



Univerza v Mariboru

ekonomsko-poslovna
fakulteta



Miroslav Rebernik
Polona Tominc
Ksenja Pušnik

Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji

GEM Slovenija 2008

Miroslav Rebernik
Polona Tominc
Ksenja Pušnik

Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji

GEM Slovenija 2008

Naslov monografije: Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008

Avtorji: Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Ksenja Pušnik

Vrsta: Znanstvena monografija

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

Lektor: prof. Igor Rižnar

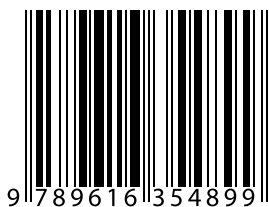
Izdala in založila: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta

Leto izida: 2009

Oblikovanje in tisk: Tiskarna Schwarz

Naklada: 250 izvodov

ISSN 1854-8040



CIP - Kataložni zapis o publikaciji

Univerzitetna knjižnica Maribor

005.13(497.4)“2008”

REBERNIK, Miroslav

Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji : GEM
Slovenija 2008 / Miroslav Rebernik, Polona Tominc,
Ksenja Pušnik. - Maribor : Ekonomsko-poslovna
fakulteta, 2009. - (Slovenski podjetniški
observatorij, ISSN 1854-8040)

ISBN 978-961-6354-89-9

1. Tominc, Polona 2. Pušnik, Ksenja

COBISS.SI-ID 62725377

Izšlo v knjižni zbirki »Slovenski podjetniški observatorij«

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

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

© Copyright Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, 2009

KAZALO

UVODNI POVZETEK	7
EXECUTIVE SUMMARY	15
UVODNA PREDSTAVITEV GLOBALNEGA PODJETNIŠKEGA MONITORJA (GEM)	23
1.1. Kaj je Global Entrepreneurship Monitor?	23
1.2. Posodobljen GEM model	24
1.3. Podjetniški proces in vključevanje v podjetništvo	28
1.4. Pregled mer podjetniške aktivnosti	31
1.5. Viri podatkov in vzorec	33
PODJETNIŠKA AKTIVNOST V SLOVENIJI IN SVETU V LETU 2008	37
2.1. GEM preglednica podjetniške aktivnosti	37
2.2. Vključenost v podjetništvo	42
2.3. Demografske značilnosti slovenskega podjetništva	46
2.3.1. Starost	46
2.3.2. Spol	48
2.3.3. Izobrazbena struktura	49
2.3.4. Dohodek gospodinjstva	50
2.4. Motivacija za podjetništvo	51
2.5. Razlogi za prenehanje poslovanja	56
2.6. Sektorska distribucija slovenskega podjetništva	57
RAZVOJ SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA V OBDOBJU 2002–2008	59
3.1. Dojemanje in odnos do podjetništva	60
3.2. Gibanje zgodnje podjetniške aktivnosti	64
3.3. Podjetniške aspiracije in inovacijska naravnost	66
PODJETNIŠKO IZOBRAŽEVANJE IN USPOSABLJANJE	73
4.1. Uvod	73
4.2. Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v očeh nacionalnih izvedencev	74
4.3. Udeležba prebivalstva v podjetniškem izobraževanju in usposabljanju	77
PODJETNIŠKO OKOLJE V SLOVENIJI	85
5.1. Uvod	85
5.2. Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji	87
5.3. Najvišje in najnižje ocenjeni okvirni pogoji za nastanek in razvoj podjetništva	92
5.4. Prednosti in slabosti okolja za razvoj podjetništva v Sloveniji ter nujnost ukrepanja	99
SLOVENSKI IZVEDENCI V LETU 2008	101
RAZISKOVALNI GEM TIMI IN SPONZORJI V LETU 2008	103
LITERATURA	111

SEZNAM SLIK

Slika 1: Osnovni GEM model.....	27
Slika 2: Konceptualni GEM model	27
Slika 3: Podjetniški proces in vključevanje v podjetništvo.....	30
Slika 4: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost.....	42
Slika 5: Skupna mera celotne podjetniške aktivnosti.....	44
Slika 6: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost po tipih gospodarstev	45
Slika 7: Soodvisnost gospodarske razvitosti in zgodnje podjetniške aktivnosti.....	46
Slika 8: Podjetniška aktivnost glede na starost v Sloveniji.....	47
Slika 9: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na starost in spol v Sloveniji	48
Slika 10: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami v svetu.....	49
Slika 11: Izobrazbena struktura podjetnikov in nepodjetnikov v Sloveniji	50
Slika 12: Podjetniška aktivnost glede na dohodek gospodinjstva	50
Slika 13: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti.....	51
Slika 14: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti.....	52
Slika 15: Motivacija za podjetništvo.....	53
Slika 16: Razlogi za podjetništvo pri podjetnikih zaradi priložnosti	55
Slika 17: Razlogi za prenehanje poslovanja.....	56
Slika 18: Sektorska distribucija nastajajočih in novih podjetij	57
Slika 19: Sektorska distribucija podjetništva – ustaljena podjetja.....	58
Slika 20: Zaznane priložnosti GEM in Slovenija, 2001–2008.....	62
Slika 21: Strah pred neuspehom v obdobju 2001–2008	63
Slika 22: Zaznane zmogljivost in znanje za zagon podjetja v obdobju 2001–2008	63
Slika 23: Ustanovitveni nameni v obdobju 2001–2008.....	64
Slika 24: Gibanje zgodnje podjetniške aktivnosti (TEA) v obdobju 2001–2008.....	65
Slika 25: Gibanje zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi nuje (TEA-nujnost) v obdobju 2001–2008	65
Slika 26: Povprečen delež prebivalstva, ki se vključuje v zgodnje faze podjetništva s podjetji, ki izkazujejo visoko pričakovano rast, GEM 2002–2008.....	67
Slika 27: Povprečen delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki izkazujejo visoko pričakovano rast, GEM 2002–2008	68
Slika 28: Povprečen delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva - širjenje tržišča z novimi izdelki/storitvami za vse ali vsaj nekaj potencialnih kupcev, hkrati pa obstaja malo ali nič konkurenčnih podjetij, GEM 2002–2008.....	69
Slika 29: Indeks zaupanja v novosti, GEM 2007 in GEM 2008.....	71
Slika 30: Ocena potreb po zunanji pomoči pri ustanovitvi podjetja v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008	75

Slika 31: Ocena razpoložljivosti javnih in/ali zasebnih centrov in agencij, ki zagotavljajo primerno izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008.....	76
Slika 32: Ocena izobraževanja in usposabljanja v osnovnih in srednjih šolah v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008.....	76
Slika 33: Ocena izobraževanja in usposabljanja po srednji šoli v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008.....	77
Slika 34: Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, GEM inovacijska gospodarstva	79
Slika 35: Kakršnokoli izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo po končani šoli v Sloveniji....	80
Slika 36: Oblike izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo po končani šoli v Sloveniji - izvajalci oziroma ponudniki izobraževanja	81
Slika 37: Delež odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let v inovacijskih gospodarstvih, ki so se neformalno podjetniško izobraževali	81
Slika 38: Delež odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let, ki so se podjetniško izobraževali na spletu.....	82
Slika 39: Elementi vladnih politik v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008.....	92
Slika 40: Ocena vladne politike na področju Vladne politike - regulative v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008.....	93
Slika 41: Ocena vladne politike na področju Vladne politike - podpore v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008.....	93
Slika 42: Elementi kulturnih in družbenih norm v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008.....	94
Slika 43: Ocena kulturnih in družbenih norm v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008	95
Slika 44: Ocena elementov odnosa podjetij in potrošnikov do investicij v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008.....	96
Slika 45: Ocena odnosa podjetij do investicij v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008	96
Slika 46: Ocena odnosa potrošnikov do investicij v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008.....	97
Slika 47: Prednosti in slabosti okolja za nastanek in razvoj podjetništva po mnenju izvedencev	99

SEZNAM TABEL

Tabela 1: Mere podjetniške aktivnosti	31
Tabela 2: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, Slovenija 2008	33
Tabela 3: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav.....	34
Tabela 4: GEM preglednica podjetniške aktivnosti v Sloveniji	38
Tabela 5: Vključenost prebivalstva v podjetništvo v GEM državah v letu 2008	43
Tabela 6: Starost novih in ustaljenih podjetnikov v Sloveniji.....	47

Tabela 7: <i>Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in nujnosti</i>	52
Tabela 8: <i>Motivacijski indeks</i>	54
Tabela 9: <i>Elementi podjetniške zmogljivosti</i>	60
Tabela 10: <i>Podjetniška zmogljivost in poslovne priložnosti v Sloveniji v obdobju 2002–2008</i>	62
Tabela 11: <i>Delež odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let, ki so se udeležili podjetniškega izobraževanja v osnovni ali srednji šoli, ali pa po končani šoli</i>	78
Tabela 12: <i>Povezanost med podjetniškim izobraževanjem in usposabljanjem in nekaterimi dejavniki podjetništva – korelacijski koeficienti in stopnje značilnosti</i>	83
Tabela 13: <i>Preglednica okvirov za podjetništvo v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008</i>	89
Tabela 14: <i>Preglednica okvirov za podjetništvo v Sloveniji v obdobju 2002–2008</i>	90
Tabela 15: <i>Rang okvirov za podjetništvo v Sloveniji med GEM državami v obdobju 2002–2008</i>	91
Tabela 16: <i>Najvišje in najnižje ocenjene trditve v Sloveniji leta 2008 v primerjavi z GEM državami</i>	98



Uvodni povzetek

Kompleksnost podjetniškega procesa je prevelika, da bi bilo dovolj poznati samo število podjetij ali število posameznikov, ki se lotevajo podjetniške aktivnosti. TEA indeks (*total early stage entrepreneurial activity*), s katerim merimo odstotek odraslega prebivalstva v zgodnjih fazah podjetniškega delovanja, je premalo, da bi z njim lahko dovolj poglobljeno orisali dogajanja v svetu podjetništva. Ob merjenju vključenosti odraslega prebivalstva v podjetništvo, njihovih demografskih značilnosti in temeljnih okvirov podjetniškega delovanja je treba proučevati tudi inovacijsko naravnost podjetij (novost izdelkov, konkurenca, tehnologija), nagnjenost k rasti (zaposlovanje, izvoz), pripravljenost ljudi sprejemati novosti, razpoznavanje poslovnih priložnosti, podjetniško zmogljivost odraslega prebivalstva z vidika dojemanja kulturne podpore (egalitarizem, poklicna izbira, spoštovanje podjetniškega poklica, odnos medijev), podjetniško zmogljivost odraslega prebivalstva z vidika samozaupanja (znanje in veščine, strah pred neuspehom) ter nekatere druge vplivne dejavnike.

