



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



MIROSLAV REBERNIK
POLONA TOMINC
MIROSLAV GLAS
KARIN ŠIREC RANTAŠA

Spodbujati in ohraniti razvojne ambicije

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR SLOVENIJA 2003

MARIBOR, MAJ 2004

CIP Kataločni zapis o publikaciji
Univerzitetna knjičnica Maribor

658(497.4)

SPODBUJATI in ohraniti razvojne ambicije :
Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2003 /
Miroslav Rebernik ... [et al.]. - Maribor -
Ekonomsko-poslovna fakulteta, Inštitut za podjetništvo
in management malih podjetij, 2004

ISBN 961-6354-40-X

1. Rebernik, Miroslav

COBISS-ID 49826817

Naslov publikacije: Spodbujati in ohraniti razvojne ambicije: Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2003
Avtorji: Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Miroslav Glas, Karin Širec Rantaša
Lektor: mag. Igor Ričnar
Izdala in zaločila: Univerza v Mariboru,
Ekonomsko-poslovna fakulteta,
Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij
Leto izida: 2004
Oblikovanje: Grafična delavnica Črka, Maribor
Tisk: Koda Press - tiskarna Saje, Maribor
Naklada: 300 izvodov

ISBN 961-6354-40-X



Publikacija je eden izmed rezultatov temeljnega raziskovalnega projekta *J-5-3299-0585 01 03* in ciljnega raziskovalnega projekta *CRP 3311-01-828 524*, ki ju izvajamo na Inštitutu za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru in ju sofinancirata Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport ter Ministrstvo za gospodarstvo.

© Copyright Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, 2004

Kopiranje in razmnoževanje brez pisnega dovoljenja Ekonomsko-poslovne fakultete je prepovedano!

Na podlagi zakona o davku na dodano vrednost (Ur. list RS št. 89/98) in 41. čl. zakona o izvrševanju proračuna RS za leto 2002 in 2003 (Ur. list RS št. 103/2001) spada knjiga med proizvode, za katere se obračunava DDV po veljavni stopnji.



KAZALO

Stran

	PREDGOVORI	
	UVODNI POVZETEK	1
1	GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR	5
1.1	Zgodovina projekta	5
1.2	Teoretični model GEM	5
1.3	Viri podatkov	6
1.4	Mere podjetniške aktivnosti	7
1.5	GEM Slovenija 2003	8
2	KAKO PODJETNA JE SLOVENIJA	9
2.1	Razprostranjenost podjetništva v svetu	9
2.2	Stopnja celotne podjetniške aktivnosti v letu 2003	9
2.3	Podjetništvo zaradi priložnosti in zaradi nujnosti	11
2.4	Nastajajoči in novi podjetniki	12
2.5	Moški in ženske v podjetništvu	14
2.6	Tvegani kapital in neformalno investiranje	16
2.7	Razvojna naravnost slovenskih podjetnikov	17
3	PODJETNIŠKO OKOLJE	23
3.1	Ocena pogojev za podjetništvo v Sloveniji	23
3.2	Finančna podpora	24
3.3	Vladne politike	25
3.4	Vladni programi	26
3.5	Izobraževanje in usposabljanje	27
3.6	Prenos raziskav in razvoja	28
3.7	Zaščita intelektualne lastnine	29
3.8	Poslovna in strokovna infrastruktura	30
3.9	Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu	31
3.10	Dostop do fizične infrastrukture	33
3.11	Odnos do žensk v podjetništvu	34
3.12	Kulturne in družbene norme	35
3.13	Podjetniške priložnosti, usposobljenost in motivacija	37
3.14	Deset najboljših in najslabših ocen	39
4	SKLEPI IN PRIPOROČILA	41
4.1	Povečanje ravni podjetniških znanj	41
4.2	Ustvarjanje pozitivnega odnosa do podjetništva	41
4.3	Razvijanje dostopa do finančnih sredstev	42
4.4	Razvoj ženskega podjetništva	42
4.5	Nadaljnji razvoj podjetniške politike in programov	42
4.6	Prenos izsledkov iz raziskav in razvoja	42
	Opombe	44

SEZNAM SLIK

Stran

Slika 1	GEM v svetovnem merilu	5
Slika 2	Konceptualni GEM model	6
Slika 3	Štiriletno povprečje TEA indeksa	9
Slika 4	Stopnja celotne podjetniške aktivnosti v Evropi	11
Slika 5	Stopnja celotne podjetniške aktivnosti	10
Slika 6	TEA indeks 2002 in 2003	11
Slika 7	Stopnja podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti	13
Slika 8	Stopnja podjetniške aktivnosti zaradi nujnosti	13
Slika 9	TEA za nova in nastajajoča podjetja	14
Slika 10	Moški in ženske v podjetništvu	15
Slika 11	TEA indeksi po starostnih skupinah	15
Slika 12	TEA po spolu, glede na starost	15
Slika 13	Delež naložb tveganega kapitala v BDP	16
Slika 14	Neformalni investitorji	17
Slika 15	Razvojna naravnost odraslega prebivalstva	18
Slika 16	Razvojna naravnost podjetnikov	19
Slika 17	Finančna podpora	24
Slika 18	Ocena elementov finančne podpore	25
Slika 19	Vladne politike – podpora	25
Slika 20	Vladna politika – regulativa	26
Slika 21	Ocena elementov vladne politike	26
Slika 22	Vladni programi	26
Slika 23	Ocena elementov vladnih programov	27
Slika 24	Izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah	27
Slika 25	Izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli	28
Slika 26	Ocena elementov izobraževanja in usposabljanja	28
Slika 27	Prenos raziskav in razvoja	29
Slika 28	Ocena elementov prenosa raziskav in razvoja	29
Slika 29	Zaščita intelektualne lastnine	30
Slika 30	Ocena elementov zaščite intelektualne lastnine	30
Slika 31	Poslovna in strokovna infrastruktura	31
Slika 32	Ocena elementov poslovne in strokovne infrastrukture	31
slika 33	Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – hitrost sprememb	32
Slika 34	Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – vstopne ovire	32
Slika 35	Ocena elementov odprtosti in konkurenčnosti na notranjem trgu	32
Slika 36	Dostop do fizične infrastrukture	33
Slika 37	Ocena elementov dostopa do fizične infrastrukture	33
Slika 38	Odnos do žensk v podjetništvu	34
Slika 39	Ocena elementov odnosa do žensk	34
Slika 40	Kulturna in družbena podpora podjetništvu (mnenje izvedencev)	36
Slika 41	Kulturna in družbena podpora podjetništvu (mnenje prebivalstva)	36
Slika 42	Kulturne in družbene norme	36
Slika 43	Ocena elementov kulturnih in družbenih norm	36
Slika 44	Zaznavanje poslovnih priložnosti	37
Slika 45	Ocena elementov zaznavanja poslovnih priložnosti	37

Slika 46	Podjetniška usposobljenost · · · · ·	37
Slika 47	Elementi podjetniške usposobljenosti · · · · ·	38
Slika 48	Podjetniška motivacija · · · · ·	38
Slika 49	Elementi podjetniške motivacije · · · · ·	38
Slika 50	Osebni podjetniški kontekst in TEA indeksi · · · · ·	39
Slika 51	Indeksi podjetniškega konteksta · · · · ·	39

SEZNAM TABEL

Tabela 1	Število TEA prebivalcev med GEM državami · · · · ·	10
Tabela 2	Podjetništvo zaradi priložnosti in zaradi nujnosti · · · · ·	12
Tabela 3	Kvocienti podjetniške aktivnosti · · · · ·	14
Tabela 4	TEA indeks po starosti in spolu · · · · ·	15
Tabela 5	Demografske značilnosti GEM podjetnikov · · · · ·	16
Tabela 6	Neformalni viri financiranja v svetovnem merilu · · · · ·	16
Tabela 7	TEA indeksi razvojne naravnosti za moške in ženske v Sloveniji, 2003 · · · · ·	18
Tabela 8	Korelacijski koeficienti med TEA indeksi v evropskih GEM državah, 2003 · · · · ·	19
Tabela 9	Razvojna naravnosti nastajajočih, novih ter ustaljenih podjetnikov in podjetnic v Sloveniji · · · · ·	19
Tabela 10	Korelacijski koeficient med podjetniško zmogljivostjo in razvojno naravnostjo · · · · ·	20
Tabela 11	Mere podjetniške aktivnosti · · · · ·	23
Tabela 12	Zbirni pregled podjetniških okvirov · · · · ·	24
Tabela 13	Primerjava stališč izvedencev in prebivalstva o družbeni sprejemljivosti podjetništva · · · · ·	35
Tabela 14	Deset najboljših in deset najslabše ocenjenih trditev · · · · ·	40



Globalni GEM tim

Enota	Ustanova	Člani	Sponzorji
GEM Project Directors	Babson College Business School London	William D. Bygrave Michael Hay	Ewing Marian Kauffman Foundation
GEM Project Coordinator	Babson College London Business School	Paul D. Reynolds	
GEM Coordination Team	Babson College	Paul D Reynolds William D. Bygrave Marcia Cole	
	London Business School	Paul D Reynolds Erkko Autio Michael Hay Stephen Hunt Isabel Servais Natalie DeBono Michelle Hale Caroline Johns Kristin Bekkeseth Nancy Chin Anwen Garston Michel Mouchiroud Bolo Olufunwa Emily Ng Shashank Pattekar Jagriti Patwari Ingvild Rytter Charles Conrad Uy Steven Haslett, Consultant Charles Palit, Consultant	Francis Finlay, Chairman and CEO, Clay Finlay, Inc. David Potter Foundation Fellow
Family Business Special Topic	Alfred University Oregon State University	Carol Wittmeyer Mark Green	Raymond Family Business Institute

Spisek sodelujočih timov

Tim	Ustanova	Člani	Sponzorji
Argentina	Center for Entrepreneurship IAE Management and Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Hector Rocha Florenca Paolini	IAE Management and Business School HSBC Private Equity Latin America
Australija	Australian Graduate School of Entrepreneurship, Swinburne University of Technology	Kevin Hindle Susan Rushworth Ann Copeland	Westpac Banking Corporation
Belgija	Vlerick Leuven Gent Management School, Ghent University	Dirk De Clercq Sophie Manigart Hans Crijns Bart Clarysse Frank Verzele David Zegers	Vlerick Leuven Gent Management School Steunpunt Ondernemerschap, Ondernemingen en Innovatie (Flemish Ministry of Economics) 4x4 Entrepreneurs (Walloon Ministry of Economics)
Brazilija	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná	Marcos Mueller Schlemm Simara Maria S. S. Greco Joana Paula Machado Nerio Aparecido Cardoso	SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Instituto Euvaldo Lodi do Parana

Tim	Ustanova	Člani	Sponzorji
Čile	ESE - Universidad de Los Andes	Alfredo Enrione Nicolás Besa David Kimber Ricardo Sanhueza	ESE Business School - Universidad de los Andes
Danska	University of Southern Denmark	Mick Hancock Torben Bager Lone Toftild Thomas Schoett Kim Klyver	Erhvervs- og Boligstyrelsen Ernst & Young (Denmark) IRF - Industriens Realkreditfond Danfoss Vækstfonden FUHU Boersen Tuborgfonden
Finska	Helsinki University of Technology	Erkko Autio Pia Arenius Anne Kovalainen	Ministry of Trade and Industry National Technology Agency Tekes
Francija	EM Lyon	Olivier Torres Isabel Servais Aurélien Eminet	Chaire Mérieux Entreprendre
Grčija	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Takis Politis	Greek Ministry of Development IOBE Sponsors
Hong Kong	The Chinese University of Hong Kong Shenzhen Academy of Social Sciences	Bee-Leng Chua David Ahlstrom Kevin Au Siu-Tong Kwok Cheung-Kwok Chee-Keong Low Shige Makino Hugh Thomas Le Zheng Wang Weili Dong Xiaoyuan	Trade and Industry Department, SME Development Fund, Hong Kong Government SAR Asia Pacific Institute of Business, The Chinese University of Hong Kong Chinese Executives Club, Hong Kong Management Association
Hrvaška	SME's Policy Centre - CEPOR Zagreb J. J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Sanja Pfeifer Natasa Sarlija Djula Borozan Suncica Oberman	Ministry of Crafts, Small and Medium Enterprises Open Society Institute - Croatia J.J. Strossmayer University in Osijek SME's Policy Centre – CEPOR, Zagreb
Islandija	Reykjavik University	Agnar Hansson Ludvik Eliasson Guðrún Mjöll Sigurðardóttir Halla Tomasdóttir Gylfi Zoega Rognvaldur Saemundsson	Reykjavik University Central Bank of Iceland The Confederation of Icelandic Employers New Business Venture Fund Prime Minister's Office
Irska	University College, Dublin	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman Frank Roche	Enterprise Ireland Intertrade Ireland
Italija	Bocconi University	Guido Corbetta Alexandra Dawson Ugo Lassini	Bocconi University
Japonska	Keio University University of Marketing & Distribution Sciences	Tsuneo Yahagi Takehiko Isobe	Monitor Company
Ju noafriška republika	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington John Orford Eric Wood	Liberty Group South African Breweries

Tim	Ustanova	Člani	Sponzorji
Kanada	École des Hautes Études Commerciales de Montréal (HEC-Montréal) University of British Columbia (UBC)	Nathaly Riverin Louis-Jacques Filion Daniel Muzyka Ilan Vertinsky Aviad Pe'er Oana Branzei	Chaire d'entrepreneuriat Rogers-J.-A. Bombardier, HEC Montréal Développement Développement Économique Canada, pour les régions du Québec Industry Canada, Small Business Policy Branch The W. Maurice Young Entrepreneurship and Venture Capital Centre The Social Sciences and Humanities Research Council of Canada
Kitajska	Tsinghua University Asia Institute of Babson College	Yanfu Jiang Jian Gao Yuan Cheng Qiong Qui Robert Ng Bing Xiao Jianfei Wang Qiuyue Zhong Xiao Zheng Ping Wei Keratha	School of Economics and Management, Tsinghua University National Entrepreneurship Research Center of Tsinghua University
Nemčija	University of Cologne	Rolf Sternberg Heiko Bergman Ingo Lueckgen	KfW Bankengruppe Ernst & Young
Nova Zelandija	New Zealand Centre for Innovation & Entrepreneurship UNITEC Institute of Technology	Alex Maritz Anton de Waal William D. Bygrave (Babson College) Dean Prebble Debbie Rolland Greg Wilson Helen Mitchell Howard Frederick John Blackham, Xsol Ltd John Thompson (University of Huddersfield) John WEBster Judi Campbell Matt Twomey Peter Carswell Prue Cruickshank Rt. Hon. Jenny Shipley, Former Prime Minister of New Zealand Shelley Eden Simon Peel Tim Boyd-White Vance Walker Yunxia Zhu	UNITEC Institute of Technology New Zealand Centre for Innovation and Entrepreneurship School of Management & Entrepreneurship School of Communication
Norveška	Bodo Graduate School of Business	Lars Kolvereid Svenn Are Jenssen Gry Agnete Alsos Eirik Pedersen Maiken Johansen Bjorn Willy Amo Erlend BullvAg Elin Oftedal	Ministry of Trade and Industry Bodo Graduate School of Business Kunnskapsparcken AS Bodo, Center for Innovation and Entrepreneurship Innovation Norway
Singapur	National University of Singapore Entrepreneurship Centre	Poh Kam Wong Finna Wong Lena Lee Yuen Ping Ho	Economic Development Board of Singapore National University of Singapore

Tim	Ustanova	Člani	Sponzorji
Slovenija	<i>Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, Ekonomsko-poslovna fakulteta Univerze v Mariboru</i>	<i>Miroslav Rebernik Polona Tominc Karin Širec - Rantaša Miroslav Glas Viljem Pšeničny</i>	<i>Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport Ministrstvo za gospodarstvo Pospševalni center za malo gospodarstvo Časnik Finance Obrtna zbornica Slovenije</i>
Španija	Instituto de Empresa	Alicia Coduras Paloma López Rachida Justo Ignacio de la vega	NAJETI Group Instituto de Empresa
	Catalonia		
	Universidad Autonoma	José M. Veciana Enric Genesca Yancy Vailant David Urbano	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona
	Andalucía		
	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro José Aurelio Medina Garrido José Daniel Lorenzo Gómez	Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico (Junta de Andalucía)
	Extremadura		
	Fundacion Xavier de Salas	Ricardo Hernández J Carlos Díaz	Sofiex Sodiex Caja Rural de Extremadura Foundation Los Santos de Maimona
Švedska	ESBRI Entrepreneurship and Small Business Research Institute	Magnus Aronsson Helene Thorgrimsson	Confederation of Swedish Enterprise Swedish Agency for Innovation Systems (VINNOVA) Swedish Business Development Agency (NUTEK) Swedish Institute for Growth Policy Studies (ITPS)
Švica	University of St. Gallen (KMU - HSG) IMD HEC-Lausanne Switzerland	Thierry Volery Benoit Leleux Georges Haour Bernard Surlemont Diego Chaantrain	KTI / CTI KMU - HSG IMD
Nizozemska	EIM Business & Policy Research	Sander Wennekers Niels Bosma Guido Brummelkamp Marco Mosselman Maarten Overweel Heleen Stigter Roy Thurik	Dutch Ministry of Economic Affairs
Uganda	Faculty of Commerce, Makerere University Business School	Thomas Walter Waswa Balunywa Peter Rosa Arthur Sserwanga Stefanie Barabas Rebecca Namatovu	European Union Bank of Uganda Spear Motors Ltd Makerere University Business School
Velika Britanija	London Business School The Work Foundation	Rebecca Harding Michael Hay Mark Cowling	Small Business Service Barclays Bank The Work Foundation South East of England Development Agency One North East InvestNI Entrepreneurial Working Party Ernst & Young
	Northern Ireland		
	Kingston University Economic Research Institute of Northern Ireland Invest NI	Mark Hart Maureen O'Reily Carol Keery	Invest NI



SLOVENIJA 2003

Tim	Ustanova	Člani	Sponzorji
	Scotland		
	University of Strathclyde	Jonathan Levie Wendy Brown Sarah Cooper	Hunter Centre for Entrepreneurship @ Strathclyde
	Wales		
	University of Glamorgan North East Wales Institute of Higher Education	David Brooksbank Dylan Jones-Evans	Welsh Development Agency
Zdru ene dr ave Amerike	Babson College	William D. Bygrave Paul D. Reynolds Maria Minniti Marcia Cole	Ewing Marion Kauffman Foundation
Venezuela	Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA)	Gastón Arévalo Roberto Vainrub	Grupo Mercantil Fundación IESA



SLOVENIJA 2003

Predgovori

Vizija dolgoročnega razvoja Slovenije kot podjetne družbe se zelo počasi oblikuje in še daleč je do družbenega konsensa o potrebi po koordiniranem sodelovanju podjetnikov in vlade ter o ustvarjanju spodbudnega okolja, v katerem se bo rojevalo čimveč novih podjetij, obstoječa podjetja pa bodo imela ambicijo rasti in se razvijati. Kot smo ugotavljali že v lanskem poročilu, je pred Slovenijo še dolga pot, da bi uresničila ambicije in se v Evropski uniji uveljavila kot napredna, inovativna in podjetna družba.

Slovenija bo morala storiti vse, da bi izkoristila svoje podjetniške potenciale in dohitela razvojni tempo najrazvitejših držav. Gospodarstvo lahko raste samo tako hitro in v tolikšni meri, kot rastejo podjetja. Po rezultatih GEM 2003 žal Slovenije še ne moremo uvrstiti med podjetne družbe v svetovnem merilu. Visoka smrtnost nastajajočih podjetij opozarja, da je treba podjetniško okolje preurediti ne samo, da bo spodbujalo podjetniške namere, ampak jih tudi negovalo in ohranjalo. Številni kazalniki uvrščajo Slovenijo v zaledje, vendarle pa lahko zasledimo nekatere zelo obetavne namige o tem, da podjetništvo pridobiva na veljavi. Zlasti spodbudne so visoke aspiracije po rasti, ki jih izkazujejo nastajajoči in novi podjetniki ter mnenje treh četrтин prebivalstva, da so posamezniki, ki so uspešni ustanovitelji podjetja, spoštovani in imajo visok družbeni status.

Podjetnost in ustvarjalnost sta ena najredkejših proizvodnih virov in v družbi znanja postajata odločilna razvojna dejavnika. Tako kot znanje samo: med tistimi, ki menijo, da imajo znanje, veščine in izkušnje za zagon nove poslovne dejavnosti ali ustanovitev podjetja, je v Sloveniji TEA indeks 9,38, med tistimi, ki menijo, da tega znanja nimajo, je indeks samo 0,19 – skoraj petdesetkratna razlika! Vlaganje v znanje in podjetniške veščine lahko pomembno prispeva k večji podjetniški aktivnosti.

Člani raziskovalne skupine GEM Slovenija 2003 (Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Miroslav Glas, Karin Širec Rantaša in Viljem Pšeničny) se zahvaljujemo sponzorjem, ki so omogočili izvedbo raziskave, kakor tudi 36 izvedencem, ki so sodelovali v slovenskem delu raziskave, za njihov dragocen čas in spoznanja, ki so jih posredovali. Zahvala podjetju Gral-Iteo, ki je profesionalno izpeljal anketiranje odraslega prebivalstva. Zahvaliti pa se moramo tudi kolegom raziskovalcem v 40 drugih GEM državah, s katerimi delimo usodo na skupnem projektu, ter koordinacijskemu timu na London Business School pod vodstvom prof. Paula Reynoldsa, ki je brežhibno opravil garaško delo harmonizacije podatkov in usklajevanja trenutno največje raziskave podjetništva na svetu.

*Prof. dr. Miroslav Rebernik,
vodja GEM Slovenija*



SLOVENIJA 2003

V veliko veselje mi je, da lahko pospremim letošnjo raziskavo GEM tudi v imenu Ekonomsko-poslovne fakultete Univerze v Mariboru. Dejavnost kolegov, ki so jo pripravljali, se na najboljši možni način vključuje v vizijo in poslanstvo fakultete. V njih posebej poudarjamo, da vidi Ekonomsko-poslovna fakulteta svojo prihodnost in poslanstvo pri širjenju in izmenjavi znanja še posebej na področjih, ki so povezana z izboljšanjem življenja ljudi v ožjem in širšem okolju.

Pri tem je Slovenija gotovo še posebej zanimiv empirični fenomen za raziskave, kot je ta, ki je pred nami. Iz nje izhaja, da se bomo morali v Sloveniji še močno potruditi za dvig podjetniškega spoznanja in za razvoj podjetniškega okolja. Po drugi strani pa v ne preveč oddaljeni preteklosti najdemo vrsto primerov, ko so Slovenci izkazali veliko mero podjetnosti in zdrave ekonomske logike. Najprej je tu jugoslovanski projekt, kjer je Slovenija ob 8 % teritorija in prebivalstva ostvarjala 14 % jugoslovanskega BDP, 23 % izvoza in 32 % izvoza na zahodne trge. To pomeni, da so v okolju, ki podjetništvu ni bilo naklonjeno, slovenska podjetja in organizacije uspeli uveljaviti podjetnost, ki je daleč presejala tisto, ki so jo imeli v drugih takratnih jugoslovanskih republikah. Ob osamosvojitvi smo doživeli tudi razpad jugoslovanskega trga, vendar statistični podatki še zdaleč ne kažejo takšnega upada proizvodnje kot v drugih tranzicijskih državah. Čeprav z neurejenimi lastninskimi odnosi, je takratnim podjetnikom uspela nagla preusmeritev na tuje trge, kar je omogočilo, da je Slovenija po razvitosti in po BDP na prebivalca ohranila prvo mesto med tranzicijskimi državami. Eden od osnovnih pogojev za razvoj podjetništva je tudi ekonomska stabilnost. To so slovenska podjetja in prebivalstvo tako trdno zasidrali v svojo zavest, da je zamenjava jugoslovanskega dinarja z novimi apoeni leta 1991 potekala brez vsakega zastoja. Ekonomska zgodovina je dobila prvi primer, ko so prebivalstvo in podjetja za sredstvo za transakcije sprejeli bone, natiskane na manjvrednem papirju, na katerem ni bilo niti imena valute, kaj šele da bi za njih jamčila centralna banka ali bi imeli vsaj podpis njenega guvernerja.

Gornji podatki in dejstva so namenjeni v razmislek pomembnemu partnerju pri nastajanju raziskave GEM. To je ekonomska politika, ki naj upošteva podjetniško izročilo in naj z ustvarjanjem podjetništvu prijaznega okolja sprejme odgovornost za to, da bodo tudi naši znanjci lahko pisali o podobnih primerih podjetnega obnašanja na naših tleh.

*Prof. dr. Rasto Ovin,
Dekan Ekonomsko-poslovne fakultete*



SLOVENIJA 2003

Biti najboljši. To je vizija podjetnika, ki stremi k ustvarjanju vrednosti. Ta vizija je lahko inovativna ideja, lahko je priložnost ali enostavno nekaj, kar svet ali okolje še ne pozna. In če hočeš biti najboljši, nikoli ne moreš biti zadovoljen s tem, kar si dosegel. Podjetniški duh te neprestano sili v novo tveganje, inovativnost in preseganje obstoječih mej. Zato je tudi gonilna sila inovativnosti, konkurenčnosti in rasti. Podjetništvo je torej eden izmed ključnih dejavnikov mednarodnih konkurenčnih prednosti. Mednarodna konkurenčnost pa je pogoj za vzdržno gospodarsko rast, ki omogoča visoko družbeno blaginjo, kar je cilj vsakega posameznika.

Ugotovitve raziskave Global Entrepreneurship Monitor osvetljujejo stanje podjetništva v Slovenji v primerjavi z drugimi državami in njegov razvoj v času. Zato Ministrstvo za gospodarstvo vključenost Slovenije v to raziskavo podpira že od leta 2002. Je ena izmed analitičnih podlag Politike podjetništva in konkurenčnosti ministrstva, ki je med drugim osredotočena na ustvarjanje spodbudnega okolja za inovativnost in podjetništvo.

Čeprav smo lahko z doseženim razvojem podjetništva zadovoljni, tudi če se primerjamo z EU, bo treba storiti korak naprej tako pri ustvarjanju pozitivnega odnosa do podjetništva, olajšanju dostopa do finančnih sredstev, olajšanju ženskega podjetništva kot tudi pri pospeševanju prenosa raziskovalno-razvojnih dosežkov institutov in univerz v gospodarstvo. Da pa bo to možno, bo potrebno usklajeno delovanje vseh politik, ki s svojimi ukrepi bistveno vplivajo na podjetniško okolje: od monetarne, davčne, socialne, okoljske, zaposlovalne, pokojninske, izobraževalne in raziskovalne politike pa tudi institucij kot so banke in druge finančne institucije, sodišča... Ukrepi morajo biti prvenstveno usmerjeni v doseganje najvišje ravni znanja in usposobljenosti zaposlenih, v večja vlaganja v raziskave in razvoj ter hitrejši prenos znanja v gospodarstvo, v povečanje stroškovne učinkovitosti javnega sektorja, v povečanje odzivnosti trga dela na potrebe gospodarstva, v povečanje stroškovne učinkovitosti finančnega sektorja, v ustvarjanje spodbud za podjetniška vlaganja v razvoj, v hitrejšo odpravljanje administrativnih ovir za nalozbe, zlasti pri urejanju prostora in pridobivanju lokacij in v zagotavljanje stabilnega makroekonomskega okolja.

Rezultati in priporočila raziskave Global Entrepreneurship Monitor so pomembni in koristni za vse tiste, ki raziskujejo podjetniški fenomen in še posebej za oblikovanje ukrepov nacionalnih politik za razvoj podjetništva.

Prof. dr. Tea Petrin

Uvodni povzetek

S sodelovanjem v trenutno največji raziskavi podjetništva na svetu, ki smo se ji pridružili leta 2002, pridobivamo spoznanja, ki nam pomagajo ustvarjati bolj zanesljivo sliko podjetniške stvarnosti, da bi lahko bili okrepi ekonomske politike in mehanizmov pospeševanja podjetništva v Sloveniji usmerjeni tja, kjer si lahko dolgoročno obetamo največje učinke. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) je svoje prve rezultate raziskovanja podjetništva v svetovnem merilu podal leta 1999. Število držav je od začetnih 10 leta 2002 naraslo na 37, leta 2003 pa razpolagamo s primerljivimi podatki že za 40 držav.

Pri raziskovanju podjetništva predpostavljamo, da pod vplivom družbenega, kulturnega in političnega konteksta delujeta dva mehanizma ekonomske rasti. Prvi so ustaljena podjetja, drugi pa je podjetniški proces, ki se odvija v novih in rastočih podjetjih. V GEM se torej ne ukvarjamo z ustaljenimi podjetji, ki so starejša od treh let in pol, temveč nas zanima podjetniška naravnost odraslega prebivalstva in stopnja nastajanja novih in rastočih podjetij, ki je odvisna od številnih podjetniških pogojev, ki vplivajo na obstoj in zaznavanje podjetniških priložnosti ter na podjetniško zmogljivost odraslega prebivalstva. Zaznavanje podjetniških priložnosti, večšine in motivacija odraslega prebivalstva, da te priložnosti izkoristijo, so namreč pogoj za rojevanje podjetij in njihove aspiracije po rasti.

Zanimajo nas torej najzgodnejše faze podjetniškega procesa, kjer s TEA indeksom ugotavljamo delež odraslega prebivalstva (med 18 in 64 leti), ki so bodisi v procesu ustanavljanja podjetja bodisi so lastniki/managerji mladega podjetja, ki ne izplačuje plač dlje kot 42 mesecev.

V svetovnem merilu so razlike med vpletenostjo ljudi v zgodnje faze podjetniškega procesa velike: od 19.000 ljudi v Islandiji do 107 milijonov ljudi v Indiji. V Sloveniji je bilo leta 2003 v začetne faze podjetniškega procesa vključenih 51.000 ljudi. Če se ozremo samo na evropske države, je v povprečju v Franciji vsak šestdeseti, v Islandiji pa vsak deveti delovno aktivni prebivalec vključen v zgodnje faze podjetniškega procesa. V Sloveniji se v povprečju loteva podjetništva vsak petindvajseti prebivalec. Po podjetniški aktivnosti se Slovenija uvršča v zadnjo tretjino proučevanih držav – leta 2002 na 25. mesto med 37 državami, leta 2003 pa z indeksom 4,05 na 24. mesto med 31 državami. V vzorcu 41 držav, ki so v zadnjih letih sodelovale v projektu, bi se Slovenija s povprečjem leta 2002 in 2003 uvrstila na 36. mesto.

Primerjava povprečne podjetniške aktivnosti leta 2002 in 2003 kaže, da je le-ta v osmih evropskih državah upadla, ponekod zelo močno. V Franciji in Italiji se je skorajda razpolovila, v Sloveniji je upadla za dobrih deset odstotkov. Nekatere države se lahko pohvalijo z močnim porastom, predvsem Belgija, Španija in Finska. Pri slednji je povprečni TEA indeks porastel z 4,56 na 6,85. V Sloveniji padec srednje vrednosti TEA indeksa s 4,61 na 4,05, ki sicer ni statistično značilen, pomeni upad števila posameznikov, ki so na začetku podjetniške poti z 58.000 leta 2002 na 51.000 leta 2003. Privoščimo si izračun: če bi TEA indeks v Sloveniji porastel tako kot na Finskem, bi to pomenilo dodatnih

37.000 posameznikov, ki bi se odpravili na podjetniško pot. Ta številka bi pomenila vidno sled v gospodarski strukturi Slovenije in bi nedvomno prispevala k spreminjanju splošnega dojemanja podjetništva.

Med 51.000 posamezniki, ki so bili v Sloveniji leta 2003 na začetku svoje podjetniške kariere, so se nekateri podjetništva lotili, ker se jim je za to ponudila priložnost, drugi zato, ker niso imeli druge, boljše, možnosti za delo. V Sloveniji je število podjetnikov, ki so se podjetništva lotili, ker so sledili podjetniški priložnosti, v primerjavi z drugimi GEM državami relativno nizko. Kvocient nujnosti, ki ga izrazimo kot razmerje med indeksom TEA nujnost in TEA priložnost, je pri Sloveniji 0,26. To pomeni, da se na deset podjetnikov, ki se v Sloveniji odločijo za podjetništvo zaradi priložnosti, v povprečju manj kot trije odločijo za podjetništvo zaradi nujne. Italija, Danska, Španija, in Islandija imajo to razmerje manj kot 0,1. Kvocient priložnosti je obratna vrednost kvocienta nujnosti. V Sloveniji je ta kvocient enak 3,78 in pomeni, da je na vsakih deset podjetnikov, ki se v Sloveniji odločijo za podjetništvo zaradi nujne, v povprečju 37,8 podjetnikov, ki so se odločili za podjetništvo zaradi priložnosti.

V raziskavi razlikujemo med podjetniki, ki so v najzgodnejši fazi podjetniškega procesa in tistimi, ki že poslujejo kot novo podjetje. Prve imenujemo nastajajoči podjetniki, mednje pa smo vključili vse tiste, ki poskušajo sami ali skupaj z drugimi ustanoviti novo podjetje ali pričeti z novo poslovno dejavnostjo in še niso izplačevali plač več kot tri mesece. To so podjetniki, ki so zdaleč najbolj ranljivi in ki potrebujejo največ spodbudnega okolja. Posameznike, ki so trenutno sami ali skupaj z drugimi lastniki podjetja, ki ga pomagajo voditi, oziroma so samozaposleni, njihovo podjetje pa junija 2003 ni bilo starejše od 42 mesecev, imenujemo novi podjetniki. Že v GEM 2002 smo ugotavljali, da je stopnja preživetja slovenskih nastajajočih podjetnikov nizka. Ugotavljali smo jo tako, da smo izračunali razmerje med novimi in nastajajočimi podjetji. V državah, kjer je visoka stopnja nastajajočih podjetnikov in nizka stopnja novih podjetij, je očitno, da je stopnja smrtnosti novih podjetij visoka. Kvocient umrljivosti nastajajočih podjetij, ki govori o slabem »izkoristku« podjetniškega procesa, je v Sloveniji najvišji, ne samo v evropskem, ampak med vsemi sodelujočimi GEM državami. Znaša 2,69 in pomeni, da v Sloveniji izmed 2,69 nastajajočih podjetij v povprečju preživi le eno. V primerjavi z lanskim letom (2,14) se je precej poslabšal.

Nezadovoljiv je tudi delež podjetnic med prebivalstvom. V Italiji in Franciji je ta delež skoraj enak deležu moških, v Sloveniji pa je razmerje med moškimi in ženskami v podjetništvu najslabše med vsemi državami v GEM. TEA indeks za moške znaša 6,36%, za ženske pa samo 1,66%, ali 3,8 : 1 v korist moških. Podobno neugodno razmerje imajo tudi Irska (3,4: 1), Japonska (3,2:1) ter Danska (3,07:1).

Nobenega dvoma ni, da so v Sloveniji ženske še velika neizkoriščena priložnost za podjetništvo. V podjetniško najbolj zastopani starostni skupini med 25. in 34. letom je razmerje med moškimi in ženskami skoraj 5:1 v korist moških.



SLOVENIJA 2003

Tako pri moških kot pri ženskah narašča podjetniška aktivnost z višino izobrazbene ravni. Med podjetniško aktivnim prebivalstvom, ki ga spremlja GEM, je v Sloveniji največ tistih, ki imajo več kot srednješolsko izobrazbo in po dohodku spadajo v zgornjo tretjino.

V vseh raziskavah o podjetništvu v Evropi, ki prepoznavajo ovire, s katerimi se srečujejo podjetniki, so finance povsem na vrhu – bodisi da gre za odnose z bankami ali za tvegani kapital. V Sloveniji predstavlja tvegani kapital še vedno zanemarljiv dejavnik v podjetniškem življenju. Zato tudi ne preseneča, da se je po deležu naložb tveganega kapitala, izraženem kot odstotek od bruto družbenega proizvoda, Slovenija uvrstila povsem na rep. Na tem področju izrazito izstopa Izrael, sledita mu Kanada in ZDA.

