian Qin Lan Jiang Yanfu Cheng Yuan Li Xibao	School of Economics and Management, Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Kolumbija	Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad del Norte Universidad Icesi Universidad de los Andes	Fernando Pereira Fabian Osorio Alberto Arias Liyis Gómez Núñez Ph.D Piedad Martínez Carazo Ph.D César Figueroa Socarrás Rodrigo Varela Villegas Ph.D Luis Miguel Álvarez Vanegas Juan David Soler Libreros Raúl Fernando Quiroga Marín Rafael Augusto Vesga Fajardo Diana Carolina Vesga		Centro Nacional de Consultoría
Koreja	Gyeongnam National University of Science and Technology (GnTech)	Sung-sik Bahn Sanggu Seo Kyung-Mo Song Dong-hwan Cho Jong-hae Park Min-Seok Cha	Small and Medium Business Administration(SMBA) Kumwoo Industrial Machinery, Co. Hanaro Tech Co., Ltd. Korea Aerospace Industries, Ltd (KAI) Taewan Co., Ltd.	Hankook Research Co
Latvija	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Marija Krumina Vyacheslav Dombrovsky Anders Paalzow Alf Vanags	TeliaSonera AB	SKDS
Litva	International Business School at Vilnius University	Mindaugas Lauzikas Erika Vaiginiene Aiste Miliute Vikinta Rosinaite Skaiste Batuleviciute	International business school at Vilnius university Enterprise Lithuania Lithuanian Ministry of Economy	RAIT Ltd.
Madžarska	University of Pécs Faculty of Business and Economics	László Szerb József Ulbert Attila Varga Gábor Márkus Attila Petheő Dietrich Péter, Zoltán J. Ács Terjesen Sírí Saul Estrin Ruta Aidis	OTKA Research Foundation Theme number K 81527 Regional Studies PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics Business Administration PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics Management and Business Administration PhD Programme of the Corvinus University of Budapest Start Tőkegarancia Zrt	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet
Malezija	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier Leilanie BT Mohd Nor Mohar Bin Yusof Dewi Amat Sapuan Noorseha Binti Ayob Mohd Hanif bin Mohd Helmi	Universiti Tun Abdul Razak	Rehanstat
Mehika	Tecnológico de Monterrey	Mario Adrián Flores Marcia Campos Elvira Naranjo Natzin López	Tecnológico de Monterrey Campus León Rectoría de Escuelas Nacionales de Posgrado EGADE Business School y EGAP	Alduncin y Asociados

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Nemčija	Leibniz Universität Hannover Institute for Employment Research (IAB) of the German Federal Employment Agency (BA)	Rolf Sternberg Udo Brixy Arne Vorderwülbecke	Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie, Leibniz Universität Hannover	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM), Bonn
Nigerija	TOMEB Foundation for Sustainability & Youth Development Business School Netherlands Nigeria	Rilwan Aderinto Tunde Popoola Luqman Olatokunbo Obileye Abubakar Sadiq Kasum Lere Baale	USAID (United States Agency International Development) TOMEB Foundation for Sustainability & Youth Development MarketSight Consultancy Limited Business School Netherlands Nigeria	MarketSight Consultancy Limited
Nizozemska	EIM Business & Policy Research	Jolanda Hessels Peter van der Zwan Sander Wenckers André van Stel Roy Thurik Philipp Koellinger Ingrid Verheul Niels Bosma	Ministry of Economic Affairs, Agriculture and Innovation	Stratus
Norveška	Bodø Graduate School of Business	Erlend Bulvåg Lars Kolvereid Bjørn Willy Åmo Eirik Pedersen	Innovation Norway Ministry of Industry and Trade Bodø Innovation Center Bodø Graduate School of Business	Polarfakta
Pakistan	Center for Entrepreneurial Development, IBA, Karachi	Sarfraz A. Mian Zafar A. Siddiqui M. Shahid Qureshi Shahid R. Mir Moeid Sultan	Institute of Business Administration (IBA), Karachi USAID (United States Agency for International Development)	Oasis International
Palestina	MAS Institute	Samir Abdullah Yousef Daoud Tareq Sadeq Alaa Tartir Muhanad Hamed Ibrahim Shikaki	International Development Research Centre- IDRC The Arab Fund for Economic & Social Development (AFESD)	The Palestine Central Bureau of Statistics (PCBS)
Panama	Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) Panama and City of Knowledge Foundation	Federico Fernández Dupouy Manuel Lorenzo Andrés León Manuel Arrocha	The Authority of the Micro, Small and Medium Enterprises IPSOS	IPSOS
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida Oswaldo Morales Keiko Nakamatsu	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship	Imasen
Poljska	University of Economics in Katowice	Przemysław Zbierowski Anna Tarnawa Paulina Zadura-Lichota Dorota Węćławska Mariusz Bratnicki Wojciech Dyduch Bartłomiej J. Gabryś Rafał Kozłowski Izabella Kozłowska Joanna Pach Iwona Karaś	Polish Agency for Enterprise Development University of Economics in Katowice	