Razumeti podjetništvo v lastni državi pomeni primerjati se z drugimi, pri tem pa razumeti, da ima podjetništvo na posamezni razvojni stopnji nacionalnih gospodarstev različen vpliv. Zato v tej monografiji razlikujemo med faktorskimi gospodarstvi, v katerih razvoj temelji na izkoriščanju temeljnih proizvodnih tvorcev, učinkovitostnimi gospodarstvi, kjer razvoj temelji na učinkoviti izrabi teh tvorcev in inovacijskimi gospodarstvi, katerih razvoj temelji na inovacijah. V vseh treh tipih gospodarstev – faktorskem, učinkovitostnem in inovacijskem – imamo opraviti s tremi temeljnimi elementi podjetništva in sicer z odnosom do podjetništva, podjetniško aktivnostjo in aspiracijami po rasti. GEM je razvil ustrezne mere, s pomočjo katerih lahko spremljamo ta tri področja in jih, ker so tako viri podatkov kot tudi analize primerno harmonizirane, tudi primerjamo med posameznimi državami. Vse te tri sestavine podrobneje pojasnujemo v tej monografiji.

Zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji je narasla s 4,8 odstotka leta 2007 na 6,4 odstotka odraslega prebivalstva leta 2008. S temi rezultati se Slovenija v svetovnem merilu uvršča na 32. mesto med 43 državami, med evropskimi državami pa na 13. mesto med 23 državami. V Evropi je bilo leta 2008 največ zgodnje podjetniške aktivnosti v Makedoniji (14,5%), Islandiji (10,1%) in Grčiji (9,9 %), najmanj pa v Belgiji (2,9%), Rusiji (3,5%) in Nemčiji (3,8%). Močan porast zgodnje podjetniške aktivnosti smo v Evropi zaznali še v 10 državah – največ v Franciji, kjer je narasla s 3,2 na 5,6 odstotka ter v Grčiji s 5,7 na 9,9 odstotka. Prišlo pa je tudi do upadanja, še zlasti v Islandiji, kjer je zgodnja podjetniška aktivnost upadla z 12,5% na 10,1%.

Medtem ko smo leta 2007 v Sloveniji zabeležili 9,3 odstotka vsega podjetniško aktivnega prebivalstva, torej vseh nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov, je bilo v lanskem letu aktivnih kar 11,8 odstotka – zdaleč največ odkar od leta 2002 Slovenija sodeluje v Global Entrepreneurship Monitor raziskavi. V evropskem merilu se je pri nastajajočih podjetnikih Slovenija uvrstila celo na osmo mesto. Ker pa med nastajajoče podjetnike uvrščamo tudi posameznike, ki so še v procesu ustanavljanja podjetja in bodo nekateri opustili te namere, še preden bo podjetje zaživelo, nam več pove število novih in ustaljenih podjetnikov. Med odraslimi prebivalci Slovenije je 2,4 odstotka tistih, ki imajo podjetje več kot tri mesece in manj kot tri leta in pol (novi podjetniki) ter 5,6 odstotka tistih, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol (ustaljeni podjetniki).

Glede na število odraslega prebivalstva v Sloveniji tako ocenjujemo, da je bilo leta 2008 okrog 159.000 podjetniško aktivnih posameznikov. V tej številki pa je zajetih tudi dobrih 54.000 nastajajočih podjetnikov, med katerimi pa jih je kar nekaj, ki nikoli ne bodo realizirali svojih podjetniških namenov. Njihovo »podjetništvo« bo zamrlo, še preden bodo registrirali podjetje, ali naredili in prodali en sam izdelek ali storitev. Pričakujemo lahko, da se bo realizacija podjetniških pobud zmanjšala tudi zaradi gospodarske krize in če upoštevamo še povprečne stopnje smrtnosti nastajajočih podjetniških pobud v preteklih letih lahko ocenimo, da imamo v Sloveniji okrog 125.000 podjetnikov (vsi ustaljeni in novi podjetniki in potencialno »preživeli« nastajajoči), kar je še vedno skoraj 20 tisoč več kot leta 2007. Pregled zadnjih štirih let tudi pokaže, da je podjetniška aktivnost konstantno naraščala in se leta 2008 izenačila s povprečjem 17 držav, ki tvorijo skupino inovacijskih gospodarstev.

Glede starostne dobe, v kateri se posamezniki podajo na podjetniško pot, se Slovenija ne razlikuje od drugih držav. Največ podjetij ustvarjajo ljudje v starostni dobi med 25. in 34. letom. TEA indeks v tej skupini prebivalstva je 11,84%. Za spremembo od prejšnjih let, ko je bilo pri ženskah najbolj pogosto starostno obdobje za ustanavljanje podjetij med 35. in 44. letom, je bilo leta 2008 to enako kot pri moških – med 25. in 34. letom. Ustaljeni podjetniki so seveda nekaj starejši. Največ ustaljenih podjetnikov, torej tistih, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol, pa je v starostni skupini med 45 in 54 let, kjer je v podjetništvu več kot osem odstotkov delovno aktivnega prebivalstva. Če torej želimo povečati število podjetnikov, je smiselno ukrepe prilagoditi starostni skupini, iz katere se rekrutirajo in najti primerne motivacijske mehanizme ter odstraniti čim več ovir, ki preprečujejo podjetnim posameznikom, da bi se odločili za podjetništvo.

Celotna zgodnja podjetniška aktivnost za moške znaša 8,8% in samo 4,0% za ženske. Vendar pa razmerje med podjetniki in podjetnicami, ki leta 2008 znaša 2,2, kaže rahlo izboljšanja glede na leto 2007, ko je bilo 2,5. Če primerjamo slovensko udeležbo žensk v podjetništvu z ostalimi državami, vidimo, da je najmanjši delež podjetnic v Turčiji in Egiptu, največji pa v Angoli in Argentini. V Sloveniji jih je manj kot tretjina.

Zakaj se v Sloveniji tako malo žensk loteva podjetništva? Zagotovo gre po eni strani 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. Vendar pa se dozdeva, da je problem globlji. Vse spremenljivke, ki so se izkazale pomembne pri odločanju za podjetniško kariero, so za ženske manj ugodne kot za moške. Več kot 60% moških in samo 40% žensk verjame, da ima znanje, veščine in izkušnje za podjetništvo. Skoraj 50% moških in manj kot 40% žensk meni, da se bodo v naslednjih 6 mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti. Ženske se tudi bolj bojijo neuspeha kot moški – 28% moškim in skoraj 35% ženskam strah pred neuspehom brani stopiti na podjetniško pot. Ženske tudi v manjšem deležu (manj kot 45%) kot moški (več kot 60%) poznajo nekoga, ki je v zadnjih dveh letih ustanovil podjetje. Očitno je torej premalo samo govoriti o enakopravnosti med moškimi in ženskami, za to bo treba tudi nekaj storiti, sicer v podjetništvu še dolgo ne bomo imeli več žensk.

V primerjavi s prejšnjimi leti se postopoma izboljšuje izobrazbena struktura podjetnikov. Nastajajoči in novi podjetniki so se leta 2008 izkazali za bolj izobražene kot ustaljeni podjetniki in izrazito bolj kot tisti, ki niso podjetniki. Med nastajajočimi in novimi podjetniki jih je 42,5 odstotka s končanim ali nekončanim izobraževanjem na fakulteti v primerjavi z 28,9% takšnih med ustaljenimi podjetniki. Medtem ko je med odraslim prebivalstvom skoraj četrtina takšnih, ki imajo manj kot srednješolsko izobrazbo, jih je med nastajajočimi in novimi podjetniki samo 7%. Največ podjetnikov prihaja iz tistega dela prebivalstva, ki je po svojih dohodkih v gornji tretjini. 44,4% nastajajočih, kar 70,1% novih in 53,0% ustaljenih podjetnikov prihaja iz dohodkovno najmočnejšega sloja prebivalstva.

Velika večina podjetnikov v Sloveniji se je lotila podjetništva zato, ker je želela izkoristiti poslovno priložnost in ne zato, ker bi jih v to prisilila preživetvena nujnost. Razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti nam kaže takoimenovani *motivacijski indeks*. Le-ta v primeru Slovenije za leto 2008 kaže visokih 7,28, kar nas uvršča na sedmo mesto med 43 državami. Prvo mesto je pripadlo Islandiji. Velja pa opozoriti, da je bila raziskava izvedena maja 2008, ko gospodarska kriza še ni pokazala svojih posledic, zato pričakujemo, da bodo rezultati leta 2009 bistveno drugačni.

Sicer pa je Slovenija že tolikanj razvita država s številnimi možnostmi zaposlovanja, da lahko podjetni posamezniki najdejo svoje karijerne priložnosti tudi v obstoječih podjetjih. Zato je še toliko bolj zanimivo vedeti, kaj predvsem žene v podjetništvo posameznike, ki so se zanj odločili, da bi izkoristili poslovno priložnost. Zdaleč največ jih je to storilo zaradi želje po večji neodvisnosti in osebni svobodi (67,6%). Ostali vzgibi so manj pogosti: 27,3% nastajajočih in novih podjetnikov je želelo povečati svoje prihodke, 2,9% jih je to storilo zato, da bi zadržali raven svojih prihodkov, 2,2% pa zaradi različnih drugih vzrokov. Tako v evropskem kot v svetovnem merilu smo na drugem mestu.

To se na neki način odraža tudi v razlogih za prenehanje poslovanja. Tako kot je rojevanje podjetij normalen gospodarski proces, je normalno tudi, da podjetja prenehajo s poslovanjem. Razlogov za to je mnogo in se nahajajo na širokem razponu od stečajev in poslovnih propadov podjetij do prodaje, prevzemov in prostovoljnega opuščanja ukvarjanja s podjetništvom. Slovenski podjetniki v znatno večjem deležu kot v drugih državah opustijo podjetništvo zaradi dogodkov, ki jih niso pričakovali in pa zato, ker se jim je pokazala možnost za drugo delo. Pri njih gre le redkokdaj za prenehanje poslovanja zaradi priložnosti, ki bi jo nudila prodaja podjetja. Finančni razlogi in slaba dobičkonosnost podjetja, ki prevladujeta v učinkovitostnih ekonomijah, sta v Sloveniji redkeje prisotni.