Ena izmed izstopajočih ugotovitev GEM na tem področju je prav ugotovitev glede neformalnega investiranja. Ocenjujemo, da so leta 2002 v svetovnem okviru neformalni investitorji zagotovili 91 odstotkov vseh sredstev in s kapitalom oskrbeli 99,96% vseh novih podjetij. Na vsakih 100.000 novih podjetij je bilo manj kot 37 podjetij podprtih s tveganim kapitalom. Sklicevanje na odsotnost tveganega kapitala kot na vzrok premajhne podjetniške aktivnosti je zato odvrčanje pozornosti od pravih problemov. Odsotnost tveganega kapitala povzroča izgubo potencialov, ki bi jih lahko pomenila hitro rastoča podjetja, ne pa zmanjšanje nastajanja novih podjetij. V vsakem primeru je velika večina investiranja, ki jih izpelje tvegani kapital, usmerjena v rast podjetij, ki so že v poslu.

Financiranje začetnih faz podjetniškega procesa je, tako kot v svetovnem merilu, tudi v Sloveniji v veliki meri odvisno od družine in prijateljev (ožji družinski člani: 36,2% in prijatelji ali sosedje 15,1%). Zato bi bilo ob oblikovanju spodbudnega podjetniškega okolja treba upoštevati velik pomen neformalnih investitorjev ter jih tudi prek davčnega sistema motivirati za tovrstno produktivno potrošnjo. Še zlasti, ker je zaznati zelo močno negativno korelacijo med različnimi vrstami davkov in deležem neformalnega investiranja v bruto družbenem proizvodu.

Ena od izjemno spodbudnih ugotovitev slovenskega GEM 2003 so visoke ambicije podjetnikov, ki so na samem začetku podjetniške poti. Razvojna naravnost slovenskih podjetnikov, izvedena iz njihovih namer, nam pokaže, da so zelo optimistični glede tega, kaj se bo z njihovim podjetjem dogajalo v prihodnjih letih. Po zbirnem indeksu TEA zaposlovanje/tržišče/izvoz, ki meri odstotek podjetnikov, ki nameravajo v naslednjih petih letih zaposliti dvajset ali več ljudi, širiti trg ali izvažati več kot 50 odstotkov svoje proizvodnje, smo med 17 evropskimi državami, ki so leta 2003 sodelovala v GEM, krepko na prvem mestu.

Žal pa s staranjem podjetja te ambicije drastično upadejo. Medtem ko vsak peti podjetnik, ki je v poslu manj kot tri leta in pol pričakuje, da bo zaposloval ali širil tržišče, ima takšna pričakovanja še samo vsak petdeseti podjetnik, ki je v poslu več kot tri leta in pol. Znižanje razvojnih namer je previsoko, da bi ga lahko pripisali samo naivnosti in nerealnim pričakovanjem nastajajočih podjetnikov, še zlasti če upoštevamo izjemno visoko stopnjo umrljivosti novih podjetij. Očitno je podjetniško okolje v Sloveniji še vedno neugodno, zato se ohranjanje razvojnih ambicij kaže kot pomembna strateška naloga.

V 31 GEM državah so nacionalni izvedenci ocenjevali stanje v devetih podjetniških okvirih. V Sloveniji so izvedenci najbolje ocenili področje hitrosti sprememb glede odprtosti in konkurenčnosti na notranjem trgu, kjer je Slovenija dosegla 11. najvišjo oceno med 31. državami, najslabše pa kulturne in družbene norme (28. mesto), vladno politiko na področju regulative (27. mesto) ter prenos raziskav in razvoja (27. mesto). Slovenija se ni pri nobenem pogoju uvrstila na najboljše ali najslabše mesto, vendar je večinoma ostala v drugi polovici držav, kar v splošnem kaže, da pogoji za podjetnike v Sloveniji niso zelo ugodni.

V primerjavi z drugimi GEM državami je najvišje (5. mesto) dosegla trditve, da poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij. Sledijo mu trditve, da dosegajo v Sloveniji ženske enako raven znanja in izkušenj za ustanovitev novega podjetja kot moški (6. mesto), da imajo ženske dostop do enakega števila dobrih poslovnih priložnosti za ustanovitev podjetja kot moški (8. mesto) in da imajo v Sloveniji številni ljudje izkušnje z ustanovitvijo novega podjetja (9. mesto).

Povsem na repu pa najdemo trditve, da v Sloveniji nacionalna kultura spodbuja kreativnost in inovativnost (zadnje, 31. mesto), ter da so rizični kapitalisti pomemben vir financiranja in podpore za nova in rastoča podjetja (30. mesto).

Mnenje slovenskega prebivalstva, da so posamezniki, ki so uspešni ustanovitelji podjetja, spoštovani in imajo visok družbeni status (77%), nas med GEM državami uvršča celo na 4. mesto, v evropskem prostoru takoj za Finsko, kjer svoje podjetnike ceni 84% prebivalstva in pred Irsko (76%). Nizko stopnjo podjetniške aktivnosti v Sloveniji gre zatorej iskati v drugih vzrokih, ki jih prebivalstvo ne more obvladovati. Eden izmed njih je zagotovo zaskrbljujoča egalitaristična težnja po izenačenju življenjskega standarda, ki je po sami svoji vsebini izrazito protipodjetniško naravnana. Mnenje izvedencev (97,1%) nas v tem segmentu uvršča na prvo mesto, mnenje prebivalstva (82,4%) pa na drugo. Očitno v Sloveniji biti bogat še vedno ni družbeno sprejemljivo, pa čeprav je bilo bogastvo pridobljeno s poštenim in produktivnim ustvarjanjem in podjetništvom. V kolikšni meri je tovrstni egalitarizem odsev izkušenj in vrednot iz obdobja socialističnega samoupravljanja, bo pokazal čas. Za spreminjanje teh vrednot bo treba bolj jasno izpostaviti mehanizme, s katerimi nastaja družbeno bogastvo in pokazati, da so posamezniki, ki k temu bogastvu največ prispevajo, tudi upravičeni do primerne deleža. Ustvarjalnost, inovativnost in podjetništvo morata biti ustrezno nagrajena, sicer se redki posamezniki, ki imajo te talente, ne bodo usmerjali v tovrstne aktivnosti.

Že lansko leto smo ugotavljali, da (1) poznavanje drugih podjetnikov, (2) zaznavanje poslovnih priložnosti, (3) samozavedanje lastnega znanja in izkušenj za podjetniško delovanje ter (4) strah pred neuspehom pomembno vplivajo na odločitev posameznika za vključevanje v podjetniški proces. V primerjavi z drugimi državami se je Slovenija glede poznavanja drugih podjetnikov uvrstila na 8. mesto. V Evropi in v svetu premočno vodi Islandija, kjer kar 88% prebivalcev pozna nekoga, ki je v zadnjih dveh letih naredil podjetje (v Sloveniji 47%). Islandija je prva v Evropi

tudi glede zaznavanja poslovnih priložnosti (50% prebivalstva). Da se bodo na območju, kjer živijo, pojavile v naslednjega pol leta dobre poslovne priložnosti je prepričana tretjina delovno aktivnega prebivalstva Slovenije. Dobra tretjina (38%) delovno aktivnih prebivalcev Slovenije je tudi prepričanih, da ima znanje, veščine in usposobljenost za pričenjanje podjetniške kariere in ustanovitev podjetja. Žal je med delovno aktivnim prebivalstvom tudi več kot tretjina takšnih, ki jim strah pred neuspehom preprečuje, da bi pričeli z novo poslovno dejavnostjo ali ustanovili podjetje. Slovensko, pa tudi evropsko sociokulturno okolje pač ne oprošča napak. V svetovnem merilu se ljudje najbolj bojijo neuspeha v Grčiji in Nemčiji, najmanj v Kanadi, ZDA in Japonskem.

Na pričenjanje podjetniške poti najbolj izrazito vpliva mnenje posameznika o tem, ali ima potrebno znanje, veščine in izkušnje za zagon nove poslovne dejavnosti ali ustanovitev podjetja. Med tistimi, ki menijo, da imajo znanje, je TEA indeks 9,38, med tistimi, ki menijo, da tega znanja nimajo, je indeks samo 0,19 – skoraj petdesetkratna razlika! Glede na velik vpliv, ki ga imajo ti atributi na podjetniško aktivnost, je bil ustvarjen »indeks podjetniškega konteksta«, ki vrednoti poznavanje podjetnika, zazna-

vanje priložnosti in prepričanost v svoje znanje in veščine za zagon novega podjetja. Tako konstruiran indeks pokaže, da je v okviru povprečja 31 GEM držav 10 krat bolj verjetno, da se bodo lotili podjetništva tisti, ki imajo vse tri attribute kot pa tisti, ki nimajo nobenega. V Sloveniji je ta vpliv še večji – kar štiridesetkratna verjetnost za vse tri attribute in dvanajstkratna za dva izmed njih.

Razvoj podjetništva v Sloveniji terja aktivne posege na številna področja, pri čemer na temelju rezultatov GEM Slovenija 2003 izpostavljam predvsem povečanje ravni podjetniških znanj in veščin, ustvarjanje pozitivnega odnosa do podjetništva, razvijanje dostopa do finančnih sredstev, razvoj ženskega podjetništva, nadaljnji razvoj podjetniške politike in programov ter prenos izsledkov raziskav in razvoja.

Spodbujanje ljudi, naj se podajo na podjetniško pot, je premalo. Tudi ni dovolj odstranjevati ovir, zaradi katerih se premalo ljudi odloči za podjetništvo. Njihove podjetniške ambicije je treba negovati in jim ustvariti okolje, v katerem se bodo lahko ohranile in razvijale.

1 Global Entrepreneurship Monitor

1.1 Zgodovina projekta

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) je svoje prve rezultate raziskovanja podjetništva v svetovnem merilu podal leta 1999. Število držav je leta 2002 od začetnih 10 naraslo na 37, tako da leta 2003 razpolagamo s primerljivimi podatki že za 40 držav. Število sodelujočih držav v posameznem letu se spreminja, poročilo o raziskavi, ki je pred vami zajema 31 držav. *Slika 1* prikazuje razpostranjenost projekta v svetovnem merilu.



Slika 1: GEM v svetovnem merilu

GEM je zdaleč največja raziskava podjetništva na svetu. Izvaja jo neprofitni akademski raziskovalni konzorcij, katerega cilj je ustvariti zanesljive mednarodne podatke o podjetniški aktivnosti ter s temi podatki seznaniti čim širšo javnost. Harmonizirani kvalitativni in kvantitativni podatki, zbrani na podlagi tako velikega števila držav so zanimivi tako za oblikovalce ekonomske politike kot za akademsko sredino, saj zagotavljajo bogat vir za komparativno proučevanje podjetniškega obnašanja. Ker raziskava poteka že peto leto, so na voljo že tudi časovne serije.

Slovenija se je svetovnemu raziskovalnemu konzorciju pridružila leta 2002, s čemer smo pridobili primerljive informacije o tem, kam se na področju podjetništva umeščamo v svetovnem merilu. Glavni namen GEM je podati vsakoletno oceno podjetniške aktivnosti v obravnavanih državah. Proučujemo številne dejavnike, ki bi utegnili vplivati na razlike v stopnji podjetništva ter skušamo podati nove vpoglede v obseg in pomen podjetniškega procesa, da bi bolje razumeli, kako je mogoče z izoblikovanjem ustreznega podpornega okolja pospeševati podjetništvo.

1.2 Teoretični model GEM

Konceptualni GEM model (*slika 2*), s katerim poskušamo razumeti podjetniške procese, temelji na sklepanju, da specifične okoliščine za izvajanje podjetniške aktivnosti v posamezni državi vplivajo na velikost in obseg podjetništva, ki vpliva na ekonomsko rast in razvoj. Te soodvisnosti pa niso enosmerne – tudi obstoječa raven ekonomskega razvoja vpliva na podjetništvo in na podjetniške okoliščine.

Za potrebe raziskave se uporablja široka definicija podjetništva, ki pomeni kakršenkoli poskus posameznika, skupine posameznikov ali obstoječega podjetja, da bi ustvarili novo podjetje ali poslovno dejavnost, bodisi da gre za samozaposlitev, novo podjetje ali razširitev že obstoječega podjetja. Ker nas ne zanima število podjetij ali pravnih

subjektov, temveč podjetniški proces, je pomembno, da lahko z dano definicijo zajemamo podjetniške aktivnosti in najdemo podjetne posameznike.

S pomočjo raziskovalnega projekta GEM poskušamo razumeti

- razlike v ravni podjetniške aktivnosti med različnimi državami
- ali, in na kakšen način, so te razlike povezane z nacionalno ekonomsko rastjo
- zakaj imajo posamezne države višjo stopnjo podjetniške aktivnosti kot druge
- kaj lahko storimo, da bi povečali nacionalno raven podjetniške aktivnosti.

Temeljna odvisna spremenljivka, ki jo je treba pojasniti, je nacionalna ekonomska rast. Pri tem predpostavljamo, da se ekonomski procesi odvijajo v relativno stabilnem družbenem, kulturnem in političnem okolju. Delujeta dva temeljna mehanizma rasti. Prvi temeljni vir ekonomske rasti so glavna ustaljena podjetja, ki odigrajo svojo vlogo predvsem v mednarodni menjavi. Če so splošni nacionalni pogoji poslovanja urejeni in naravnani h konkurenčnosti, so ta podjetja lahko mednarodno uspešna in lahko pripomorejo k rasti mikro, malih in srednjevelikih podjetij.

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

Oba procesa prispevata k ekonomski rasti. Na *sliki 2* je prikazan celoten model, iz katerega sta razvidna oba mehanizma ekonomske rasti. Za razliko od večine svetovnih analiz, ki se osredotočajo na dejavnike, ki vplivajo na konkurenčnost obstoječih ustaljenih podjetij, se GEM osredotoča na spodnji del slike, to je na podjetniški proces in njegovo povezanost z ekonomsko rastjo. Splošno okolje v ka-

terikoli državi vpliva na obstoječa podjetja in panoge ter na nastajajoča in nova podjetja. Na nastajanje novih podjetij pa poleg splošnega okolja vpliva tudi okvir podjetniških pogojev, kamor spadajo:

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

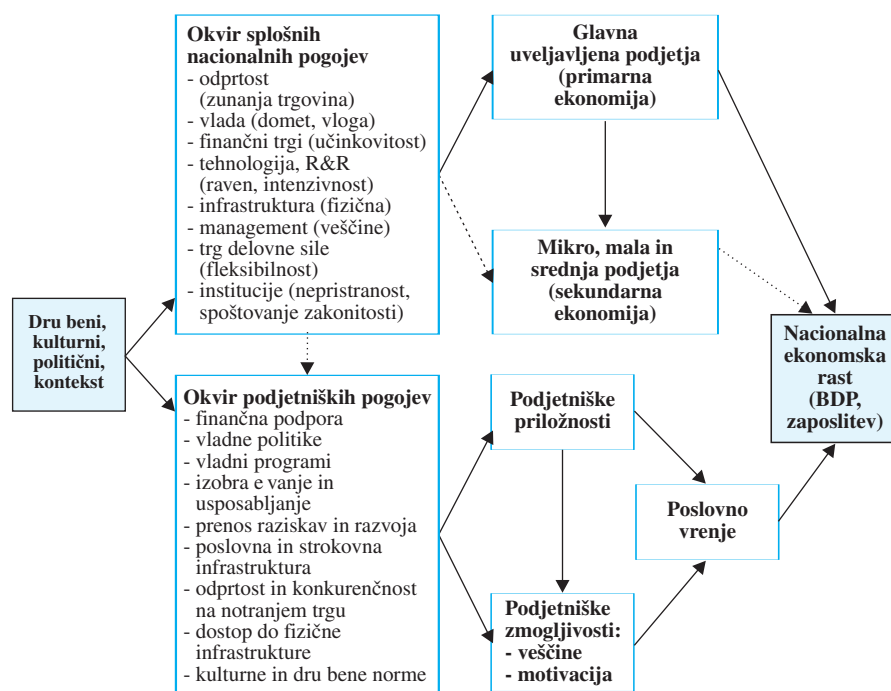
Ti pogoji vplivajo na obstoj in zaznavanje podjetniških priložnosti ter na podjetniško zmogljivost odraslega prebivalstva. Zaznavanje podjetniških priložnosti ter veščine in motivacija odraslega prebivalstva, da te priložnosti izkoristijo, pa predstavljajo bolj ali manj plodna tla za rojevanje in rast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

GEM se torej ne ukvarja z obstoječimi podjetji, ki so starejša od treh let in pol. Zanima nas relativna podjetniška naravnost odraslega prebivalstva in stopnja nastajanja novih in rastočih podjetij ter razlike, ki nastajajo med posameznimi državami. Te pa so posledica

- razlik med državami v devetih pogojih iz podjetniškega okvira,
- relativne dojemljivosti odraslega prebivalstva za iskanje in ustvarjanje podjetniških priložnosti ter
- njegove motiviranosti in sposobnosti (znanje, veščine) za izkoriščanje priložnosti.

Model torej predpostavlja, da je podjetništvo gonilna sila ekonomske rasti. V kontekstu družbenih, kulturnih, političnih in ekonomskih okoliščin v državi ok-

vir splošnih nacionalnih pogojev in okvir podjetniških pogojev vplivata na podjetniško aktivnost, ki vodi k ekonomski rasti. Povezave med podjetniškimi procesi in rastjo je možno odkriti samo v globalnem kontekstu, če imamo na razpolago podatke iz velikega števila držav in lahko izračunavamo korelacije. Če bi imeli podatke samo za Slovenijo, bi lahko korelacije ugotavljali samo, če bi razpolagali z dovolj dolgo časovno serijo. Ker Slovenija sodeluje v projektu šele drugo leto, primernih časovnih serij še nimamo, zato se v slovenskem GEM za leto 2003 ukvarjamo predvsem z raziskovanjem stanja v Sloveniji primerjalno z udeleženkami GEM ter ocenjujemo razvitost posameznih podjetniških okvirov in njihov vpliv na podjetniško aktivnost.



Slika 2: Konceptualni GEM model

1.3 Viri podatkov

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

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

Raziskava odraslega prebivalstva: V vsaki državi usposobljena strokovna organizacija izvede telefonsko raziskavo odraslega prebivalstva, ki temelji na vzorcu najmanj 2000 odraslih.¹ V Sloveniji je raziskavo izvedel Gral-Iteo, primerno utežen vzorec pa je leta 2003 zajel 2012 ljudi. S pomočjo intervjujev ugotavljamo podjetniške aktivnosti odraslega prebivalstva, dolžina intervjuja pa je odvisna od tega, koliko je posamezen intervjuvanec podjetniško aktiven. Prvi del vprašalnika se nanaša na poizvedovanje o ustanavljanju in vodenju podjetja ter neformalnem investiranju v nova podjetja. Posameznikom, ki izkažejo podjetniško aktivnost, se zatem postavljajo dodatna, bolj poglobljena vprašanja. Z drugim delom vprašalnika ugotavljamo odnos intervjuvancev do podjetništva.

Osebni intervjuji z izvedenci: Opravili smo 18 intervjujev s skrbno izbranimi posamezniki, za katere smo po njihovi dosednji podjetniški aktivnosti, profesionalnosti,

znanju in ugledu sodili, da lahko prispevajo k razumevanju podjetništva v Sloveniji. V osebnih intervjujih so nam predstavili svoj pogled na

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

Vse intervjuje smo posneli, naredili transkripcije, jih obenem z osebnimi zapiski povzeli in kodirali, tako da jih je bilo možno primerjati z ugotovitvami ekspertov iz drugih GEM držav.²

Standardiziran vprašalnik za izvedence: Vsi intervjuvani izvedenci in še dodatnih 18 strokovnjakov so izpolnili obširen standardiziran vprašalnik. Dobljene odgovore smo kodirali in posredovali koordinacijskemu timu GEM, ki je pripravil skupne datoteke za vse sodelujoče države. S pomočjo tega vprašalnika, ki je bil preveden v jezike udeleženk GEM, lahko delamo številne in bogate primerjave med državami.

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

1.4 Mere podjetniške aktivnosti

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

1. delež odraslega prebivalstva (18 – 64 let), ki se aktivno loteva vzpostavitve novih podjetij (**nastajajoči podjetniki** – "nascent entrepreneurs"),
2. delež odraslega prebivalstva, ki je zaposlen kot lastnik/manager novih podjetij, ki niso starejša od 42 mesecev (**novi podjetniki** – "new entrepreneurs"),
3. indeks celotne podjetniške aktivnosti, ki predstavlja vsoto nastajajočih in novih podjetnikov kot delež odraslega prebivalstva (**celotni TEA** – "Total Entrepreneurial Activity"),
4. delež odraslega prebivalstva, ki je osebno investiral v nova in nastajajoča podjetja (**mikro poslovni angeli** – "micro business angels"),
5. indeks podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti (**TEA-priložnost** – "TEA Opportunity"), ki predstavlja delež odraslega prebivalstva, ki se je lotil vzpostavitve novega podjetja, ker se mu je za to ponudila priložnost,
6. indeks podjetniške aktivnosti zaradi nuje (**TEA-nujnost** – "TEA necessity"), ki predstavlja delež odraslega prebivalstva, ki se je lotil vzpostavitve novega podjetja zaradi nuje, ker ni imel druge boljše možnosti za delo.

Ko v GEM govorimo o podjetniško aktivnem prebivalstvu, mislimo torej na, *prvič*, tiste posameznike, ki so osebno vpleteni v nastajanje novih podjetij, ali so, *drugič*, zaposleni kot lastniki/managerji novih podjetij, ki niso starejša od 42 mesecev ali so, *tretjič*, osebno investirali v nove podjetje. TEA indeks tvorijo

samo nastajajoči in novi podjetniki. Tiste posameznike, ki se pojavljajo v obeh vlogah, štejemo samo enkrat. Pri izračunavanju TEA indeksa mikro angelov ne upoštevamo.

Da bi identificiral podjetniško aktivno populacijo, je GEM razvil niz vprašanj, s katerimi poskušamo ugotoviti, če je posameznik podjetniško aktiven:

1. Da bi se posameznik kvalificiral kot **nastajajoči podjetnik**, je moral na vprašanje **a)** ali na vprašanje **b)** odgovoriti z "da":
 - a. Trenutno poskušate sami ali skupaj z drugimi ustanoviti novo podjetje ali pričeti z novo poslovno dejavnostjo, vključujoč kakršnokoli samozaposlitev ali prodajo proizvodov ali storitev – naloga, ki ni v okviru vaše redne zaposlitve.
 - b. Trenutno poskušate sami ali skupaj z drugimi ustanoviti novo podjetje ali se lotiti nove poslovne dejavnosti za vašega delodajalca – naloga, ki je v okviru vaše redne zaposlitve.

Pozitivni odgovor je vodil do nadaljnjih treh vprašanj, s katerimi smo preverjali, če gre res za nastajajoče podjetje:

- c. Ali ste v zadnjih 12 mesecih kakorkoli pomagali pri zagonu nove poslovne dejavnosti ali ustanavljanju novega podjetja, kot na primer iskali ustrezno opremo, lokacijo, sestavili začetno ekipo ljudi, delali na poslovnem načrtu, začeli varčevati denar ali delali karkoli drugega, kar bi pomagalo zagnati novo poslovno dejavnost oziroma ustanoviti podjetje?
- d. Ali boste vi osebno lastnik tega podjetja v celoti, dela tega podjetja ali sploh ne boste lastnik?
- e. Ali je novo podjetje že izplačalo kakršnekoli plače, dohodke ali nadomestila, vključno z vašo plačo, za obdobje daljše od treh mesecev?

Da bi ga označili kot nastajajočega podjetnika, je moral vprašani odgovoriti z "da" na vprašanje **c)**, "v celoti" ali "delno" na vprašanje **d)** ter z "ne" na vprašanje **e)**. Če je bil odgovor na **e)** pritrdilen, potem je bil to kandidat za novega podjetnika.

2. Da bi se posameznik kvalificiral kot **novi podjetnik**, je moral pritrditi, da je trenutno sam ali skupaj z drugimi lastnik podjetja, ki ga pomaga voditi, oziroma da je samozaposlen ter da podjetje ni bilo ustanovljeno prej kot leta 2000 (v juniju 2003 ni bilo starejše od 42 mesecev).
3. Da bi lahko posameznika označili kot **mikro poslovnega angela**, je moral v zadnjih treh letih osebno vložiti sredstva v novo podjetje, ki ga je ustanovil nekdo drug, pri tem pa se ne upoštevajo nakupi delnic, obveznic ali vlaganj v vzajemne sklade.
4. Stopnjo **celotne podjetniške aktivnosti** ali **TEA** indeks določimo kot seštevek nastajajočih in novih podjetnikov, pri čemer tiste, ki se pojavljajo v obeh vlogah, štejemo samo enkrat.
5. Indeks podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti (**TEA-priložnost**), smo določili tako, da smo upoštevali posameznike, ki so zadostili naslednjima kriterijema:
 - posameznik se je moral kvalificirati kot nastajajoči ali novi podjetnik



SLOVENIJA 2003

- moral je povedati, da se je lotil vzpostavitve novega podjetja, ker se mu je za to ponudila priložnost.
6. Indeks podjetniške aktivnosti zaradi nuje (**TEA-nujnost**), smo določili tako, da smo upoštevali posameznike, ki so zadostili naslednjima kriterijema:
- posameznik se je moral kvalificirati kot nastajajoči ali novi podjetnik
 - moral je povedati, da se je lotil vzpostavitve novega podjetja zaradi nuje, ker ni imel druge boljše možnosti za delo.

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

1.5 GEM Slovenija 2003

Slovenija leta 2003 drugič sodeluje v GEM. Nosilec raziskave je Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Z GEM smo v Sloveniji dobili orodje, ki nam pomaga ustvarjati bolj zanesljivo sliko podjetniške stvarnosti, tako da bodo tudi ukrepi ekonomske politike in mehanizmov pospeševanja podjetništva v Sloveniji usmerjeni tja, kjer si lahko dolgoročno obetamo največje učinke. Rezultati iz raziskave GEM Slovenija 2002³, kakor tudi letošnji rezultati, kažejo, da je slovenska pot v inovativno in podjetniško družbo še zelo dolga in vijugava.

Slovenski GEM so leta 2003 podprli Ministrstvo za gospodarstvo, Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport, Pospeševalni center za malo gospodarstvo, Obrtna zbornica Slovenije ter časopis Finance.

2 Kako podjetna je Slovenija?

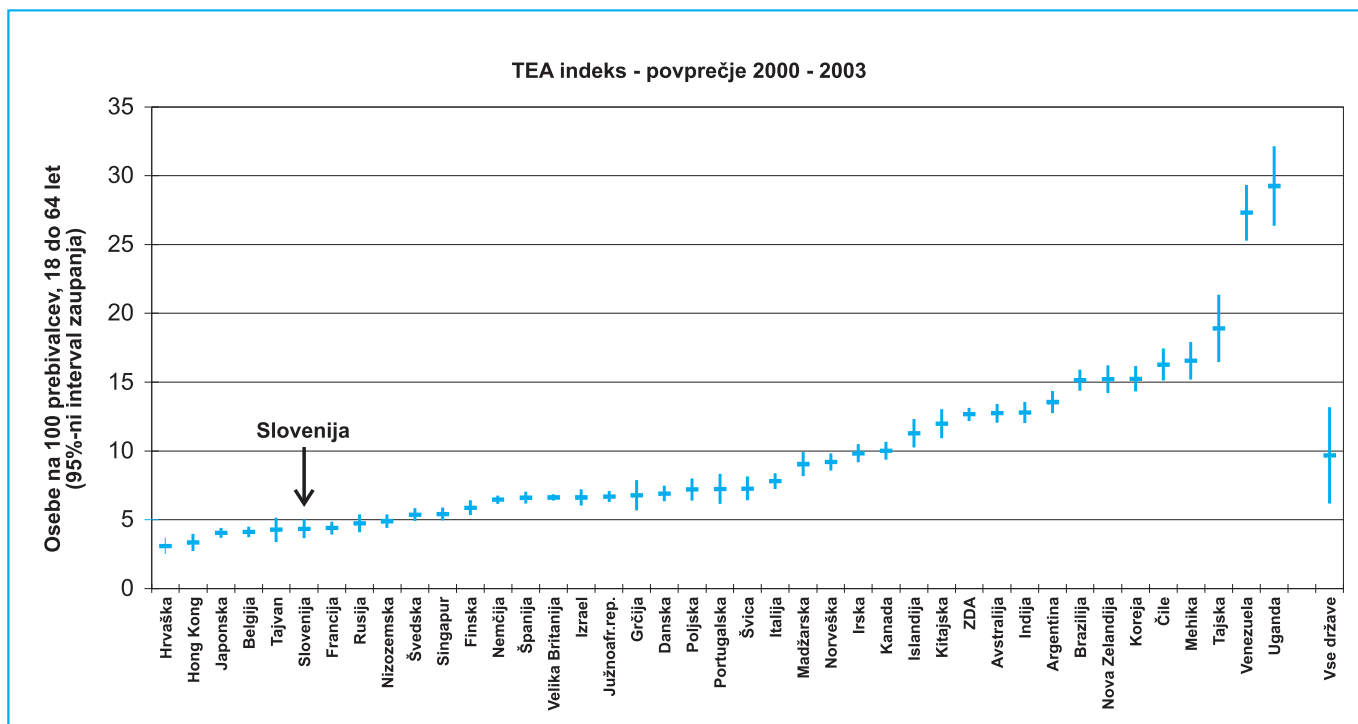
2.1 Razprostranjenost podjetništva v svetu

Od 6,3 milijarde svetovnega prebivalstva živi v 40 GEM državah skoraj 4 milijarde ljudi, od tega jih je 2,4 milijarde v starostni skupini med 18 in 64 leti, kar v večini držav predstavlja delovno aktivna leta. Od teh 2,4 milijard si jih okrog 12% ali 297 milijonov prizadeva izgraditi podjetje ali pa so že lastniki podjetja manj kot tri leta.⁴

Razlike med razprostranjenostjo podjetniškega procesa v svetu so velike: od 19.000 ljudi v Islandiji do 107 milijonov ljudi v Indiji. V Sloveniji je bilo leta 2003 v začetne faze podjetniškega procesa vključenih 51.000 ljudi.⁵ Razlike med letom 2002 in 2003 niso statistično značilne ($p = 0,408$), če pa bi bile, bi to pomenilo okrog 7.000 manj vključenih ljudi kot leto poprej. Prebivalstvo je v nekaterih državah znatno bolj podjetniško aktivno, leta 2003 izrazito izstopata Uganda in Venezuela, pri

čemer je treba upoštevati, da gre bolj za "količino" podjetniške aktivnosti in manj za njegovo "kakovost". Najnižjo podjetniško aktivnost izkazujejo Francija, Hrvaška in Japonska. Če se ozremo samo na evropske države, je v povprečju v Franciji vsak šestdeseti, v Islandiji pa vsak deveti delovno aktivni prebivalec vključen v zgodnje faze podjetniškega procesa.

V Sloveniji se v povprečju loteva podjetništva vsak petindvajseti prebivalec, s čemer se Slovenija po podjetniški aktivnosti uvršča v zadnjo tretjino proučevanih držav – po povprečni vrednosti v letu 2002 na 25. mesto med 37, v letu 2003 pa na 24. mesto med 31 GEM državami. Če podatke, zbrane zadnja štiri leta trajanja projekta, konsolidiramo v eno bazo, dobimo vzorec 41 držav, med katerimi bi se Slovenija s povprečjem leta 2002 in 2003 uvrstila na 36. mesto (slika 3).



Slika 3: Štiriletno povprečje TEA indeksa

2.2 Stopnja celotne podjetniške aktivnosti v letu 2003

S TEA indeksom merimo delež odraslega prebivalstva med 18 in 64 leti, ki so bodisi v procesu ustanavljanja podjetja bodisi so lastniki/managerji mladega podjetja, ki ne izplačuje plač dlje kot 42 mesecev. Zanima nas torej najzgodnejša faza podjetniškega procesa. Tistih podjetnikov, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol, TEA indeks ne zajema. V skladu s sliko 2, so to že ustaljena podjetja (gornji krak vzročno-posledične povezave med podjetništvom in gospodarsko rastjo), ki so za uspešnost gospodarskega

sistema izjemno pomembna, niso pa predmet raziskovanja v okviru GEM.⁶

Med 31 državami, ki v letu 2003 sodelujejo v raziskavi GEM, se je Slovenija z indeksom 4,05 uvrstila na 24. mesto.

V tabeli 1 so razporejene države po doseženem TEA indeksu. V njih je dva in pol milijarde prebivalcev, od tega poldrugo milijardo delovno aktivnih. Približno 163 milijonov je ljudi, ki so angažirani v podjetniškem procesu, ki ga spremlja GEM. Slovenija k temu prispeva 0,8 promila delovne sile ter 0,3 promila podjetniške aktivnosti.

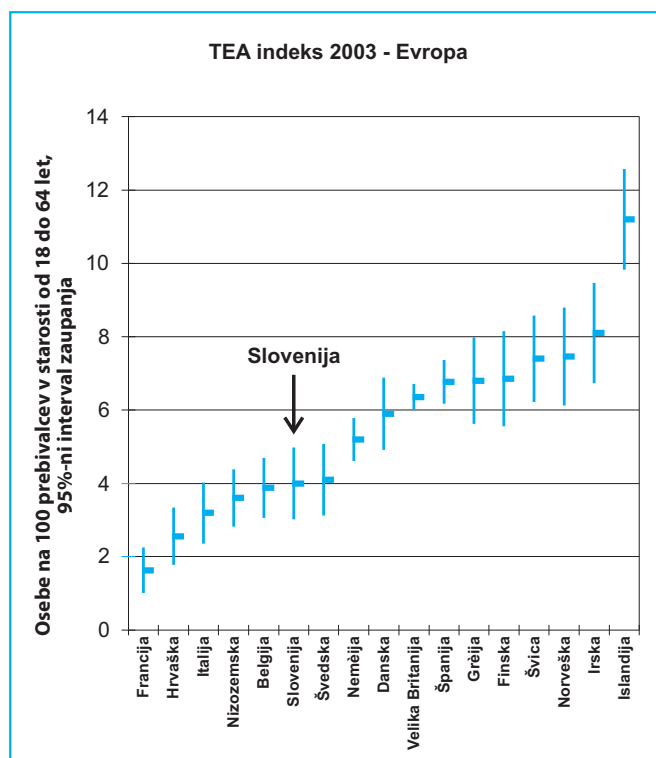
Država	TEA indeks	Število prebivalcev	Delovno aktivno prebivalstvo	Število TEA prebivalcev
Uganda	29,26	25.632.794	10.265.560	2.998.000
Venezuela	27,31	24.654.694	14.338.222	3.914.000
Argentina	19,73	38.740.807	22.559.921	4.451.000
Čile	16,87	15.665.216	9.536.646	1.612.000
Nova Zelandija	13,60	3.951.307	2.464.399	335.000
Braziliya	12,90	182.032.604	111.914.745	14.437.000
ZDA	11,94	290.342.554	181.340.397	21.580.000
Avstralija	11,62	19.731.984	12.408.149	1.439.000
Kitajska	11,59	1.286.975.468	828.234.620	96.075.000
Islandija	11,24	280.798	171.523	19.000
Irska	8,10	3.924.140	2.465.742	200.000
Kanada	8,01	32.207.113	20.813.726	1.667.000
Norveška	7,46	4.546.123	2.807.047	209.000
Švica	7,41	7.318.638	4.758.122	352.000
Finska	6,85	5.190.785	3.284.006	225.000
Grčija	6,77	10.665.989	6.770.427	460.000
Španija	6,77	40.217.413	26.006.061	1.761.000
Vel. Britanija	6,36	60.094.648	37.375.347	2.377.000
Danska	5,88	6.384.384	3.399.867	201.000
Nemčija	5,21	82.398.326	52.646.370	2.738.000
Singapur	4,95	4.608.595	3.313.692	162.000
Ju noafr. rep.	4,30	42.768.678	24.982.327	1.074.000
Švedska	4,12	8.878.085	5.489.345	225.000
Slovenija	4,05	1.935.677	1.275.871	51.000
Belgija	3,87	10.289.088	6.413.922	248.000
Nizozemska	3,60	16.150.511	10.419.034	375.000
Hong Kong	3,23	7.394.170	5.026.726	161.000
Italija	3,19	57.998.353	37.263.355	1.189.000
Japonska	2,76	127.214.499	81.024.667	2.236.000
Hrvaška	2,56	4.422.248	2.751.235	70.000
Francija	1,63	60.181.529	36.909.133	602.000
Vsota		2.482.797.218	1.568.430.204	163.443.000

Tabela 1: Število TEA prebivalcev med GEM državami

Raven podjetniške aktivnosti med 31 GEM državami je zelo različna. Število nastajajočih in novih podjetnikov v populaciji delovne sile se giblje od 1,63% (eden izmed 61) v Franciji do 29,20% (skoraj vsak tretji) v Ugandi. Najvišjo raven podjetniške aktivnosti v Evropi izkazuje Islandija – vsak deveti prebivalec je aktiven v podjetniškem procesu. V Sloveniji se vsak petindvajseti prebivalec v starosti od 18 do 64 let ukvarja s podjetniško aktivnostjo: bodisi da je pričel s podjetjem, ali pa ima v lasti in vodi mlado podjetje. Navpične črte v sliki predstavljajo 95-odstotni interval zaupanja, oziroma velikost statistične napake. Dolžina črtic odraža zanesljivost ocene - več kot je bilo anketiranih prebivalcev, bolj zanesljiva je ocena in krajša je črtica. Za države, kjer se črtice prekrivajo, ne moremo trditi, da bi med njimi obstajale statistično značilne razlike. To pomeni, da so znotraj 95-odstotnega intervala zaupanja na enaki ravni podjetniške aktivnosti kot Slovenija tudi Nemčija, Švedska, Nizozemska ali Italija.