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Portugalska	Sociedade Portuguesa e Inovação (SPI) ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)	Augusto Medina Luís Reto António Caetano Nelson Ramalho Douglas Thompson Rui Monteiro João Rodrigues Nuno Gonçalves Ana Ribeiro	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)	GfKMetris (Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, S.A.)
Romunija	Babeş-Bolyai University, Faculty of Economics and Business Administration	Tünde Petra Petru Annamária Benyovszki Ágnes Nagy István Pete Lehel Györfy Dumitru Matiş Levente Szász Eugenia Matiş	Babeş-Bolyai University of Cluj-Napoca OTP Bank Romania Asociația Pro Oeconomica	Metro Media Transilvania
Rusija	State University - Higher School of Economics Saint Petersburg University - Graduate School of Management	Alexander Chepurenko Olga Obratsova Tatiana Alimova Maria Gabelko Ekaterina Murzacheva Ekaterina Popovskaya Olga Verkhovskaya Maria Dorokhina Galina Shirokova	State University - Higher School of Economics Saint Petersburg University - Graduate School of Management	Levada-Center
Singapur	Nanyang Technological University	Ho Moon-Ho Ringo Olexander Chernyshenko Chan Kim Yin Alex Lin Rosa Kang LAI Yoke Yong Olwen Bedford Jonathan Phan	Nanyang Technological University NTU Ventures Pte Ltd	Joshua Research Consultants Pte Ltd
Slovaška	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova Zuzana Kovacicova Maria Bohdalova Marian Holienka Jan Rehak Jozef Komornik Peter Starchon	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management National Agency for Development of Small and Medium Enterprises Central European Foundation	Ipsos Tambor SR, spol. s r. o. www.ipsos.sk
Slovenija	University of Maribor, Faculty of Economics and Business	Miroslav Rebernik Polona Tominc Katja Crnogaj	Ministry of Economy Slovenian Research Agency Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij na EPF, UM	RM PLUS

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Španija	Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura Universidad Autónoma de Madrid Universidad Autónoma de Barcelona Universidad Miguel Hernández Instituto Vasco de Competitividad Orkestra Universidad de Murcia Confederación de Empresarios de Galicia Universidad de Cantabria Universidad de Navarra/ Servicio Navarro de Empleo Universidad de Zaragoza Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Madrid Emprende	Alicia Coduras Ricardo Hernández Juan Carlos Díaz Isidro de Pablo Yancy Vaillant José M ^a Gómez Iñaki Peña Antonio Aragón Araceli de Lucas F. Javier Martínez Martín Larraza Lucio Fuentelsaz Rosa M ^a Batista Iñaki Ortega	Fundación Xavier de Salas GEM España	Instituto Opinometre S.L.
Švedska	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm Per Thulin Kristina Nyström Carin Holmquist Ulrika Stuart Hamilton	Vinnova Confederation of Swedish Enterprise	DEMOSKOP
Švica	School of Business Administration, Fribourg University of Applied Sciences, Lugano ETH Zurich	Rico Baldegger Muriel Berger Andreas Brühlhart Sabine Frischknecht Pascal Wild Siegfried Alberton Andrea Huber Fredrik Hacklin Onur Saglam Pius Baschera	Commission for Technology and Innovation (KT/CTI) School of Business Administration, Fribourg	gfs, Bern
Tajska	Bangkok University (CEDI - Creative Entrepreneurship Development Institute)	Pichit Akrathit Koson Sapprasert Navaphol Viriyakunkit Vichate Tantiwanich Luckxawan Pimsawadi Veerapong Malai Yupana Wiwattanakantang Sarn Aksaranugraha	Bangkok University	TNS Research International Thailand
Tajvan	National Chengchi University China Youth Career Development Association Headquartere (CYCDA)	Chao-Tung Wen Chang-Yung Liu Su-Lee Tsai Yu-Ting Cheng Yi-Wen Chen Ru-Mei Hsieh Chung-Min Lo Shih-Feng Chou	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs	NCCU Survey Center
Trinidad in Tobago	Arthur Lok Jack Graduate School of Business, University of the West Indies	Miguel Carrillo Henry Bailey Abhijit Bhattacharya Marvin Pacheco	International Development Research Centre (IDRC)	Mary King and Associates Ltd.