Podjetništvo se začne šele, ko posamezniki sprejmejo odločitev, da se bodo ukvarjali s podjetništvom. Na takšno odločitev pa vplivajo številni osebni in družbeni dejavniki kot so poznavanje drugih podjetnikov, zaznavanje poslovnih priložnosti, strah pred neuspehom, stopnja egalitarizma v družbi, zaželenost podjetniške kariere, spoštovanje uspešnih podjetnikov ter odnos medijev do podjetništva. Vse to spreminja posameznikovo dožemanje podjetništva in njegove podjetniške težnje. Tako recimo več kot polovica Slovencev pozna vsaj kakšnega podjetnika, kar nas med 43 državami uvršča na sedmo mesto. Ugoden je tudi kazalnik spoštovanja podjetniškega poklica, saj dobri dve tretjini odraslega prebivalstva v Sloveniji meni, da so uspešni podjetniki spoštovani in ugledni.

Zaskrbljuje pa, da jih precej manj (57,6%) meni, da je podjetništvo tudi primerna izbira kariere in pa zelo visoka stopnja egalitarizma, saj več kot 80% ljudi v Sloveniji meni, da bi bilo večini ljudi ljubše, da bi imeli vsi enako raven življenjskega standarda. Zaskrbljuje zato, ker egalitarizem deluje zaviralno na želje po nadpovprečni uspešnosti, pozitivni afirmaciji ali ambiciji (poštenega)

bogatenja, zaradi česar se lahko manj posameznikov odloča za podjetništvo. V vseh letih, kar sodelujemo v GEM, je stopnja egalitarizma v Sloveniji izjemno visoka.

V zadnjih treh letih je odraslo prebivalstvo v Sloveniji bolj kot v ostalih državah učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstev menilo, da se bodo v prihodnjih šestih mesecih na področju, kjer živijo, pojavile nove dobre poslovne priložnosti. V primerjavi z letom 2007 je leta 2008 ta zaznava sicer upadla, a je bila še vedno višja kot v povprečju ostalih dveh skupin držav. Razveseljivo pa je, da je strah pred neuspehom, ki bi lahko odvrnil ljudi od tega, da bi se lotili novega posla manjši kot v primerjanih skupinah držav. Vendar pa je lani tako kot v ostalih državah tudi v Sloveniji rahlo narasel.

Tudi zaznane zmogljivosti in znanje za zagon podjetja so v Sloveniji v zadnjih treh letih višje kot v skupini inovacijskih in učinkovitostnih držav. Več kot polovica odraslega prebivalstva meni, da imajo potrebne veščine in znanje, da bi ustanovili podjetje. Manj razveseljivo je, da smo leta 2008 med prebivalstvom zaznali splošen upad pri ustanovitvenih namenih, kjer samo deset odstotkov odraslega prebivalstva meni, da bodo v naslednjih treh letih ustanovili podjetje. Če pa upoštevamo samo tisti del odrasle populacije v Sloveniji, ki ta hip še ni podjetniško aktiven, pa je ta odstotek še nižji, samo sedem odstotkov.

Podjetniki, zlasti na začetku podjetniške poti, velikokrat pretiravajo pri ocenjevanju rasti svojih podjetij in podjetij v prihodnosti. V Sloveniji je med nastajajočimi in novimi podjetniki v povprečju 46,6% takšnih, ki menijo, da bodo v prihodnjih petih letih zmanjšali število delovnih mest ali ohranili njihovo nespremenjeno število. Med ustaljenimi podjetji je takšnih dobrih 20% več in sicer 68,3%. Hkrati je med nastajajočimi in novimi podjetji v povprečju 75,4% takšnih, ki ocenjujejo, da bodo v prihodnjih petih letih ustvarili od 0 do največ 5 novih delovnih mest, med ustaljenimi pa je takšnih v povprečju 84,9%.

Leta 2007 je bila v okviru raziskave GEM prvič opravljena raziskava zanimive trditve (Bhide, 2006; Bosma et al., 2007), da je deloma mogoče iskati vzrok za uspešnejši ekonomski razvoj gospodarstva ZDA v primerjavi z Evropo v tem, da Američani v povprečju bolj odprto sprejemajo novosti na tržišču. Leta 2008 smo to hipotezo raziskovali v 26 državah. Ugotavljamo, da se zaupanje v novosti med sodelujočimi državami zelo razlikuje, celo v posamezni skupini držav, hkrati pa je v povprečju nižje v razvitejših državah. V svetovnem merilu ugotavljamo, da je v gospodarstvih z višjo vrednostjo indeksa zaupanja v novosti v povprečju tudi višja stopnja vključevanja prebivalstva v podjetništvo (korelacijski koeficient je enak 0,642, $p=0,000$). Hkrati je indeks srednje močno negativno koreliran s povprečno starostjo delovno aktivnega prebivalstva (korelacijski koeficient je enak -0,603, $p=0,001$).

V Sloveniji je v povprečju 53,1% odraslega prebivalstva mnenja, da bodo v prihodnjih šestih mesecih verjetno kupili izdelke ali storitve, ki so novi na tržišču, nekoliko manj, 48,4% jih je mnenja, da bodo v prihodnjih šestih mesecih verjetno prvič preizkusili izdelke ali storitve, kjer uporabljajo najnovejše tehnologije, le 39,3% pa jih je mnenja, da bodo novi izdelki ali storitve izboljšali njihovo življenje. Leta 2008 je Slovenija ponovno ena izmed redkih držav, kjer je delež prebivalstva, ki bo kupil nove izdelke in storitve in ki bo preizkusil izdelke ali storitve, pridobljene s pomočjo najnovejših tehnologij, višji od deleža ljudi, ki pričakuje, da bodo novi izdelki in storitve izboljšali njihovo življenje. Leta 2008 je bil ta razkorak še za nekaj dodatnih odstotnih točk večji kot leta 2007. Nizka stopnja pričakovanih koristi od novih izdelkov in storitev kaže, da ljudje pravzaprav pričakujejo, da novi izdelki in storitve, ki jih bodo kupili in preizkusili ne bodo hkrati nujno tudi izboljšava v njihovem življenju. Za zmožnost sprejemanja novih izdelkov storitev in tehnologij se zdi odločilnega pomena zaupanje v pričakovane koristi, ki ga je v Sloveniji v povprečju manj kot v večini drugih sodelujočih držav.

Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo pomembno vpliva na stopnjo podjetniške zmogljivosti ter aspiracij po razvijanju in rasti podjetij med prebivalstvom, kar je posledično povezano s stopnjo nastajanja novih podjetij. Prav zaradi tega je bila za leto 2008 tema o podjetniškem izobraževanju in usposabljanju izbrana kot posebna tema v okviru raziskave GEM. Leta 2008 se je 38 držav vključilo v raziskovanje te teme, med njimi tudi Slovenija. Na tem področju zavzema Slovenija v skupini inovacijskih gospodarstev zelo visoko mesto. V okviru formalnega (obveznega ali prostovoljnega) izobraževanja v osnovni ali srednji šoli je v Sloveniji v povprečju v podjetniško izobraževanje in usposabljanje vključenih 24,3% ljudi, tako da je Slovenija na drugem mestu, takoj za Belgijo in pred Finsko. Vendar pa je žal Slovenija skupaj z Belgijo in Italijo tudi edina država v tej skupini, v kateri je v podjetniško izobraževanje in usposabljanje po končani šoli vključenih v povprečju manj ljudi, kot pa v okviru osnovnošolskega in srednješolskega izobraževanja. Medtem ko se na Finskem odstotek ljudi, ki se v podjetniško izobraževanje vključijo po srednji šoli več kot podvoji, v Sloveniji v povprečju pade za skoraj dve odstotni točki.

Opazne so tudi razlike med moškimi in ženskami. V skupini inovacijskih gospodarstev je 73% držav takšnih, da je odstotek moških, ki so bili deležni podjetniškega usposabljanja in izobraževanja po končani šoli statistično značilno višji od odstotka žensk. V Sloveniji se je podjetniškega izobraževanja in usposabljanja v povprečju udeležilo 23,92% moških ter 21,26% žensk. Razlika absolutno gledano ni visoka, kljub temu pa so moški v Sloveniji bistveno bolj samozavestni v prepričanju, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za ustanovitev svojega podjetja kot ženske. V povprečju je v tovrstno lastno znanje prepričanih kar 60,83% moških in samo 40,11% žensk.

So pa v Sloveniji glede na ostale države v skupini inovacijskih gospodarstev precej bolj pogoste oblike samoizobraževanja. Govorimo o neformalnem izobraževanju o tem, kako ustanoviti podjetje ali pričeti nov posel, na primer branje literature v prostem času, opazovanje drugih podjetnikov, ali pomoč pri podjetjih, ki jih je ustanovil nekdo drug. Tako je v Sloveniji kar 15,51% anketiranih na tak način pridobivalo znanje in izkušnje za ustanovitev lastnega podjetja. Pred Slovenijo je le Finska s 30%, medtem ko je povprečen odstotek v skupini enak 11%.

Ugotavljamo, da se v Sloveniji ljudje zavedajo pomena podjetniškega izobraževanja in usposabljanja, saj v veliki meri iščejo to znanje, a zlasti v obliki samoizobraževanja – različnih oblik neformalnega izobraževanja ter on-line internetnega izobraževanja. V Sloveniji je kar 10,84% anketiranih pridobivalo svoje izkušnje in znanje za podjetništvo z on-line neformalnim izobraževanjem, kar je največ v skupini inovacijskih gospodarstev, med vsemi sodelujočimi državami pa je odstotek višji le v Čilu.

V splošnem v svetovnem merilu ugotavljamo, da je povezava med izobraževanjem in usposabljanjem za podjetništvo ter med podjetniškimi zmogljivostmi prebivalstva ter njihovo podjetniško aktivnostjo, v splošnem pozitivna, vendar zelo kompleksna in v vsaki državi kaže svoje specifične posebnosti. V Sloveniji je povezava med zgoraj opisanimi spremenljivkami zelo jasno izražena. Tisti, ki so se podjetniško izobraževali v šoli, bodisi obvezno ali prostovoljno, in tisti, ki so se podjetniško izobraževali po končanem šolanju, v povprečju tudi statistično značilno bolj zaupajo v lastno znanje ter sposobnosti potrebne za ustanovitev podjetja in menijo, da se bodo v bližnji prihodnosti v njihovem okolju pojavile dobre poslovne priložnosti. Strah pred neuspehom pa je statistično značilno manjši le pri tistih, ki so se podjetniško izobraževali po končanem formalnem šolanju. Takšna slika je tudi razumljiva, saj je strah pred neuspehom zagotovo močno povezan s kulturnimi in družbenimi normami, ki vladajo v okolju in z družbeno obsodbo podjetniškega neuspeha. Področje kulturnih in družbenih norm pa je bilo skozi vsa leta področje, kjer Slovenija relativno slabo izkazuje podporo podjetništvu, saj so v smislu podpore podjetništvu kulturne in družbene norme na lestvici od 1 do 5 ocenjene s povprečno oceno 2,31, kar je na predzadnjem mestu vseh podjetniških okvirov v Sloveniji.