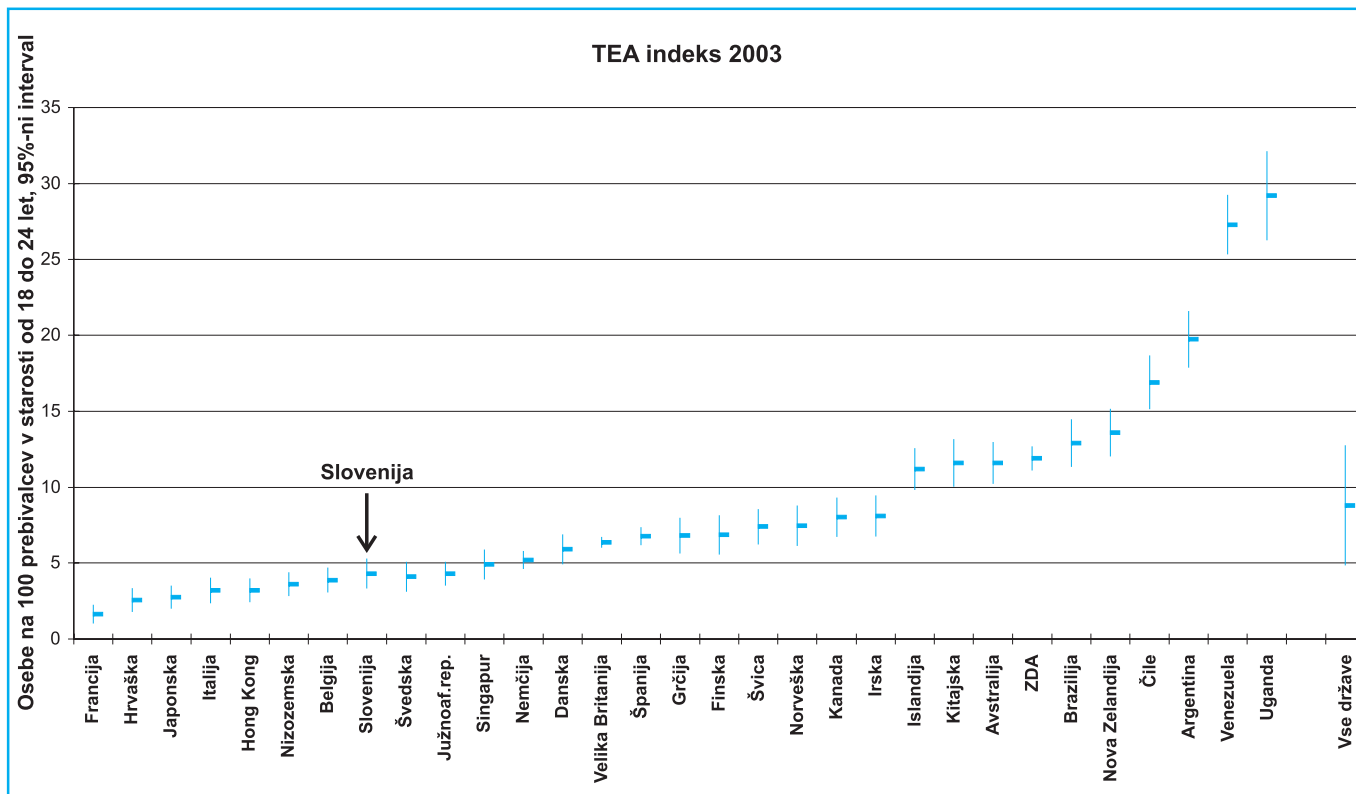
Na *sliki 5* so razvrščene države ne glede na njihovo geografsko, kulturno in razvojno raznolikost. Ker je seveda sila težko primerjati Slovenijo z, na primer, Ugando ali Japonsko, na *sliki 4* podajamo pregled podjetniške aktivnosti samo za evropske države. V tem kontekstu se zdi slovenska uvrstitev seveda boljša – ker je

pač podjetniška aktivnost evropskih držav nizka. Evropska politika se je tega začela zavedati in v zadnjem času sprejema številne iniciative, s pomočjo katerih bi se naj pospešil razvoj podjetništva. V evropskem merilu je bila sprejeta Zelena knjiga o podjetništvu⁷ s kopico predlaganih ukrepov ter Akcijski načrt za podjetništvo.⁸ V Sloveniji se sprejema Zakon o podpornem okolju za podjetništvo, katerega cilj je prispevati k večjemu vključevanju ljudi v podjetništvo in h kakovostni rasti malih podjetij. Slovensko podjetništvo mora napredovati hitreje kot evropsko, če se želimo uvrstiti med najbolj razvite države.

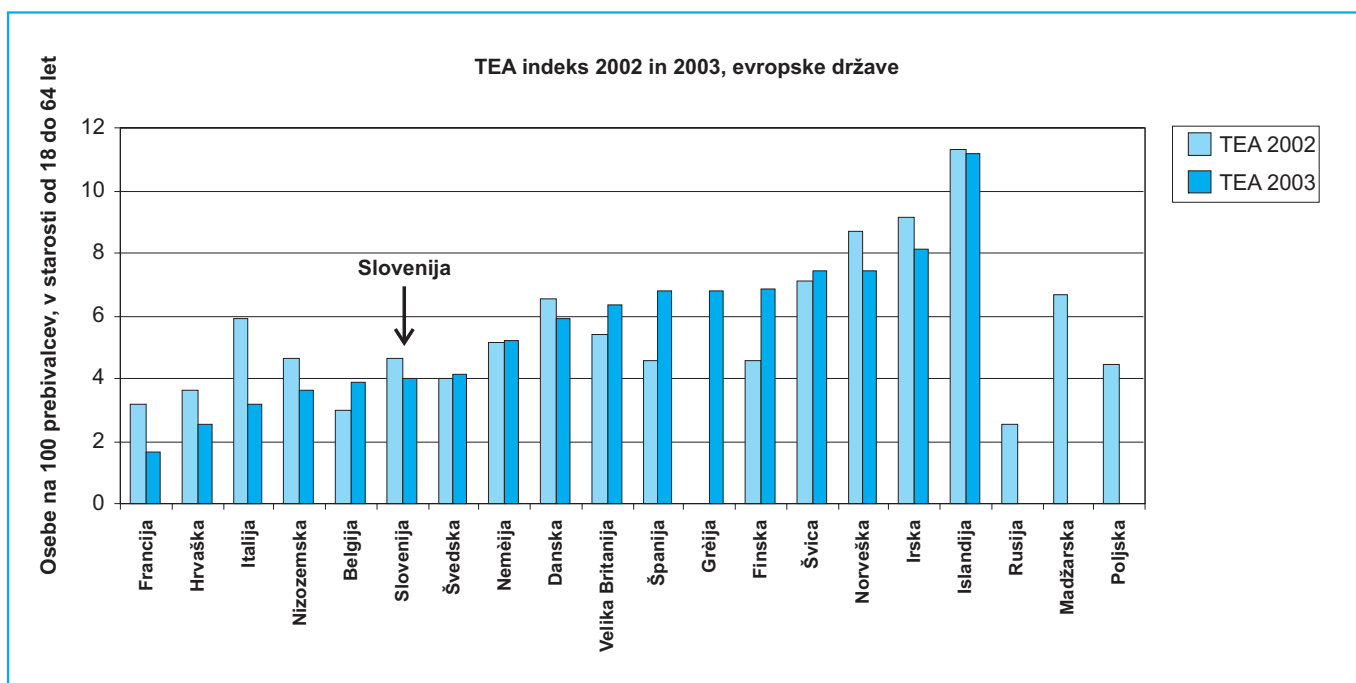


Slika 4: Stopnja celotne podjetniške aktivnosti v Evropi

Primerjava povprečne podjetniške aktivnosti v letu 2002 in 2003 (*slika 6*) kaže, da je le-ta v osmih evropskih državah upadla, ponekod zelo močno. V Franciji in Italiji se je skorajda razpolovila, v Sloveniji je upadla za dobrih deset odstotkov. Nekatere države se lahko pohvalijo z močnim porastom, predvsem Belgija, Španija in Finska. Pri slednji je povprečni TEA indeks porasel z 4,56 na 6,85. V Sloveniji pade srednje vrednosti TEA indeksa s 4,61 na 4,05, ki sicer ni statistično značilen, pomeni upad števila posameznikov, ki so na začetku podjetniške poti z 58.000 v letu 2002 na 51.000 v letu 2003. Poglejmo izračun: če bi TEA indeks v Sloveniji porasel tako kot na Finskem, bi to pomenilo dodatnih 37.000 posameznikov, ki bi se odločili za podjetniško pot. Ta številka bi pomenila vidno sled v gospodarski strukturi Slovenije in bi nedvomno prispevala k spreminjanju splošnega dojemanja podjetništva.



Slika 5: Stopnja celotne podjetniške aktivnosti



Slika 6: TEA indeks 2002 in 2003

2.3 Podjetništvo zaradi priložnosti in zaradi nujnosti

V tabeli 2 so za vsako udeleženko prikazani indeksi celotne podjetniške aktivnosti, indeks podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti in indeks podjetniške aktivnosti zaradi nujnosti.

Primerjava med podjetništvom zaradi priložnosti in podjetništvom zaradi nujnosti kaže velike razlike med posameznimi državami v deležu tistih, ki se odločajo za podjetništvo iz enega ali drugega razloga.

Drava	TEA indeks	Rang	TEA - priložnost	Rang	TEA - nujnost	Rang
Uganda	29,26	1	17,05	1	13,17	1
Venezuela	27,31	2	16,06	2	11,58	2
Argentina	19,73	3	11,93	3	7,46	3
Čile	16,87	4	10,48	5	5,87	5
Nova Zelandija	13,60	5	11,51	4	1,67	8
Brazilija	12,90	6	6,89	9	5,50	6
ZDA	11,94	7	9,11	8	1,67	9
Avstralija	11,62	8	9,91	6	1,55	10
Kitajska	11,59	9	5,45	16	6,11	4
Islandija	11,24	10	9,42	7	0,81	20
Irska	8,10	11	6,73	10	1,30	12
Kanada	8,01	12	6,69	11	1,05	15
Norveška	7,46	13	6,65	12	0,67	21
Švica	7,41	14	6,26	13	1,03	16
Finska	6,85	15	5,79	15	0,63	22
Grčija	6,77	16	4,16	19	2,63	7
Španija	6,77	17	6,05	14	0,51	25
Velika Britanija	6,36	18	5,33	17	0,97	18
Danska	5,88	19	5,31	18	0,37	27
Nemčija	5,21	20	3,73	22	1,23	13
Singapur	4,95	21	3,88	20	1,00	17
Ju noafr. rep.	4,30	22	2,87	27	1,46	11
Švedska	4,12	23	3,75	21	0,37	26
Slovenija	4,05	24	3,08	24	0,81	19
Belgija	3,87	25	3,34	23	0,32	30
Nizozemska	3,60	26	3,01	25	0,36	29
Hong Kong	3,23	27	2,17	28	1,12	14
Italija	3,19	28	2,90	26	0,22	31
Japonska	2,76	29	2,02	29	0,53	24
Hrvaška	2,56	30	1,74	30	0,59	23
Francija	1,63	31	1,13	31	0,36	28

Tabela 2: Podjetništvo zaradi priložnosti in zaradi nujnosti

Ocenjujemo, da je bilo leta 2003 v Sloveniji okrog 51.000 nastajajočih in novih podjetnikov. To so posamezniki, ki poskušajo sami ali skupaj z drugimi ustanoviti novo podjetje ali pričeti z novo poslovno dejavnostjo, vključujoč kakršnokoli samozaposlitev ali prodajo proizvodov ali storitev ter posamezniki, ki so lastniki/managerji podjetja, ki je mlajše od treh let in pol. Nekateri so se tega lotili, ker se jim je za to ponudila priložnost, drugi zato, ker niso imeli druge, boljše, možnosti za delo.

V Sloveniji je število podjetnikov, ki so se podjetništva lotili, ker so sledili podjetniški priložnosti, v primerjavi z drugimi GEM državami relativno nizko. Povprečni TEA indeks podjetništva zaradi priložnosti uvršča Slovenijo s 3,08% na 24. mesto med 31 državami – vsak dvaintrideseti prebivalec Slovenije se podjetništva loti, ker zazna podjetniško priložnost, ki jo želi izkoristiti.

Kot kaže *slika 7*, je vrstni red držav glede na njihovo stopnjo podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti precej podoben tistemu s *slike 4*, kjer je prikazan celoten TEA indeks.

Slika 8 prikazuje svetovno sliko podjetništva zaradi nujnosti. Med državami obstajajo velike razlike. Največ ljudi je prisiljenih v podjetništvo v Ugandi, Venezueli in Argentini, kar je neposredno povezano z njihovo stopnjo ekonomske razvitosti, naj-

manj je podjetništva iz nuje v Italiji in Belgiji. Sedem držav ima TEA indeks podjetniške nuje pol odstotka ali manj, kar pomeni, da se je manj kot eden na dvesto odraslih prebivalcev podjetništva lotil, ker se ga je moral in ne zato, ker se mu je ponujala obetavna poslovna priložnost.

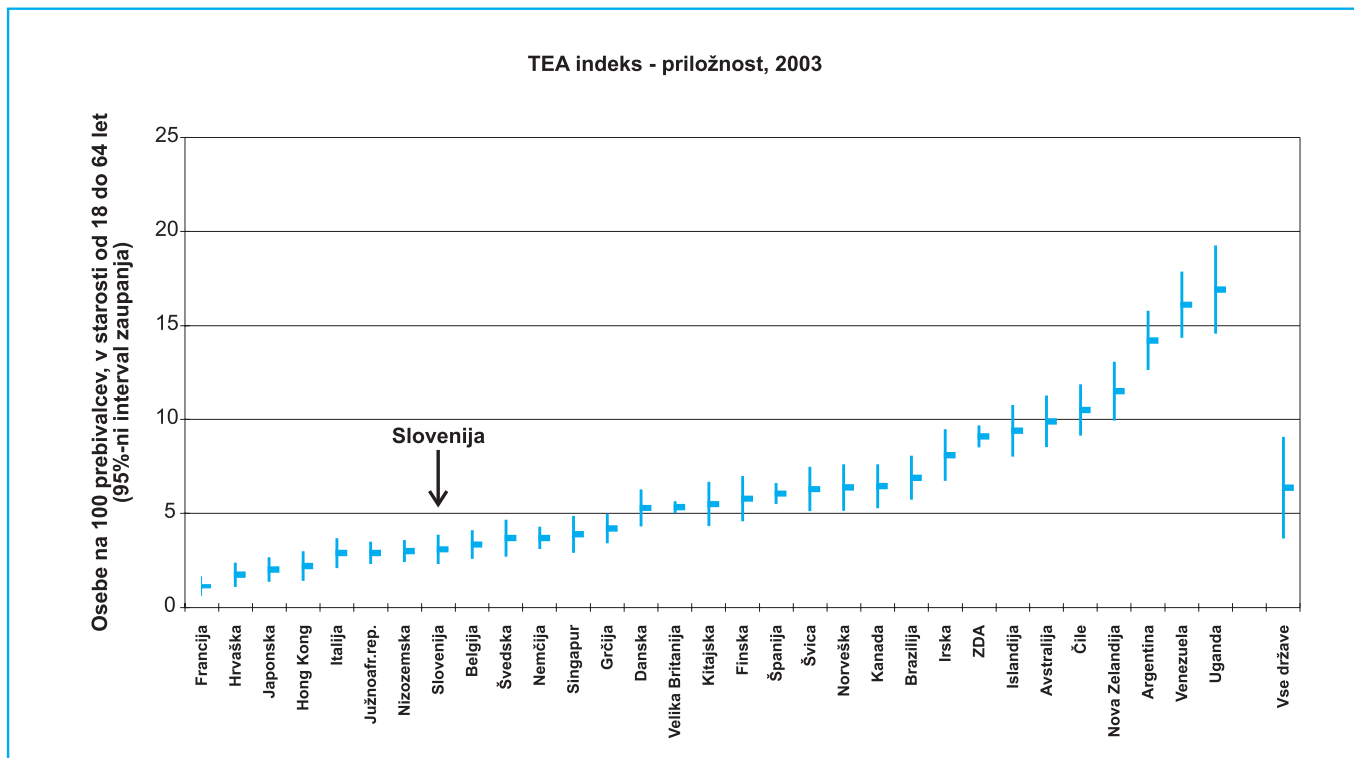
V Sloveniji znaša TEA indeks zaradi nuje 0,8%, kar pomeni, da se v povprečju vsak 125. odrasli prebivalec odloči za podjetniško pot zaradi nuje, ker nima druge, boljše, možnosti za delo. V svetovnem merilu nas to uvršča na relativno visoko mesto. Med 31 državami smo na 20. mestu. Vendar pa, če se primerjamo z letom 2002, ko smo med 37 državami z indeksom 1,37 pristali na 15. mestu, to pomeni, da se je v letu 2003 tako relativno kot absolutno manj ljudi odločalo za podjetništvo zaradi nuje. Padeč podjetniške aktivnosti v Sloveniji z 4,61% na 4,05% je tako v veliki meri tudi posledica manjšega odločanja za podjetništvo zaradi nujnosti. Če bi bile razlike statistično značilne, bi se zdelo razumno predpostaviti, da je upad podjetništva zaradi nujnosti lahko tudi posledica postopnega upadanja nezaposlenosti v Sloveniji ter manjših zaposlitvenih problemov v preteklem letu.

2.4 Nastajajoči in novi podjetniki

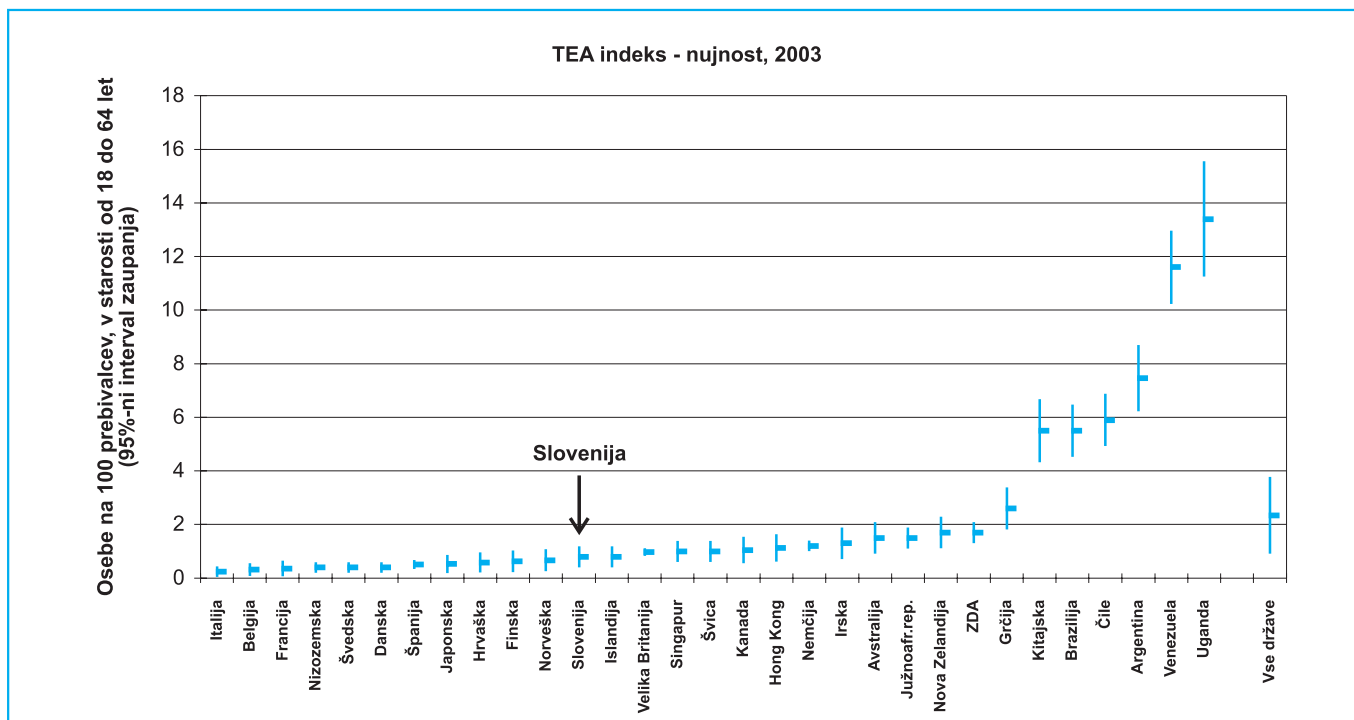
V raziskavi razlikujemo med podjetniki, ki so v najzgodnejši fazi podjetniškega procesa in tistimi, ki že poslujejo kot novo podjetje. Prve imenujemo **nastajajoči podjetniki**, med nje pa smo vključili vse tiste, ki poskušajo sami ali skupaj z drugimi ustanoviti novo podjetje ali pričeti z novo poslovno dejavnostjo in še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece. To so podjetniki, ki so zdaleč najbolj ranljivi in ki potrebujejo največ spodbudnega okolja. Povprečna vrednost TEA indeksa za nastajajoča podjetja v državah GEM je najvišja v Venezueli (19,2%), najnižja pa v Franciji (0,89%). TEA indeks za nastajajoča podjetja v Sloveniji znaša 2,99 in prinaša 21. mesto.

Da bi se posameznik kvalificiral kot **novi podjetnik**, je moral pritrditi, da je trenutno sam ali skupaj z drugimi lastnik podjetja, ki ga pomaga voditi, oziroma da je samozaposlen ter da podjetje ni bilo ustanovljeno prej kot leta 2000 (junija 2003 ni bilo starejše od 42 mesecev). Povprečna vrednost TEA indeksa za nova podjetja v državah GEM je najvišja v Ugandi (16,8%) med evropskimi državami pa v Islandiji (4,4%). Najmanj novih podjetnikov je v Franciji (0,74%). Indeks za Slovenijo je 1,11, kar nas umešča na 29. mesto.

Rojevanje novih podjetij vnaša v ekonomsko strukturo potrebno dinamiko in konkurenčnost, zato je zaželeno, da je čim več nastajajočih podjetij. Vendar pa podjetniški proces stane, vanj so investirani ne samo denar in čas podjetnikov, veliki so lahko tudi oportunitetni stroški, to je nerealizirani donosi, ki bi jih lahko dosegli drugje. Zato je pomembno zagotoviti uspešnost tega procesa, ki se kaže najprej v čim višji stopnji preživetja nastajajočih podjetnikov, takoj zatem pa v njihovem uspešnem poslovanju in kakovostni rasti. Že v GEM 2002 smo ugotavljali, da je stopnja preživetja slovenskih nastajajočih podjetnikov nizka. Ugotavljali smo jo tako, da smo izračunali razmerje med novimi in nastajajočimi podjetji. V državah, kjer je visoka stopnja nastajajočih podjetnikov in nizka stopnja novih podjetij, je očitno, da je stopnja smrtnosti novih podjetij visoka.



Slika 7: Stopnja podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti



Slika 8: Stopnja podjetniške aktivnosti zaradi nujnosti

Razmerja med nastajajočimi in novimi podjetji ter med podjetniki zaradi nujnosti in podjetniki zaradi priložnosti prikazujemo v tabeli 3. Kvocient nujnosti⁹, ki ga izrazimo kot razmerje med indeksom TEA nujnost in TEA priložnost, je pri Sloveniji 0,26. To pomeni, da se na deset podjetnikov, ki se v Sloveniji odločijo za

podjetništvo zaradi priložnosti, v povprečju manj kot trije odločijo za podjetništvo zaradi nuje. Italija, Danska, Španija, in Islandija imajo to razmerje manj kot 0,1. Kvocient priložnosti je obratna vrednost kvocienta nujnosti. V Sloveniji je ta kvocient enak 3,78 in pomeni, da je na vsakih deset podjetnikov, ki se v

Sloveniji odločijo za podjetništvo zaradi nuje, v povprečju 37,8 podjetnikov, ki so se odločili za podjetništvo zaradi priložnosti.

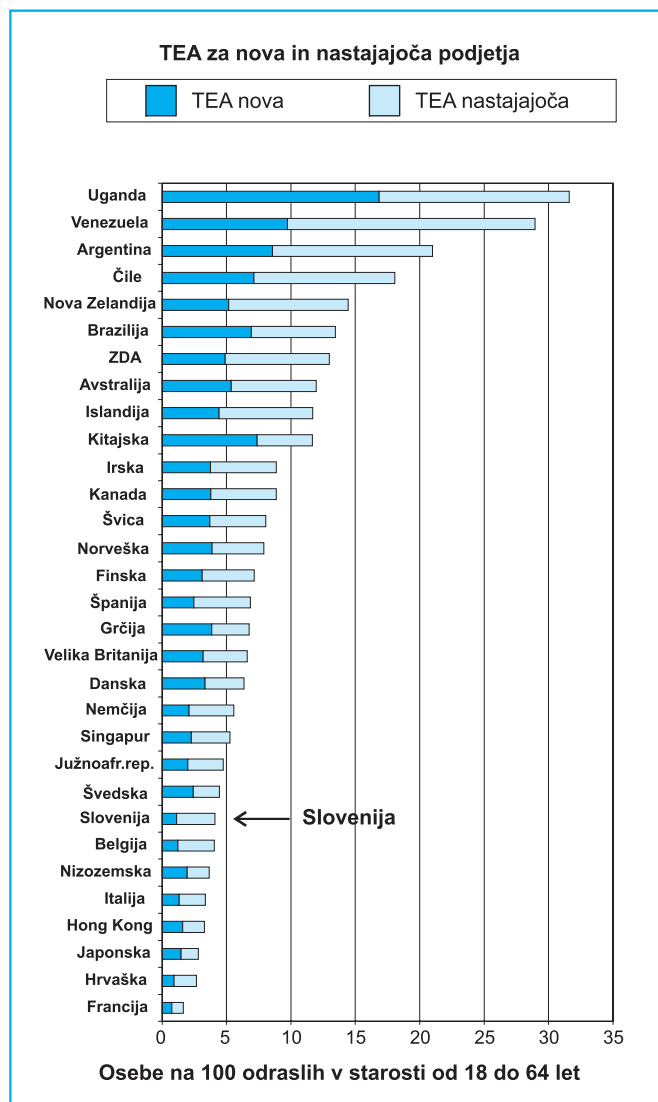
Država	Kvocijent nujnosti	Kvocijent priložnosti	Kvocijent obstojnosti	Kvocijent smrtnosti
Uganda	0,77	1,29	1,14	0,88
Venezuela	0,72	1,39	0,51	1,98
Argentina	0,63	1,60	0,69	1,46
Čile	0,56	1,78	0,65	1,53
Nova Zelandija	0,15	6,88	0,56	1,80
Brazilija	0,80	1,25	1,06	0,94
ZDA	0,18	5,46	0,60	1,65
Avstralija	0,16	6,40	0,81	1,23
Kitajska	1,12	0,89	1,72	0,58
Islandija	0,09	11,67	0,61	1,65
Irska	0,19	5,16	0,74	1,35
Kanada	0,16	6,39	0,74	1,35
Norveška	0,10	9,93	0,96	1,04
Švica	0,16	6,10	0,86	1,17
Finska	0,11	9,16	0,77	1,31
Grčija	0,63	1,58	1,32	0,76
Španija	0,08	11,88	0,56	1,78
Velika Britanija	0,18	5,49	0,94	1,07
Danska	0,07	14,40	1,09	0,92
Nemčija	0,33	3,04	0,60	1,67
Singapur	0,26	3,87	0,76	1,32
Južnoafr. rep.	0,51	1,96	0,73	1,37
Švedska	0,10	10,08	1,19	0,84
Slovenija	0,26	3,78	0,37	2,69
Belgija	0,10	10,44	0,43	2,33
Nizozemska	0,12	8,46	1,12	0,89
Hong Kong	0,52	1,93	0,93	1,08
Italija	0,07	13,44	0,64	1,55
Japonska	0,26	3,78	1,08	0,93
Hrvaška	0,34	2,98	0,52	1,92
Francija	0,32	3,15	0,83	1,21

Tabela 3: Kvocienti podjetniške aktivnosti

Kvocijent obstojnosti¹⁰ nam govori o "izkoristku" podjetniškega procesa in je v Sloveniji najnižji, ne samo v evropskem, ampak med vsemi sodelujočimi GEM državami. Skladno s tem je kvocijent smrtnosti, ki predstavlja obratno vrednost kvocijenta obstojnosti, za Slovenijo najvišji. Znaša 2,69 in pomeni, da v Sloveniji izmed 2,69 nastajajočih podjetij v povprečju preživi le eno. V primerjavi z lanskim letom (2,14) se je kvocijent precej znižal.

2.5 Moški in ženske v podjetništvu

Slika 10 kaže delež moškega in ženskega odraslega prebivalstva, ki se med državami znatno razlikuje. Medtem ko je delež podjetnikov med moškimi in ženskimi prebivalstvom skoraj enak v Italiji in Franciji, je v Sloveniji razmerje med moškimi in ženskami v podjetništvu najslabše med vsemi državami v GEM. TEA indeks za moške znaša 6,36%, za ženske pa samo 1,66%, ali 3,8: 1 v korist moških. Podobno neugodno razmerje imajo tudi Irska (3,4: 1), Japonska (3,2:1) ter Danska (3,07:1).

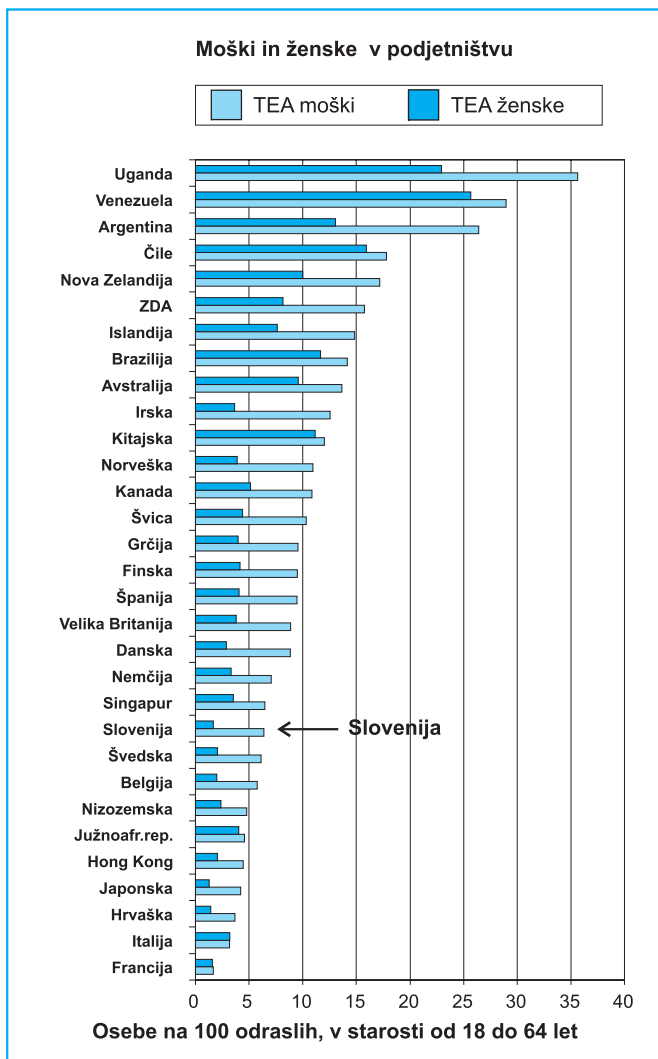


Slika 9: TEA za nova in nastajajoča podjetja

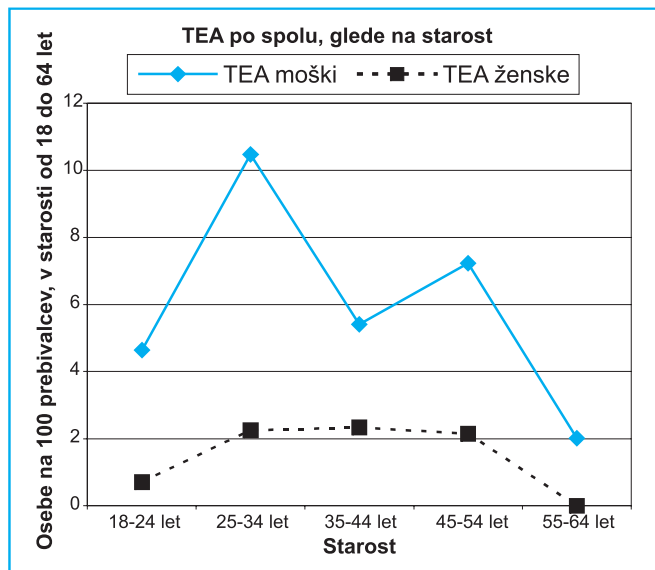
V svetovnem merilu je največ podjetništva med moškimi v starostni dobi med 25 in 34 letom. TEA indeks v tej skupini je 20,3%. Ta starostna skupina prevladuje tudi med ženskami, kjer jih je 13,1%. To podjetniško najbolj aktivno obdobje prevladuje ne samo v celotnem TEA indeksu, ampak tudi v vseh drugih kategorijah – podjetništvu iz nuje, podjetništvu zaradi priložnosti, pri nastajajočih in pri novih podjetnikih. Kako je s tem v Sloveniji, kaže slika 11.

V tabeli 4 in sliki 12 so prikazani TEA indeksi po starosti in spolu za Slovenijo. Nobenega dvoma ni, da so v Sloveniji ženske še velika neizkoriščena priložnost za podjetništvo. V podjetniško najbolj zastopani starostni skupini med 25 in 34 letom je razmerje med moškimi in ženskami skoraj 5:1 v korist moških.

Tako pri moških kot pri ženskah narašča podjetniška aktivnost z višino izobrazbene ravni. Med podjetniško aktivnim prebivalstvom, ki jih spremlja GEM, je v Sloveniji največ tistih, ki imajo več kot srednješolsko izobrazbo in po dohodku spadajo v zgornjo tretjino.