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Turčija	Yeditepe University Small and Medium Development Organization (KOSGEB)	Esra Karadeniz	Yeditepe University Small and Medium Development Organization (KOSGEB)	Akademetre
Urugvaj	University of Montevideo	Leonardo Veiga Pablo Regent Fernando Borraz Alvaro Cristiani Cecilia Gomeza Santiago Ramos Lucila Arboleaya	University of Montevideo Banco Santander Uruguay	Equipos Mori
Velika Britanija	Aston Business School	Mark Hart Jonathan Levie Michael Anyadike-Danes Yasser Ahmad Bhatti Aloña Martiarena Arrizabalaga Mohammed Karim Erkko Autio Liz Blackford Mohammed Shamsul Karim	Department for Business, Innovation and Skills PRIME (The Prince's Initiative for Mature Enterprise) Welsh Assembly Government Invest Northern Ireland Hunter Centre for Entrepreneurship, Strathclyde University Enterprise UK Birmingham City Council	IFF Research Ltd
Venezuela	Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA)	Nunzia Auletta Rebeca Vidal Aramís Rodríguez Edwin Ojeda		Datanalisis
Združeni arabski emirati	Institute for Social & Economic Research - Zayed University	Mouawiya Al Awad Constance Van Horne Victor Huang	Khalfa Fund for Enterprise Development - Abu Dhabi - UAE	
Združene države Amerike	Babson College	Donna Kelley Abdul Ali Candida Brush Marcia Cole Gang Hu Mehdi Majbouri Diana Hechavarria Moriah Meyskens Peter Fleming Monica Dean Thomas S. Lyons Joseph Onochie Albert Suhu Ivory Phinisee Edward Rogoff	Babson College Baruch College	OpinionSearch Inc.



Literatura

1. Arenius, P. in Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship, *Small Business Economics*, 24(3): 233-247.
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 MA: The MIT Press.
4. Becker, G.S. (1964). *Human capital*. New York: Columbia University Press.
5. Blanchflower D. (2004). Self-Employment: More May Not Be Better, *Swedish Economic Policy Review*, 11(2): 15-74.
6. Bosma, N. in Levie, J. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Executive Report*, Babson College, London Business School, and GERA.
7. Bosma, N. in Schutjens, V. (2009). Mapping entrepreneurial activity and entrepreneurial attitudes in European regions, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 7(2): 191-213.
8. Bosma, N. in Schutjens, V. (2011). Understanding regional variations in entrepreneurial activity and entrepreneurial attitude in Europe, *The Annals of regional science*, 47(3): 711-742.
9. Bosma, N., Wennekers, S. in Amoros, J.E. (2012). *2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe*, Global Entrepreneurship Monitor 2011, London: GERA.
10. Duh, M. (2009). Distinctive Characteristic of Family Businesses and Supporting Infrastructure: Comparison of Slovenia with EU and other Countries. V: K. Širec, M. Rebernik (Ur.), *Dynamics of Slovenian Entrepreneurship, Slovenian Entrepreneurship Observatory 2008*, Maribor: Faculty of Economics and Business, UM.
11. Hart, D.M. (2003). Entrepreneurship Policy: What It Is and Where It Came From. V: D.M. Hart (Ur.), *The Emergence of Entrepreneurship Policy – Governance, Start-ups, and Growth in the U.S. Knowledge Economy*. Cambridge: Cambridge University Press.
12. Holcombe, R. (2003). The Origins of Entrepreneurial Opportunities, *Review of Austrian Economics*, 16(1): 25-43.