Kvalificirane informacije o kakovosti in uspešnosti podjetniškega okolja smo pridobili z intervjuvanjem izbrane skupine strokovnjakov. Tako so slovenski izvedenci leta 2008 najbolje ocenili dostop do fizične infrastrukture (3,79), odnos do žensk v podjetništvu (3,56), dostopnost javnih in/ali zasebnih centrov ali agencij, ki lahko neodvisno od formalnih izobraževalnih sistemov zagotovijo posameznikom primerno izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo (3,49) ter hitrost sprememb na notranjem trgu (3,25). Najnižje povprečne ocene pa so si prislužile vladne politike na področju regulative (2,17), kulturne in družbene norme (2,31), vladne politike na področju podpore novim in rastočim podjetjem (2,32) ter izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah (2,42). Izvedenci menijo, da kulturne in družbene norme v Sloveniji predvsem ne spodbujajo posameznikov k prevzemanju tveganja ter ne poudarjajo v zadostni meri neodvisnosti, avtonomnosti in osebne iniciative. Bolj kritični kot slovenski izvedenci do kulturnih in družbenih norm v Sloveniji so bili za svoje okolje le še izvedenci v šestih državah.

Vladna politika na področju regulative si je znova prislužila najnižjo povprečno oceno. Podroben vpogled pokaže, da gre predvsem za kritiko odnosa državnih politik do novih podjetij (na primer pri javnih razpisih) in do obsežnosti birokracije v Sloveniji. Med evropskimi državami sta si nižjo povprečno oceno v primerjavi s slovensko prislužili le Italija in Hrvaška. Najmanj kritični do vladne regulative v svoji državi pa so bili izvedenci na Finskem, Irskem, Danskem in Norveškem.

Na področju vladne podpore so bili izvedenci v Sloveniji leta 2008 najbolj kritični do davčnih bremen za nova in rastoča podjetja ter trajanja postopkov za pridobitev koncesij in dovoljenj. Povprečna ocena vladne podpore uvršča Slovenijo na 18. mesto med 30 GEM državami, pri čemer so bolj kritični do vladne regulative v njihovi državi od slovenskih izvedenci med evropskimi državami na Norveškem ter v Italiji, Hrvaški in BiH.

Pri najpomembnejših slabostih, ki po mnenju izvedencev zavirajo podjetništvo v Sloveniji, posebej izstopajo vladne politike, katerih poglobljen cilj še vedno ni podjetniška družba, ter kulturne in družbene norme. Čeprav so oba podjetniška okvira izvedenci navedli tudi kot prednosti za spodbujanje podjetništva, očitno menijo, da sta to dimenziji okolja, ki najbolj zavirata nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji. Med njim so tudi podporni mehanizmi in ekonomske politike, usmerjene v rast podjetij, ki jih je premalo ali pa so neučinkoviti.

Rezultati, ki jih predstavljamo v tej monografiji, temeljijo na podatkih, ki smo jih v 43 državah zbrali maja in delno junija leta 2008. Zato seveda ne odražajo vplivov gospodarske krize in recesije. Ta bo na podjetništvo vplivala na več načinov. Zmanjšalo se bo število zaznanih poslovnih priložnosti, saj bo upadlo povpraševanje, zaradi manjše ponudbe kreditov in drugih virov financiranja pa bodo tudi zaznane poslovne priložnosti ostale neizkoriščene. Večji bo tudi strah pred neuspehom, saj je v recesiji odprtih manj možnosti na trgu delovne sile, ki bi jih lahko izrabili podjetniki ob morebitnem neuspehu svojega podjetja. Ni pa pričakovati, da bi se zaenkrat posebej dramatično spreminjal odnos do zaznanih sposobnosti in dojemanja znanja in veščin, ki so potrebne za podjetništvo. Lahko pričakujemo, da se bo v nekaterih državah povečala stopnja egalitarizma, kar pa je v Sloveniji glede na to, da je že zdaj zelo visoka, manj verjetno.

V Sloveniji lahko v letu 2009 pričakujemo upad zgodnje podjetniške aktivnosti, saj ni pričakovati, da bi ob zmanjševanju poslovnih priložnosti in dejstvu, da je stopnja podjetništva iz nujnosti v Sloveniji zelo nizka, večje število na novo brezposelnih posameznikov lahko izgradilo podjetja. Posamezniki bodo tudi bolj pazljivi pri razmisleku o prehodu v svoje lastno podjetje. Seveda pa bodo vselej tudi posamezniki, ki bodo ob izgubi službe poskušali svojo eksistenco zagotoviti z ustanovitvijo lastnega podjetja. V tem primeru lahko pričakujemo v prihodnjem letu večji delež podjetnikov, ki bodo ustanavljali podjetje zaradi nujnosti. Pričakujemo lahko tudi znižanje podjetniških aspiracij, saj bo gospodarska kriza znižala optimistična pričakovanja podjetnikov.

Ustaljena in večja podjetja so pomembna, ker v gospodarstvo vnašajo stabilnost in dolgoročnost. Vendar pa se bo morala vlada vzdržati, da bi reševala tista podjetja, katerih težave niso posledica samo finančne krize, ampak so v težavah, ker so njihovi izdelki in storitve zastareli. Teh podjetij bi ne smeli podpirati, razen če so dane resne namere prenavljanja njihovega proizvodnega programa in bolj učinkovitega zadovoljevanja potreb kupcev. Na enak način tudi vsa nastajajoča in nova podjetja niso enako pomembna za nacionalno gospodarstvo. Ne glede na krizo in njej prilagojene instrumente ekonomske politike bo vsekakor treba več pozornosti nameniti stimuliranju dinamičnega, v rast usmerjenega podjetništva, ki je na sedanji razvojni stopnji Slovenije še kako potreben.



Executive Summary

The entrepreneurial process is too complex that knowing only a number of businesses or the number of individuals engaged in entrepreneurial activity would be sufficient. The TEA Index (*total early-stage entrepreneurial activity*), which measures the percentage of adult population engaged in early-stage entrepreneurial activity, is not enough to enable a detailed description of what is happening in the world of entrepreneurship. Apart from measuring the inclusion of adult population in entrepreneurship and their demographic characteristics as well as basic framework conditions, it is necessary to study the innovative orientation of businesses (novelty of products, competition, technology), propensity to growth (employment, export), the readiness of population to accept novelties, the recognition of business opportunities, the entrepreneurial capabilities of adult population regarding the understanding of cultural support (egalitarianism, occupation choice, respect of entrepreneurial career, media attitude), the entrepreneurial capabilities of adult population regarding self-confidence (knowledge and skills, fear of failure) as well as some other influential factors.

Understanding entrepreneurship in one's own country means comparing it with others while being aware of the fact that entrepreneurship has different impacts with regard to individual national economic development phases. Therefore, in this monograph we differentiate between the factor-driven economies, where the development is based on exploiting basic natural resources, the efficiency-driven economies, where the development is based on an efficient exploitation of these resources, and the innovation-driven economies, whose development is based on innovations. In all three types of economies – factor-driven, efficiency-driven and innovation driven – we deal with three fundamental elements of entrepreneurship, i.e. the attitude towards entrepreneurship, the entrepreneurial activity and growth aspirations. GEM has developed relevant methodologies that help us monitor these three areas. These can, in turn, be compared across individual countries since both the sources of data and the results have been harmonised. All these three elements are presented in this monograph.

Early-stage entrepreneurial activity in Slovenia grew from 4.8 percent of adult population in 2007 to 6.4 percent in 2008. On a global scale, these results rank Slovenia 32nd among 43 countries, and 13th among 23 European countries. In 2008, the highest rates of early-stage entrepreneurial activity in Europe were in Macedonia (14.5%), Iceland (10.1%) and Greece (9.9%) while Belgium (2.9%), Russia (3.5%) and Germany (3.8%) exhibited the lowest rates. A substantial increase of early-stage entrepreneurial activity in Europe was noticed in another 10 countries. In France, it increased from 3.2% to 5.6% while Greece exhibited the increase from 5.7% to 9.9%. However,

some countries saw the decrease in the early-stage entrepreneurial activity; for example, in Iceland it dropped from 12.5% to 10.1%.

While Slovenia recorded 9.3 percent of all entrepreneurially active adult population, i.e. all nascent new and established entrepreneurs, in 2007, this number grew to 11.8 percent in 2008, which presents the highest level since 2002 when Slovenia first participated in the Global Entrepreneurship Monitor research project. In the category of nascent entrepreneurs, this ranks Slovenia 8th in the European context. However, as the group of nascent entrepreneurs includes also those individuals who are in the process of setting up a business and may give up these intentions even before their businesses begin to operate, the information about the number of new and established entrepreneurs is more telling. 2.4 percent of the adult population of Slovenia had the businesses in operation for more than three months but not more than 42 months (new entrepreneurs) and 5.6 percent had business in operation for more than 42 months (established entrepreneurs).

Considering the number of adult population in Slovenia, it can be estimated that there were approximately 159,000 entrepreneurially active individuals in Slovenia in 2008. This number includes also a bit more than 54,000 nascent entrepreneurs, many of whom will never realize their entrepreneurial intentions. Their 'entrepreneurship' will terminate even before they will register a business, or make or sell a single product or service. We may also assume that the realization of business initiatives will decrease as a result of the economic crisis. In addition, when taking into account the fact that the average death rate of emerging business initiatives in the past years, it can be assessed that there are approximately 125,000 entrepreneurs in Slovenia (all established and new entrepreneurs and the prospectively 'surviving' nascent entrepreneurs), which is still almost 20 thousand individuals more than in 2007. The overview of the last four years shows that the entrepreneurial activity in Slovenia has been constantly on the increase, and in 2008 it equalled the average of the 17 innovation-driven economies group.