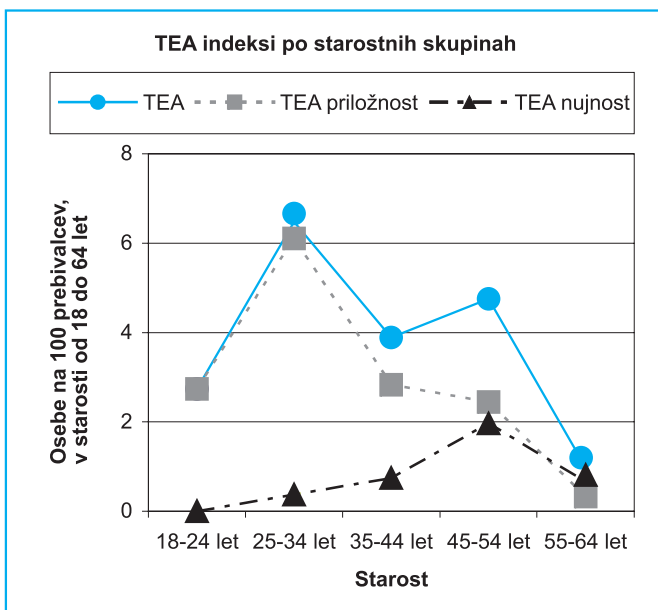
Slika 10: Moški in ženske v podjetništvu



Slika 12: TEA po spolu, glede na starost

Slovenija	Starost	Moški	enske
TEA			
	18-24 let	4,65	0,71
	25-34 let	10,48	2,25
	35-44 let	5,41	2,34
	45-54 let	7,23	2,15
	55-64 let	2,02	0,00
TEA-prilnost			
	18-24 let	4,65	0,71
	25-34 let	10,48	1,49
	35-44 let	3,31	2,34
	45-54 let	4,15	0,65
	55-64 let	0,67	0,00
TEA-nujnost			
	18-24 let	0,00	0,00
	25-34 let	0,00	0,76
	35-44 let	1,46	0,00
	45-54 let	2,40	1,50
	55-64 let	1,35	0,00
TEA-nastajajoča podjetja			
	18-24 let	4,65	0,71
	25-34 let	7,89	2,25
	35-44 let	1,97	1,97
	45-54 let	5,07	2,15
	55-64 let	1,36	0,00
TEA-nova podjetja			
	18-24 let	0,00	0,00
	25-34 let	2,59	0,00
	35-44 let	3,44	0,83
	45-54 let	2,16	0,00
	55-64 let	0,66	0,00

Tabela 4: TEA indeks po starosti in spolu



Slika 11: TEA indeksi po starostnih skupinah

Slovenija	TEA moški	TEA enske	TEA prilo nost moški	TEA prilo nost enske	TEA nujnost moški	TEA nujnost enske	TEA nova p. moški	TEA nova p. enske	TEA nast. p. moški	TEA nast. p. enske
Zaposlitev										
Stalno ali začasno zaposlen	7,55	2,65	5,58	1,77	1,51	0,88	2,82	0,34	4,74	2,50
Nezaposlen	8,68	0,00	7,01	0,00	1,67	0,00	0,00	0,00	8,68	0,00
Upokojen, študent, invalid	2,60	0,36	2,60	0,36	0,00	0,00	0,00	0,00	2,60	0,36
Izobrazba										
Manj kot srednješolska	3,93	0,79	2,93	0,00	0,38	0,79	0,91	0,00	3,02	0,79
Srednješolska	5,98	1,41	4,41	1,41	1,27	0,00	1,90	0,38	4,08	1,24
Več kot srednješolska	9,72	3,09	8,20	1,76	1,52	1,33	3,34	0,00	6,38	3,09
Dohodek										
Spodnja tretjina	4,97	2,09	3,04	1,34	1,93	0,75	2,73	0,34	2,24	1,75
Srednja tretjina	3,46	2,28	3,01	1,71	0,45	0,57	1,15	0,37	2,31	2,28
Zgornja tretjina	9,13	1,17	7,66	0,77	1,12	0,40	2,33	0,00	6,79	1,17

Tabela 5: Demografske značilnosti slovenskih GEM podjetnikov

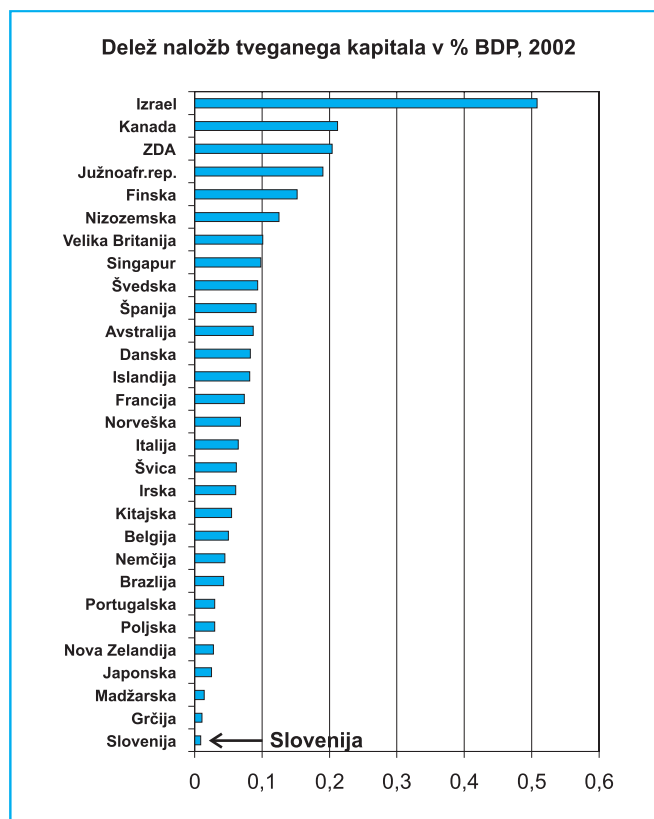
2.6 Tvegani kapital in neformalno investiranje

Poslovne ideje ni mogoče uresničiti brez finančnih virov. V vseh raziskavah o podjetništvu v Evropi, ki prepoznava ovire, s katerimi se srečujejo podjetniki, so finance povsem na vrhu – bodisi da gre za odnose z bankami ali za tvegani kapital. S pomočjo GEM imamo podrobnejši vpogled v razprostranjenost tveganega kapitala in v financiranje, ki ga zagotavljajo posamezniki. Informacije o tem zberemo na dva načina. Z anketiranjem odraslega prebivalstva izvemo, koliko sredstev so posamezniki vložili v podjetja, ki niso v njihovi lasti. Posebej zbrani podatki o aktivnosti tveganega kapitala v GEM državah pa nam omogočijo vpogled v ta segment podjetniškega procesa.

V Sloveniji predstavlja tvegani kapital še vedno zanemarljiv dejavnik v podjetniškem življenju. Zato tudi ne preseneča, da se je po deležu naložb tveganega kapitala, izraženem kot odstotek od bruto družbenega proizvoda, Slovenija uvrstila povsem na rep (slika 13). Na tem področju izrazito izstopa Izrael, sledita mu Kanada in ZDA.

Čeravno je takšna uvrstitev Slovenije zaskrbljujoča, pa je vendarle treba poudariti, da je za razvoj podjetniškega procesa (ob potrebnih bančnih virih) bolj kot rizični kapital pomembno neformalno investiranje. Ena izmed izstopajočih ugotovitev naše raziskave na tem področju je prav ugotovitev glede neformalnega investiranja. Ocenjujemo, da je leta 2002 v svetovnem merilu klasični rizični kapital investiral 32 milijard USD v 12.446 podjetij. Veliko? To je komaj slaba desetina tistega, kar so investirali neformalni investitorji: 359 milijard USD v 33.655.116 podjetij. Neformalni investitorji so tako zagotovili 91 odstotkov vseh sredstev in s kapitalom oskrbeli 99,96% vseh podjetij. Na vsakih 100.000 novih podjetij je bilo manj kot 37 podjetij podprtih s tveganim kapitalom.¹¹

Družina in prijatelji so tisti, na katere se lahko novi podjetniki zanesejo. V tabeli 6 je prikazano, kateri so neformalni viri investiranja v svetovnem merilu. Podobno je tudi v Sloveniji (ožji družinski člani: 36,2%, prijatelji ali sosedje 15,1%).



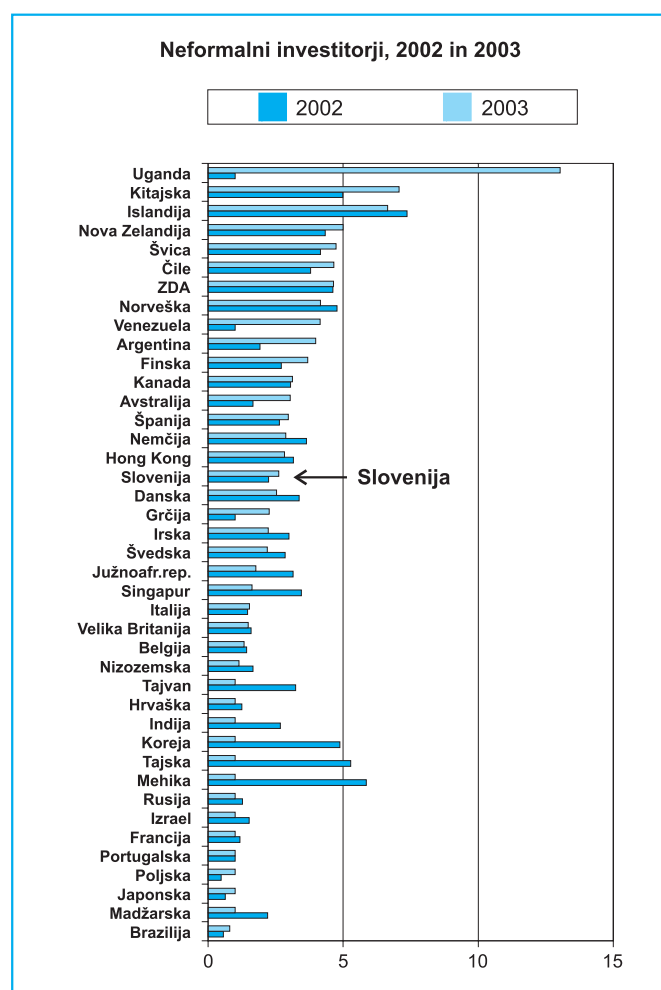
Slika 13: Delež naložb tveganega kapitala v BDP

Neformalni investitorji	%
O j i dru inski člani	43,7
Drugi sorodniki	8,9
Prijatelji ali sosedje	29,2
Sodelavci	8,9
Tujci	9,3

Tabela 6: Neformalni viri financiranja v svetovnem merilu

Nedvomno bi bilo smiselno pri oblikovanju spodbudnega podjetniškega okolja upoštevati velik pomen neformalnih investitorjev ter jih tudi prek davčnega sistema motivirati za tovrstno produktivno potrošnjo. Še zlasti, ker je zaznati zelo močno negativno korelacijo med različnimi vrstami davkov in deležem neformalnega investiranja v bruto družbenem proizvodu.

Če pogledamo, koliko posameznikov je osebno vložilo sredstva v novo podjetje, ki ga je ustanovil nekdo drug (pri tem se ne upoštevajo nakupi delnic, obveznic ali vlaganj v vzajemne sklade), se Slovenija znajde na 17 mestu med 41 državami (slika 14).



Slika 14: Neformalni investitorji

Tvegani kapital je nedvomno zelo pomemben za rast podjetij, treba pa je upoštevati, da je angažiran v zelo ozkem segmentu podjetniškega procesa. Ocenjeno je (Bygrave, 2004), da je od prej omenjenih 37 podjetij od 100.000, ki so prejela tvegani kapital, manj kot 10 takih, kjer je šlo za semenski kapital, in le nekatera med njimi so bila novoustanovljena podjetja. Kadar govorimo o novih in nastajajočih podjetjih, odsotnost tveganega kapitala le neznatno vpliva na njihovo nastajanje. Sklicevanje na odsotnost tveganega kapitala kot na vzrok premajhne podjetniške aktivnosti je zato odvratanje pozornosti od pravih problemov. Odsotnost tveganega kapitala povzroča izgubo potencialov, ki bi jih lahko predstavljala hitro rastoča podjetja, ne pa zmanjšanje nastajanja novih podjetij. V vsakem primeru je veli-

ka večina investiranja, ki jih izpelje tvegani kapital, usmerjena v rast podjetij, ki že poslujejo.

2.7 Razvojna naravnost slovenskih podjetnikov

2.7.1 Merila razvojne naravnosti

Tako nastajajoči in novi podjetniki kot tudi podjetniki, ki so to že dalj časa, imajo določena pričakovanja glede rasti svojih podjetij v prihodnosti. Pri tem se ocene rasti njihovih podjetij v prihodnosti oblikujejo pod vplivom različnih dejavnikov. V literaturi je sicer mogoče velikokrat najti nasprotujoče si trditve o vplivnih dejavnikih hitre rasti podjetij,¹² kar pa je pogosto posledica metodoloških problemov. Ne glede na metodološka vprašanja lahko med vplivne dejavnike poleg značilnosti okolja, v katerem podjetje deluje, uvrstimo tudi značilnosti podjetja ter značilnosti oziroma lastnosti podjetnikov samih.

Na motiviranost za vključevanje v podjetniške procese vplivajo tako osebne lastnosti (potencialnega) podjetnika kot značilnosti okolja, v katerem podjetnik (ali bodoči podjetnik) deluje. Višjo stopnjo motiviranosti ljudi za podjetništvo zaznavamo v okolju, v katerem je podjetništvo družbeno priznано in ki spodbuja k izkoriščanju podjetniških priložnosti. Določen del prebivalstva ima ustrezne **podjetniške zmogljivosti (usposobljenost in motivacijo)**, s katerimi zazna in spremeni podjetniško priložnost v kvaliteten podjem, če bo podjem realiziran ali ne, pa je v veliki meri odvisno od podjetniškega okolja.

Empirične raziskave sicer poudarjajo pomen hitrorastočih novih podjetij, vendar pa nekatere raziskave¹³ tudi kažejo, da le od 3 do 5 odstotkov vseh novih podjetij ustvari do 80% vseh novih delovnih mest, velika večina novih podjetij pa nikoli ne preseže 1 do 2 zaposlena na podjetje. Pomen mikro (ki imajo od 0 do 9 zaposlenih) in malih (ki imajo od 10 do 49 zaposlenih) podjetij, je tudi v slovenskem gospodarstvu izredno velik, saj ta podjetja predstavljajo 98,39% vseh podjetij v Sloveniji (med njimi je 10,86% podjetij z 0 zaposlenimi, 82,57% podjetij z 1 do 9 zaposlenimi in 4,96% podjetij z 10 do 49 zaposlenimi), srednja podjetja, ki imajo od 50 do 249 zaposlenih predstavljajo 1,27%, velika podjetja z 250 in več zaposlenimi pa le 0,34% vseh slovenskih podjetij. Povprečno slovensko podjetje je v letu 2002 zaposlovalo 6,2 ljudi.¹⁴

Kakšna je razvojna naravnost mladih slovenskih podjetij?

Ugotavljali smo jo tako, da smo med odraslim prebivalstvom ter med nastajajočimi in novimi podjetniki poiskali

- tiste, ki nameravajo v prihodnjih petih letih povečati število delovnih mest za 20 ali več,
- tiste, ki obetajo ustvarjanje novega oziroma širjenje obstoječega trga ter
- tiste, ki nameravajo v prihodnjih petih letih izvoziti več kot 50% svoje prodaje.

Tako smo oblikovali dodatne tri TEA indekse in sicer:

- **TEA indeks – zaposlovanje** ki opredeljuje število oseb na 10.000 prebivalcev, ki nameravajo v prihodnjih petih letih povečati število delovnih mest za 20 ali več.
- **TEA indeks – zaposlovanje/širjenja tržišča**, ki opredeljuje število oseb na 10.000 prebivalcev, ki nameravajo v prihodnjih

petih letih povečati število delovnih mest za 20 ali več ali pa bodo, vsaj v majhnem obsegu, širili/ustvarjali nov trg s svojimi izdelki ali storitvami. Da bi jih opredelili kot take, morajo izpolniti vsaj enega od naslednjih pogojev: (a) se razvijajo v okolju, v katerem je konkurenca na strani ponudbe nizka oziroma je ni, (b) kjer je izdelek oziroma storitev nov (nizko zavedanje kupcev o obstoju izdelka/storitve), (c) za njegovo izdelavo iziroma izvedbo je značilna uporaba tehnologij, ki obstajajo manj kot eno leto.

- **TEA indeks – zaposlovanje/širjenja tržišča/izvoz**, ki opredeljuje število oseb na 10.000 prebivalcev, ki nameravajo v prihodnjih petih letih povečati število delovnih mest za 20 ali več, ali pa bodo širili/ustvarjali nov trg s svojimi izdelki ali storitvami vsaj v majhnem obsegu ter hkrati nameravajo v prihodnjih petih letih izvoziti več kot 50% svoje prodaje.

Glede na povprečno število zaposlenih v slovenskem povprečnem podjetju (6,2 zaposlena) povečanja števila delovnih mest za 20 ali več ne smemo pričakovati v velikem obsegu, vendar pa se ta indeks izkaže kot zelo uporaben tudi zaradi možnosti primerjave z drugimi državami, ki so bile vključene v GEM.

2.7.2 Razvojna naravnost odraslega prebivalstva

Na osnovi raziskave *med odraslim prebivalstvom* v okviru raziskave GEM v letu 2003, ki je zajela 2012 odraslih prebivalcev v Sloveniji, smo prišli do rezultatov, ki so zapisani v *tabeli 7*.

Kot vidimo, je v predhodno opredeljenem pomenu zaposlovanja, ustvarjanja tržišča in izvažanja odstotek moških, ki so razvojno naravnani, bistveno višji kot odstotek žensk: na 10.000 prebivalcev je, denimo, 135 moških in samo 27 žensk, ki bodo bodisi zaposlovali več kot 20 ljudi bodisi širili ali ustvarjali nov trg. Največji del te razlike seveda izhaja iz dejstva, da je v Sloveniji izrazito več moških kot žensk vključenih v podjetniške aktivnosti, zato iz tega ne moremo sklepati, da bi bile ženske manj razvojno naravnane.

Leta 2003 je bilo v povprečju 6,36% moških in le 1,66% žensk v starosti od 18 do 64 let vključenih v začetne faze podjetništva. Ženske se tudi bistveno redkeje kot moški vključujejo v podjetništvo zaradi priložnosti. V povprečju je v Sloveniji več kot trikrat toliko moških kot žensk v starosti od 18 do 64 let vključenih v podjetništvo zato, ker želijo izkoristiti podjetniško priložnost (4,95% moških in 1,14% žensk).

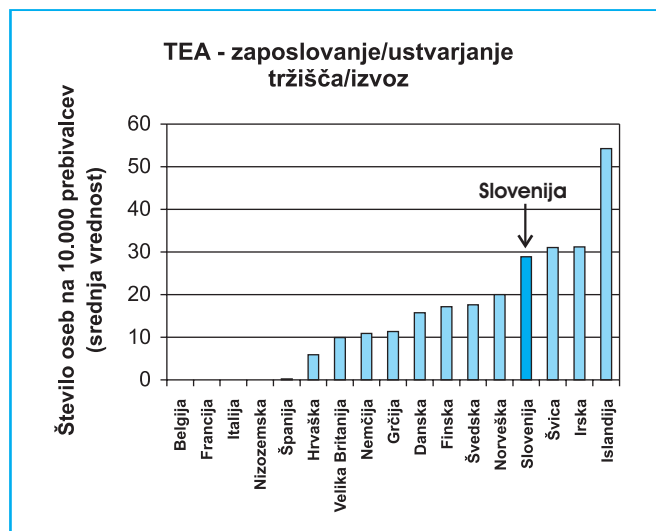
Ko Slovenijo primerjamo s 17 evropskimi državami, ki so bile leta 2003 vključene v GEM, vidimo, da je uvrščena v sredino lestvice, s pozitivnim odstopanjem pri številu ljudi, ki nameravajo v prihodnjih petih letih povečati število delovnih mest za 20 ali več, ali pa bodo širili/ustvarjali nov trg s svojimi izdelki ali

storitvami vsaj v majhnem obsegu ter hkrati nameravajo v prihodnjih petih letih izvoziti več kot 50% svoje prodaje.

Tam, kjer nagnjenost k podjetništvu izkazuje večji delež prebivalstva, bi v povprečju seveda pričakovali, da je med prebivalstvom tudi večji delež podjetjem, ki izkazujejo večjo razvojno naravnost. Na osnovi korelacijske analize (v tabeli 8) lahko trdimo, da ta povezava velja za tisto prebivalstvo, ki se vključuje v podjetništvo zaradi priložnosti, medtem ko tega za tisto prebivalstvo, ki se vključuje v podjetništvo zaradi nujnosti, ker nima boljše možnosti za delo, ne moremo trditi. To hkrati tudi potrjuje tezo, da sta razpoložljivost in zaznavanje dobrih poslovnih priložnosti pomembna dejavnika pri oblikovanju podjetniških aspiracij.

Za 17 evropskih GEM držav, ki so leta 2003 sodelovale v projektu, so v *tabeli 8* prikazani rezultati korelacijske analize med opisanimi TEA indeksi, ki potrjujejo zapisano.

Ker je TEA indeks, ki meri število oseb na 100 prebivalcev, ki so v začetnih fazah podjetniškega procesa, tudi med evropskimi državami zelo različen (v razponu od 1,6 za Francijo, 4,05 za Slovenijo do 11,2 za Islandijo), je smiselno izločiti to raznolikost in si ogledati, kakšna je razvojna naravnost podjetnikov.



Slika 15: Razvojna naravnost odraslega prebivalstva

	Moški in enske skupaj	Moški	enske	Stopnja značilnosti preizkusa razlik med spoloma - p
TEA - zaposlovanje	67,94	116,33	18,01	0,013
TEA – zaposlovanje/ustvarjanje tr išča	81,85	135,00	27,04	0,013
TEA - zaposlovanje/ustvarjanje tr išča/izvoz	30,50	60,10	0,00	0,023

Tabela 7: TEA indeksi razvojne naravnosti za moške in ženske v Sloveniji, 2003

2.7.3 Razvojna naravnost podjetnikov

	TEA indeks	TEA indeks prilost	TEA indeks nujnost
TEA - zaposlovanje	0,668 (p = 0,003)	0,685 (p = 0,002)	0,154 (p = 0,554)
TEA zaposlovanje/ustvarjanje tr išča	0,835 (p = 0,000)	0,820 (p = 0,000)	0,329 (p = 0,197)
TEA zaposlovanje/ustvarjanje tr išča/izvoz	0,754 (p = 0,000)	0,747 (p = 0,001)	0,233 (p = 0,368)

Tabela 8: Korelacijski koeficienti med TEA indeksi v evropskih GEM državah, 2003

	Nastajajoči/novi podjetniki			Ustaljeni podjetniki		
	moški	ženske	skupaj	moški	ženske	skupaj
Indeks zaposlovanja	18,28	10,87	16,79	1,50	0,00	1,12
Indeks zaposlovanja/ustvarjanja tr išča	21,22	16,32	20,23	1,50	3,22	1,93
Indeks zaposlovanja /ustvarjanja tr išča/izvoz	9,44	0,00	7,54	1,50	0,00	1,12

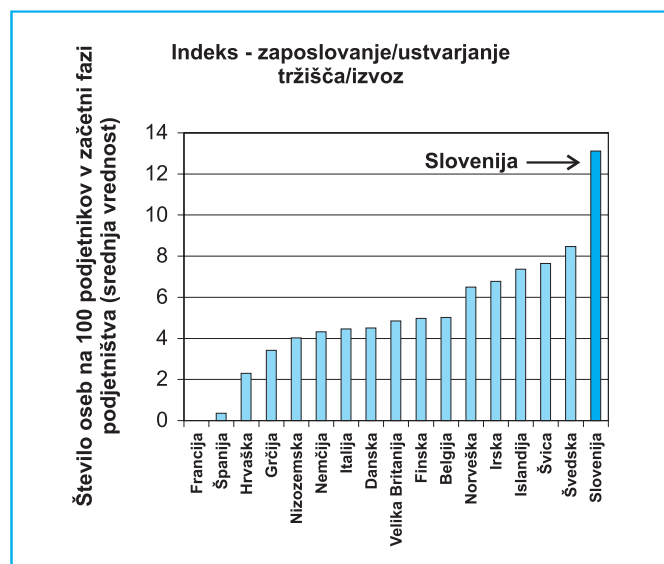
Tabela 9: Razvojna naravnost nastajajočih, novih ter ustaljenih podjetnikov in podjetnic v Sloveniji

Analizirali smo razlike med moškimi in ženskami po eni strani ter med nastajajočimi, novimi in ustaljenimi podjetniki na drugi strani. Nastajajoči podjetniki so v tej raziskavi opredeljeni kot tisti, ki se aktivno lotevajo vzpostavitve novih podjetij, novi podjetniki so tisti, ki so zaposleni kot lastniki/managerji novih podjetij, ki ne izplačujejo plač dlje kot 42 mesecev, medtem ko so ustaljeni podjetniki tisti, ki so zaposleni kot lastniki/managerji novih podjetij in izplačujejo plače dlje kot 42 mesecev. Razvojno naravnost podjetnikov in podjetnic smo merili enako kot razvojno naravnost odraslega prebivalstva. Rezultati so prikazani v tabeli 9.

Odstotki med moškimi in ženskami se sicer razlikujejo, tako pri nastajajočih in novih kot tudi pri ustaljenih podjetjih, vendar pa statistično značilnih razlik med spoloma ne moremo potrditi ($p > 0,05$). Na osnovi razpoložljivih podatkov torej ne moremo trditi, da bi moški izkazovali večjo razvojno naravnost kot ženske v Sloveniji. Lahko pa potrdimo, da imajo ljudje praviloma višje podjetniške aspiracije na začetku svoje podjetniške poti, kot pa ljudje, ki so v podjetništvu že dlje. Tudi tukaj razlik med spoloma ni, saj to velja tako za moške kot za ženske (vse stopnje značilnosti $p > 0,05$).

Razvojna naravnost slovenskih podjetnikov, izvedena iz njihovih namer, nam pokaže, da so zelo optimistični glede tega, kaj se bo z njihovim podjetjem dogajalo v prihodnjih letih. Po zbirnem indeksu zaposlovanje/tržišče/izvoz smo med 17 evropskimi državami, ki so leta 2003 sodelovale v GEM, krepko na prvem mestu.

V literaturi¹⁵ je mogoče najti kar nekaj razlag o tem, zakaj so podjetniške aspiracije nastajajočih in novih podjetnikov praviloma višje, kot aspiracije tistih, ki so podjetniki že dlje časa. Dve od možnih razlag sta preživetje podjetij in učenje. Veliko števil podjetij ne preživi in mogoče ne preživijo tisti, ki izkazujejo največja, najbolj nerealna pričakovanja. Glede na to, da v Sloveniji preživi le malo podjetij, v povprečju je bilo v letu 2003 kar 2,69 nastajajočih podjetij za eno samo novonastalo podjetje, je velika "smrtnost" podjetij lahko eden od vzročnih mehanizmov, ki deluje v slovenskem podjetniškem okolju. Prav tako pa je verjetno tudi, da nastajajoči in novi podjetniki sčasoma pridobivajo znanje o podjetju in podjetniškem okolju, ki zmanjša njihova pričakovanja. V Sloveniji je ta upad pričakovanj zelo drastičen. Medtem ko vsak peti podjetnik, ki je v poslu manj kot tri leta in pol pričakuje, da bo zaposloval ali širil tržišče, ima takšna pričakovanja še samo vsak petdeseti podjetnik, ki je v poslu več kot tri leta in pol.



Slika 16: Razvojna naravnost podjetnikov

2.7.4 Razvojna naravnost in podjetniška zmogljivost v Sloveniji

Ker je odločitev za rast podjetja osebna odločitev podjetnika, nas je zanimalo, kako nanjo vplivajo prepričanja,

- da se bodo v prihodnjih šestih mesecih, na območju, kjer živijo, pojavile dobre poslovne priložnosti (razpoložljivost poslovnih priložnosti),
- da imajo znanje in izkušnje za ustanovitev novega podjetja (usposobljenost za podjetništvo),
- da so uspešni ustanovitelji novega podjetja v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status.

V raziskavo GEM je bilo leta 2003 vključenih 36 nacionalnih izvedencev ter vzorec 2012 odraslih oseb. Oglejmo si najprej mnenja nacionalnih izvedencev ter slovenskega prebivalstva o razpoložljivosti dobrih poslovnih priložnosti v Sloveniji, v povezavi z oceno usposobljenosti in motivacije ljudi, da te poslovne priložnosti razvijejo v kvalitetne podjetje.



Tretjina odraslih prebivalcev (v starosti od 18 do 64 let) v Sloveniji je prepričana, da se bodo na območju, kjer živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti. Izvedenci so bili dosti bolj optimistični – kar dve tretjini jih je takega mnenja. Med odraslim prebivalstvom je večji odstotek moških (34,63%), ki menijo, da se bodo pojavile dobre poslovne priložnosti, kot pa žensk (30,15%, $p = 0,012$). Spol je pomemben tudi, ko gre za prepričanje v lastno znanje in usposobljenost za podjetništvo. V povprečju je skoraj polovica odraslih prebivalcev moškega spola (49,93%) prepričanih, da takšne sposobnosti in znanje imajo, medtem ko je takšnega mnenja le 27,12% žensk (razlika med spoloma je statistično značilna pri $p = 0,000$).

Za razvoj kvalitetnega podjetništva je poleg zaznavanj poslovnih priložnosti pomembna tudi motivacija za podjetništvo. Pomemben del te motivacije je splošen odnos okolja do podjetništva in v njegovem okviru družbeni status podjetnika. Glede tega so bili nacionalni izvedenci bolj kritični, kot pa prebivalci; pri tem je razlika med moškimi in ženskami še očitnejša. S trditvijo, da imajo tisti posamezniki, ki so uspešni ustanovitelji novega podjetja, v družbi visok status in so spoštovani, se namreč strinja 43,75% izvedencev. Med prebivalstvom je tega mnenja v povprečju kar 74,11% moških ter 79,90% žensk (razlika med spoloma je statistično značilna pri $p = 0,000$).

Pri tem ima pomembno vlogo starost ljudi. Največji odstotek tistih, ki mislijo, da se bodo v prihodnjih šestih mesecih pojavile

dobre poslovne priložnosti, je tako pri moških kot pri ženskah med tistimi, ki so stari od 18 do 24 let (moški 51,82%, ženske 46,33%). Vendar pa je hkrati v tej starostni skupini tudi najmanjši odstotek tistih, ki so prepričani, da imajo potrebno znanje in sposobnosti za podjetništvo, kar velja za moške in še posebej za ženske (moški 37,95%, ženske 10,83%). V tej starostni skupini so ljudje tudi v največjem odstotku prepričani, da so uspešni ustanovitelji novega podjetja v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status – tako v povprečju misli 82,17% moških ter kar 91,33% žensk, starih od 18 do 24 let (vse razlike so statistično značilne pri $p < 0,01$).

Za 17 evropskih držav, ki so sodelovale v projektu GEM leta 2003, smo opravili korelacijsko analizo med spremenljivkami TEA indeks zaposlovanje, TEA indeks zaposlovanje/ustvarjanje tržišča, TEA indeks zaposlovanje/ustvarjanje tržišča/izvoz ter prepričanja o poslovnih priložnostih, razpoložljivem znanju in družbenem ugledu podjetnikov. Rezultati korelacijske analize so prikazani v tabeli 10

Vsi korelacijski koeficienti so pozitivni, dokaj visoki in statistično značilni. Izražajo dokaj močno pozitivno povezanost med podjetniško zmogljivostjo, razpoložljivostjo poslovnih priložnosti ter podjetniškimi aspiracijami, kar smo tudi pričakovali.

	% tistih, ki menijo, da se bodo pojavile dobre poslovne priložnosti	% tistih, ki menijo, da imajo znanje in izkušnje	% tistih, ki menijo, da so uspešni ustanovitelji podjetja spoštovani
TEA indeks zaposlovanje	0,455 ($p = 0,067$)	0,498 ($p = 0,042$)	0,615 ($p = 0,009$)
TEA indeks zaposlovanje/ustvarjanje tr išča	0,537 ($p = 0,026$)	0,665 ($p = 0,004$)	0,606 ($p = 0,010$)
TEA indeks zaposlovanje/ustvarjanje tr išča/izvoz	0,524 ($p = 0,031$)	0,643 ($p = 0,005$)	0,496 ($p = 0,042$)

Tabela 10: Korelacijski koeficienti med podjetniško zmogljivostjo in razvojno naravnostjo

2.7.5 Zaključek

V primerjavi z drugimi evropskimi državami, ki so vključene v GEM projekt, je v Sloveniji v povprečju manjša nagnjenost k podjetništvu med odraslim prebivalstvom. V zadnjem letu (2003) je bilo v podjetništvo zaradi priložnosti vključenih v povprečju 4,95 moških in 1,14 žensk na 100 prebivalcev v starosti od 18 do 64 let. Glede na to povprečno oceno se je Slovenija v Evropi uvrstila na 13. mesto med 17 državami. V Islandiji, ki je med evropskimi državami na prvem mestu, je takih v povprečju 14,83 moških in 7,60 žensk.

Vendar pa so podjetniške aspiracije po rasti v Sloveniji očitno mnogo višje kot v drugih evropskih državah. Tako je bilo leta 2003 v Sloveniji v povprečju na vsakih 100 podjetnikov v začetni fazi podjetništva kar 13,11 takih, ki nameravajo v prihodnjih petih letih povečati število delovnih mest za 20 ali več, ali pa bodo širili/ustvarjali nov trg s svojimi izdelki ali storitvami vsaj v majhnem obsegu ter hkrati nameravajo v prihodnjih petih letih izvoziti več kot 50% svoje prodaje, kar uvršča Slovenijo daleč na prvo mesto med evropskimi državami (na drugem mestu je namreč Švedska z vrednostjo 8,46, povprečna vrednost za vseh 17 držav pa je enaka 5,18). Kakor smo ugotovili, pa lahko

trdimo, da med podjetnicami in podjetniki v Sloveniji ni statističnih razlik v nivoju podjetniških aspiracije.

Po drugi strani pa je v Sloveniji izredno velika "smrtnost" podjetij, leta 2003 celo največja izmed vseh držav GEM, tako v evropskem, kot tudi v svetovnem merilu. Medtem ko je bilo v Sloveniji na vsako novonastalo podjetje kar 2,69 nastajajočih podjetij, je bilo v Grčiji, na Nizozemskem, Švedskem in Danskem število novonastalih podjetij večje od števila nastajajočih. Res pa je, da je proces nastajanja in umiranja podjetij v Sloveniji nekoliko specifičen v primerjavi z zahodno Evropo, kar sicer velja za vse države v tranziciji. Šele decembra 1988 je bilo z Zakonom o podjetjih zakonsko omogočeno zasebno ustanavljanje podjetij brez posebnih omejitev. Do leta 1994 beležimo evforično nastajanje novih podjetij, po tem letu pa se je ta proces nekoliko upočasnil, vendar lahko še vedno domnevamo, da faze "zrelega" ustanavljanja podjetij v Sloveniji še nismo dosegli. Tudi kazalnik povprečne dodane (nove) vrednosti na zaposlenega kaže veliko zaostajanje Slovenije. Povprečna dodana vrednost na zaposlenega v EU v mikro, malih in srednje velikih podjetij, znaša 65.000 evrov, v Sloveniji pa le nekaj več kot 22.000 evrov.¹⁶



Glede razpoložljivosti poslovnih priložnosti v Sloveniji ter enake možnosti dostopa do njih za oba spola, lahko rečemo, da ženske menijo, da so v slabšem položaju kot moški, hkrati pa se zdi, da primanjkuje programov, ki bi razen enakosti med spoloma, spodbujali prav žensko podjetništvo. V evropskem merilu je bila leta 2003 Slovenija glede na mnenja ljudi o razpoložljivosti dobrih poslovnih priložnosti in glede mnenja ljudi o lastni usposobljenosti in izkušnjah za podjetništvo, med povprečnimi državami v Evropi. V obeh primerih je v Sloveniji prepričanost v resničnost trditev pri moških značilno višja kot pri ženskah. Se pa je Slovenija uvrstila v vrh evropskih držav glede mnenja o

tem, da so uspešni ustanovitelji novega podjetja spoštovani in imajo visok družbeni status, pri čemer se s trditvijo v značilno višjem odstotku od moških strinjajo ženske.

Vse zapisano lahko kaže na to, da so v Sloveniji podjetniške aspiracije, ki so pri moških in ženskah med najvišjimi v Evropi, v veliki meri previsoke in nerealne, slovenski podjetniki pa slabo precenijo realne možnosti za rast svojih podjetij, ali pa se na svoji podjetniški poti srečujejo z ovirami v okolju ali v njih samih.