13. Kautonen, T., Down, S. in South, L. (2008). Enterprise support for older entrepreneurs: the case of PRIME in the UK, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 14(2): 85-101.
14. Kelley, D., Bosma, N. in Amoros, J.E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor, 2010 Global Report*, Babson College, Universidad del Desarrollo, London Business School, and GERA.
15. Klein, N. (2008): *Doktrina šoka: razmah uničevalnega kapitalizma*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
16. Koellinger, P., Minniti, M. in Schade, C. (2005). *I Think I Can, I Think I Can: Overconfidence and Entrepreneurial Behavior*, Discussion papers 501, Berlin: DIW, German Institute for Economic Research.
17. Lévesque, M. in Minniti, M. (2006). The Effect of Aging on Entrepreneurial Behavior, *Journal of Business Venturing*, 21(2): 177-194.
18. McMullen, J.S. in Shepherd, D.A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur, *Academy of Management Review*, 31(1): 132-152.
19. Morris, R. (2011). *2011 High-Impact Entrepreneurship Global Report*. Center for High-Impact at Endeavor. Dostopno na: [<http://www.gemconsortium.org/docs/download/295>].
20. Porter, M.J., Sachs, J. in McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. V: M.J. Porter, P.K. Sachs, J.W. Cornelius, J. Mc Arthur, K. Schwab (Ur.), *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, New York: Oxford University Press, 16-25.
21. Rebernik, M. in Bradač, B. (2011). From Making the State to Institutionalizing Entrepreneurship Policy in Slovenia. V: F. Welter, D. Smallbone (Ur.), *Handbook of Research on Entrepreneurship Policies in Central and Eastern Europe*, UK: Edward Elgar.
22. Rebernik, M., Tominc, P. in Crnogaj, K. (2011). *Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva: GEM Slovenija 2010*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM (Slovenski podjetniški observatorij).
23. Rebernik, M., Tominc, P. in Pušnik, K. (2009). *Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM, (Slovenski podjetniški observatorij).
24. Rebernik, M., Tominc, P. in Pušnik, K. (2010). *Slovensko podjetništvo v letu krize: GEM Slovenija 2009*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM, (Slovenski podjetniški observatorij).
25. Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P. in Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003, *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
26. Schumpeter, J.A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper.
27. Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship. The Individual-Opportunity Nexus*. Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
28. Sobel, R.S., Clark, J.R. in Dwight, R.L. (2007). Freedom, barriers to entry, entrepreneurship, and economic progress, *The Review of Austrian Economics*, 20(4): 221-236.
29. South, L. in Stobie, I. (2010). *Olderpreneurs outcomes revisited: A PRIME Report 2010*, London: The Prime Initiative.

30. Stam, E., Bosma, N., Van Witteloostuijn, A., De Jong, J., Gogaert, S., Edwards, N. in Jaspers, F. (2012). *Ambitious Entrepreneurship. A review of the academic literature and new directions for public policy*, AWT report, 41. The Hague: AWT.
31. Stam, E., Hartlog, C., van Stel, A. in Thurik, R. (2009). *Ambitious entrepreneurship, high-growth firms and macroeconomic growth*, EIM Research Reports H200911, Zoetermeer: EIM.
32. Stam, E., Hartlog, C., van Stel, A. in Thurik, R. (2011). *Ambitious Entrepreneurship, High-Growth Firms, and Macroeconomic Growth*. V: M. Minniti (Ur.), *The Dynamics of Entrepreneurship; Evidence from the Global Entrepreneurship Monitor Data*, New York: Oxford University Press, 231-249.
33. Širec, K. in Rebernik, M. (2011). *Izobraževanje za podjetnost in podjetništvo*, *Pedagoška obzorja*, 26(4): 129-145.
34. Van Stel, A., Carree, M. in Thurik, R. (2004). *The Effect of entrepreneurship on National Economic Growth: an analysis using the GEM database*. Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy, Jena Germany: Max Planck Institute for Research into Economic Systems, Group Entrepreneurship, Growth and Public Policy.
35. Van Stel, A., Carree, M. in Thurik, R. (2005). *The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth*, Jena Research papers, Jena: Max Planck Institute for Research into Economic Systems.