In terms of the age in which individuals become involved in entrepreneurial activity, Slovenia does not differ from other countries. The majority of businesses are established by the people aged 25 to 34. The TEA rate in this age group is 11.48%. Compared with previous years when the prevalent age group for females setting up a business was the 35 to 44 age group, the data showed that in 2008 the prevalent age group for women establishing a business equalled that of males, i.e. the 25 to 34 age group. Of course, established entrepreneurs, i.e. the ones whose business has been in operation for more than 42 months, are a bit older as they are predominantly in the 45 to 54 age group. In this age group, more than eight percent of adult population is engaged in entrepreneurship. If we intend to increase the number of entrepreneurs, it is therefore reasonable to adjust the measures to that age group from which the entrepreneurs are recruited and to find adequate motivation mechanisms as well as to eliminate many obstacles preventing the entrepreneurial individuals from becoming engaged in entrepreneurship.

Total early-stage entrepreneurial activity rate for males is 8.8% and only 4.0% for females. However, the ratio between male and female entrepreneurs, which was 2.2 in 2008, shows a slight improvement as compared with 2007, when it was 2.5. By comparing the Slovenian participation of women in entrepreneurship with other countries, we see that the lowest proportion of female entrepreneurs is in Turkey and Egypt while the highest one is in Angola and Argentina. In Slovenia, this proportion amounts to less than a third.

Why do so few women in Slovenia engage in entrepreneurship? On the one hand, the reasons comprise those factors in the environment which are not personal, but rather they are of infrastructural nature: overwork and lack of family support, the lack of adequate support systems for quality child-care (especially in the afternoons), the lack of support mechanisms that would

take into account the specific needs of female entrepreneurs. Yet, it appears that the problem is deeper than that. All the variables which have proven significant in deciding for entrepreneurial career are less favourable for women than for men. More than 60% of males and only 40% of females believe that they have the knowledge, skills and experience for entrepreneurship. Almost 50% of males and less than 40% of females expect to see a good business opportunity in the next 6 months. Also, fear of failure is higher for females than for males – 28% of males and almost 35% of females claim that fear of failure prevents them from starting a business. In addition, the percentage of females (less than 45%) who personally know an entrepreneur who started a business in the past two years is lower than the percentage of males in the same category (more than 60%). Obviously, it is far from enough to talk about gender equality only, something has to be done to this end. Otherwise, there will not be more women in entrepreneurship for a great while.

Compared with previous years, the level of education of entrepreneurs is gradually increasing. In 2008, nascent and new entrepreneurs were better educated than the established entrepreneurs and substantially more than the non-entrepreneurially active adults. 42.5 percent of nascent and new entrepreneurs have either completed or not completed their university education while there are 28.9% of established entrepreneurs in the same category. Almost a quarter of total adult population have less than secondary education whereas only 7% of nascent and new entrepreneurs fall into this category. The majority of entrepreneurs belong to the highest third household income category. 44.4% of nascent entrepreneurs, as many as 70.1% of new entrepreneurs and 53.0% of established entrepreneurs come from the households with the highest incomes.

A vast majority of entrepreneurs become engaged in entrepreneurship out of the desire to exploit a business opportunity and not out of necessity. The ratio of opportunity to necessity entrepreneurship is expressed by the *motivation index*. In 2008, the motivation index for Slovenia was as high as 7.28, which ranks Slovenia 7th among 43 participating countries. Iceland ranked first. Nevertheless, it has to be pointed out that the research was carried out in May 2008, when the impact of the economic crisis was not yet visible. We may, therefore, expect the results for 2009 to be rather different.

Nonetheless, Slovenia is economically quite developed country and as such it offers a number of employment opportunities for entrepreneurial individuals who can seek their career opportunities also in the existing firms. That is why it is even more interesting to know the reasons that pull individuals to entrepreneurship. The majority of entrepreneurs were pulled to entrepreneurship out of the desire for autonomy and personal freedom (67.6%). This ranks Slovenia second both on the global and on the European scale. Other drivers are less frequent; namely, 27.3% of nascent and new entrepreneurs desired to increase their own income, 2.9% of them wanted to maintain their income and 2.2% had other reasons.

This is, in a way, also reflected in the reasons for the discontinuation of the business. As the birth of new firms is a normal economic process, it is likewise normal that firms end their operations. The reasons for this are plentiful and range from bankruptcies and business failures of companies on the one hand, to sales, takeovers and voluntary termination of entrepreneurial activity on the other. The proportion of Slovenian entrepreneurs who discontinue their entrepreneurial career out of unexpected reasons and not because of other job opportunity is much higher than in other countries. The opportunity to sell the business is quite rarely the reason to exit a business. The problems getting finance and the business not being profitable, which prevail in efficiency-driven economies, are less frequent in Slovenia.

Entrepreneurship begins only when individuals decide to become involved in entrepreneurial activity. This decision is influenced by many personal and sociocultural factors, such as knowing other entrepreneurs, perceiving business opportunities, fear of failure, level of egalitarianism in society, appreciation of entrepreneurship as career choice, societal status of successful entrepreneurs, and media attention to entrepreneurship. All these factors influence an individual's perception of entrepreneurship and propensity for entrepreneurship. For instance, more than half of Slovenian citizens know at least one entrepreneur, which ranks Slovenia 7th among the 43 GEM countries. The indicator of the appreciation of entrepreneurship as career choice is also favourable since more than two thirds of adult population in Slovenia believe that successful entrepreneurs are respected and esteemed.

On the other hand, it is worrying that 57.6% of individuals do not consider entrepreneurship as a desirable career choice. Besides, in Slovenia there is a high level of egalitarianism as 80% of people think that majority of people would prefer that everyone had a uniform living standard. This is upsetting because egalitarianism inhibits desire for above-average success, positive assertion or the ambitions for (honest) accumulation of wealth. That is then the reason why less people decide for entrepreneurship. In all the years of our participation in the GEM research project, the level of egalitarianism in Slovenia has been extremely high.

In the last three years, the rate of adult population in Slovenia believing that there will be good business opportunities in the area where they live in the next six months has been higher than the rates in other efficiency-driven and innovation-driven economies. Compared to 2007, this perception decreased in 2008; however, it was still higher than the average rate of the other two groups of countries. But it is encouraging that fear of failure, which would prevent people from starting a business, is lesser than in the compared groups of countries. Even so, it slightly grew both in Slovenia as in other countries last year.

The perceived skills and knowledge to start up a new firm were higher in Slovenia than in the group of innovation-driven and efficiency-driven countries. More than half of the adult population believe that they have the required skills and knowledge to start a business. A less pleasant fact is that in 2008 there was a decrease in start-up intentions as only 10 percent of adult population expected to start a business in the next three years. But if we take into account only non-entrepreneurially active adult population of Slovenia, this rate is even lower (only 7%).

The entrepreneurs, especially those at the beginning of their entrepreneurial career, often exaggerate in the assessment of the future growth of their start-ups. In Slovenia, 46.6% of nascent and new entrepreneurs believe that they will either reduce the number of jobs within five years or maintain their number in the same time period. The rate of established businesses in this category is 68.3%, which is approximately 20% more than the nascent and new entrepreneurs. At the same time, the average rate of nascent and new businesses that assess to create between 0 to 5 jobs within five years is 75.4% while the average rate of established businesses is 84.9%.

For the first time in 2007, the GEM research made an inquiry into an interesting claim (Bhide, 2006; Bosma et al., 2007) that the reason for a more successful economic development of the US economy in comparison to Europe lies in the fact that the American consumers are more receptive to innovations on the market. In 2008, this hypothesis was researched in 26 countries. It may be established that innovation confidence among the participating countries differs to a large extent even within an individual group of countries, and that the average rate of innovation confidence is lower in the more developed economies. On a global scale, the economies with high Innovation Confidence Index also exhibit a higher rate of adult population involvement in entrepreneurship ($r = 0.642$, $p = 0.000$). At the same time, the IC index correlates relatively negatively with the mean age of the working age population ($r = -0.603$, $p = 0.001$).

In Slovenia, the average rate of adult population who believe they are likely to buy products or services that are new to the market in the next six months is 53.1%. 48.4% of them believe they are likely to try products or services that utilize new technology in the next six months while only 39.3% of them believe that in the next six months, new products or services will improve their lives. In 2008, Slovenia was again one of few countries where the percentage of population that will buy new products and services and will try products or services that involve new technology was higher than the percentage of people expecting that in the next six months, new products or services will improve their lives. In 2008, this gap was few percents bigger than in 2007. A low level of expected benefits of new products and services shows that people actually expect that new products and services they will buy and try will not necessarily improve their lives. The ability to accept new products, services and technologies appears to be of the key importance for the confidence in the expected benefits. In Slovenia, this confidence rate is lower than in the majority of other nations participating in the research.

Education and training for entrepreneurship has a significant impact on the population's level of entrepreneurial activity and aspiration for the development and growth of start-ups, which is in turn related to the rate of new venture creation. For that reason, 'entrepreneurship education and training' was chosen as the special topic of the 2008 GEM research. In 2008, 38 countries, including Slovenia, participated in researching it. In the group of innovation-driven economies, Slovenia ranks very high in this respect. On average, 24.3% of population is engaged in entrepreneurship education and training within formal (voluntary or compulsory) primary and secondary education in Slovenia, which ranks it second, following Belgium and preceding Finland. Unfortunately however, apart from Belgium and Italy, Slovenia is the only country in this group where the average rate of people involved in after-school entrepreneurship education and training is lower than the average rate of individuals receiving this kind of education at the primary school and secondary school level. While the percentage of individuals involved in post-secondary entrepreneurship education more than doubles, in Slovenia this rate falls for almost 2%.

The differences between males and females are quite apparent, too. In the group of innovation-driven economies, 73% of all countries exhibit a statistically significantly higher rate of males who have received after-school entrepreneurship education and training than females in the same category. In Slovenia, the average rate of males participating in entrepreneurial education and training was 23.92% and the average rate of females was 21.26%. On the whole, the difference does not seem to be big; yet, males exhibit a much greater confidence and belief than females to have skills, knowledge and experience to start a business. The average rate of the confidence in their own knowledge is 60.83% for males and 40.11% for females.

However, compared with other countries in the group of innovation-driven economies, various forms of self-directed learning are much more frequent in Slovenia. The informal education about how to set up a company or start a new business takes place mainly via reading relevant literature in free time, observing other entrepreneurs or helping in start-ups of others. 15.51% of the population in the survey acquired the knowledge and skills to start their own business in this way. This places Slovenia only after Finland (30%) while the group's average rate is 11%.