3 Podjetniško okolje

3.1 Ocena pogojev za podjetništvo

Leta 2003 je bilo v Sloveniji okrog 51.000 posameznikov, ki so snovali svoje novo podjetje ali je bilo njihovo podjetje mlajše od treh let in pol. Indeks celotne podjetniške aktivnosti TEA, s katerim merimo odstotek teh ljudi med delovno aktivnim prebivalstvom, je znašal 4,05, s čimer se je Slovenija uvrstila na 24. mesto med 31 državami. Katerikoli delni TEA indeks si ogle-damo, vidimo, da je Slovenija rangirana nizko. Izjema so nefor-

malni investitorji, kjer se je v povprečju leta 2002 in 2003 uvrstila na 17. mesto med 41 državami.

V tabeli 11 so povzete izbrane mere podjetniške aktivnosti, ki kažejo povprečne vrednosti za vse države GEM in povedo, katere države dosegajo najvišje in najnižje vrednosti, podana pa je tudi vrednost za Slovenijo ter njeno mesto med državami, ki so leta 2003 sodelovale v raziskavi.

Izbrane mere podjetniške aktivnosti	Najvišja vrednost v dr avah GEM	Povprečna vrednost za dr ave GEM	Najni ja vrednost v dr avah GEM	Vrednost za Slovenijo	Rang Slovenije med 31 GEM dr avami
TEA	29,2% (Uganda)	8,8%	1,6% (Francija)	4,0%	24
TEA – nastajajoča podjetja	19,2% (Venezuela)	5,2%	0,9% (Francija)	3,0%	21
TEA – nova podjetja	16,9% (Uganda)	4,1%	0,7% (Francija)	1,1%	24
TEA – prilo nost	16,9% (Uganda)	6,4%	1,1% (Francija)	3,1%	24
TEA – nujnost	13,4% (Uganda)	2,3%	3,2% (Italija)	3,1%	20
Neformalni investitorji	13,0% (Uganda)	2,7%	0,8% (Brazilija)	2,6%	17/41

Tabela 11: Mere podjetniške aktivnosti

Na podjetniško aktivnost v posameznem nacionalnem gospodarstvu neposredno ali posredno vpliva vrsta dejavnikov. Ti okvirni pogoji za podjetništvo neposredno oblikujejo razmere za ustanavljanje novih podjetij in njihovo rast in v tem okviru lahko potencialni podjetniki v večji ali manjši meri uporabijo svoje zmožnosti za uresničenje zaznanih podjetniških priložnosti. Okvir za podjetniško dejavnost sestavljajo: (1) razpoložljivost različnih finančnih virov za nova in rastoča podjetja, (2) zasnovanost in vodenje vladne politike ter (3) izvajanje raznih vladnih programov, ki podpirajo nova in rastoča podjetja, (4) vključitev podjetniških znanj v izobraževalne programe ter programe usposabljanja za podjetnike, (5) mehanizmi prenosa raziskav in tehnologije v podjetja, (6) razpoložljive poslovne in strokovne storitve za podjetja, (7) enostavnost vstopa na trg, (8) dostop do fizične infrastrukture za podjetja in (9) kulturne in družbene norme ter širši družbeni odnos do podjetništva. Upoštevanje teh pogojev seveda pomeni, da lahko vplivamo na višjo raven podjetništva v Sloveniji, če z različnimi ukrepi na lokalni, regionalni ali nacionalni ravni spreminjamo te pogoje in ustvarjamo bolj ugodne razmere za ustanavljanje novih podjetij oziroma rast obstoječih.

V raziskavi ocenjujemo kakovost pogojev za podjetništvo na podlagi intervjujev z izvedenci, z osebami, za katere sodimo, da dobro poznajo navedena področja. Hkrati uporabljamo izsledke drugih raziskav podjetniškega okolja v Sloveniji in po svetu ter podatke o posameznih dejavnikih, ki so na razpolago v javnih statističnih virih, v zbranih podatkih Svetovne banke in organizacije OECD.

Leta 2003 smo v Sloveniji izvedli raziskavo drugič, zato lahko primerjamo izsledke tudi z letom 2002. V drugem letu raziskave so bile nekatere ocene podjetniških pogojev ugodnejše, druge pa manj ugodne, zato ni občutnih sprememb v smeri izboljšanja ali poslabšanja. V Sloveniji je bil, na lestvici od 1 do 5, najbolje ocenjen dostop do fizične infrastrukture z oceno 3,62, vendar je bil ta pogoj najbolje ocenjen tudi drugod po svetu, zato se je Slovenija uvrstila šele na 22. mesto. V mednarodni primerjavi je bila najbolje ocenjena hitrost sprememb pri odprtosti in konkurenčnosti na notranjem trgu, kjer je dosegla Slovenija 11. mesto, sledi izobraževanje in usposabljanje v osnovni in srednji šoli s 13. mestom, odnos do žensk v podjetništvu na 14. mestu, izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli s 17. mestom in zaščita intelektualne lastnine z 19. mestom, pri ostalih pogojih smo se uvrstili v najmanj ugodno tretjino držav.

V nadaljevanju bomo s pomočjo analize vprašalnikov, ki so jih v Sloveniji izpolnjevali izvedenci za podjetništvo, ter na temelju ugotovitev iz poglobljenih intervjujev z njimi, ocenili stanje v devetih podjetniških okvirih ter poskušali razumeti, zakaj je v Sloveniji še vedno relativno malo podjetništva.

V tabeli 12 je podan zbirni pregled pogojev za podjetništvo, ki so razčlenjeni na 14 smiselnih enot. V 31 GEM državah so nacionalni izvedenci – v Sloveniji jih je sodelovalo 36 – odgovarjali na številna vprašanja, in na lestvici od 1 do 5 ocenjevali stanje v devetih podjetniških okvirih. Kot vidimo, je bila njihova povprečna ocena za Slovenijo zelo kritična. Najbolje so izvedenci ocenili področje hitrosti sprememb glede odprtosti in konkurenčnosti na notranjem trgu, kjer je Slovenija dosegla 11. najvišjo oceno med 31. državami, najslabše pa kulturne in druž-

	Najvišja vrednost	Povprečna vrednost	Najniža vrednost	Vrednost za Slovenijo	Rang Slovenije med 31 državami
A Finančna podpora	3,57 (ZDA)	2,61	1,59 (Venezuela)	2,15	26
B1 Vladne politike - podpora	3,59 (Tajska)	2,60	1,53 (Venezuela)	2,06	24
B2 Vladne politike - regulativa	4,26 (Hong Kong)	2,43	1,32 (Brazilija)	1,81	27
C Vladni programi	3,52 (Irska)	2,62	1,20 (Venezuela)	2,19	26
D1 Izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednji šoli	2,76 (ZDA)	2,06	1,38 (Francija)	2,11	13
D2 Izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli	3,81 (ZDA)	2,79	1,89 (Grčija)	2,82	17
E Prenos raziskav in razvoja	3,47 (ZDA)	2,49	1,63 (Uganda)	2,03	27
N Zaščita intelektualne lastnine	4,05 (Kanada)	3,12	1,55 (Uganda)	3,03	19
F Poslovna in strokovna infrastruktura	4,21 (ZDA)	3,23	2,55 (Brazilija)	2,96	23
G1 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – hitrost sprememb	3,95 (Kitajska)	2,81	1,85 (Kanada)	3,05	11
G2 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – vstopne ovire	3,42 (ZDA)	2,75	2,10 (Brazilija)	2,48	25
H Dostop do fizične infrastrukture	4,74 (Hong Kong)	3,95	3,13 (Brazilija)	3,62	22
I Kulturne in družbene norme	4,59 (ZDA)	2,76	1,74 (Švedska)	2,17	28
P Odnos do tujinske podjetništva	4,18 (Tajska)	3,34	2,78 (Hrvaška)	3,36	14

Tabela 12: Zbirni pregled podjetniških okvirov

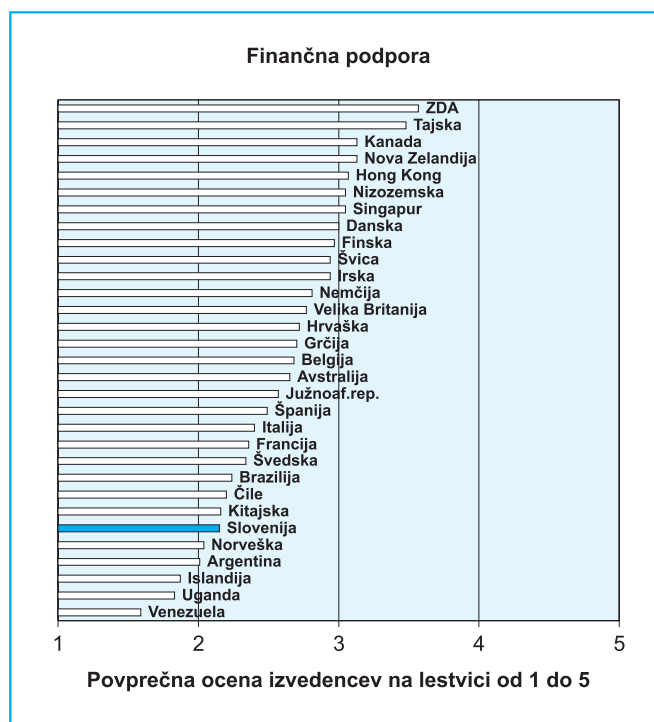
bene norme (28. mesto), vladno politiko na področju regulative in prenos raziskave in razvoja (27. mesto). Slovenija se ni pri nobenem pogoju uvrstila na najboljše ali najslabše mesto, vendar je večinoma ostala v drugi polovici držav, kar v splošnem kaže, da pogoji za podjetnike v Sloveniji niso prav ugodni.

3.2 Finančna podpora

Ta tema se nanaša na razpoložljivost finančnih virov, to je kapitala in posojil za nova in rastoča podjetja pa tudi raznih oblik nepovratne pomoči, kot so garancijske sheme, dotacije ali subvencije ter denarne pomoči iz javnih sredstev, ne glede na to ali gre za formalne, institucionalne ali neformalne vire.

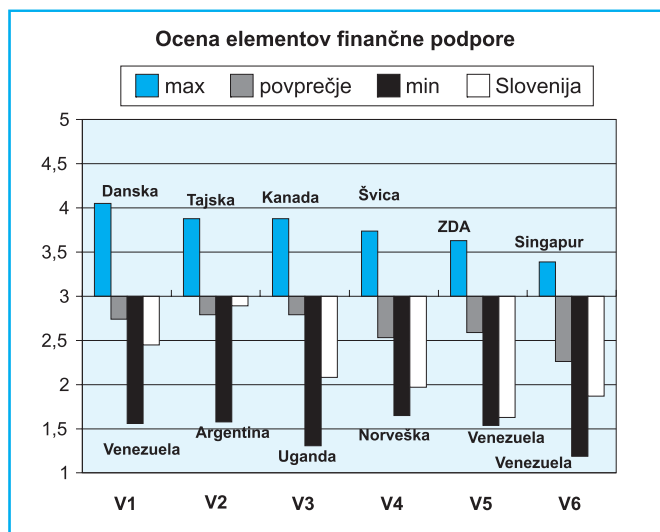
Leta 2003 je ocena finančne podpore za Slovenijo nekaj ugodnejša, medtem ko se je povprečna ocena v 31 državah poslabšala, kar je verjetno posledica bistvenega zmanjšanja tvegane kapitala, ki si še ni opomogel od krize v prvih letih tega desetletja. Vseeno sta za Slovenijo od evropskih držav zaostali le Norveška in Islandija, težave s finančno podporo pa so značilne zlasti v južnoameriških državah, medtem ko je Kitajska Slovenijo prehitela.

Prve tri sestavine ocene finančne podpore (slika 16) se nanašajo na razpoložljivost lastniških in dolžniških virov ter državnih subvencij. Izvedenci so s svojo oceno, ki je med šestimi sestavinami edina boljša od GEM povprečja, potrdili, da so v Sloveniji na razpolago predvsem dolžniški viri. Po mnenju izvedencev slovenski bančni sektor sorazmerno dobro spremlja mala podjetja, ugodnejša ocena je verjetno rezultat več dejavnikov: obrestne mere na bančne kredite so se znižale, banke so razvile več finančnih instrumentov za mala in srednja podjetja, tudi Javni sklad se je finančno okrepil. Informiranje podjetnikov o ponudbi poslovnih bank je vse boljše, tudi zaradi informacij na spletnih straneh ter objavljanja zbranih podatkov preko podjetniških centrov. V Sloveniji je težje pridobiti lastniški kapital zasebnih investitorjev, po oceni izvedencev pa država ne zagotavlja primernih subvencij.



Slika 17: Finančna podpora

Pri dolžniških virih je Slovenija bistveno ugodnejša kot pri tvegane kapitalu, kar je znana ugotovitev, saj so skladi tvegane kapitala financirali zelo malo naložb, iz nekaterih so se celo umaknili. Prav rizični kapitalisti so dobili najslabšo oceno kot vir kapitala, boljše so dobili zasebni investitorji, ki so zlasti občutno polnili razne vzajemne sklade, saj je v slovenskih razmerah težko najti neposredni stik z malimi podjetji za vlaganja vanje. Zanimivo je, da je bila možnost plasmaja delnic na borzi kar dobro ocenjena (v svetovnem merilu je dobila najnižjo oceno), čeprav ni znan primer malega podjetja v uradni kotaciji na Ljubljanski borzi. Leto 2003 je bilo slabo za tvegani kapital v svetovnem okviru, tudi začetni plasmaji delnic so se skoraj presušili, vključno z ZDA, še največ jih je bilo v Singapurju.



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

Slika 18: Ocena elementov finančne podpore

Slovenska vlada skuša na tem področju zagotoviti večji premik z novim zakonom o podpornem okolju za podjetništvo. Prek Slovenskega podjetniškega sklada naj bi omogočila:

- dodeljevanje nepovratnih sredstev (subvencij ali premij) podjetjem, ki bodo vlagala v investicije (5% odobrenega posojila oziroma poročta),
- subvencije fizičnim osebam za ustanovitev in zagon podjetij v inovativnem okolju univerzitetnih inkubatorjev, tehnoloških centrov in parkov,
- spodbujanje zasebnih vlaganj v mikro, mala in srednja podjetja ter poročta za posojila zasebnim vlagateljem.

Država se tako odziva prav na nekatere šibke točke v finančni podpori. Z zakonom sicer zamuja, vprašanje je tudi, kako zajetna bodo sredstva sklada. Nekateri analitiki sicer opozarjajo tudi na možnost, da bi javna sredstva izrivala s trga zasebni tvegani kapital.

3.3 Vladne politike

Ta tema se nanaša na vprašanje, kako vladne politike, ki se odražajo v regulativi (razna dovoljenja in koncesije), davčnem sistemu in izvajanju javnih naročil delujejo na razvoj novih in rastočih podjetij, ga spodbujajo ali zavirajo.

Na področju vladnih politik so jo najslabše odnesle vlade južno ameriških držav, tri so med poslednjimi štirimi državami na lest-

vici. V okviru politike ločeno proučujemo podporo in regulativo. Slovenski izvedenci so dali leta 2003 boljšo oceno vladni podpori, kar lahko štejeemo za priznanje nekaterim dosežkom Ministrstva za gospodarstvo pri vodenju industrijske politike. Za Slovenijo so pri podpori zaostale štiri evropske države, vendar so hkrati nekatere evropske države, zlasti anglosaške in skandinavske (z izjemo Švedske), vzorno podprle podjetnike.

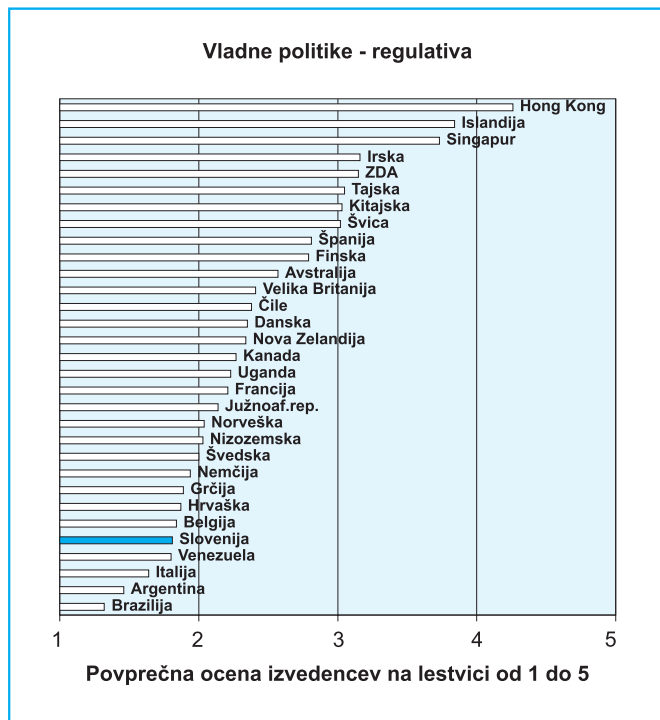
V taki oceni vladne podpore se verjetno že postopoma kažejo rezultati dejstva, da vlada nekaj zadnjih let sistematično sledi začrtani politiki podpore, ki ji priznava potrebna finančna sredstva. Z vavčerskim sistemom svetovanja in usposabljanja skuša predvsem zagotoviti podporo novim podjetjem prek mreže lokalnih podjetniških centrov, s podporo podjetniškim grozdom in tehnološkim mrežam spodbuja kakovostne premike v smeri inovativnosti in tehnologije ter povezovanja različnih podjetij v skupine z jasno razvojno vizijo. Poleg podjetnikov, ki se uvrščajo v različne skupine podjetij na lokalni ali nacionalni ravni, so te podpore pridobile tudi priznanje izvedencev.



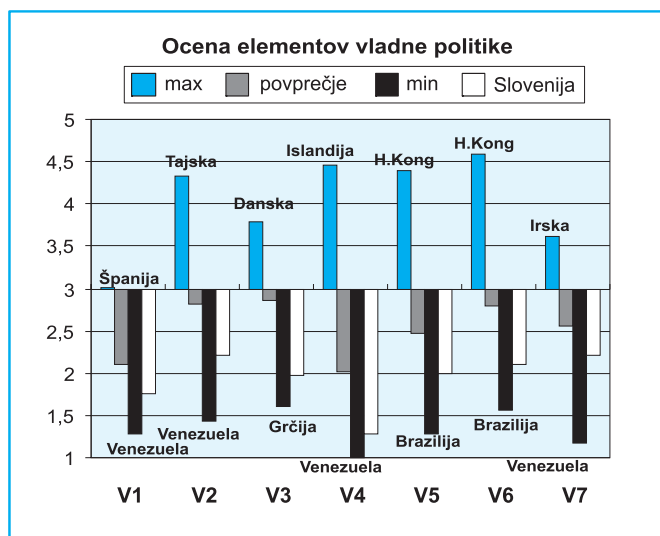
Slika 19: Vladne politike – podpora

Bistveno slabše se je tokrat Slovenija po mnenju izvedencev odrezala pri podjetniški regulativi. Od evropskih držav je za nami zaostala le Italija; leta 2002 sta bili za nami tudi Hrvaška in Belgija, ki sta leta 2003 nekoliko prehiteli Slovenijo.

Slovenija se sicer že nekaj let, podobno kot EU, trudi z Antikorupcijskim programom, ki je na področju registriranja novih poslovnih enot pripeljal do poenostavitve in skrajšanja postopkov. Njegov najodmevnejši rezultat je koncept VEM – »Vse na enem mestu«, ki pa še vedno ni zaživel. Tudi za tuje investitorje naj bi bile administrativne ovire večinoma odpravljene, vendar so ostali problemi ekonomske in prostorske narave, povezani s pomanjkanjem primernih in ustrezno opremljenih stavbnih zemljišč, industrijskih con in parkov.



Slika 20: Vladna politika – regulativa



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

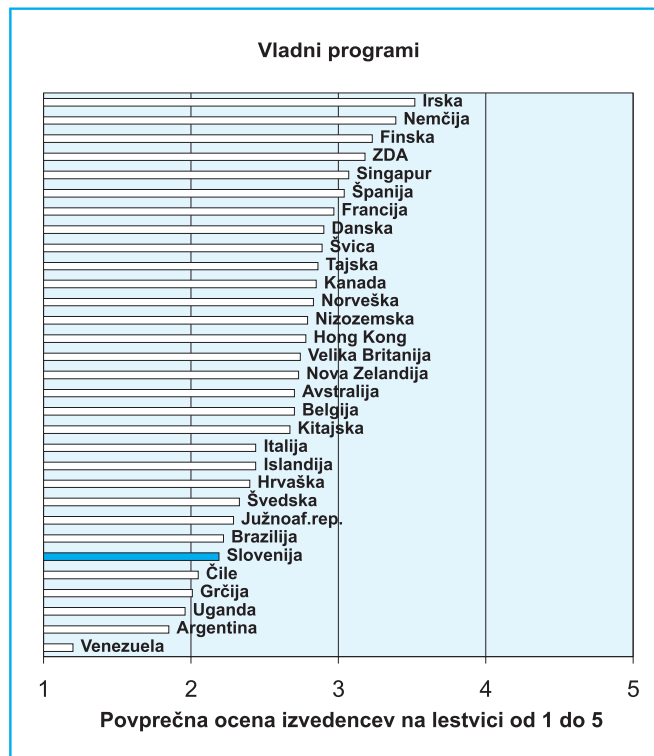
Slika 21: Ocena elementov vladne politike

Zanimivo je, da so leta 2002 izvedenci nekaj ugodneje ocenili regulativo in slabše podporo, letos je ocena obratna. Ta sprememba je z vidika prizadevanj Ministrstva za gospodarstvo in Pospeševalnega centra (PCMG) upravičena, kaže pa na to, da regulativa, kljub prizadevanjem po harmonizaciji z regulativo EU, zamuja oziroma ni izrazito prijazna do malih podjetij.

Glede na obsežne spremembe regulative, ki bo vplivala na poslovanje podjetij v naslednjem obdobju, zlasti z davčno in zdravstveno reformo, bo zanimiva ocena izvedencev v naslednjih letih. Trenutne ocene naravnosti obeh reform z vidika razvoja podjetništva so pretežno negativne, saj napovedujejo večjo obremenitev bolj uspešnih in premožnih skupin prebivalstva. Pojavljajo se celo mnenja, da davčne ugodnosti za podjetja niso koristne, saj pretekle praksa naj ne bi potrebovala pozitivnega učinka na rast števila novih podjetniških enot.¹⁷ Očitna je neusklajenost posameznih ministrstev glede pogledov o pomenu podjetništva in dejavnikov njegovega razvoja.

3.4 Vladni programi

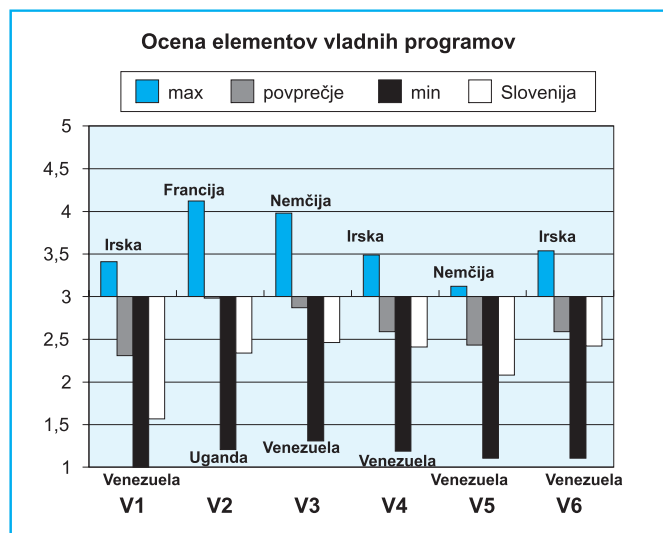
Ta tema se nanaša na vprašanje razpoložljivosti in učinkovitosti programov in spodbud, ki neposredno podpirajo nova in rastoča podjetja na nacionalni, regionalni in občinski ravni oblasti.



Slika 22: Vladni programi

Vladna politika se z vidika podjetnikov oziroma njihovih podjetij dejansko izkaže z raznimi vladnimi programi, ki zagotavljajo različne oblike »trde« (prostor, finance) in »mehke« podpore (informiranje, usposabljanje in svetovanje): Mogoče bi sicer bilo, da bi se vladna podpora, ki ni bila ocenjena kot dobra, uresničila

z učinkovitimi programi, s čimer bi dala podjetnikom več kot so pričakovali v preteklosti. Raziskave v Sloveniji pa so pokazale, da imajo tudi posamezni programi v svoji zasnovi in izvajanju šibke točke. Izvedenci so zato tudi vladne programe ocenili podobno kot vladno politiko, z oceno 2,19, ki je celo nekoliko nižja od lanske ocene 2,25, medtem ko se v svetovnem okviru ocena ni spremenila.



- V1** V Sloveniji lahko nova in rastoča podjetja pridobijo različne vrste vladne pomoči pri eni agenciji, na enem mestu.
- V2** V Sloveniji znanstveni parki in poslovni inkubatorji zagotavljajo učinkovito podporo za nova in rastoča podjetja.
- V3** V Sloveniji imamo primerno število vladnih programov za nova in rastoča podjetja.
- V4** V Sloveniji so ljudje, ki delajo za vladne inštitucije, strokovno usposobljeni in uspešni pri podpiranju novih in rastočih podjetij.
- V5** V Sloveniji lahko skorajda vsak, ki potrebuje pomoč od vladnih programov za nova in rastoča podjetja, najde, kar potrebuje.
- V6** V Sloveniji so vladni programi, ki podpirajo nova in rastoča podjetja, učinkoviti.

Slika 23: Ocena elementov vladnih programov

Vladni programi številnih evropskih držav so sorazmerno visoko ocenjeni, najvišje ocene so dobili na Irskem, enako kot leta 2002, njihova ocena se je v primerjavi z letom 2002 celo izboljšala. Visoko uvrščene so Nemčija, tudi Finska, ki postaja v Sloveniji vzor za tehnološko razvojno politiko, tudi Španija in Francija. Med neevropskimi državami so dobili dobro oceno vladni programi v Singapurju in v ZDA. Po Evropi izvedenci očitno pozitivno ocenjujejo napore evropskih držav, čeprav je razvoj podjetništva v primerjavi z ZDA nezadovoljiv. Kljub tem naporom kaže, da je težnja Evropske unije, da bi z inovacijami in podjetništvom razvila do leta 2010 najbolj konkurenčno gospodarstvo na svetu, bližje željam kot stvarnosti. Glede na vrstni red držav pri oceni programov očitno največ veljajo programi, ki imajo daljšo tradicijo, primerno obsežna sredstva in usposobljene izvajalce.

Evropske države vodijo v vseh elementih vladnih programov, zelo slabo oceno izvedencev ima Venezuela. V Sloveniji so izvedenci najbolj neugodno ocenili možnost pridobitve raz-

ličnih vrst vladne pomoči na enem mestu. To pomeni, da se projekt VEM vsebinsko še ni uveljavil oziroma izvedenci ne vedo dosti o njem. Program poslovnih inkubatorjev in znanstvenih parkov ima sicer na Ministrstvu za gospodarstvo visoko prioriteto, vendar po številnih letih, ko so bili zlasti inkubatorji zanemarjeni pri financiranju, izvedenci ne verjamejo v te programe ali jih dovolj ne poznajo.

Slovenski izvedenci so dali podpovprečno oceno vsem elementom vladnih programov, tudi usposobljenosti vladnih uslužbenecv za podporo novim in rastočim podjetjem, ki je bila lani ocenjena pozitivno. Raziskave kažejo, da podjetniki kritično ocenjujejo svoje poznavanje programov, ki še nimajo daljše tradicije in stalne ponudbe. V primerjavi z EU je kritična ocena kakovosti storitev, ki jih nudijo programi, ter njihova primernost za reševanje problemov malih podjetij. Podjetniška mreža je naredila premalo prav pri razvoju kakovosti storitev, za katere še nimamo dosti vrhunskih izvajalcev. Bistveno več bi morali prek združenja svetovalcev in Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo (PCMG) narediti pri izobraževanju in preverjanju izvajalcev. Prav kakovost je očitno večji problem kot sama ponudba vladnih programov, saj je PCMG razvil večje število programov, premalo pa vztraja na njihovem izpopolnjevanju. Podobne slabosti smo ugotavljali že lani, vendar večjih premikov ni.

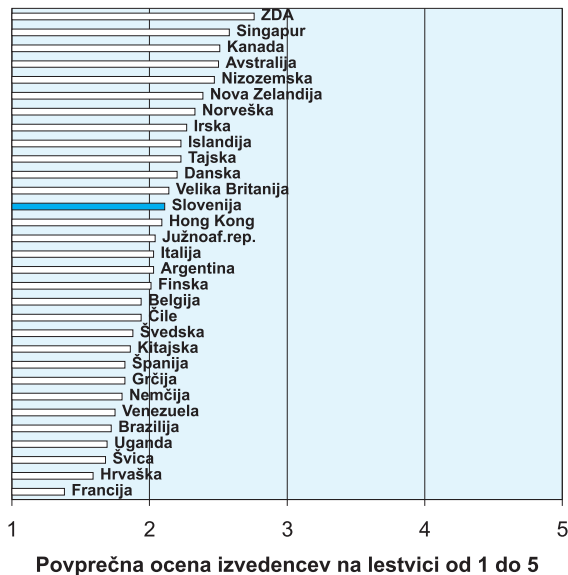
V zadnjem času so se vladni programi osredotočili na podporo skupin podjetij, vse manj sredstev in podpore pa je namenjeno posameznim podjetjem, ki se odlikujejo na svojem področju. Nekatere akcije, zlasti ocenjevanje najbolj ustvarjalnih poslovnih zamisli oziroma odličnih manjših podjetij, kažejo, da ima Slovenija v nekaterih dejavnostih posamezne svetovno znane proizvajalce, ki pa ne zberejo okoli sebe širše skupine podjetij, s katerimi bi sodelovali, temveč nastopajo bolj kot samostojne »zvezde«. Kljub temu bi za prepoznavnost Slovenije kot podjetniške države veljalo bolj razviti nekatere promocijske akcije, ki so sedaj predvsem v domeni medijev (Podjetnik, Finance).

3.5 Izobraževanje in usposabljanje

Ta tema se nanaša na vprašanje, v kolikšni meri je usposabljanje za ustvarjanje ali upravljanje malih, novih ali rastočih podjetij vključeno v različne programe formalnega izobraževanja, od osnovne šole do univerze, ter programe usposabljanja podjetnikov in zaposlenih v malih in srednjevelikih podjetjih.

Leta 2002 je bilo področje izobraževanja in usposabljanja uvrščeno med najboljše podjetniške pogoje v Sloveniji. Tudi sicer prevladuje ocena, da so Slovenci sposobni, marljivi, disciplinirani, čeprav nekatere njihove lastnosti niso izrazito podjetniške. Leta 2003 je ocena izvedencev še vedno sorazmerno ugodna, čeprav ne uvršča Slovenije več tako visoko kot leto prej. Pri izobraževanju na osnovnih in srednjih šolah smo na 13. mestu, pri nadaljevanju šolanja na višjih ravneh izobraževanja šele na 17. mestu (lani pri obeh deveti). Razlogi za to relativno poslabšanje so verjetno v tem, da je bilo v skupini izvedencev malo oseb s področja izobraževanja, in so bili bolj kritični, predvsem pa gre za določeno zamujanje v reformah v formalnem sistemu izobraževanja ter za preslabo uveljavljeni sistem vseživljenjskega usposabljanja.

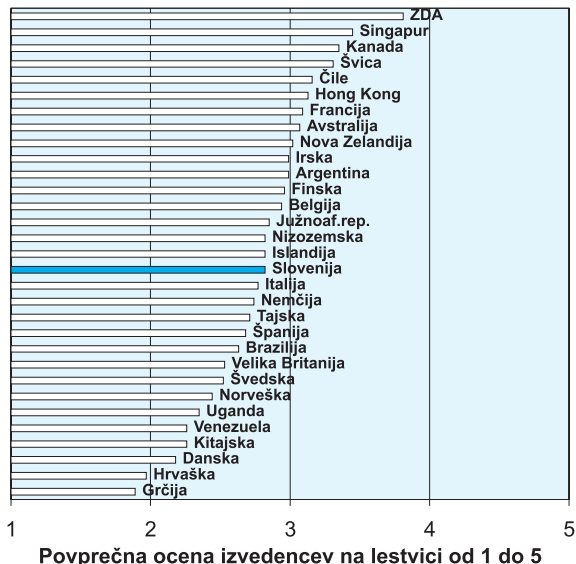
Izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah



Slika 24:

Izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah

Izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli

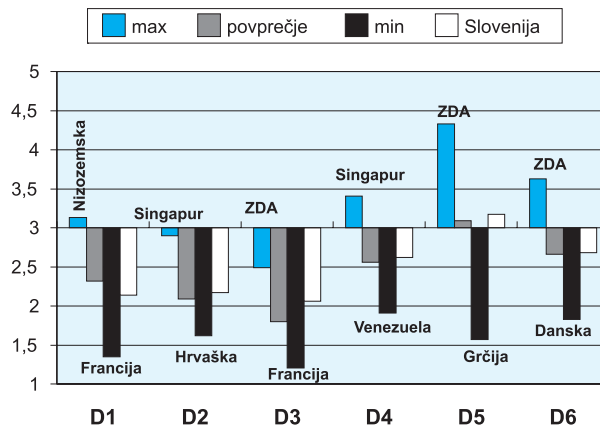


Slika 25: Izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli

V skupini držav, ki so pri osnovno- in srednješolskem izobraževanju in usposabljanju pred Slovenijo, so prisotne zlasti neevropske države. Številne evropske države so povsem pri dnu te lestvice, kar kaže na visoka pričakovanja izvedencev, ki štejejo prav izrazito kakovostno izobrazbo za ključ evropske konkurenčnosti, ter na neprilagodljivost evropskih šolskih sistemov, ki prepočasi sledijo spremenjenim potrebam družbe in podjetij.

Države z anglosaško tradicijo so med uspešnejšimi, vendar je sama Velika Britanija tik pred Slovenijo.

Ocena elementov izobraževanja in usposabljanja



- V1 V Sloveniji poučevanje v osnovnih in srednjih šolah spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo.
- V2 V Sloveniji poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno poznavanje tržnih ekonomskih načel.
- V3 V Sloveniji poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij.
- V4 V Sloveniji imajo višje in visoke strokovne šole ter univerze dovolj predmetov in programov o podjetništvu.
- V5 V Sloveniji je poslovno in managersko izobraževanje na ravni svetovnega vrha.
- V6 V Sloveniji izobraževalni sistemi poklicnega, strokovnega in dopolnilnega izobraževanja zagotavljajo dobro usposabljanje za samozaposlovanje.

Slika 26: Ocena elementov izobraževanja in usposabljanja

Leta 2003 je število osnovnih šol s podjetniškimi krožki v Sloveniji napredovalo, v srednješolskih programih pa ni bilo večjih sprememb. Na ravni osnovne šole poteka sicer intenzivna razprava ob uvajanju devetletne osnovne šole, za katero pa učinki na kakovost znanja otrok po novem programu seveda niso jasni. V poklicnih šolah so v sodelovanju s strokovnjaki z Durham University Business School nadaljevali z usposabljanjem skupine učiteljev, priredili so priročnik o tem, zakaj in kako ustanoviti lastno podjetje. Uspešna promocija te dejavnosti se verjetno pozitivno kaže v oceni izvedencev, čeprav je že na srednješolski ravni dosti razprave o tem, da preveč učencev nadaljuje s šolanjem na splošnih programih, zlasti gimnaziji, premalo na tehničnih šolah, kar se nadaljuje tudi v visokem šolstvu. Dualni sistem izobraževanja, predvsem po nemškem vzoru, se uveljavlja le počasi, tudi zaradi težav z zadostnim številom dobrih mentorjev v podjetjih.