Priloga 1: Ključne GEM mere

Mera	Opis
<i>Odnos do podjetništva in njegovo dojetje (Entrepreneurial Attitudes and Perceptions)</i>	
Zaznane priložnosti (Perceived opportunities)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katerokoli 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. letom (posamezniki, ki so vključeni v katerokoli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki verjamejo, da imajo potrebne veščine in znanje, da bi ustanovili podjetje.
Podjetniške namere (Entrepreneurial intention)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katerokoli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki so latentni podjetniki, saj nameravajo v roku treh let ustanoviti podjetje.
Stopnja strahu pred neuspehom (Fear of failure rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katerokoli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki navajajo, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja.
Podjetništvo kot zaželena podjetniška izbira (Entrepreneurship as desirable career choice)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi podjetništvo zaželena poklicna izbira.
Visok status uspešnega podjetništva (High-status successful entrepreneurship)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se strinjajo s trditvijo, da so v njihovi državi uspešni podjetniki spoštovani in ugledni.
Zanimanje medijev za podjetništva (Media attention for entrepreneurship)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi v javnih medijih pogosto videti zgodbe o uspešnih novih podjetjih.
Motivacijski indeks (Entrepreneurial motivation index)	Razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti.
<i>Podjetniška aktivnost (Entrepreneurial Activity)</i>	
Stopnja nastajajočega podjetništva (Nascent entrepreneurship rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno nastajajoči podjetniki, tj. so aktivno vpleteni v ustanavljanje podjetja, ki bo v celoti ali delno v njihovi lasti; podjetje lastnikom še ni izplačevalo plač, nadomestil ali drugih prihodkov dlje kot tri mesece.
Stopnja novega podjetništva (New business ownership rate)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno lastniki/managerji novega podjetja, to pomeni, da so lastniki in vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodke več kot tri mesece, a manj kot 42 mesecev.

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

Mera	Opis
Zgodnja podjetniška aktivnost v tehnoloških sektorjih: relativni delež (Early-stage entrepreneurial activity in technology sectors: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki so aktivni v »visokotehnoloških« ali »srednjetehnoloških« sektorjih, kot jih klasificira OECD.
Mednarodno usmerjena zgodnja podjetniška aktivnost: relativni delež (International oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki navajajo, da je vsaj 25 % njihovih kupcev iz drugih držav. Na osnovi podatkov 2009–2011.
Podjetniška aktivnost zaposlenih (Entrepreneurial Employee Activity)	
Podjetniška aktivnost zaposlenih (Entrepreneurial Employee Activity-EEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno vključeni v razvoj nove podjetniške dejavnosti za svojega delodajalca in imajo pri tem udeležbo vodenje vlogo.
Podjetniška aktivnost zaposlenih v zasebnem sektorju (Private sector entrepreneurial employee activity-PEEA)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki so trenutno vključeni v razvoj nove podjetniške dejavnosti za svojega delodajalca v zasebnem sektorju in imajo pri tem udeležbo vodenje vlogo. Zato PEEA predstavlja podskupino mere EEA.
Podpora delodajalca podjetniški aktivnosti zaposlenih (Employer's support for entrepreneurial employee activity)	Odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki navaja, da njihov delodajalec zagotavlja zaposlenim vsaj nekaj podpore pri novih idejah.



Dr. Miroslav Rebernik je redni profesor za ekonomiko podjetja in za podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Bil je gostujoči profesor na Portland State University ter dobitnik Fulbrightove raziskovalne štipendije na Babson College. Sodeloval je na več kot 70 domačih in tujih strokovnih in znanstvenih konferencah, je avtor več knjig in poglavij v številnih monografijah, ki so izšle doma in v tujini, vodil je številne domače in mednarodne konference ter uredil njihove zbornike. Je vodja programskega odbora Mednarodne konference o podjetništvu in inoviranju PODIM (www.podim.org), predsednik sveta univerzitetnega inkubatorja Tovarna podjetjov (www.tovarnapodjetjov.org), predsednik strokovne komisije tekmovanja »Start:up Slovenija«, član ekspertne komisije Evropske komisije SME Policy Relevant Research ter do nedavnega član Upravnega odbora European Council for Small Business. Sodeluje v uredniških in recenzijskih odborih revij International Journal of Entrepreneurial Venturing, Economic Review: Journal of Economics and Business in Journal of Global Entrepreneurship Research. Je vodja raziskovalnega programa Podjetništvo za inovativno družbo in vodja raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor Slovenija ter Slovenski podjetniški observatorij.



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



Katja Crnogaj, mag. je asistentka za podjetništvo in ekonomiko podjetja na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Kot raziskovalka Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij na tej fakulteti je sodelovala pri številnih domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je članica raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor Slovenija in Slovenski podjetniški observatorij ter aktivno sodeluje v Ciljnem raziskovalnem programu »Konkurenčnost Slovenije«. Svoje izobraževanje nadaljuje na doktorskem študiju ter se raziskovalno trenutno ukvarja z razumevanjem vplivnih dejavnikov podjetništva v povezavi z gospodarskim in družbenim napredkom, podjetniškimi merami in drugimi področji podjetništva in ekonomike podjetja.