It can be established that people in Slovenia are aware of the significance of entrepreneurship education and training since they seek this knowledge quite a lot but predominantly in the form of self-directed learning, i.e. in various forms of informal education and on-line training. 10.84% of the population surveyed acquired their experience in and knowledge of entrepreneurship via on-line informal training, which is the highest rate in the group of innovation-driven economies. On a global scale, only Chile exhibits a higher percentage.

Looking globally, it can be established that the correlation between the education and training for entrepreneurship and the entrepreneurial abilities of population and their entrepreneurial activity is in general positive yet very complex as well as country specific. In Slovenia, the correlation between these variables is clearly expressed. Those individuals who have taken school-based training, either voluntary or compulsory, and those individuals who have received after-school education and training are, on average, statistically significantly more confident in their knowledge and skills required to start a business and they also believe that in the near future there will be good opportunities to start a business in the area where they live. Fear of failure is statistically significantly lower only for those individuals who received after school-based entrepreneurship education. This is quite understandable as fear of failure is undoubtedly strongly related to cultural and social norms prevalent in the environment and to the judgemental attitude of the society towards entrepreneurial failure. The sphere of cultural and social norms has been the area in which Slovenia has exhibited a relatively poor support for entrepreneurship. Namely, regarding support for entrepreneurship, the cultural and social norms received the average of 2.31 points on the five-point scale, which is the lowest score of all entrepreneurial framework conditions in Slovenia.

We obtained the relevant information about the quality and success of entrepreneurial environment by interviewing a selected group of experts. In 2008, the Slovenian experts rated the availability of physical infrastructure (3.79) the highest, followed by the societal support for women entrepreneurship (3.56), the availability of public and/or private centres or agencies that can provide the individuals with suitable education and training for entrepreneurship independently and outside the formal education systems (3.49), and the speed of change on domestic market (3.25). The lowest average scores were given to government regulations (2.17), cultural and social norms (2.31), government policies that encourage new and growing firms (2.32), and primary and secondary education support for entrepreneurship (2.42). The experts believe that in Slovenia cultural and social norms predominantly discourage individuals from taking risks and do not sufficiently stress self-sufficiency, autonomy and success through individual effort. Only the experts from six other countries were more critical of cultural and social norms than the Slovenian ones.

Government regulations again received the lowest average score. A more detailed analysis shows that this criticism is directed at the attitude of government policies towards new enterprises (e.g. public tenders) and towards the extent of bureaucracy in Slovenia. Only Italy and Croatia received lower average scores among the European countries. The experts in Finland, Ireland, Denmark and Norway were least critical of government regulations in their respective countries.

Looking at government support, the experts in Slovenia were in 2008 most critical of tax burdens for new and growing firms and of the length of procedures for obtaining permits and licenses. The average rate of government support ranks Slovenia 18th among 30 GEM countries. In the group of European countries, only the experts in Norway, Italy, Croatia and Bosnia and Herzegovina were more critical of government regulations in their respective countries.

According to the experts' opinions, the most significant weaknesses that inhibit entrepreneurship in Slovenia include government policies whose primary goal is still not an entrepreneurial society, and cultural and social norms. Although the experts assessed both of these entrepreneurial framework conditions as the ones providing support for entrepreneurship, they obviously believe that these two dimensions of the environment discourage the emergence and development of entrepreneurship in Slovenia. These also include support mechanisms and economic policies directed towards the growth of businesses; however, they are either too few or inefficient.

The results presented in this monograph are based on the data collected in 43 countries in May and a part of June 2008. Therefore, they do not reflect the impacts of the economic crisis and recession, which will impact entrepreneurship in many ways. The number of perceived business opportunities will decrease following the decrease in demand. In addition, a smaller offer of loans and other sources of finance will result in the fact that even the perceived business opportunities will remain unexploited. The fear of failure will increase since in times of recession there are less job opportunities on the labour market that the entrepreneurs could pursue in case their start-ups fail. However, it is not likely to expect a dramatic change in the attitude towards perceived abilities, knowledge and skills to start a business. It can be expected that the level of egalitarianism will increase in some countries. In Slovenia, however, this is less likely as this rate is already very high.

In 2009, Slovenia may expect a decrease in early-stage entrepreneurial activity. That is, it is unlikely to expect that a large number of newly unemployed individuals could set up a business because of the decrease of business opportunities and the fact that the rate of necessity driven entrepreneurship in Slovenia is very low. The individuals will therefore be more careful when deciding to start their own business. Nevertheless, there will always be the individuals who will try to earn a living by setting up their own businesses in case of job loss. That is why we can expect the percentage of necessity-driven entrepreneurs to increase next year. We can also expect a decrease in entrepreneurial aspirations as the economic crisis will lessen the optimistic expectations of entrepreneurs.

The established and large firms are important because they bring stability and sustainability to the economy. However, the government will have to restrain itself from saving those companies whose problems are not the consequence of the financial crisis only, but stem from their products and services being outdated. These companies should not be supported unless there are firm intentions to restructure their manufacturing programme and to better satisfy customers' needs. Similarly, not all nascent and new enterprises are of equal importance for a national economy. Regardless of the crisis and economic policy instruments that have to be adapted to it, more emphasis should be devoted to stimulate a dynamic, growth-oriented entrepreneurship, which is more than necessary for Slovenia to make further development steps.

Uvodna predstavitev Globalnega podjetniškega monitorja (GEM)

1.1. KAJ JE GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR?

Soodvisnosti med podjetništvom in gospodarskim razvojem ni enostavno prepoznati, čeravno ni nobenega dvoma, da sta tesno povezana. Ker v sodobni družbi avtarkičen razvoj posameznega nacionalnega gospodarstva ni več možen, lahko proučevanje podjetništva daje smiselne rezultate samo, če ga proučujemo povezano in soodvisno s podobnimi raziskavami v svetu. To je še zlasti pomembno, ker mora imeti ekonomska politika, ki ima razvojne cilje, primerne podatke, ki ji omogočajo sprejemati ukrepe, ki pospešujejo podjetništvo in spodbujajo tiste vrste podjetij, ki lahko k razvoju največ prispevajo. Podjetništvo je tudi zelo kompleksen pojav, ki terjja razumevanje številnih soodvisnosti, ki jih ni možno razumeti, ne da bi se primerjali z drugimi državami ali globalno. Takšno podlago na eni strani ponujajo statistični podatki, na drugi strani pa mednarodne raziskave, kot je Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Raziskovalni program GEM sta v letu 1997 zasnovala Michael Hay (London Business School) in Bill Bygrave (Babson College). Prva raziskava je bila izpeljana v letu 1999, v njej pa je sodelovalo 10 držav s Paulom Reynoldsom kot vodjem raziskave. Do danes se je GEM razvil v konzorcij, v katerem sodeluje 64 nacionalnih timov, kar predstavlja edinstveni svetovni projekt brez primere v podjetniškem raziskovanju. Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru se je raziskavi pridružil leta 2002 in od takrat zagotavlja podatke o slovenskem podjetništvu ter skupaj z raziskovalci iz drugih nacionalnih timov tudi aktivno soustvarjamo nadaljnji razvoj vsebine in metodologije raziskave. Gre za obširno raziskavo, ki je tudi finančno zahtevna, saj v svetovnem merilu sponzorira nacionalne raziskovalne time prek 100 sponzorjev. V Sloveniji GEM vsa ta leta podpirajo Ministrstvo za gospodarstvo in Agencija za raziskovalno dejavnost, v zadnjih letih pa tudi podjetje Smart Com ter z objavljanjem posebne priloge z rezultati GEM tudi časopis Finance.

Temeljno poslanstvo GEM je ustvariti zanesljive mednarodne podatke o podjetniški aktivnosti ter s temi podatki seznaniti čim širšo javnost. Osredotočamo se na tri temeljne cilje:

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

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

Bogastvo podatkov, ki smo jih doslej zbrali, omogoča, da smo lahko v zadnjih letih pričeli širiti raziskovanje od začetnega spremljanja zgodnje podjetniške aktivnosti (TEA indeks) tudi na ustaljene podjetnike, inovacijsko naravnano podjetij, nagnjenost podjetij k rasti in podobno. Leta 2008 smo tudi revidirali konceptualni raziskovalni model, ki odseva zadnja spoznanja o soodvisnosti med podjetništvom in rastjo. V njem razlikujemo med različnimi razvojnimi stopnjami posameznih nacionalnih gospodarstev ter različno vlogo, ki jo igra pri tem podjetništvo.

1.2. POSODOBLJEN GEM MODEL

Izhodiščna zasnova modela Globalnega podjetniškega monitorja je temeljila na razumevanju, da je za vsako nacionalno gospodarstvo značilno določeno družbeno, kulturno in politično okolje, posebej na podjetništvo pa delujejo še posamezni vplivni podjetniški dejavniki. Poimenovali smo jih podjetniški okviri, ki jih je GEM vsa ta leta tudi spremljal. Gre za *finančno podporo* (razpoložljivost različnih formalnih, institucionalnih in neformalnih finančnih virov za nova in rastoča podjetja – bančni sistem, rizični kapital, neformalno investiranje, poslovni angeli), *vladne politike* (vpliv zasnovanosti in vodenja vladnih politik na razvoj novih in rastočih podjetij), *vladne programe* (razpoložljivost, izvajanje in učinkovitost programov in spodbud, ki neposredno podpirajo nova in rastoča podjetja na nacionalni, regionalni in lokalni ravni), *izobraževanje in usposabljanje* (razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v okviru različnih programov formalnega izobraževanja ter programov usposabljanja podjetnikov in zaposlenih v malih in srednje velikih podjetjih), *prenos raziskav in razvoja* (obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso), *poslovno in strokovno infrastrukturo* (kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja), *odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu* (prilaganje tržnih pravil in spreminjanje tržne strukture, velikost vstopnih pregrad oziroma, kako težko se nova podjetja uveljavijo na trgu), *dostop do fizične infrastrukture* (razpoložljivost in težavnost dostopa do obstoječih fizičnih virov – telekomunikacij, energetske in komunalne preskrbe ipd., po cenah, ki ne diskriminirajo novih ali rastočih podjetij), *kulturne in družbene norme* (naklonjenost ali nenaklonjenost kulturnih in družbenih norm podjetniški aktivnosti), *zmogljivosti za podjetništvo* (sposobnost posameznikov, da ustvarijo ali prepoznajo in izkoristijo dobre poslovne priložnosti – inovativnost, tekmovalnost, kreativnost ipd.), *ekonomska klima*, *sestava delovne sile* (značilnosti delovne sile, ki vplivajo na nastanek in rast podjetij), *sestava populacije* (značilnosti prebivalcev, ki vplivajo na nastanek in rast podjetij) ter *soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom*.