Na ravni višjega in visokega šolstva so se v svetu razvili številni programi, ki ustrezajo potrebam podjetij, zato je povprečna ocena sprazmerno visoka. Slovenija je po oceni izvedencev rahlo nad povprečjem, vendar so uspešne tudi druge države. Pred Slovenijo je sedem, za nami pa devet evropskih držav, zato ocena ni pesimistična. Kaže pa, da Evropa kljub valu reform, povezanih z bolonjsko deklaracijo, po ocenah izvedencev ni

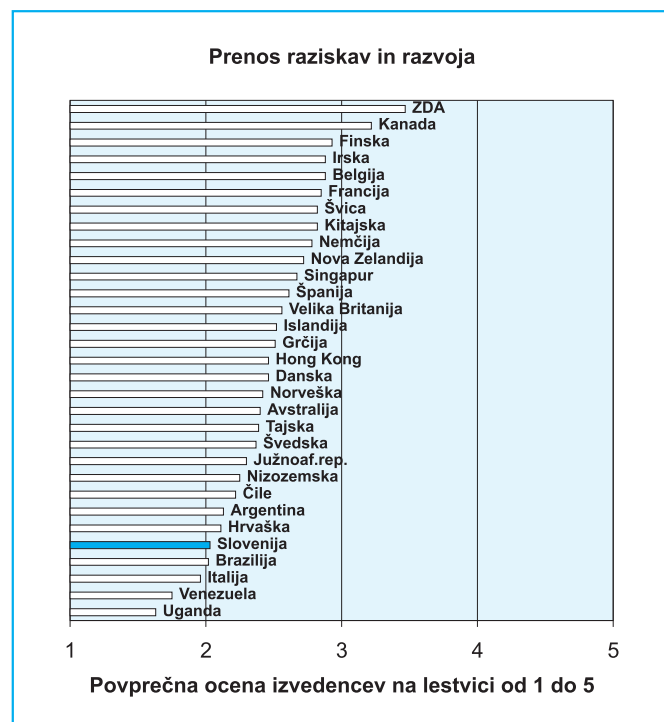
uspela bistveno izboljšati visokega šolstva in uveljaviti vseživljenjskega izobraževanja, zato so podjetniško najbolj razvite države pred evropskimi.

Izvedenci so v vseh državah skeptični prav do uvajanja znanj in veščin o podjetništvu in ustanavljanju novih podjetij. Leta 2003 je v Sloveniji začela akcija uveljavljanja univerzitetnih inkubatorjev, ki naj bi podprla poslovne zamisli študentov in zaposlenih. V toku so trije projekti, ki vključujejo vse tri univerze, kar naj bi omogočilo privlačnejše oblike podjetništva mladih, zlasti zaradi izrazitih slabosti Slovenije pri razvoju tehnološko naravnanih podjetij ter prenosu novega znanja z univerze na podjetja. Ob velikem interesu mladih za to podporo je prisoten odpor nekaterih konservativnih skupin na univerzah, ki omejujejo poslanstvo univerz na izobraževanje in raziskovanje. Podobne inkubatorske pobude se pojavljajo v nekaterih regijah na ravni srednjih šol, s podporo regionalnih podjetniških centrov in projektom PCMG o spodbujanju podjetništva mladih.

3.6 Prenos raziskav in razvoja

Ta tema se nanaša na vprašanje, v kolikšni meri nacionalne raziskave in razvoj vodijo k novim komercialnim priložnostim in koliko so le-te dostopne novim, malim in rastočim podjetjem.

Prenos raziskav in razvoja, ki je bilo lani najslabše ocenjeno podjetniško področje v Sloveniji, se je nekoliko izboljšal, saj so tokrat za nami štiri države, vendar pa razlike niso statistično značilne. ZDA in Kanada sta najbolj učinkoviti, kar je že tradicija; v Evropi je najboljša Finska, kar je zaradi mreže tehnoloških parkov ter sodelovanja akademske sfere z najuspešnejšimi podjetji, nedvomno zlasti z Nokio, pričakovano.



Slika 27: Prenos raziskav in razvoja

Za skromno raven prenosa raziskav in razvoja v podjetniško prakso sta v Sloveniji odgovorni obe strani, akademska sfera in podjetja. Hkrati je odgovorna država z neustrezno politiko financiranja in usmerjanja znanstveno-raziskovalne dejavnosti. Država je namreč po osamosvojitvi Slovenije podpirala preživetje ključnih velikih raziskovalnih inštitutov, ne pa njihovega dejanskega vključevanja v tehnološki razvoj v podjetjih, kar naj bi bilo njihovo prvo poslanstvo. Nekatere iniciative, ki bi lahko okrepile podjetja z raziskovalci, zlasti koncept intenzivnega šolanja in raziskovalnega razvoja mladih raziskovalcev-stažistov, so se sčasoma razvile predvsem v nadaljevanje obnove raziskovalcev na inštitutih, manj so vstopali v podjetja. Hkrati je zaradi skromnega financiranja nabave raziskovalne opreme na univerzah prišlo do zaostajanja materialnih možnosti za vrhunske raziskave za potrebami, oprema pa je bila predvsem na inštitutih.

Že leta 2002 smo predstavili tri sklope ovir za boljši pretok znanja med univerzami in gospodarstvom:

- institucionalne ovire, ki omejujejo uporabno, komercialno raziskovanje na univerzah,
- kulturne ovire, ki so predvsem na ravni univerze, ki podcenjuje raziskovalno in svetovalno delo, povezano s podjetji (zlasti v habilitacijskih postopkih),
- infrastrukturne ovire, ki se nanašajo na odsotnost mehanizmov, znanih po svetu: različnih inkubatorjev, tehnoloških parkov, centrov odličnosti, centrov za prenos tehnologije itd.

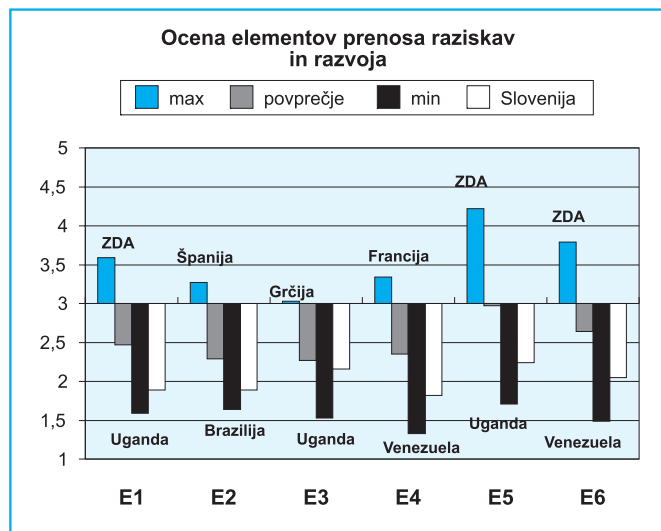
Leta 2003 je prišlo do nekaterih premikov:

- Ministrstvo za gospodarstvo, ki je odgovorno za tehnološko politiko, je doseglo povečanje obsega denarja za tehnološke raziskave, kljub nasprotovanju inštitutov in drugih raziskovalcev, ki so želeli prevzeti tudi ta del sredstev za raziskave in razvoj,
- razvojne institucije, zlasti tehnološki centri in tehnološke mreže, se organizirajo v povezavi med podjetji in visokošolskimi zavodi, vse bolj v neposredni funkciji raziskav, razvoja ter usposabljanja strokovnjakov za podjetniške grozde, s povežavo več tehnologij,
- uveljavlja se pobuda o univerzitetnih inkubatorjih,
- vse bolj se poudarja regionalna razpršitev tehnoloških pobud, s čimer se večji del iniciativ veže na tehnološko napredna podjetja in regionalne podjetniške centre (tudi s težnjo po decentralizaciji visokošolskih ustanov).

Ti premiki še niso uspeli v zadostni meri spremeniti odnosa raziskovalne skupnosti do sodelovanja s podjetji, kar naj bi prineslo nove proizvode in proizvodne postopke. Na drugi strani se uspešna rastoča podjetja, ki jih vodijo podjetniki z jasno razvojno vizijo, zavedajo svoje razvojno-raziskovalne šibkosti, zato iščejo povezave z raziskovalci, pri čemer jim država nudi finančno podporo za tehnološke centre, grozde in mreže. Na nekaterih področjih prihaja do novih razvojnih jeder. Pojavljajo se podjetniki s pobudami, ki so del regionalnih razvojnih strategij, npr. projekt Inprime na Goriškem, Tehnološka cona v Ljubljani in podobno. Tem projektom sicer pogosto primanjkuje zadostna "kritična masa" znanja in drugih virov oziroma so zaradi šibke podpore v okolju potrebna daljša razdobja za stvarno udejanjenje zamisli.

Slovenija po vseh elementih prenosa raziskav in razvoja občutno zaostaja za svetovnim povprečjem, še zlasti za vrsto razvitih držav. Težnje, da bi v Evropski uniji nastopali z znanjem, so v

luči teh ocen vprašljive. Če bodo uresničeni razvojni načrti Ministrstva za gospodarstvo, se bo sicer prenos znanja okreplil in pospešil, ker pa ne gre za konsistentno dolgoročno usmeritev vlade, je ob morebitnih spremembah, ki jih lahko prinesejo volitve leta 2004 negotovo napovedati prihodnost tega področja.



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

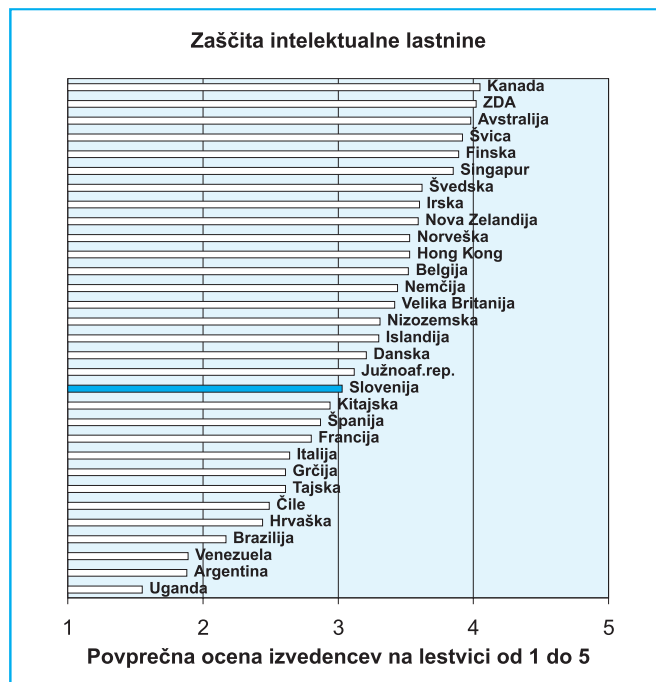
Slika 28: Ocena elementov prenosa raziskav in razvoja

3.7 Zaščita intelektualne lastnine

Ta tema se nanaša na vprašanje, v kolikšni meri je zakonsko urejena in se izvaja zaščita intelektualne lastnine, zlasti v obliki patentov, avtorskih pravic in blagovnih znamk, koliko je uveljavljena zavest o nujnem spoštovanju teh pravic in omejevanju piratstva.

Zaščita intelektualne lastnine je zelo dobra v državah, ki so imele zgodovinske povezave z Veliko Britanijo,¹⁸ čeprav se danes ta država uvršča bolj k sredini lestvice, saj taka zaščita spodbuja razvojne napore. Slovenija je pri tem področju podjetniških pogojev po oceni izvedencev na 19. mestu med 31 državami. Leta 2002 je bila uvrščena na 18. mesto med 34 državami. Leta 2003 je za nami zaostalo pet evropskih držav, med njimi Francija in Italija. Povprečna ocena tega področja je v svetu sorazmerno ugodna, tudi zaradi številnih akcij razvitih držav in prizadevanj Svetovne trgovinske organizacije (WTO), področje je uvrščeno na četrto mesto, tako mesto ima tudi v Sloveniji.

V primeru intelektualne lastnine lahko vidimo, da so pri dveh elementih izvedenci ocenili Slovenijo sorazmerno dobro, pri zakonodajni ureditvi in spoštovanju bistvenih elementov te lastnine. Kot smo ugotovili že lani, so zasluge v preteklem delovanju združenj izumiteljev in v evropski tradiciji spoštovanja intelektualne lastnine.



Slika 29: Zaščita intelektualne lastnine

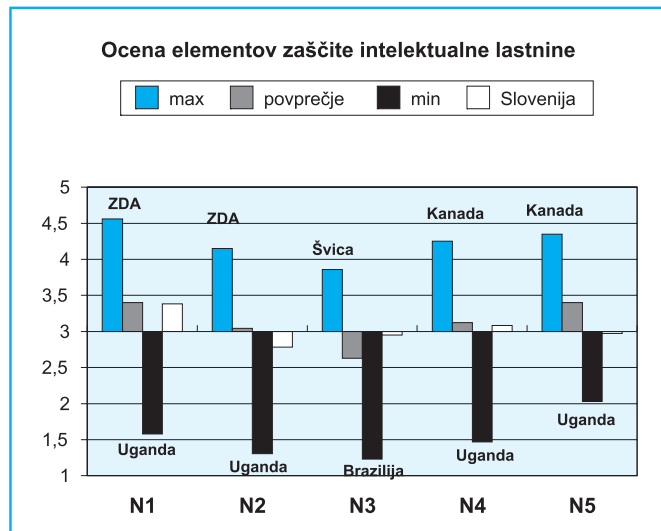
Slovenija je sorazmerno dobro rešila zakonsko ureditev intelektualne lastnine in zagotovila učinkovito delo patentnega urada. Nekaj slabše je bilo v preteklosti z učinkovitostjo izvajanja zaščite intelektualne lastnine, ki zahteva družbeni konsenz:

- pod pritiskom svetovnih farmacevtskih družb in ZDA je omejena možnost proizvajalcev generičnih zdravil po svetovnih standardih,
- sprva je bila zelo neodločna pri preganjanju primerov piratske proizvodnje in prodaje nosilcev zvoka,
- učinkovitejša je aktivnost proti prodaji piratskih kopij programske opreme, saj se po podatkih Business Software Alliance (BSA) delež piratske opreme v Sloveniji postopno zmanjšuje in je na ravni podobno razvitih držav v svetu.

Podjetja sama so sicer premalo aktivna pri zaščiti svojih blagovnih znamk, zlasti zato, ker mnoga ne načrtujejo, da bi na evropski ali svetovni trg prodrla z lastno blagovno znamko, saj nimajo dovolj finančnih sredstev za njeno učinkovito promocijo in si ne obetajo ustreznega tržnega prodora. Po nekaj sodnih procesih zaradi kršitve intelektualne lastnine v Sloveniji se je zavest o pomenu varstva in nujni previdnosti pri uporabi blagovnih znamk precej ustalila.

Večje težave so s tem, da varstvo intelektualne lastnine in njena komercializacija niso učinkovito rešeni na univerzitetni in inštitutski ravni, zato tudi ni prave spodbude za razvojno delo, ki bi pripeljalo do raznih oblik varstva. Ustrezna institucionalna struktura, zlasti v obliki pisarne za varstvo intelektualne lastnine, se na

univerzah v Ljubljani in Maribor šele razvija. Glede na pomen urejene intelektualne lastnine za pregledno ravnanje z inovacijami je taka struktura, skupaj z dogovorjenimi pravili, nujna.



- V1** V Sloveniji je področje zaščite intelektualne lastnine zakonodajno izčrpno urejeno.
- V2** V Sloveniji se zakonodaja s področja zaščite intelektualne lastnine učinkovito izvaja.
- V3** V Sloveniji nezakonita prodaja piratskih kopij (software, video, CD, izdelki, zaščiteni z avtorskimi pravicami ali blagovnimi znamkami) ni razširjena.
- V4** V Sloveniji se lahko nova in rastoča podjetja zanesejo, da bodo njihove patente, avtorske pravice in blagovne znamke spoštovali.
- V5** V Sloveniji je splošno priznано, da je potrebno pravice izumiteljev do njihovih invencij spoštovali.

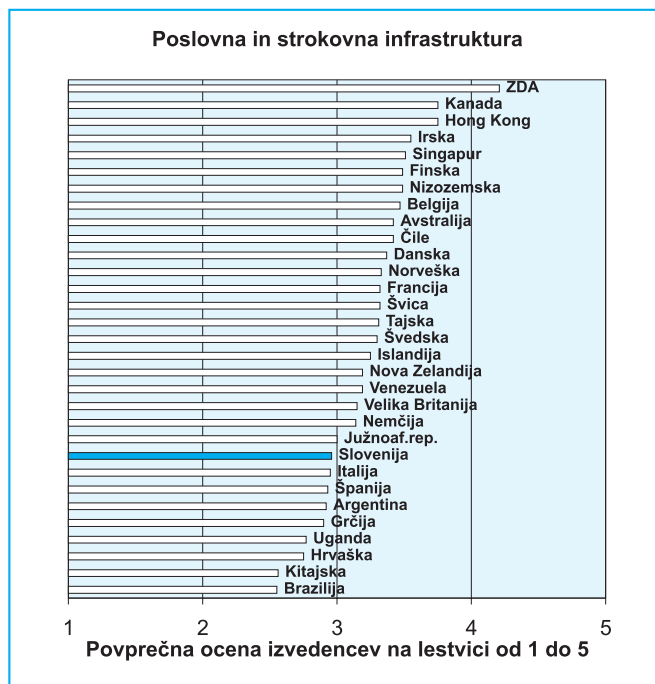
Slika 30: Ocena elementov zaščite intelektualne lastnine

3.8 Poslovna in strokovna infrastruktura

Ta tema se nanaša na prisotnost poslovnih, računovodskih in drugih pravnih storitev in institucij, ki spodbujajo in podpirajo nastajanje novih malih ali rastočih podjetij.

Izvedenci so leta 2003 dosti ugodneje ocenili razpoložljivo poslovno in strokovno infrastrukturo kot leto poprej. Slovenijo so uvrstili na 23. mesto med 31 državami, medtem ko je bila leta 2002 na 30. mestu med 34 državami. Ocena se je izboljšala z 2,69 na 2,96, medtem ko je v svetovnem okviru prišlo le do neznatnega izboljšanja. Za Slovenijo so tako zaostale štiri evropske države, ponovno pa so v ospredju tri neevropske države, ZDA, Kanada in Hong Kong.

Že leta 2002 smo ugotovili, da Slovenija pred dobrim desetletjem praktično ni imela tovrstne infrastrukture, ker so nekdanja družbena podjetja pretežno sama pokrivala vsa področja z lastnimi službami, kar je bila tudi ena od sestavin manjše učinkovitosti. Svetovna raziskava kaže, da je razvitost te infrastrukture tesno povezana z gospodarsko razvitostjo in tradicijo delitve dela oziroma specializacije na strokovnih področjih. Kakovost in raznovrstnost ponudbe teh storitev se je v Sloveniji v devetdesetih letih izboljševala, zato je sedanja ocena dostojen izraz tega napredka.



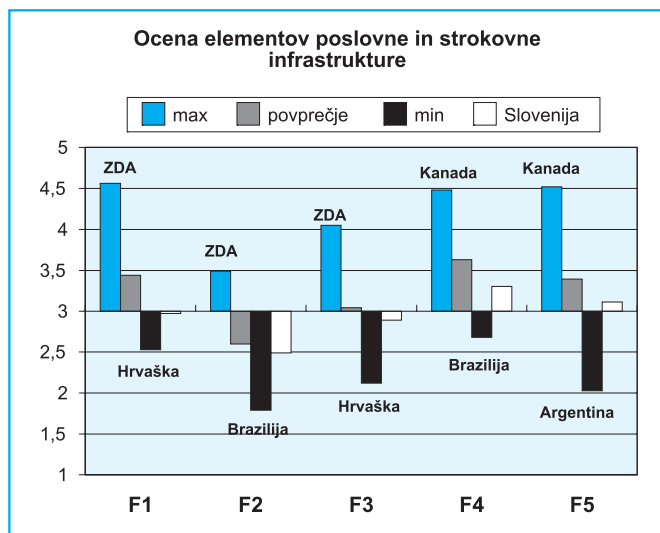
Slika 31: Poslovna in strokovna infrastruktura

Izvedenci so sicer vse elemente poslovne in strokovne infrastrukture v Sloveniji ocenili slabše kot v povprečju vzorca, vendar so z izjemo treh držav, ki so dosti kakovostnejše, in štirih držav, ki občutno zaostajajo (tri med njimi so bistveno slabše razvite od Slovenije), vse druge države v sorazmerno ozkem okviru ocene med 2,90 in 3,55.

Zanimivo je, da so razmere v ZDA izrazito ugodne z vidika razpoložljivosti kooperantov, dobaviteljev in svetovalcev, tako po kakovosti kot ceni, vendar se ameriška podjetja vseeno zelo intenzivno usmerjajo v iskanje pogodbenih izvajalcev izven ZDA, v manj razvitih državah, zlasti v Kitajski in Indiji, kar gre na račun Mehike. V okviru gospodarskega združenja NAFTA je bila namreč v preteklih letih Mehika v coni ob ameriški meji, v kateri so zrastle številne tovarnice, t.i. »maquilladores«, prva izbira za kooperante pri enostavnih delih. Cene so sicer ocenjene kot najmanj ugoden dejavnik, kar delno razlaga to ravnanje podjetij v ZDA, še bolj je verjetno pomemben prodor na te obetavne velike trge. Tudi slovenski izvedenci so najbolj kritično ocenili cenovni vidik kooperantov in dobaviteljev, kar tudi številna slovenska podjetja vse bolj usmerja v države nekdanje Jugoslavije, v Vzhodno Evropo in tudi na Kitajsko. Seveda tudi pri nas ne gre le za poceni delovno silo, temveč za lažji dostop do teh trgov. Prav tako je ta korak za mala podjetja resen izziv, saj ni preprosto organizirati prenosa proizvodnje ter drugih oblik poslovnega sodelovanja v tujino.

V Sloveniji so izvedenci najugodneje ocenili ponudbo dobrih in strokovnih pravnih in računovodskih storitev, kar je veljalo že lani, nekaj slabše, vendar podobno kot lani, so ocenili bančne storitve. Dejansko se področje strokovnih storitev izboljšuje, saj se povečuje število izkušenih poslovnih pravnikov in računovodij. Izboljšane telekomunikacijske storitve omogočajo neposredno povezovanje med podjetji in izvajalci storitev, računalniško izmenjavo podatkov, hitro reagiranje na dogodke, kar

izboljšuje zadovoljstvo podjetij s storitvami. Izboljšuje se tudi ponudba drugih poslovnih storitev, na primer trženjskih raziskav, informacijskih sistemov, davčnega svetovanja, varovanja, razne oblike poslovnega usposabljanja zaposlenih in podobno.



V1 V Sloveniji je dovolj kooperantov, dobaviteljev in svetovalcev, ki podpirajo nova in rastoča podjetja.

V2 V Sloveniji nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške uporabe kooperantov, dobaviteljev in svetovalcev.

V3 V Sloveniji nova in rastoča podjetja z lahkoto najdejo dobre kooperante, dobavitelje in svetovalce.

V4 V Sloveniji nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre in strokovne pravne ter računovodske storitve.

V5 V Sloveniji nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre bančne storitve (transakcijski računi, plačilni promet s tujino, kreditne garancije ipd.)

Slika 32:

Ocena elementov poslovne in strokovne infrastrukture

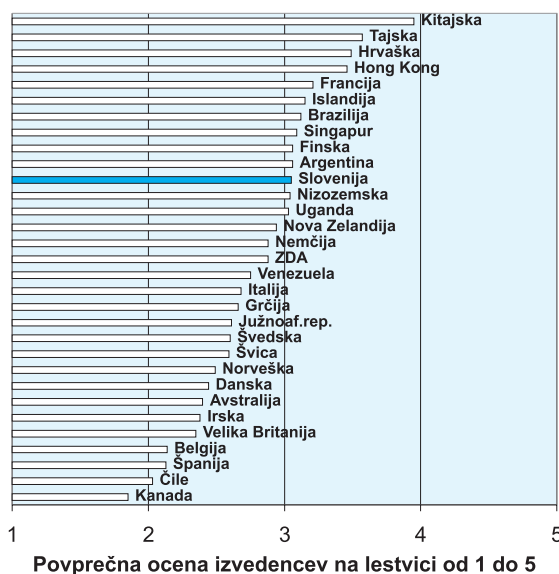
Pri bančnih storitvah je bil prehod na transakcijske račune izpeljan s številnimi zapleti, čeprav v času izvajanja raziskave njihov domet še ni bil znan. Bančne storitve so sorazmerno drage, ker ni učinkovite tuje konkurence. V kreditnem poslovanju z bankami slovenskim MSP največjo oviro predstavljajo visoke obrestne mere, zavarovanje kreditov, zapleten in dolgotrajen postopek odobritve kredita ter nerazumevanje potreb MSP. Ugotavljamo, da manjše, kot je podjetje, večje so te ovire. Slovenske banke pomena malih podjetij in njihovega potenciala še vedno niso dojele. Zato je razumljivo, da večina podjetij ob vstopu v Evropsko unijo pričakuje pozitivne spremembe, predvsem to, da bo povečan konkurenčni pritisk na domače banke izboljšal ponudbo domačih bank, da bodo nove tuje banke ponudile cenejše in bolj kvalitetne bančne storitve ter obogatile bančno ponudbo v Sloveniji.¹⁹

3.9 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu

Ta tema se nanaša na vprašanje, v kolikšni meri se prilagajajo tržna pravila in spreminja tržna struktura s tem, ko vstopajo na trg nova podjetja in rastoča podjetja, konkurirajo ter izrivajo obstoječe dobavitelje, pogodbene izvajalce in svetovalna podjetja. Gre za temeljno vprašanje, kako lahko oziroma težko je v Sloveniji začeti z novim poslom in si pridobiti položaj na trgu nasproti dosedanjim poslovnim povezavam.

Po oceni izvedencev je Slovenija med vsemi podjetniškimi pogoji najvišje uvrščena pri hitrosti sprememb na notranjem trgu, kjer so spremembe dobro vidne tudi v zunanjem izgledu poslovnih delov mest, v bogati ponudbi v potrošniških središčih, v številnih novih podjetjih v podjetniških conah. Leta 2002 je bila Slovenija z oceno 2,97 na 11. mestu med 34 državami, to mesto je obdržala tudi leta 2003 z izboljšano oceno 3,05, ki je nad povprečjem vseh 31 držav. Medtem ko gre pri Sloveniji za postopno spremembo, so nekatere države v teh dveh letih zabeležile zelo različne uvrstitve, zlasti Francija in Nizozemska. Za državi s trgov, ki deluje že dobri dve stoletji, so ti premiki presenetljivi.

Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – hitrost sprememb



Slika 33: Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – hitrost sprememb

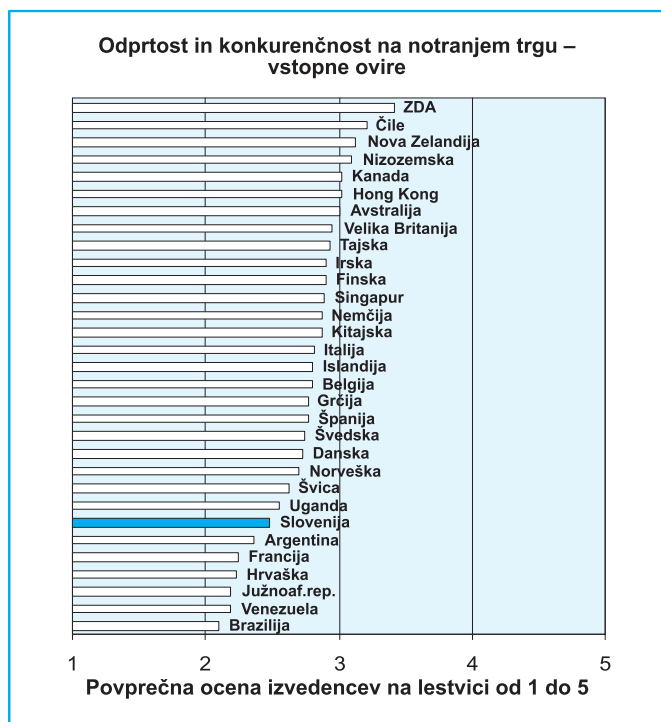
Področje hitrosti sprememb vključuje hitrost spreminjanja trga potrošniškega blaga in storitev in medpodjetniškega trga ter enostavnost vstopa novih in rastočih podjetij. Na tem področju v enem letu v Sloveniji dejansko ni prišlo do velikih sprememb, zlasti ne na trgu potrošniškega blaga in storitev:

- postopna liberalizacija energetskih trgov nima velikega učinka na položaj manjših podjetij in gospodinjstev, temveč na večje porabnike,
- ni bilo bistvenih sprememb pri ponudnikih telekomunikacijskih storitev, med njimi prihaja občasno do očitkov o protikonkurenčnih ravnanjih Telekoma, Mobitela ali Siola,

- združevanje v trgovini je zaostriло konkurenco za majhne zasebne trgovine, ki se nujno vključujejo v franšizne sisteme, veliki odpirajo nove trgovske centre itd.

Zaradi recesije na svetovnem trgu je konkurenca sorazmerno ostra, vendar lahko večje spremembe pričakujemo v naslednjih letih po vstopu na enotni trg EU. V Sloveniji zaradi skromnega trga in precej zasičene ponudbe novim in rastočim podjetjem ni lahko vstopiti na nove trge, vendar se za dobro ponudbo še najde nekaj prostora. Z izgradnjo trgovskih in poslovnih centrov po večjih mestih se ponudba izboljšuje, vendar alternativne oblike prodaje, elektronsko poslovanje in TV prodaja, ne kažejo izrazito hitrega širjenja, ki bi spremenilo razmerja na trgu.

Medtem ko hitre spremembe na trgu ustvarjajo priložnosti za nove ponudnike, obstoječe vstopne ovire zavirajo njihov vstop in rast. Pri vstopnih ovirah je Slovenija težavna država, kar ugotavljajo tako tuji kapital kot domači podjetniki. Za nami sta uvrščeni le dve evropski državi, Francija in Hrvaška (lani Hrvaška in Madžarska). Pri vstopnih ovirah smo z oceno 2,48 zasedli 25. mesto, lani s še bolj kritično oceno 2,42 podobno 27. mesto.

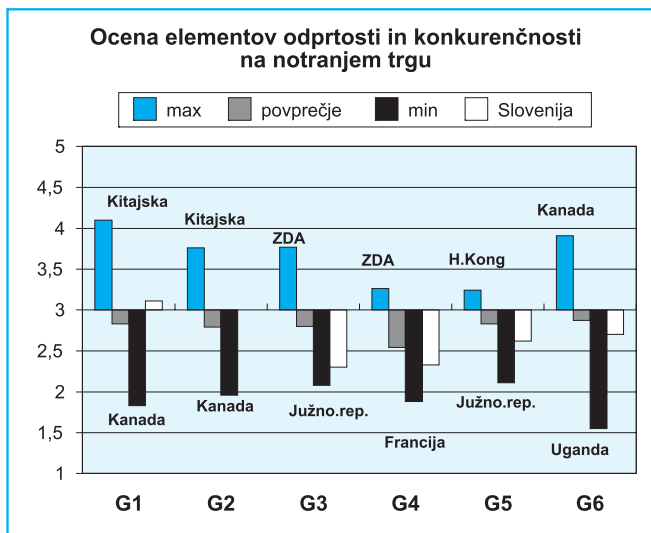


Slika 34: Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – vstopne ovire

Z vidika vstopnih ovir bi bilo za Slovenijo koristno bistveno izboljšanje, kajti neprijazno okolje za nova in rastoča podjetja omejuje možnosti izboljšanja blaginje potrošnikov, saj nova podjetja težko prodrejo v zaščiteno območje obstoječih podjetij. To zavira težnje k izboljšanju poslovanja, uvajanju inovativnih izdelkov in storitev ter za boljše sodelovanje s kupci.

Za nova in rastoča podjetja je vstop na nove trge zahteven zaradi tega, ker jih trg še ne pozna, ker obstajajo razne ovire in zato, ker zaradi omejenega trga težko zmorejo hitro pokriti stroške vstopa na nove trge. Prav ta stroškovni vidik je bil izrazit v oceni izvedencev že lani. Letos so izvedenci bolj kritično ocenili dej-

stvo, da obstoječa podjetja nepošteno ovirajo vstop novih. Lani je bila zadovoljivo ocenjena protimonopolna zakonodaja, letos je dobila slabšo, podpovprečno oceno, verjetno tudi zaradi zamujanja z novo zakonodajo o prevzemih podjetij.



- V1 V Sloveniji se trg potrošniškega blaga in storitev dramatično spreminja iz leta v leto.
- V2 V Sloveniji se medpodjetniški trg blaga in storitev dramatično spreminja iz leta v leto.
- V3 V Sloveniji nova in rastoča podjetja z lahkoto vstopajo na nova tržišča.
- V4 V Sloveniji nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške vstopa na tržišče.
- V5 V Sloveniji nova in rastoča podjetja lahko vstopajo na tržišča, ne da bi jih nepošteno ovirala že obstoječa podjetja.
- V6 V Sloveniji je protimonopolna zakonodaja uspešna in se učinkovito izvaja.

Slika 35: Ocena elementov odprtosti in konkurenčnosti na notranjem trgu

Če k znatnim vstopnim oviram za domača nova in rastoča podjetja dodamo sorazmerno zaprtost Slovenije za tuji kapital, je jasno, da ni dovolj konkurenčnega pritiska na slovenska podjetja. Za podjetja ni dovolj prisile k uvajanju izboljšav in sodobnejših metod poslovanja. To pomeni tudi manjšo pripravljenost na razmere v EU, ki bodo ogrozile proizvajalce, ki se ne bodo hitro prilagodili.

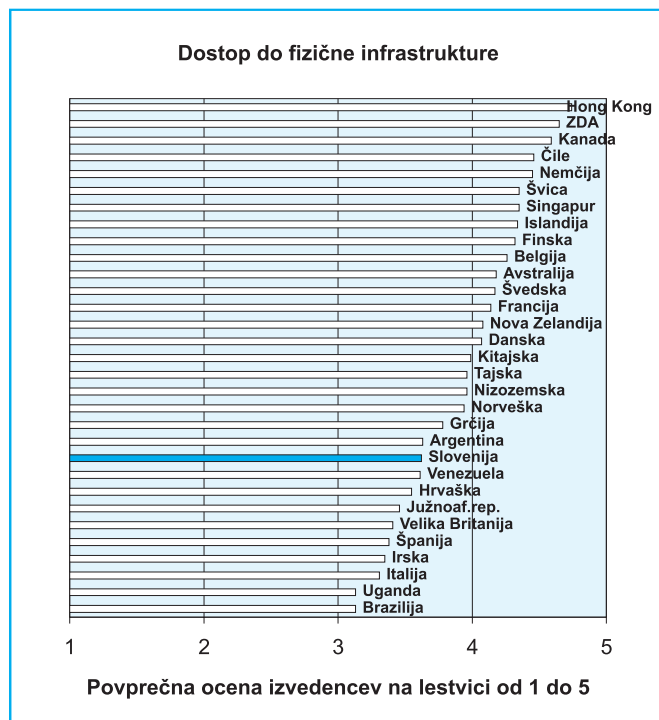
Na notranjem trgu se številna, zlasti nova in manjša podjetja, pogosto pritožujejo nad počasnimi in zapletenimi postopki pri javnih naročilih, kjer je veliko zahtev za revizijo postopkov. Hkrati so prisotne pogoste kršitve teh postopkov na vseh ravneh, bolj prikriti zlasti na lokalni ravni, kjer so prisotne tudi obtožbe o politično motivirani izbiri izvajalcev, čeprav v sodnih postopkih to kasneje ni potrjeno.

3.10 Dostop do fizične infrastrukture

Ta tema se nanaša na razpoložljivost in težavnost dostopa do obstoječih fizičnih virov – (tele)komunikacij, energetske in komunalne preskrbe, transportnih možnosti, zemljišč in poslovnih prostorov – po cenah, ki ne diskriminirajo novih malih ali rastočih podjetij.

Dostop do fizične infrastrukture je v obeh letih najbolj ocenjen podjetniški pogoj, saj je tudi za najslabšo državo, Brazilijo, ocena več kot dobro, 3,13; povprečna ocena je kar 3,95. V GEM vzorcu je največ razvitih držav, zato je Slovenija tudi z zelo dobro oceno 3,62, kar je izboljšanje v primerjavi z lansko oceno 3,50, šele na 22. mestu, čeprav je to ugodneje kot lansko 27. mesto.