V teh letih se je tudi povsem jasno pokazalo, da je kompleksnost podjetniškega procesa prevelika, da bi bilo dovolj poznati samo število podjetij ali število posameznikov, ki se lotevajo podjetniške

aktivnosti. Že lep čas vemo, da TEA indeks (*total early stage entrepreneurial activity*), s katerim merimo odstotek odraslega prebivalstva v zgodnjih fazah podjetniškega delovanja, ne zadošča, da bi lahko podali dovolj poglobljeno sliko dogajanja v svetu podjetništva. Leta 2005 je raziskovalni tim GEM Slovenija razširil sliko podjetniškega procesa in je ob merjenju vključenosti odraslega prebivalstva v podjetništvo, njihovih demografskih značilnosti in temeljnih okvirov podjetniškega delovanja pričel bolj poglobljeno proučevati tudi inovacijsko naravnost podjetij (novost izdelkov, konkurenca, tehnologija), nagnjenost k rasti (zaposlovanje, izvoz), pripravljenost ljudi sprejemati novosti, razpoznavanje poslovnih priložnosti, podjetniško zmogljivost odraslega prebivalstva z vidika dojemanja kulturne podpore (egalitarizem, poklicna izbira, spoštovanje podjetniškega poklica, odnos medijev), podjetniško zmogljivost odraslega prebivalstva z vidika samoorganiziranja (znanje in veščine, strah pred neuspehom) ter nekatere druge vplivne dejavnike.

Pokazalo se je tudi, da ima podjetništvo na posamezni razvojni stopnji nacionalnih gospodarstev različen vpliv. Ob številu ljudi, ki se vključujejo v podjetništvo, je še kako treba upoštevati, kakšne vrste podjetij ustanavljajo, kolika je moč zaposlovanja novoustanovljenih podjetij in kakšna je njihova razvojna moč. Od razvojne stopnje gospodarstva niso namreč odvisni samo pogoji za podjetništvo, odvisna je tudi motivacija, zakaj se posamezniki odločijo za podjetništvo. Ugotavljamo namreč, da se v manj razvitih gospodarstvih praviloma sicer precej več posameznikov odloča za podjetništvo kot pa v bolj razvitih, vendar pa je motiv za to drugačen. V manj razvitih gospodarstvih je prevladujoči tip podjetništva zamozaposlovanje iz nujnosti, medtem ko je v razvitejših gospodarstvih več podjetnikov, ki so to postali, ker so želeli izkoristiti poslovno priložnost.

V model zato uvajamo Porterjevo (2002) razlikovanje na temelju višine BDP na prebivalca, ki države uvršča v tri skupine. To so gospodarstva, v katerih razvoj temelji na izkoriščanju temeljnih proizvodnih tvorcev (*factor-driven economies*), gospodarstva, v katerih razvoj temelji na učinkovitosti (*efficiency-driven economies*) ter gospodarstva, v katerih razvoj temelji na inovacijah (*innovation-driven economies*). Vloga podjetništva v teh skupinah držav je različna.

Na nizki stopnji razvoja je gospodarska rast pogojena zlasti z imobilizacijo osnovnih produkcijskih faktorjev: zemlja, primarne dobrine in nekvalificirana delovna sila. Glavni podjetniški izziv v teh državah je pridobitev osnovnih produkcijskih faktorjev – zemlje, dela in kapitala in njihovo usklajeno delovanje. Vloga države je predvsem v tem, da zagotavlja politično in makroekonomsko stabilnost, hkrati pa še dovolj svobodno tržišče, ki zagotavlja in dopušča učinkovito alokacijo produkcijskih faktorjev prek domačih podjetij, kakor tudi s privabljanjem tujih vlaganj. Podjetja proizvajajo dobrine oziroma relativno enostavne izdelke, ki temeljijo na dolgo obstoječi tehnologiji, ki je bila razvita v bolj razvitih državah. Tehnologijo takšna država na nizki stopnji razvoja asimilira z uvozom, tujimi direktnimi investicijami in posnemanjem. Na tej stopnji razvoja si podjetja konkurirajo predvsem s ceno ter pogosto nimajo direktnega dostopa do potrošnikov. Gospodarstvo z opisanimi dejavniki gospodarske rasti uvrščamo v skupino gospodarstev, kjer je gospodarska rast pogojena s temeljnimi produkcijskimi faktorji, imenovali smo jih **faktorska gospodarstva**. Ta gospodarstva so močno občutljiva na svetovne gospodarske cikle, cene dobrin in trende cen ter na menjalne tečaje. Velik delež podjetništva v teh državah je samozaposlitvenega tipa zaradi nujnosti, posamezniki pa svojo podjetniško aktivnost izvajajo v dejavnostih, ki ne zahtevajo dosti kapitala in tehnologije.

S prehodom gospodarstva iz skupine z nizkim dohodkom v skupino gospodarstev s srednje visokim dohodkom, je glavni dejavnik gospodarske rasti investiranje. Tuje direktne investicije, skupna vlaganja, in outsourcing so načini integriranja nacionalne ekonomije v mednarodne produkcijske procese, kar omogoča tudi tehnološke izboljšave, dotok tujega kapitala ter tehnologij, kar skupaj spodbuja gospodarsko rast. Glavni podjetniški izzivi v teh državah so vezani na ustvarjanje mednarodnih povezav gospodarskega sistema z zadostnimi privabljenimi tujimi direktnimi inves-

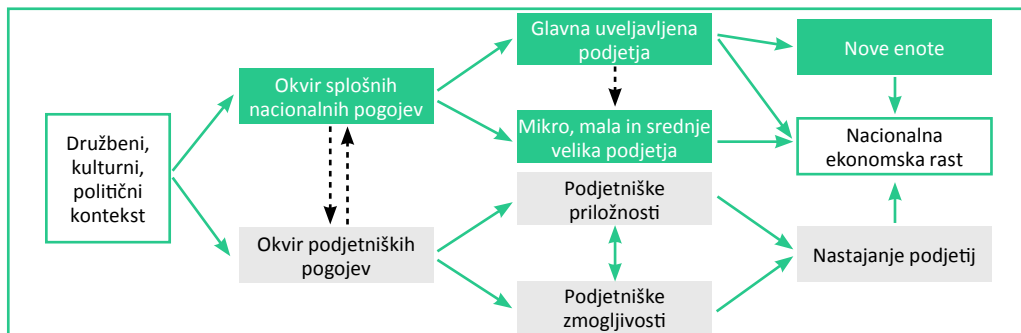
tijami. Vloga države v tej fazi gospodarskega razvoja je velika zlasti pri izboljšanju fizične infrastrukture in na področju regulative z namenom zagotavljanja integracije z globalnim tržiščem. V tej fazi je učinkovitost pri proizvodnji standardnih izdelkov in storitev glavni vir gospodarske rasti in globalne konkurenčnosti gospodarstva. Proizvodi in storitve so bolj sofisticirani, tehnologija in dizajn pa v glavnem prihajata iz tujine. Poleg tega, da tehnologija prihaja v državo iz tujine, s tujimi direktnimi investicijami in posnemanjem, narodno gospodarstvo razvije tudi potencial, da jo izboljša. Gospodarstvo z opisanimi dejavniki gospodarske rasti uvrščamo v skupino **učinkovitostnih gospodarstev**. Takšno gospodarstvo je občutljivo na finančne krize in na nagla nihanja v povpraševanju v posameznih sektorjih gospodarstva. Prične naraščati število malih podjetij, ki so postopoma sposobna tudi zaposlovati in rasti, podjetništvo zaradi nujnosti pa prične upadati.

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

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

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

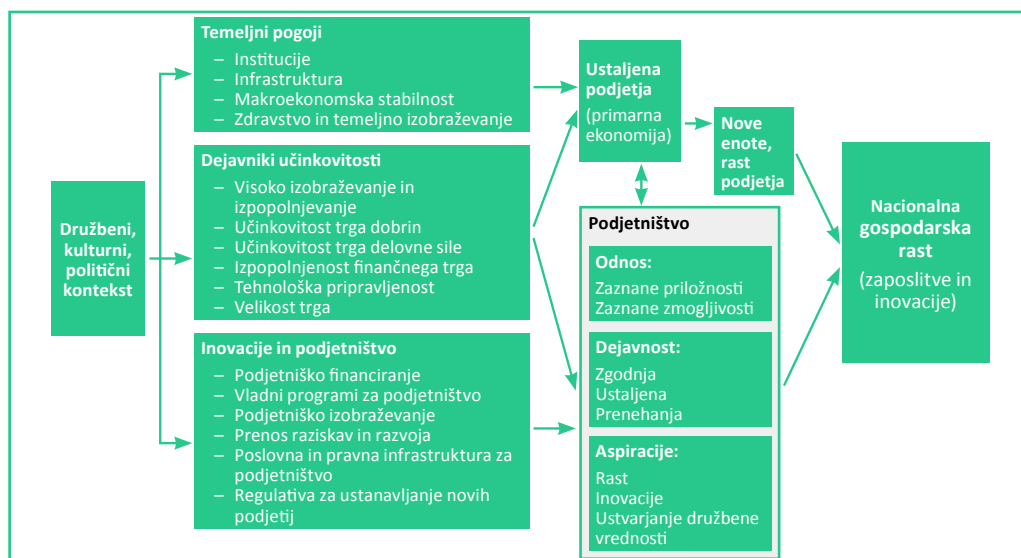
Na ustaljena podjetja odločilno vplivajo splošni pogoji poslovanja, ki podjetja zavirajo ali spodbujajo pri njihovi rasti. Z rastjo in novimi ustanovitvami (notranje podjetništvo, spin-off) ta podjetja ustvarjajo nova delovna mesta. Na odločitve, ali bodo potencialni podjetniki ustanovili podjetje ali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



Slika 1: Osnovni GEM model

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

Na zaznavanje podjetniških priložnosti ter na veščine in motivacijo odraslega prebivalstva, da te priložnosti izkoristijo ter ustanovijo novo podjetje, širijo obstoječe podjetje ali vlagajo svoja sredstva v nastajajoča in nova podjetja, vplivajo torej številni dejavniki. Zato za razumevanje podjetniškega procesa ni dovolj vedeti samo, kolikšen delež prebivalstva se ukvarja z namero, da bo ustanovilo podjetje, ali pa je to že storilo. Kot smo že omenili, pa ima podjetništvo različne značilnosti in različne vplive glede na razvojno stopnjo posamezne države. Na *Sliki 2* prikazujemo posodobljen GEM model, ki upošteva tri značilne skupine držav glede na to, kaj je pri njih temeljni vir rasti. Vedeti pa seveda moramo, da se v vseh državah prepletajo vsi trije viri rasti, seveda pa v različnem razmerju in z različnim vplivom.