Pri fizični infrastrukturi so, z izjemo Čila, v zgornjem delu lestvice razvite države, ki so se problema zavedale, imele čas in sredstva za rešitev. Sorazmerno visoko sta Kitajska in Tajska, kar nikakor ne pomeni, da je njuna fizična infrastruktura boljše kot v vrsti evropskih držav, ki za njima zaostajajo. Očitno gre za občutek izvedencev v teh dveh državah, da je za razvojno raven obeh držav fizična infrastruktura sorazmerno dobra in se dovolj hitro izboljšuje. Najvišje se je med tremi elementi infrastrukture uvrstil Hong Kong, predvsem zato, ker gre za bogato "mestno" državo, ki je uspela investirati na majhnem prostoru, preostala dva elementa sta najbolj ocenjena v Nemčiji in ZDA, kar seveda ni presenečenje.



Slika 36: Dostop do fizične infrastrukture

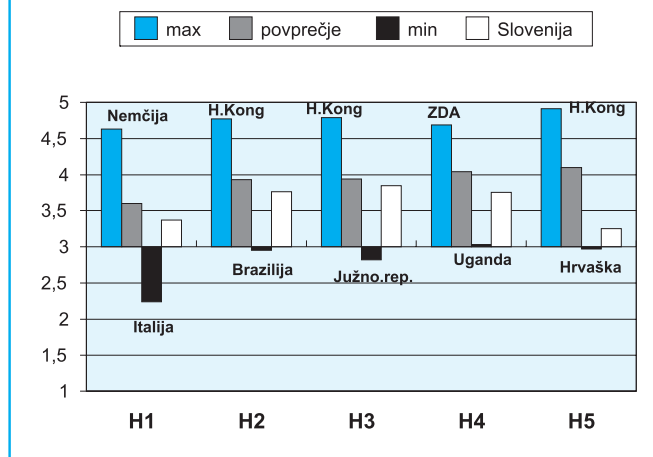
Vprašanja o fizični infrastrukturi merijo oceno izvedencev o razpoložljivosti te infrastrukture, hitrem dostopu novih podjetij do nje ter cene (stroškov) teh storitev. Za Slovenijo lahko podamo naslednjo oceno:

- fizična infrastruktura ni posebej načrtovana in grajena za potrebe novih in rastočih podjetij; veliki infrastrukturni projekti

(ceste, poslovni centri, kabelska omrežja) so bolj v funkciji večjih podjetij in tranzitnih tokov, seveda pa z njihovim izboljšanjem pridobijo tudi mala podjetja;

- izvedenci cene dostopa do telekomunikacij niso ocenili kot kritične – dejansko je prišlo do znižanja cen, zlasti pa do bolj kakovostnih in zmogljivih mrež (ISDN in ADSL tehnologije), kar odtehta cene;
- najbolje so izvedenci ocenili hitrost dostopa do telekomunikacij, kar predstavlja dejanski napredek v primerjavi z nekdanjimi razmerami, ko je bilo marsikje potrebno z velikimi zasebnimi vložki ali s samopriskom pospešiti gradnjo klasične telefonije; zasluge za dobro oceno grede deloma mobilni telefoniji, deloma vlaganjem v ta področja;
- ugodno so ocenjeni stroški podjetij z osnovnimi energenti ter komunalnimi storitvami – te cene so sicer v zadnjih letih naraščale zaradi približevanja evropski ravni, vendar so še ugodne, zlasti ob stabilni oskrbi;
- hitrost dostopa do komunalnih priključkov je bila v Sloveniji ocenjena najslabše, v svetovnem merilu pa kot najugodnejši element – v tem je dobro viden problem pomanjkanja komunalno urejenih lokacij za podjetja v podjetniških conah, tudi z najemnimi prostori.

Ocena elementov dostopa do fizične infrastrukture



V1 V Sloveniji fizična infrastruktura (ceste, zgradbe, komunikacije, zbiranje odpadkov) zagotavlja dobro podporo za nova in rastoča podjetja.

V2 V Sloveniji dober dostop do komunikacij (telefon, Internet ipd.) za nova ali rastoča podjetja ni predrag.

V3 V Sloveniji potrebuje novo ali rastoče podjetje za dober dostop do komunikacij (telefon, Internet ipd.) približno teden dni.

V4 V Sloveniji nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške osnovnih potrebščin (plin, voda, elektrika, kanalizacija).

V5 V Sloveniji lahko novo ali rastoče podjetje pridobi dostop do priključkov na plin, vodo, elektriko in kanalizacijo v približno mesecu dni.

Slika 37: Ocena elementov dostopa do fizične infrastrukture

V sklopu fizične infrastrukture gre za poslovne okoliščine, ki za hitro reševanje terjajo velik kapital, učinkovito prostorsko načrtovanje, preseganje birokratskih ovir in primerno institucionalno zasnovano upravljanje. To so dejavniki, ki v Sloveniji na lokalni ravni manjkajo, kar se je verjetno izrazilo v ocenah izvedencev.

Tudi na nacionalni ravni Slovenija težko tekmuje pri infrastrukturi z bolj razvitimi državami, saj manjka enoten strateški pogled na razvoj tega področja in večji začetni kapital. V dobrem desetletju samostojnosti se je Slovenija osredotočila na cestni program, na razvoj telekomunikacijske mreže, počasnejša pa je bila pri dostopu do svetovnega spleta. Problematike podjetniških con se je na lokalni in regionalni ravni zavedla pred 4-5 leti, čeprav so tuji svetovalci na to opozarjali sredi devetdesetih let. Seveda pa zavest o pomenu con ni dovolj, za reševanje problemov je potreben tako obsežen kapital in strokoven pristop kot tudi daljši čas. Infrastrukturne potrebe so sicer postale bistven del regionalnih razvojnih strategij in pričakovane uporabe sredstev strukturnih skladov EU.

Sedanji razvojni načrti obetajo izboljšanje razmer pri fizični infrastrukturi. Na mestu je sicer opozorilo, da na lokalni ravni primanjkuje znanja za učinkovito načrtovanje, izgradnjo in upravljanje z infrastrukturo, kar se kaže v številnih problemih z javnimi komunalnimi podjetji. Primanjkuje nam močnejših zasebnih investitorjev, pa tudi na državni ravni po ugotovitvah vladne agencije za promocijo tujih naložb nismo uspeli zagotoviti sredstev in lokacij za načrtovanje in izgradnjo strateških podjetniških con.

3.11 Odnos do žensk v podjetništvu

Enako kot pri drugih okvirih smo tudi odnos do žensk v podjetništvu ugotavljali s pomočjo mnenj 36 nacionalnih izvedencev, ki so, tako kot v vsaki od GEM držav, tudi v Sloveniji odgovarjali, do kakšne mere se strinjajo z naslednjimi trditvami (na petstopenjski lestvici od 1 – *popolnoma narobe* do 5 – *popolnoma resnično*):

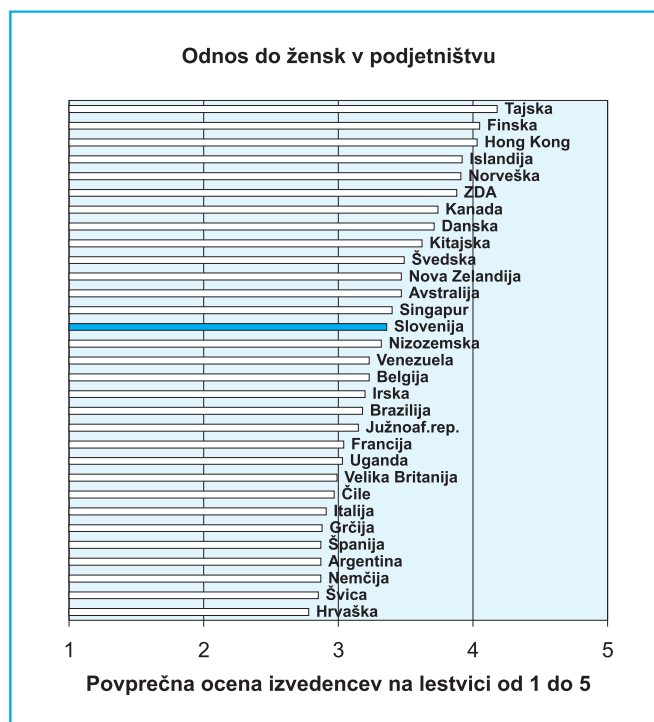
- **V1** – V Sloveniji je na razpolago dovolj socialnih služb, ki omogočajo, da lahko ženske nadaljujejo s svojim delom tudi potem, ko si osnujejo družino.
- **V2** – V Sloveniji je ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva kariera za žensko.
- **V3** – V Sloveniji spodbujajo ženske, da bi se samozaposlile ali ustanovile novo podjetje.
- **V4** – V Sloveniji imajo ženske dostop do enakega števila dobrih poslovnih priložnosti za ustanovitev novega podjetja, kot moški.
- **V5** – V Sloveniji imajo ženske potrebne veščine in motivacijo za ustanovitev novega podjetja.

Glede na skupno oceno pri vseh petih trditvah (sestavljena spremenljivka Chr.alpha 0,7510), se je med vsemi GEM državami Slovenija uvrstila približno na sredino, med evropskimi državami pa visoko, takoj za skandinavskimi državami.

Pri posameznih trditvah se je ocena razmer v Sloveniji nekoliko razlikovala. Izvedenci so najnižje (z 2,72) ocenili trditev, da v Sloveniji ženske spodbujamo k samozaposlitvi ali ustanovitvi novega podjetja. Izgleda, da so mnenja, da je malo spodbujevalnih programov za vključevanje žensk v podjetništvo: zakonodajne in spodbujevalne akcije so usmerjene predvsem v spodbujanje enakosti med spoloma na tem področju, premalo pa je tistih, ki bi upoštevale specifične potrebe žensk, da bi se le-te lahko v večji meri vključevale v podjetništvo. Podobne ugotovitve navaja tudi The European Observatory for SMEs,²⁰ ki je temu ženskega podjetništva vzel pod drobnogled leta 1996.

Podporni in razvojni programi v določenih državah EU so v glavnem osredotočeni na zagotavljanje enakosti med spoloma in se ne osredotočajo na žensko podjetništvo kot tako. Glede na to, da raziskave²¹ kažejo, da so ženske v veliki meri še neizkoriščen vir podjetništva, se zdi, da bi bilo vzpostavljanje učinkovitih mehanizmov za spodbujanje ženskega podjetništva (izobraževalni programi, izgradnja neformalnih vezi – mrež med udeleženkami, programi financiranja podjetij, ipd.) lahko dodaten vir podjetniških idej v Sloveniji v prihodnosti.

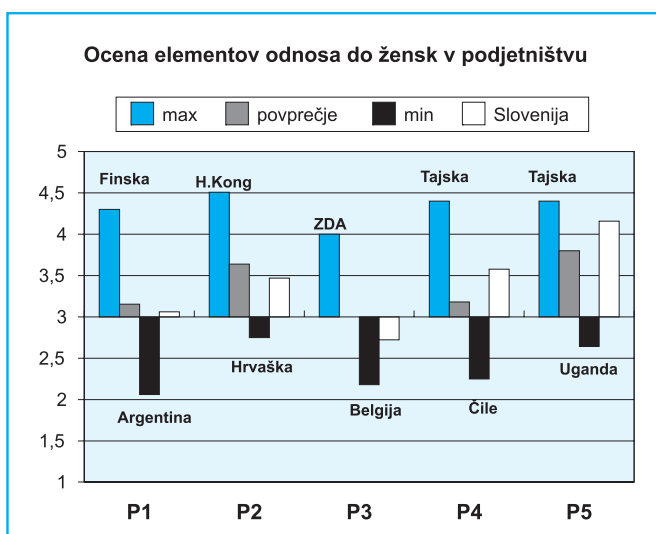
Izvedenci so s 3,06 ocenili trditev, da je v Sloveniji na razpolago dovolj storitev (vrtci ipd), ki omogočajo, da lahko ženske s svojim delom nadaljujejo tudi potem, ko si osnujejo družino. Zanimivo pa je, da imajo v raziskavi Slovenski podjetniški observatorij 2003 podjetniki in podjetnice o tem vprašanju, drugačno mnenje. Resničnost te trditve so podjetniki ocenili z 2,81 podjetnice pa z 2,83. Vendar pa je imenovana raziskava pokazala tudi, da se podjetnice s tovrstnimi problemi soočajo manj v mikro podjetjih, kot pa v malih in srednje velikih podjetjih, saj v teh dveh velikostnih skupinah podjetnice trditev ocenjujejo statistično značilno nižje. Takšno stanje je sicer tudi razumljivo, saj v mikro podjetjih, kamor spada tudi kategorija samozaposlenih, ženske lažje usklajujejo podjetniško kariero in družinsko vlogo.



Slika 38: Odnos do žensk v podjetništvu

Izvedenci so trditev, da je v Sloveniji ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva kariera za žensko ocenili s 3,47. V svetovnem merilu nas to uvršča na 18. mesto med GEM državami. Bolje slovensko žensko podjetništvo pozicionira trditev, da imajo ženske v Sloveniji dostop do enakega števila dobrih poslovnih priložnosti kot moški. Med 31 državami se z oceno 3,58 uvrščamo na 8. mesto, kar je zelo spodbudno. Enakovreden dostop do poslovnih priložnosti je namreč ključnega pomena za uresničevanje kvalitetnih podjetniških idej. Nekatere raziskave²² pa kažejo, da podjetnice ta vidik ocenjujejo statistično značilno

nižje kot podjetniki in nižje kot nacionalni izvedenci. Glede na to, da podjetnice podpora ženskemu podjetništvu v družbi dejansko občutijo pri lastni karieri, se zdi, da imajo o tem tudi bolj verodostojno mnenje. Med mnogoterimi razlogi za težji dostop žensk kot moških do dobrih poslovnih priložnosti, bi lahko bila tudi tradicionalna struktura izobrazbe in poklicev. V Sloveniji so ženske skoncentrirane v manjšem številu pretežno storitvenih ter delovno intenzivnih industrijskih dejavnosti, ki so za podjetništvo manj primerne. Res pa je, da ženske v dejavnostih, v katerih med zaposlenimi prevladujejo moški, dosegajo v povprečju višjo stopnjo poklicne in strokovne usposobljenosti kot moški.²³ Ne glede na to pa lahko pričakujemo, da ta slabša dostopnost do dobrih poslovnih priložnosti za ženske, vodi tudi do bistveno nižjega vključevanja žensk v podjetništvo zaradi priložnosti.



Slika 39: Ocena elementov odnosa do žensk

Najvišje (4,16) pa so izvedenci v Sloveniji ocenili trditev, da imajo ženske enak nivo znanja in veščin za ustanovitev podjetja kot moški. V že omenjeni raziskavi²⁴ med podjetniki in podjetnicami smo ugotovili, da se podjetnice pri svojem delu dejansko ne srečujejo z ovirami, ki bi izhajale iz njihovega znanja in veščin, saj so celo s povprečno oceno 4,4 tej trditvi pritrdile. Glede na dokaj visoko oceno trditve, da je ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva oblika kariere za žensko, pa kaže, da ženske tudi nimajo težav s predsodki do podjetniške kariere v slovenskem družbenem okolju.

Zakaj se jih torej tako malo loteva podjetništva? Očitno gre za tiste dejavnike v okolju, ki niso osebne, ampak infrastrukturne narave: prezaposlenost in odsotnost podpore v družini, pomanjkanje ustreznih služb za kakovostno (zlasti popoldansko) varstvo otrok, odsotnost podpornih mehanizmov, ki bi upoštevali specifične potrebe podjetnic.

3.12 Kulturne in družbene norme

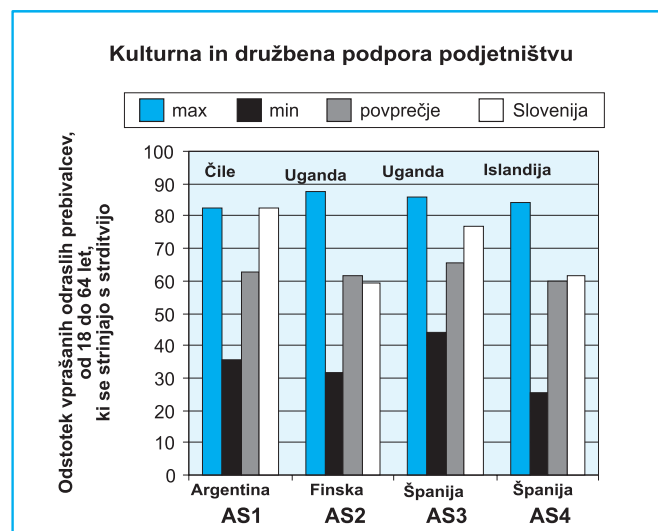
Podjetništvo je osebni izbor življenjske poti, zato nanj vplivajo tudi elementi kulturnih in družbenih norm, ki vladajo v okolju potencialnega podjetnika. Te norme, na primer spodbujanje k individualnim uspehom in k osebni iniciativi, vzpodbujanje podjetniškega prevzemanja rizika, želja po enakem življenjskem

standardu vseh, spoštovanje uspešnih podjetnikov v družbi ipd., lahko motivirajo ali pa zavirajo posameznike pri njihovih podjetniških idejah.

Kulturno in družbeno podporo podjetništvu v Sloveniji smo ugotavljali tako, da smo izvedencem in prebivalstvu zastavili štiri vprašanja, ki se nanašajo na splošno družbeno sprejemljivost podjetništva. Med izvedenci in prebivalstvom ni pomembnejše razlike v mnenju, da bi bilo v Sloveniji večini ljudem ljubše, da bi imeli vsi podobno raven življenjskega standarda. Pri ostalih trditvah pa se izkaže, da prebivalstvo dosti bolj optimistično od izvedencev ocenjuje družbeno sprejemljivost podjetništva (tabela 13).

	Prebivalstvo (% "da")	Izvedenci (% "da")
V1: V Sloveniji bi bilo večini ljudi ljubše, da bi imeli vsi podobno raven življenjskega standarda.	82,42	97,14
V2: V Sloveniji večina ljudi smatra ustanovitev novega podjetja za primerno izbiro kariere.	59,27	31,25
V3: V Sloveniji so posamezniki, ki so uspešni ustanovitelji podjetja, spoštovani in imajo visok družbeni status.	77,04	43,75
V4: V Sloveniji lahko v javnih medijih pogosto vidite zgodbe o uspešnih novih podjetjih.	61,63	37,14

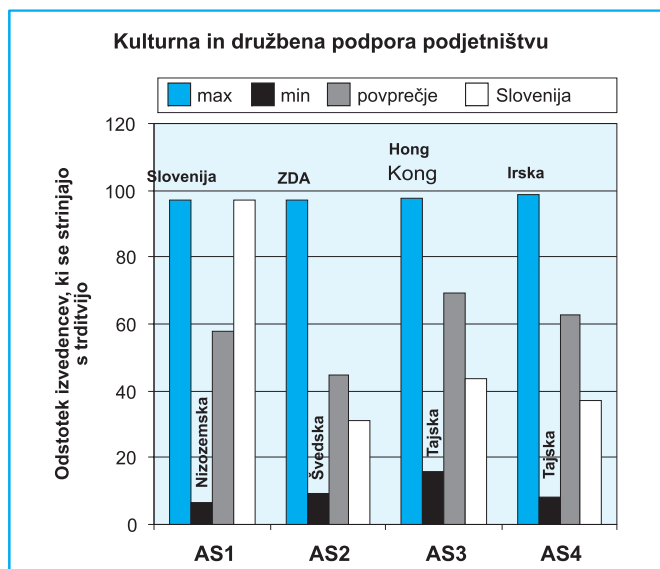
Tabela 13: Primerjava stališč izvedencev in prebivalstva o družbeni sprejemljivosti podjetništva



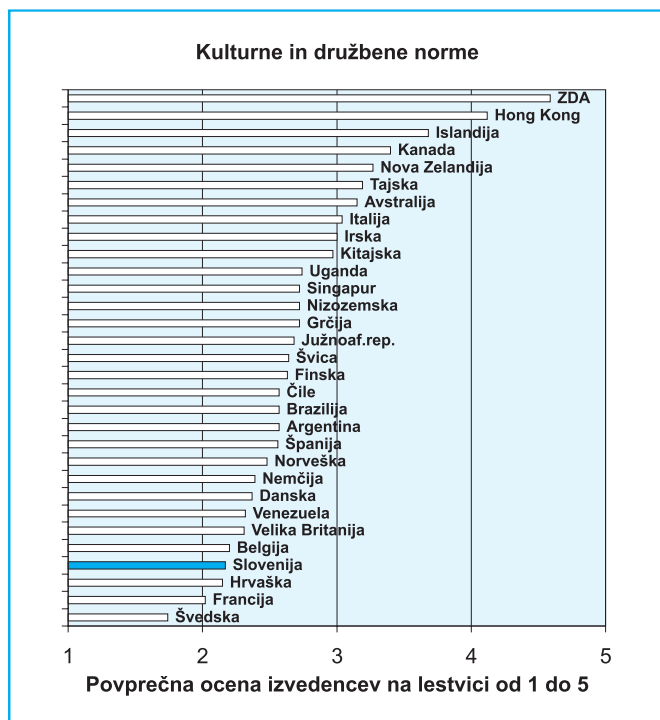
Slika 40: Kulturna in družbena podpora podjetništvu (mnenje izvedencev)

Glede na to, da izvedenci prihajajo iz vrst podjetnikov in strokovnjakov, je njihova večja kritičnost pričakovana, velike razlike v ocenah iste stvarnosti pa kažejo, kako pomembno je, da se tedaj, ko snujemo ukrepe za pospeševanje podjetništva, ne zanašamo samo na "sekundarno" mnenje izvedencev, ampak jih gradimo na raziskovanju neposredne stvarnosti. Razveseljuje spoznanje, da Slovenci v veliki meri cenijo podjetniški poklic ter da si zapomnijo zgodbe, ki se v medijih pojavljajo o uspešnih podjetnikih. Mnenje slovenskega prebivalstva, da so posamezniki, ki so uspešni ustanovitelji podjetja, spoštovani in imajo visok družbeni status, nas

med GEM državami uvršča celo na 4. mesto, v evropskem prostoru takoj za Finsko, kjer svoje podjetnike ceni 84% prebivalstva in pred Irsko (76%). Nizko stopnjo podjetniške aktivnosti v Sloveniji gre zatorej iskati v drugih vzrokih, ki jih prebivalstvo ne more obvladovati. K takemu mnenju nas navaja tudi sorazmerno visok delež neformalnega investitorstva v Sloveniji, ki prav tako izpričuje naklonjenost podjetništvu.



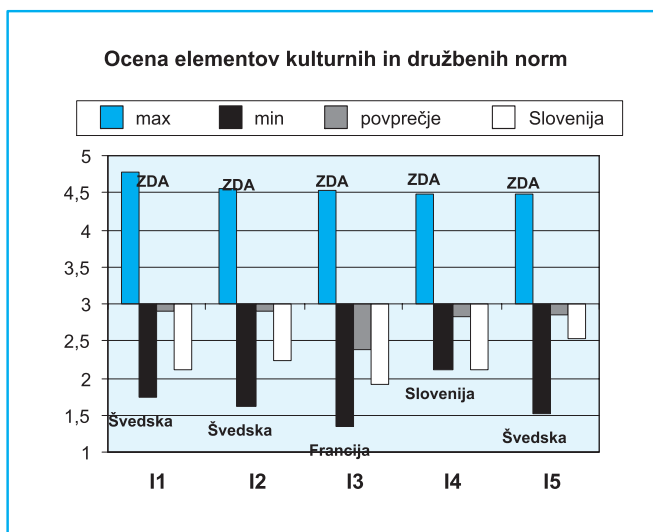
Slika 41: Kulturna in družbena podpora podjetništvu (mnenje prebivalstva)



Slika 42: Kulturne in družbene norme

Umestitev ocene družbenih in socialnih norm med države GEM žal pokaže zaskrbljujočo egalitaristično težnjo po izenačenju življenjskega standarda, ki je po svoji vsebini izrazito protipodjetniško naravnana. Mnenje izvedencev (97,1%) nas v tem seg-

mentu uvršča na prvo mesto, mnenje prebivalstva (82,4%) pa na drugo, takoj za Čile. Očitno v Sloveniji biti bogat še vedno ni družbeno sprejemljivo, pa čeprav je bilo bogastvo pridobljeno s poštenim in produktivnim ustvarjanjem in podjetništvom. V kolikšni meri je tovrstni egalitarizem odsev izkušenj in vrednot iz socialističnega obdobja, bo pokazal čas. Vsekakor pa bo treba bolj jasno izpostaviti mehanizme, s katerimi nastaja družbeno bogastvo in pokazati, da so posamezniki, ki k temu bogastvu največ prispevajo tudi upravičeni do primerne deleža. Ustvarjalnost, inovativnost in podjetništvo morata biti ustrezno nagrajena, sicer se redki posamezniki s temi talenti ne bodo usmerjali v tovrstne aktivnosti.



- V1 V Sloveniji nacionalna kultura močno podpira individualne uspehe, ki so bili doseženi z lastnimi napori.
- V2 V Sloveniji nacionalna kultura poudarja neodvisnost, avtonomnost in osebno iniciativo.
- V3 V Sloveniji nacionalna kultura vzpodbuja podjetniško prevzemanje rizika.
- V4 V Sloveniji nacionalna kultura vzpodbuja kreativnost in inovativnost.
- V5 V Sloveniji nacionalna kultura poudarja odgovornost posameznika (in ne skupnosti), da obvladuje lastno življenje.

Slika 43: Ocena elementov kulturnih in družbenih norm

Izvedence smo tudi povprašali o ostalih elementih kulturnih in družbenih norm in sicer ali v Sloveniji nacionalna kultura

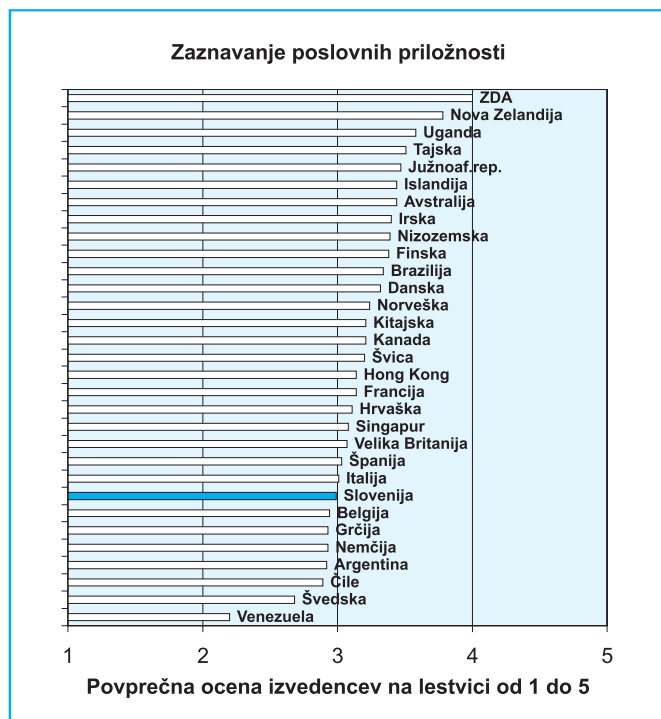
- močno podpira individualne uspehe, ki so bili doseženi z lastnimi napori
- poudarja neodvisnost, avtonomnost in osebno iniciativo
- vzpodbuja podjetniško prevzemanje rizika
- vzpodbuja kreativnost in inovativnost
- odgovornost posameznika (in ne skupnosti), da obvladuje lastno življenje

Tudi tukaj so bile njihove ocene zelo kritične: na lestevici od 1 do 5 so za Slovenijo pri vseh petih trditvah ocene pod povprečjem. V svetovnem merilu nas to umešča na 28. mesto, njihovo stališče glede spodbujanja kreativnosti in inovativnosti pa celo na zadnje mesto.

3.13 Podjetniške priložnosti, usposobljenost in motivacija

V splošnem velja, da morajo biti za zagon podjetniškega procesa istočasno prisotni najmanj trije dejavniki: zaznavanje poslovne priložnosti, usposobljenost podjetnika, da razvije in uveljavi nov podjem ter motivacija, da posameznik izbere podjetništvo za svojo kariero. Šele v naslednji fazi se pojavi vprašanje, kako zagotoviti zadostne resurse za uveljavitev podjema ali rast obstoječega podjetja.

Že v lanskem poročilu GEM smo ugotavljali, da osebne lastnosti in značilnosti ljudi, kot so njihove sposobnosti za prepoznavanje dobrih poslovnih priložnosti, prepričanje v lastno znanje in strah pred neuspehom, pomembno vplivajo na vključevanje v podjetniške procese. Poglejmo, kako so izvedenci ocenjevali zaznavanje poslovnih priložnosti. Povprečna vrednost sestavljene spremenljivke in ocena posameznih elementov je razvidna iz slik 44 in 45. Slovenija je na lestvici od 1 do 5 s povprečno oceno pod 3 v zadnji tretjini držav.

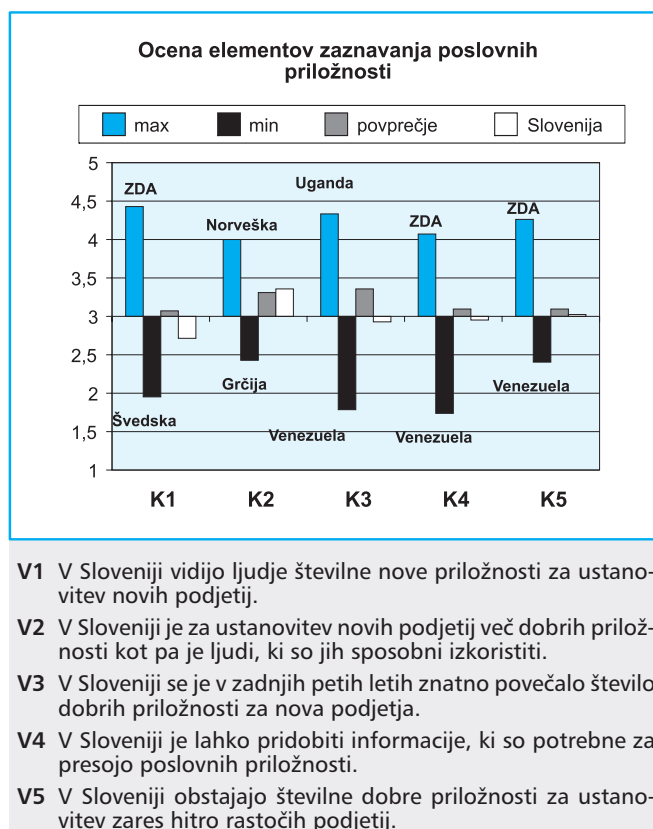


Slika 44: Zaznavanje poslovnih priložnosti

Samo zaznati podjetniško priložnost je premalo. Da bi se ustvarilo podjetje in organizirali viri, so potrebni znanje in veščine, ki se praviloma razlikuje od tistega, na osnovi česar je bila identificirana poslovna priložnost. Potrebna je podjetniška usposobljenost. Če na osnovi ocen izvedencev primerjamo Slovenijo z drugimi državami, lahko ugotovimo, da se ocene gibljejo okrog 2,5 na lestvici od 1 do 5, da pa tudi večina ostalih držav pri tem ne izstopa in je Slovenija rangirana v prvi polovici držav (slika 46).

V splošnem se posamezniki odločijo za podjetniško pot zato, ker so zaznali poslovno priložnost, ali zato, ker nimajo druge, boljše, možnosti za delo. Mehanizmi, ki vplivajo na to, ali se bo posameznik odločil za samozaposlitev ali ne, pa so seveda dosti bolj

subtilni in jih še ne poznamo v celoti. Na individualni ravni deluje na odločitev za podjetništvo vrsta dejavnikov, o katerih smo govorili že v razdelku o družbenih in socialnih normah. Rave motivacije za podjetniško aktivnost so izvedenci ocenjevali s pomočjo petih vprašanj. Povprečna vrednost sestavljene spremenljivke se za 31 GEM držav giblje med 2,49 (Švedska) in 4,64 (ZDA). Za Slovenijo znaša 2,92 in nas uvršča na 26. mesto (slika 48). Ocena posameznih elementov motivacijske komponente podjetništva (slika 49), pokaže, da ZDA na tem področju odločilno prevladujejo.



- V1 V Sloveniji vidijo ljudje številne nove priložnosti za ustanovitev novih podjetij.
- V2 V Sloveniji je za ustanovitev novih podjetij več dobrih priložnosti kot pa je ljudi, ki so jih sposobni izkoristiti.
- V3 V Sloveniji se je v zadnjih petih letih znatno povečalo število dobrih priložnosti za nova podjetja.
- V4 V Sloveniji je lahko pridobiti informacije, ki so potrebne za presojo poslovnih priložnosti.
- V5 V Sloveniji obstajajo številne dobre priložnosti za ustanovitev zares hitro rastočih podjetij.

Slika 45:

Ocena elementov zaznavanja poslovnih priložnosti

Predhodna spoznanja o zaznavanju poslovnih priložnosti, usposobljenosti in motivaciji so izhajala iz ocen, ki so jih za Slovenijo podali izvedenci, skrbno izbrani iz vrst podjetnikov, znanstvenikov, najvišjih državnih uradnikov, bankirjev in gospodarstvenikov. Oglejmo si sedaj, kakšne rezultate je na tem področju dala analiza odgovorov prek 2000 posameznikov.

Že v lanskem letu smo ugotavljali, da (1) poznavanje drugih podjetnikov, (2) zaznavanje poslovnih priložnosti, (3) samozavedanje lastnega znanja in izkušenj za podjetniško delovanje ter (4) strah pred neuspehom pomembno vplivajo na odločitev posameznika za vključevanje v podjetniški proces.

V primerjavi z drugimi državami se je Slovenija glede poznavanja drugih podjetnikov uvrstila na 8. mesto. V Evropi in v svetu premočno vodi Islandija, kjer kar 88% prebivalcev pozna nekoga, ki je v zadnjih dveh letih naredil podjetje (v Sloveniji 47%). Islandija je prva v Evropi tudi glede zaznavanja poslovnih priložnosti (50% prebivalstva). Da se bodo na območju, kjer živijo,

pojave v naslednjega pol leta dobre poslovne priložnosti pa je prepričana tretjina delovno aktivnega prebivalstva Slovenije. Dobra tretjina (38%) delovno aktivnih prebivalcev Slovenije je tudi prepričanih, da imajo znanje, veščine in usposobljenost za pričetek podjetniške kariere in ustanovitev podjetja.

pokaže, da je v okviru povprečja 31 GEM držav 10-krat bolj verjetno, da se bodo lotili podjetništva tisti, ki imajo vse tri attribute, kot pa tisti, ki nimajo nobenega. V Sloveniji je ta vpliv še večji – kar štiridesetkratna verjetnost za vse tri attribute in dvajsetkratna za dva izmed njih (slika 51).



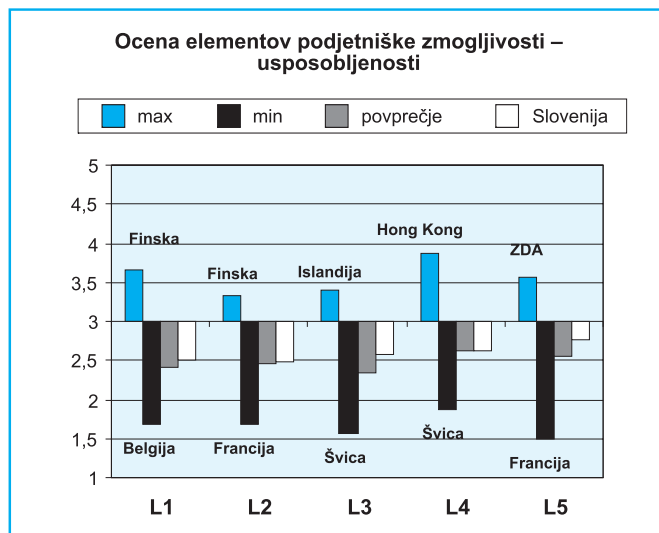
Slika 46: Podjetniška usposobljenost

Žal je med delovno aktivnim prebivalstvom tudi več kot tretjina takšnih, ki jim strah pred neuspehom preprečuje, da bi pričeli z novo poslovno dejavnostjo ali ustanovili podjetje. Slovensko, pa tudi evropsko socio-kulturno okolje pač ne oproščata napak. Najbolj se ljudje bojijo neuspeha v Grčiji in Nemčiji, najmanj v Kanadi, ZDA in Japonskem.

Kako vse navedeno vpliva na verjetnost, da se bo posameznik lotil podjetništva? Na sliki 50 je prikazana povezava med navedenimi osebnimi atributi ter TEA indeksom.

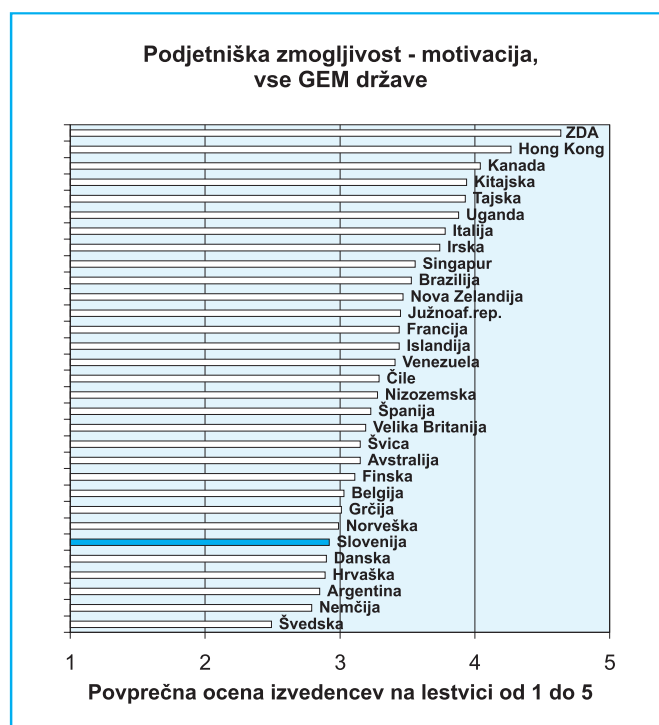
Vidimo, da najbolj izrazito vpliva mnenje posameznika o tem, ali ima potrebno znanje veščine in izkušnje za zagon nove poslovne dejavnosti ali ustanovitev podjetja. Med tistimi, ki menijo, da imajo znanje, je TEA indeks 9,38, med tistimi, ki menijo, da tega znanja nimajo, je indeks samo 0,19 – skoraj petdesetkratna razlika!

Glede na velik vpliv, ki ga imajo ti atributi na podjetniško aktivnost, je bil ustvarjen "indeks podjetniškega konteksta" v zelo poenostavljeni obliki.²⁵ Tistim, ki so izjavili, da poznajo podjetnika, da zaznavajo priložnosti in so tudi prepričani v svoje znanje in veščine za zagon novega podjetja, smo dodelili vrednost 4. Če so odgovorili z "da" na katerikoli od dveh gornjih vprašanj, so dobili vrednost 3. Če so odgovorili z "da" na katerikoli gornjih vprašanj, so dobili vrednost 2. Če je bil na vsa vprašanja odgovor "ne", pa vrednost 1. Tako sestavljen indeks



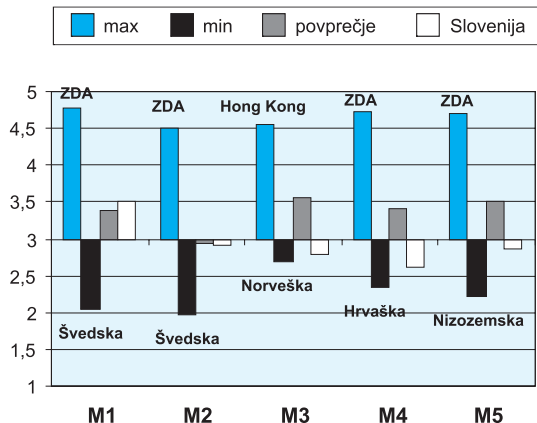
- V1 V Sloveniji večina ljudi verjame, da je lahko ustvariti novo ali hitro rastoče podjetje.
- V2 V Sloveniji številni ljudje vedo, kako voditi malo podjetje.
- V3 V Sloveniji imajo številni ljudje izkušnje z ustanovitvijo novega podjetja.
- V4 V Sloveniji obstajajo številni ljudje, ki lahko hitro reagirajo na dobre priložnosti za nove podjeme.
- V5 V Sloveniji imajo številni ljudje sposobnosti za organiziranje virov, ki so potrebni za nove podjeme.

Slika 47: Elementi podjetniške usposobljenosti



Slika 48: Podjetniška motivacija

Ocena elementov podjetniške zmogljivosti – motivacija



V1 V Sloveniji se ustanovitev novih podjetij razume kot primeren način kako obogateti.

V2 V Sloveniji večina ljudi meni, da je biti podjetnik zaželena izbira kariere.

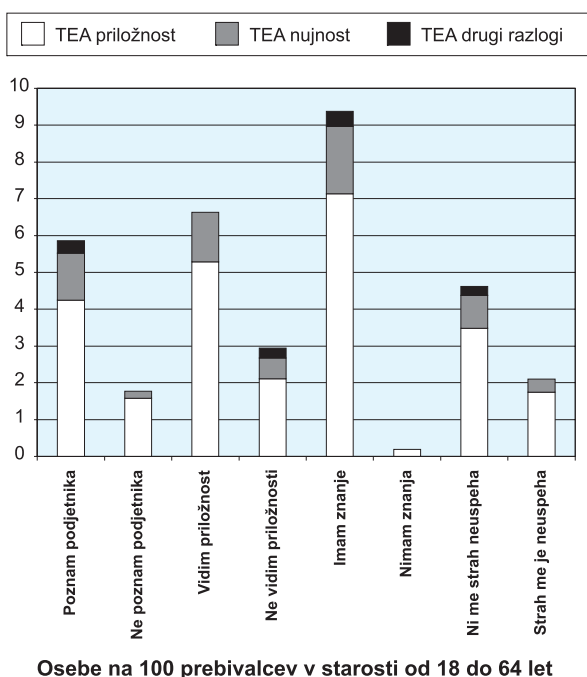
V3 V Sloveniji so uspešni podjetniki spoštovani in imajo visok družbeni status.

V4 V Sloveniji lahko v javnih medijih pogosto zasledite zgodbe o uspešnih podjetnikih.

V5 V Sloveniji večina ljudi misli, da so podjetniki strokovni in sposobni posamezniki.

Slika 49: Elementi podjetniške usposobljenosti

Osebne lastnosti podjetnikov in TEA indeksi v Sloveniji

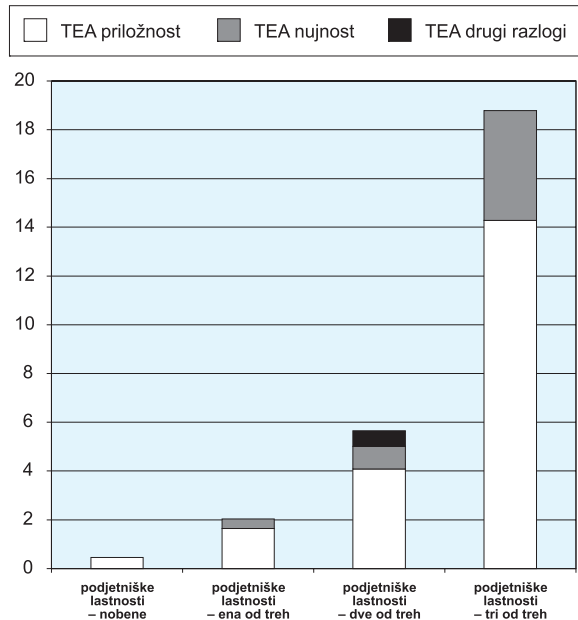


Osebe na 100 prebivalcev v starosti od 18 do 64 let

Slika 50:

Osebni podjetniški kontekst in TEA indeksi

Podjetniške lastnosti podjetnikov in TEA indeksi v Sloveniji



Osebe na 100 prebivalcev v starosti od 18 do 64 let

Slika 51: Indeksi podjetniškega konteksta

3.14 Deset najboljših in najslabših ocen

Izmed 77 trditvev, s pomočjo katerih so izvedenci ocenjevali stanje v podjetniških okvirih, smo v tabeli 14 zbrali deset trditvev, ki so dobile najvišjo oceno in deset trditvev, ki so pristale na dnu. Kot najbolj urejen podjetniški okvir se kaže področje infrastrukture, saj je pet od desetih najboljših ocen v tem segmentu, sledi mu odnos do ženskega podjetništva, kjer pa je raziskava Slovenski podjetniški observatorij 2003 pokazala, da so izvedenci glede tega bolj optimistični, kot pa so dejansko stanje ocenjevale podjetnice.

Med desetimi najslabše ocenjenimi elementi najdemo vladne programe in prenos raziskav in razvoja, kjer so po tri trditve.

Nekoliko drugačno sliko dobimo, če se primerjamo z drugimi GEM državami in najboljše in najslabše elemente poiščemo glede na rang. Takrat je najvišje (5.) mesto dosegla trditev, da poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij. Sledijo mu trditve, da imajo v Sloveniji ženske enak nivo znanja in izkušenj za ustanovitev novega podjetja kot moški (6. mesto), da imajo ženske dostop do enakega števila dobrih poslovnih priložnosti za ustanovitev podjetja kot moški (8. mesto) in da imajo v Sloveniji številni ljudje izkušnje z ustanovitvijo novega podjetja (9. mesto).

Povsem na repu pa najdemo trditve, da v Sloveniji nacionalna kultura spodbuja kreativnost in inovativnost (zadnje, 31. mesto), da so rizični kapitalisti pomemben vir financiranja in podpore za nova in rastoča podjetja (30. mesto) ter da lahko v Sloveniji novo ali rastoče podjetje pridobi dostop do priključkov na plin, vodo, elektriko in kanalizacijo v približno mesecu dni (30. mesto).

<i>Deset najvišje ocenjenih trditev glede na ocene ostalih držav</i>	Povprečna ocena za Slovenijo	Rang Slovenije
D3 V Sloveniji poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij.	2,06	5/31
P5 V Sloveniji imajo ženske enak nivo znanja in izkušenj za ustanovitev novega podjetja kot moški.	4,16	6/31
P4 V Sloveniji imajo ženske dostop do enakega števila dobrih poslovnih priložnosti za ustanovitev podjetja kot moški.	3,58	8/31
L3 V Sloveniji imajo številni ljudje izkušnje z ustanovitvijo novega podjetja.	2,57	9/31
D2 V Sloveniji poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno poznavanje tržnih ekonomskih načel.	2,17	10/31
G1 V Sloveniji se trg potrošniškega blaga in storitev dramatično spreminja iz leta v leto.	3,11	10/31
G2 V Sloveniji se medpodjetniški trg blaga in storitev dramatično spreminja iz leta v leto.	3,00	10/31
L1 V Sloveniji večina ljudi verjame, da je lahko ustvariti novo ali hitro rastoče podjetje.	2,50	10/31
L5 V Sloveniji imajo številni ljudje sposobnosti za organiziranje virov, ki so potrebni za nove projekte.	2,76	11/31
M1 V Sloveniji se ustanovitev novega podjetja razume kot primeren način kako obogateti.	3,51	11/31
<i>Deset oziroma dvanajst najni je ocenjenih trditev glede na ocene ostalih držav.</i>	Povprečna ocena za Slovenijo	Rang Slovenije
I4 V Sloveniji nacionalna kultura spodbuja kreativnost in inovativnost	2,11	31/31
A5 V Sloveniji so rizični kapitalisti pomemben vir financiranja in podpore za nova in rastoča podjetja.	1,63	30/31
H5 V Sloveniji lahko novo ali rastoče podjetje pridobi dostop do priključkov na plin, vodo, elektriko in kanalizacijo v približno mesecu dni.	3,25	30/31
B3 V Sloveniji politika v občinah in upravnih enotah postavlja podpiranje novih in rastočih podjetij kot svojo bistveno prioriteto.	1,97	29/31
C1 V Sloveniji lahko nova in rastoča podjetja pridobijo različne vrste vladne pomoči pri eni agenciji, na enem mestu.	1,57	29/31
E1 V Sloveniji se nova tehnološka, znanstvena in druga znanja uspešno prenašajo z univerz in javnih raziskovalnih centrov v nova in rastoča podjetja.	1,89	29/31
I1 V Sloveniji nacionalna kultura močno podpira individualne uspehe, ki so bili doseženi z lastnimi napori.	2,11	29/31
M3 V Sloveniji imajo uspešni podjetniki visok družbeni status in so spoštovani.	2,79	29/31
M5 V Sloveniji večina ljudi misli, da so podjetniki strokovni in sposobni posamezniki.	2,87	29/31
E4 V Sloveniji je dovolj državnih subvencij, da bi si nova in rastoča podjetja pridobila novo tehnologijo.	1,82	28/31
E5 V Sloveniji znanstvena in tehnološka baza učinkovito podpira projekte, ki temeljijo na tehnologiji, najnovejši v svetovnem merilu, in sicer na vsaj enem področju.	2,24	28/31
I2 V Sloveniji nacionalna kultura poudarja neodvisnost, avtonomnost in osebno iniciativo.	2,24	28/31

Tabela 14: Deset najboljših in najslabših ocenjenih trditev

4 Sklepi in priporočila

V Sloveniji smo v tem trenutku vpeti v zelo dinamične spremembe, ki predstavljajo izzive za podjetništvo. Nastajajoči, novi in že izkušeni podjetniki so pred vrsto pritiskov, ki jih ustvarja dveletna recesija, ki se počasi že umika predvidenemu oživiljanju, formalno polnopravno članstvo v Evropski uniji, ki bo povečalo konkurenčni pritisk, ter nadaljnji razvoj uspešnih večjih podjetij, ki vse bolj pokrivajo trge oziroma opazujejo mala podjetja kot mogoči prevzemni cilj. Po drugi strani je država močnejše poudarila podjetništvo kot pomembno razvojno prioriteto, zlasti inovativna, tehnološka podjetja ter oblike povezovanja in sodelovanja več podjetij v grozdih, mrežah ali podobnih oblikah. Dolgotrajne razprave o zakonskih spremembah ter počasne spremembe sicer kažejo na neenoten odnos do podjetništva, vendar splošno evropsko prepričanje o pomenu podjetništva za večjo konkurenčnost počasi prodira v slovensko ekonomsko politiko, ki se je sicer navduševala za velike projekte.

Leta 2003 je dala Slovincem o podjetništvu veliko misliti vrsta dogodkov, ki so povezani z globalizacijo: številna slovenska podjetja so se priključila svetovnemu procesu selitve proizvodnje proti vzhodu oziroma v Azijo, nekatera tuja podjetja s podružnicami v Sloveniji so se nepričakovano in hitro odločila za zapiranje dela proizvodnje v Sloveniji. Širok javni odziv na taka ravnanja je pogosto pokazal šibko podjetniško kulturo, saj so sledili predvsem pozivi k odločnemu ravnanju vlade oziroma pomoči države, manj k iskanju podjetniških alternativ in spodbujanju uspešnih podjetnikov, kar so seveda dolgoročneje, vendar edino obetavne rešitve.

Ta razmišljanja so nedvomno zapisana tudi v stališčih izvedencev. Iz anketnih rezultatov in mnenj izvedencev smo povzeli nekaj ključnih poudarkov, ki so lahko primerno sporočilo slovenski javnosti, nosilcem ekonomske politike in drugim interesnim skupinam, ki so povezane s podjetništvom.

4.1 Povečanje ravni podjetniških znanj in veščin

Podjetniško izobraževanje in usposabljanje ostaja bistvena razvojna naloga. Tudi po mnenju izvedencev naj bi poskušali s primernimi programi doseči več ciljev, pomembnih za razvoj podjetništva:

- ustvariti razumevanje podjetništva, njegovih zahtev po potrebnih lastnostih in ravnanju;
- ustvariti večjo samozavest, odločnost in iniciativnost mladih, tudi večjo ambicioznost v snovanju kariere,
- razviti vrsto poslovnih znanj, potrebnih v vsakdanjem življenju,
- posebej spodbuditi podjetništvo na višjih šolah, ki so oblika premoščanja razkoraka med srednjim in visokim šolstvom, ter na visokih šolah, ki lahko prispevajo k tehnološko zahtevnim podjetjem,
- v vseživljenjskem usposabljanju razviti aktiven odnos do samozaposlitve.

Leta 2003 so izvedenci potrdili podobne poglede na vlogo izobraževanja in usposabljanja kot leto prej. Očitno niso zabeležili velikih premikov v programih in metodah dela z učenci, saj zlasti visoke šole čakajo zakonske okvire za prenovo programov po Bolonjski deklaraciji.

Pogledi izvedencev postavljajo posebne zahteve glede poslanstva izobraževalnih organizacij, ki morajo postati pravi nosilci sprememb in izboljšav s ponudbo programov in uporabo ustreznih didaktičnih metod.

4.2 Ustvarjanje pozitivnega odnosa do podjetništva

Izvedenci so v intervjujih pogosto poudarjali nujnost promocije podjetništva kot odgovor na nekatere kritične ugotovitve:

- da v Sloveniji še ni vzpostavljen takšen položaj podjetnikov, ki bi odražal njihov prispevek h gospodarski rasti in blaginji,
- da prevladujoče vrednote v slovenski družbi ne spodbujajo prevzemanja tveganja ter ustvarjajo pritisk na podjetnike zaradi egalitarnih pogledov,
- da v javni upravi na različnih ravneh ni pravega razumevanja za potrebe podjetnikov oziroma za naloge uprave pri partnerstvu s podjetniki.

Te ugotovitve so že leta 2002 rodile predloge o promociji podjetništva, ki naj bi pomagala spreminjati kulturne in družbene norme. Leta 2003 so izvedenci predlagali nekatere posebne vidike:

- podjetništvo mora postati vrednota v razvojni usmeritvi Slovenije, ki jo mora, poleg prebivalstva in medijev, na vseh ravneh sprejeti in podpreti javna uprava,
- to zahteva sistemsko, dolgoročno promocijo podjetništva; izvedenci menijo, da je treba s promocijo podpreti najboljše podjetnike oziroma njihovo povezovanje in skupni nastop,
- z dobro izpeljano promocijo preseči pojav, da se uspešni podjetniki ne želijo izpostavljati v javnosti,
- pozitivno razlikovati med aktivnim podjetništvom, ki ustvarja nove izdelke in storitve, nasproti pasivnemu vlaganju,
- združevanje podjetnikov naj bi zmanjšalo realno moč politikov in uveljavilo afirmativno spoznanje o tem, kdo Sloveniji dejansko omogoča nastop na svetovnem trgu.

Pri promociji podjetništva imajo pomembno vlogo mediji, ki bi morali prispevati k temu, da se uspešni podjetniki s svojim ustvarjalnim delom, vztrajnostjo in zaupanjem v uspeh uveljavijo kot vzorniki mladim. Mediji bi morali bolj paziti na nekatere podrobnosti:

- da ustvarijo dinamično ravnotežje med ustvarjanjem uspešnih podjetnikov in sodobno, pregledno socialno vlogo države,
- da nasproti nekaj uspešnim direktorjem velikih podjetij oblikujejo vlogo inovativnih, dinamičnih podjetnikov kot prodorne "osti" gospodarstva,
- da uveljavijo podjetnike iz različnih socialnih sredin in predstavijo podjetništvo kot ekonomski pojav, ki omogoči emancipacijo posameznikov oziroma skupin.



4.3 Razvijanje dostopa do finančnih sredstev

V Sloveniji ostaja dostop do finančnih sredstev pomemben zavi-ralni dejavnik razvoja podjetništva, čeprav se stališča izveden-cev o tem včasih razlikujejo. Priporočila lahko strnemo v nekaj točk:

- razviti moramo jasno strukturiran, pregleden in razumljiv si- stem finančne podpore glede na različne potrebe podjetij,
- poslovne banke morajo odpraviti svoj pristranski odnos do podjetij različnih velikosti, saj so preveč previdne pri finanč- nem sodelovanju z novimi in mikro podjetji,
- takšen spremenjen odnos poslovnih bank je potrebno podpreti s povezovanjem finančne podpore s svetovanjem in usposab- ljanjem,
- nadaljevati razvoj oblik lastniških vlaganj in postopno odprav- ljati ovire za takšna vlaganja na strani podjetnikov in in- vestitorjev.

Drugo plat finančne podpore predstavlja splošno prepričanje izvedencev, da mora biti davčna politika bolj spodbudna, kar so priporočili kot:

- poenostavitve davčnih predpisov,
- zagotavljanje davčnih olajšav za določene podjetniške cilje in
- s tem razvojno naravnani proračun, itd.

4.4 Razvoj ženskega podjetništva

Posamezne skupine slovenskega prebivalstva so različno pro- dorne pri podjetniškem uveljavljanju. Največ možnosti je pri treh skupinah: ženskah – podjetnicah, mladih, ki so končali šolanje in se neobremenjeno lotevajo podjetij, zlasti v pod- jetniških skupinah, podjetnikih na podeželju, s podporo za med- sebojno sodelovanje pri raznih turističnih in predelovalnih pro- izvodih in storitvah. Pri podjetnicah kažejo razlike v ocenah med javnostjo, izvedenci in samimi podjetniki/podjetnicami, da ni problem v splošnih opredelitvah, ki so spodbudne za podjetnice, temveč predvsem v malih ovirah, ki kumulativno povzročijo bistveno zaostajanje žensk v podjetništvu. Zato je potrebno nameniti pozornost:

- njihovi izobrazbi in poklicni usmeritvi, ki ni ugodna za samo- stojno podjetniško dejavnost; ženske zato dajejo večji pri- spevek kot članice družinskih podjetij oziroma podjetniških skupin,
- razvijati je potrebno vzornice, ki bi delovale tudi kot mento- rice manj izkušenih podjetnic,
- uveljaviti več žensk kot podjetniških svetovalk,
- razbremeniti ženske v drugih družbenih vlogah, zlasti kot gospodinje in matere.

Splošen pozitiven odnos do žensk podjetnic je potrebno dopol- niti z vrsto ukrepov na navedenih področjih, da bi se lahko dejansko enakopravno odločale za podjetništvo. Nadaljevati je treba s promocijo ženskega podjetništva, tudi v posebnih oblikah neprofitnega, socialnega podjetništva.

4.5 Nadaljnji razvoj podjetniške politike in programov

Podjetništvo se je po letu 2000 uveljavilo v razvojnih doku- mentih na sodoben evropski način, vendar stvarna ekonomska politika z razvojnimi programi in ukrepi še ni dosegla ustreznega učinka, ki bi ga priznali podjetniki in izvedenci. Dejstvo je, da smo Slovenci zelo kritični do vladnih dosežkov, očitno pa je tudi, da obstaja razkorak med to deklarativno opredelitvijo in stvarnimi vladnimi dosežki oziroma med dosežki in njihovo prepoznavnostjo in priznanjem v podjetniški skupnosti:

- v Sloveniji ni pravega ravnotežja med nacionalno, regionalno in lokalno ravnijo politike in podpornih programov – nacio- nalna raven je za podjetnike preveč odmaknjena, na regio- nalni ravni še niso ustrezno uveljavljene institucije oziroma je finančno šibka, lokalna (občinska) raven je razdrobljena in strokovno ter finančno šibka,
- tudi uspešni vladni programi so premalo vidni oziroma še nimajo dolgoročneje tradicije, ki bi jim prinesla priznanje,
- partnerji v uresničevanju programov delujejo premalo uskla- jeno.

Izvedenci so našli za nosilce ekonomske politike nekaj ukre- pov, ki se le v posameznih vidikih razlikujejo od lanskih pripo- ročil:

- poenostavitev predpisov glede na upravne in planske zmož- nosti manjših podjetij,
- odpravljanje različnih pojavov birokratskega ravnanja,
- dopolnjevanje zakonskih okvirov, ki naj bi bili prijaznejši do podjetnikov (npr. delovna zakonodaja),
- preveriti sistem socialnih pomoči/pravic, ki mora biti bolj pregleden in mora spodbujati iniciativo ter prizadevanja posa- meznikov,
- zagotoviti lažji in cenejši dostop podjetnikov do lokacij, z izdelavo potrebnih prostorskih aktov in z zagotavljanjem ko- munalno opremljenih podjetniških con po ugodnih cenah itd.

Strokovno bi morali okrepiti razvoj podjetništva na lokalni ravni, saj se podjetniki »rodijo« in delujejo lokalno. Zaradi praktičnih težav jih lahko lokalno okolje najbolj spodbudi ali zavira pri delovanju. Na lokalni ravni je počasnost v uveljavljanju dobrih programov, na primer koncepta VEM ("Vse na enem mestu") in "vavčerskega" sistema svetovanja ter možnosti uveljavljanja pro- tibirokratske mentalitete, najbolj neugodno vplivala na položaj podjetnikov.

4.6 Prenos izsledkov iz raziskav in razvoja

Izvedenci upravičeno ugotavljajo, da so mala podjetja razvojno šibka, institucije, ki bi jim lahko pri R&R dejavnosti pomagale, še niso razvite oziroma so premalo odprte za učinkovit prenos raziskovalnih dosežkov in znanja. Raziskava GEM opozarja na naslednje vidike:

- ponudba R&R dosežkov je sorazmerno skromna zaradi pasiv- nosti univerzitetnega okolja – to naj bi se postopoma spreme- nilo z univerzitetnimi inkubatorji in učinkovitim urejanjem intelektualne lastnine,
- vrednotenje R&R dela na univerzi ni spodbudno in v javnosti to delo ne dosega ustrezne promocije,

- organizacije tveganega kapitala niso usposobljene za učinkovito oceno invencij in njihove poslovne aplikacije, zato se obotavljajo pri podpori tem podjetjem,
- podjetja bi morala postati bolj odprta, organizacijsko omogočiti osamosvajanje dobrih idej,
- potrebni so večji projekti, ki povežejo v inovativni preboj večje število podjetnikov, njihovih podjetij, raznih razvojnih organizacij itd.

V raziskavi so izvedenci opozorili še na velik pomen odprtosti na vseh ravneh: od univerze do prenove znanja in izkušenj podjetij, do povezovanja v Sloveniji in v mednarodnem okviru, občin in upravnih enot, do sodelovanja v večjih razvojnih projektih itd.

Poleg spremembe družbenih vrednot je potrebno preoblikovati tradicionalno obrtniško miselnost v bolj dinamično podjetniško ravnanje, odprto za sodelovanje, dolgoročneje načrtovanje, s koordinacijo prek poslovnih združenj. Ne moremo pa tudi mimo pomena spodbujanja podjetniških ambicij med prebivalstvom in ohranjanja in razvijanja le-teh pri podjetnikih. Evropska politika v zadnjem času sprejema številne iniciative, s pomočjo katerih bi se naj čimveč ljudi ne le odločalo za podjetništvo, ampak tudi razvijalo in večalo svoja podjetja. Slovensko podjetništvo mora napredovati hitreje kot evropsko, če se želimo uvrstiti med najbolj razvite države. Napredovalo pa bo samo, če bodo podjetniki motivirani za napredek in bodo ohranili svoje razvojne ambicije.

Opombe

- 1 Nekatere države imajo znatno večji vzorec, tudi prek 15.000 odraslih, kot denimo Nemčija, kjer obenem z GEM raziskujejo tudi razlike med pokrajinami, ali Velika Britanija, kjer so anketirali 22.000 ljudi.
- 2 Zbirno kodiranje in obdelavo intervjujev s programom NUDist je izvedel koordinacijski tim GEM v Londonu.
- 3 Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Miroslav Glas, Viljem Pšeničny: GEM Slovenija 2002: Kako podjetna je Slovenija. IPMMP, Maribor, 2003
- 4 Reynolds et al.: GEM 2003 Global Report – Initial Complete Draft, 7. 1. 2004, str. 34 – 36.
- 5 Novih podjetij je seveda manj, saj imajo le-ta več lastnikov/podjetnikov. Na osnovi povprečnega števila lastnikov novih podjetij ocenjujemo, da je le-teh okrog 23.000.
- 6 Ta podjetja proučujemo v raziskavi Slovenski podjetniški observatorij, ki je dostopen na internetni strani Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij <http://epfip.uni-mb.si/>
- 7 Dostopna na http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/green_paper/
- 8 Dostopen na http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/action_plan.htm
- 9 Kvocienit nujnosti izračunamo kot $\frac{TEA_{nujnost}}{TEA_{priložnost}}$, kvocienit priložnosti pa kot $\frac{TEA_{priložnost}}{TEA_{nujnost}}$.
- 10 Kvocienit obstojnosti izračunamo kot $\frac{TEA_{nova}}{TEA_{nastajajoča}}$, kvocienit smrtnosti pa kot $\frac{TEA_{nastajajoča}}{TEA_{nova}}$.
- 11 Reynolds, Bygrave, Autio et al.: GEM 2003 Global Report – Initial Complete Version, 2. 2. 2004, str. 84.
- 12 Bager, T., (2004), The Growth of Danish Firms – an Introduction, v publikaciji The Danish Entrepreneurial Situation, GEM 2003.
- 13 Arenius, P., Erkkö, A., Kovalainen, A., (2004), Finland GEM Executive Summary 2003, Helsinki University of Technology, Espoo, Finland.
- 14 Rebernik, M., Rus, M., Močnik, D., Širec Rantaša, K., Tominc, P., Knez Riedl J., Dajčman S. (2004) Slovenski podjetniški observatorij 2003, Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economic and Business, University of Maribor, Maribor.
- 15 Na primer: Carter, N., Gartner, W.B., Reynolds, P.D., (1997), Exploring start-up sequences, Journal of Business Venturing, 11, p.151-166; Brown, T.E., Kirchoff, B.A., (1997), The effects of resource availability and entrepreneurial orientation on firm growth, Frontiers of Entrepreneurship Research, 1997, 32-46.
- 16 Rebernik, M., Rus, M., Močnik, D., Širec Rantaša, K., Tominc, P., Knez Riedl J., Dajčman S. (2004) Slovenski podjetniški observatorij 2003, Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economic and Business, University of Maribor, Maribor.
- 17 Poglajen, Jo e (2004): Opozicija radodarna do podjetij, Delo, četrtek, 25. marca 2004, str. 2.
- 18 V ekonomski zgodovini se hiter razvoj Velike Britanije in njena dominacija v 18. in 19. stoletju pripisuje tudi temu, da je angleška družba uveljavila izrazito zanimanje za znanost (tudi z ustanovitvijo Royal Society) ter učinkovit sistem patentne zaščite, ki je spodbujal izumitelje, saj jim je omogočil dobre zaslu ke s komercializacijo invencij.
- 19 Rebernik, M., Rus, M., Močnik, D., Širec Rantaša, K., Tominc, P., Knez Riedl J., Dajčman S. (2004) Slovenski podjetniški observatorij 2003, Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economic and Business, University of Maribor, Maribor.
- 20 The European Observatory for SMEs, 1996
- 21 Rebernik, M., Rus, M., Močnik, D., Širec Rantaša, K., Tominc, P., Knez Riedl J., Dajčman S. (2004) Slovenski podjetniški observatorij 2003, Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economic and Business, University of Maribor, Maribor; 2004, Reynolds et al. 2002: GEM 2002 Global Report
- 22 Rebernik, M., Rus, M., Močnik, D., Širec Rantaša, K., Tominc, P., Knez Riedl J., Dajčman S. (2004) Slovenski podjetniški observatorij 2003, Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economic and Business, University of Maribor, Maribor.
- 23 Tominc, P., (2002) Some aspects of the gender wage gap in Slovenia, Društvena istraživanja (Journal for general social issues), 11(6):879-896.
- 24 Rebernik, M., Rus, M., Močnik, D., Širec Rantaša, K., Tominc, P., Knez Riedl J., Dajčman S. (2004) Slovenski podjetniški observatorij 2003, Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economic and Business, University of Maribor, Maribor.
- 25 Reynold at al.: Global Entrepreneurship Monitor 2003, str. 43.

Slovenski izvedenci v letu 2003 in 2002

Izvedenec	Funkcija	Podjetje - ustanova
Dr. Peter Tancig	Generalni sekretar	Združenje raziskovalcev Slovenije
Prof. dr. Rasto Ovin	Dekan	Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta
Prof. Dr. Željko Knez	Prorektor	Univerza v Mariboru
Mag. Mateja Mešl	Državna sekretarka	Vlada RS, Ministrstvo za gospodarstvo
Mag. Jože Protner	Predsednik	Gospodarska zbornica Slovenije, območna zbornica Maribor
Blaž Železnik	Podjetnik	EXPO BIRO d.o.o.
Mag. Iztok Lesjak	Direktor	Tehnološki park Ljubljana
Prof. dr. Dušan Mramor	Minister	Vlada RS, Ministrstvo za finance
Prof. dr. Jože Mencinger	Rektor	Univerza v Ljubljani
Štefan Pavlinjek	Podjetnik in podpredsednik	Obrtna zbornica Slovenije
Jaka Vadnjal	Pomočnik v.d. direktorja	PCMG
Danila Žuraj	Srednješolska profesorica	Srednja ekonomska šola Maribor
Mag. Branko Mayr	Namestnik generalnega direktorja	ITEO-ABECEDA d.o.o. Ljubljana
Sandi Češko	Podjetnik	Studio Moderna Group
Ddr. Neven Borak	Direktor	Agencija za trg vrednostnih papirjev
Marko Crnkovič	Samostojni novinar	Časnik Finance d.o.o.
Dr. Draško Veselinovič	Direktor	Ljubljanska borza vrednostnih papirjev
Dr. Aleksandra Žnidaršič Krajnc	Podjetnica	Prva pokojninska družba d.d.
Dr. Matej Penca	Prokurist	Horizonte Venture Management
Mag. Drago Pišek	Član uprave	Nova KBM
Lojzka Podvršnik	Direktorica	Javni sklad RS za razvoj malega gospodarstva
Mag. Zdenka Kovač	Direktorica	Pospeševalni center za malo gospodarstvo
Rudi Cipot	Direktor	Zavarovalnica Triglav d.d., Območna enota Murska Sobota
Vinko Kurent	Podjetnik	Mikrodata d.o.o.
Janko Razgoršek	Podjetnik	Razgoršek d.o.o.
Zlatko Erlih	Podjetnik	SUN Erlih Zlatko s.p.
Prof. dr. Matjaž Mulej	Univerzitetni profesor	Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta
Prof. dr. Marko Kos	Univerzitetni profesor	Univerza v Ljubljani
Dr. Peter Stanovnik	Direktor	Inštitut za ekonomska raziskovanja, Ljubljana
Dr. Aleš Mihelič	Državni podsekretar	Vlada RS, Ministrstvo za gospodarstvo
Prof. dr. Franc Koletnik	Univerzitetni profesor	Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta
Prof. dr. Šime Ivanjko	Univerzitetni profesor	Univerza v Mariboru, Pravna fakulteta
Igor Antauer	Direktor	PIC Consulting d.o.o.
Mag. Bojan Možina	Direktor	Edil inženiring Ljubljana
Dubrovka Breznik	Samostojna svetovalka direktorja	GZS - Območna zbornica Maribor
Filip Remškar	Podjetnik	Smart-Com d.o.o. Ljubljana
Jože Vilfan	Podjetnik	RR d.o.o.
Mag. Igor Pavlin	Svetovalac	Mednarodni center za promocijo podjetij
Mag. Romana Pajenk	Direktorica	Probanka d.d. Maribor
Prof. dr. Tea Petrin	Ministrica	Vlada RS, Ministrstvo za gospodarstvo
Prof. dr. Aleš Vahčič	Univerzitetni profesor	Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta
Mag. Joško Čuk	Predsednik	Gospodarska zbornica Slovenije
Dr. Danica Purg	Direktorica in dekanica	IEDC Poslovna šola Bled
Jasna Dominko Baloh	Podjetnica	DOBA Zavod za izobraževanje Maribor
Viljenka Godina	Direktorica	Ekonomski inštitut Maribor
Andrej Plahutnik	Direktor	Urad RS za varstvo konkurence
Mag. Samo Hribar Milič	Podpredsednik	Gospodarska zbornica Slovenije
Dr. Jan Žižek	Direktor	TIM Laško d.d.
Dr. Bogomir Kovač	Univerzitetni profesor	Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta
Mag. Janez Kopač	Minister	Vlada RS, Ministrstvo za okolje in prostor
Prof. dr. Vid Pečjak	Univerzitetni profesor	Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta
Dr. Miro Kline	Podjetnik	Kline & Kline
Mag. Jordan Berginc	Izvršni direktor	Ad futura, javni sklad