Slika 2: Konceptualni GEM model

Podobno kot originalni GEM model tudi njegova posodobitev upošteva, da podjetni posamezniki in podjetja delujejo znotraj določenega družbenega, kulturnega in političnega konteksta. Za uspešno podjetništvo, ki prispeva k nacionalni ekonomski rasti, so pomembni nekateri temeljni pogoji. Mednje spadajo predvsem urejene inštitucije, primerna infrastruktura, makroekonomska stabilnost, urejeno zdravstvo in primerno temeljno izobraževanje. Gre torej za temeljne pogoje, ki so jih razvite države že zdavnaj uredile, v manj razvitih državah pa lahko predstavljajo eno temeljnih ovir za razvoj podjetništva.

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

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

V vseh treh tipih gospodarstva – faktorskem, učinkovitostnem in inovacijskem – imamo opraviti s tremi temeljnimi elementi podjetništva in sicer z odnosom do podjetništva, podjetniško aktivnostjo in aspiracijami po rasti. GEM je razvil ustrezne mere, s pomočjo katerih lahko spremljamo ta tri področja in jih, ker so tako viri podatkov kot tudi rezultati primerno harmonizirani, tudi primerjamo med posameznimi državami. Vse te tri sestavine podrobneje pojasnjujemo v naslednjih poglavjih te monografije.

1.3. PODJETNIŠKI PROCES IN VKLJUČEVANJE V PODJETNIŠTVO

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

Predal 1: Razlika med GEM in poslovnimi registri ali AJPES

Kljub dolgoletnemu pojasnjevanju razlik med podjetništvom kot procesom, v katerem sodeluje posameznik ter podjetništvom, ki se ukvarja z organizacijskimi in pravnimi subjekti (d.d., d.o.o., s.p.), še vedno prihaja do mešanja podjetniškega procesa in poslovnega registra, do mešanja ljudi in organizacij. Oba vidika je pomembno proučevati, vendar pa vsak zahteva svoje podatkovne vire. Kadar se ukvarjamo s podjetji kot organizacijskimi in poslovnimi subjekti, lahko uporabljamo podatkovne podlage, ki nam jih ponujajo poslovni registri, AJPES, Slovenski

statistični urad, Eurostat ali druge specializirane organizacije in podjetja, ki se ukvarjajo s poslovnimi podatki (IBON, GVIN, ipd). Ko pa imamo opraviti z ljudmi, lahko vpogled v njihove sposobnosti, namere, strahove, ambicije ipd. dobimo samo tako, da z zanesljivo metodologijo anketiramo statistično zanesljiv vzorec prebivalstva.

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

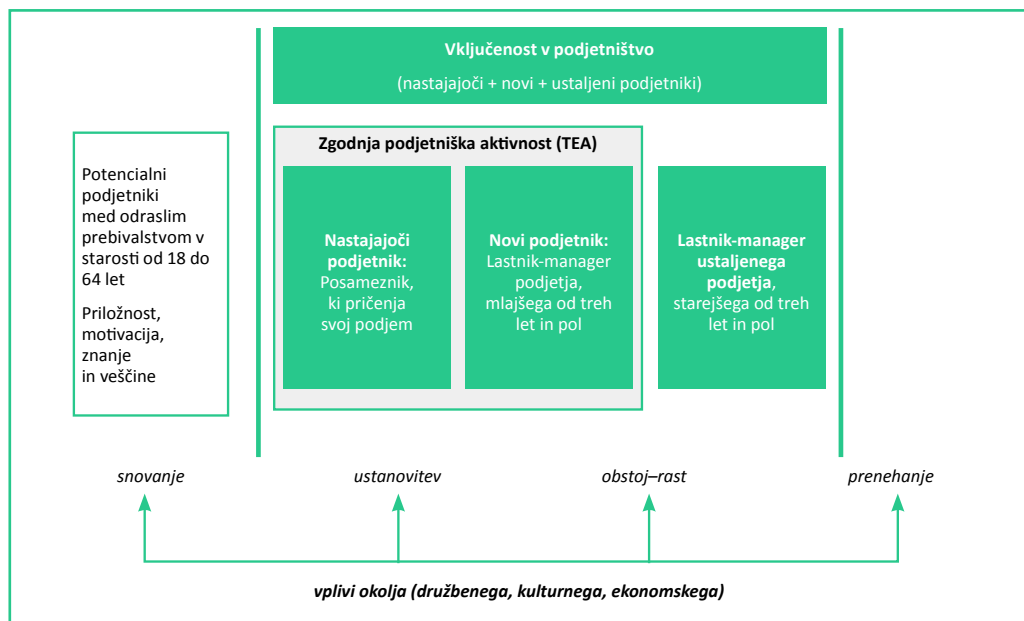
- GEM podatki so pridobljeni v raziskavi, ki je harmonizirana med vsemi sodelujočimi državami. Kljub iniciativam Eurostata, OECD in Svetovne banke, harmonizacija podatkov nacionalnih poslovnih registrov še ni uresničena.
- Metodologija GEM vsebuje statistično negotovost agregatnih rezultatov (na ravni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

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

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

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

Oblikovali smo *indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA* (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity), ki kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se vključuje v podjetništvo. Zajema posameznike, ki so bodisi pričeli z nekaterimi aktivnostmi, da bi ustanovili podjetja, ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece. Te posameznike imenujemo *nastajajoči podjetniki* in pomenijo začetek podjetniške poti. K nastajajočim podjetnikom prištejemo *nove podjetnike*, to je tiste, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece, vendar manj kot tri leta in pol. TEA indeks torej kaže zgodnje faze podjetniškega procesa in je še zlasti občutljiv na dejavnike okolja, ki posameznike bodisi spodbujajo ali odvrčajo od podjetništva. Vendar pa TEA indeks ne pomeni celotne vključenosti v podjetništvo. Med prebivalstvom pa so tudi posamezniki, ki imajo podjetje že dlje kot tri leta in pol. Te imenujemo *ustaljeni podjetniki*. Na Sliki 3 je ponazorjeno odvijanje podjetniškega procesa in z njim sestav TEA indeksa.



Slika 3: Podjetniški proces in vključevanje v podjetništvo

Družbeno, ekonomsko in kulturno okolje v posamezni državi pomembno vpliva na to, koliko posameznikov bo zasnovo podjetje. Vplivajo pa tudi posameznikova motivacija, znanje in veščine, ki so potrebne za podjetništvo. Samo določen odstotek prebivalstva se odloči za ukvarjanje s podjetništvom. Ta odstotek je zaradi podjetništva iz nujnosti izrazito visok v manj razvitih,

faktorskih gospodarstvih, z razvojem se postopoma količinsko zmanjšuje, naraščati pa začne bolj kakovostno podjetništvo zaradi priložnosti, ki je še zlasti v inovacijskih gospodarstvih tudi bolj razvojni naravnano.

1.4. PREGLED MER PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI

Kot smo opisali, v modelu GEM spremljamo odnos do podjetništva in njegovo doživetje, podjetniško dejavnost ter podjetniške aspiracije. Da bi bilo nedvoumno definirano, kaj pomeni posamezni termin, ki ga uporabljamo v tej monografiji, jih v *Tabeli 1* podrobneje pojasnujemo (glej tudi Bosma et al., 2008; Rebernik, Tominc, Pušnik, 2008). Ker se nekateri pojmi v slovenskem jeziku doslej niso uporabljali v tej povezavi, podajamo pojem tudi v angleškem jeziku. Kako v raziskavi konkretno opredelimo posamezne mere, navedene v gornjem pregledu, smo že večkrat pisali; nazadnje podrobno v monografiji *Počasne spremembe podjetniške stvarnosti* (Rebernik, Tominc, Pušnik, 2007). V njej so tudi podani viri za podrobnejše raziskovanje te stvarine. Dostopna je tudi na www.gemslovenia.org, zato na tem mestu posameznih mer in postopka njihovega izračuna ne bomo ponovno opredeljevali.

Tabela 1: Mere podjetniške aktivnosti

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

Stopnja novega podjetništva (New business ownership rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so trenutno lastniki-managerji novega podjetja, to pomeni, da so lastniki in vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodkov več kot tri mesece, a manj kot 42 mesecev.
Zgodnja podjetniška aktivnost (Early-stage entrepreneurial activity)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali pa novi podjetniki (lastniki-managerji) novega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja ustaljenega podjetništva (Established business ownership rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so trenutno podjetniki staljenega podjetja; to pomeni, da so lastniki in vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodkov več kot 42 mesecev.
Stopnja celotne podjetniške aktivnosti (Overall entrepreneurial activity rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so bodisi vključeni v zgodnje podjetniške aktivnosti ali pa so lastniki-managerji staljenega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja prenehanja poslovanja (Business discontinuation rate)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so v zadnjih 12 mesecih prenehali s poslovanjem, ker so prodali, zaprli ali kako drugače prekinili s svojim lastniško-managerskim odnosom s podjetjem. Opozorilo: to NI merilo stopnje propada podjetij.
Z izboljšanjem motivirana podjetniška aktivnost zaradi priložnosti: relativni delež (Improvement-driven opportunity entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek posameznikov, ki so vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost (kot je opredeljena zgoraj), ki (i) trdijo, da so to storili zaradi priložnosti in ne zato, ker ne bi imeli druge možnosti za delo in (ii) ki pravijo, da je bil glavni motiv za izkoriščanje priložnosti, da bi bili neodvisni ali da bi povečali svoje prihodke in ne zato, da bi samo obdržali svoje sedanje prihodke.

Podjetniške aspiracije

Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity - HEA)	Odstotek odrasle populacije med 18 in 64 leti, ki so bodisi nastajajoči podjetniki ali novi podjetniki (lastniki-managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj <i>ter</i> pričakujejo, da bodo čez pet zaposlovali najmanj 20 ljudi.
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo: relativni delež (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki pričakujejo, da bodo čez pet let zaposlovali najmanj 20 ljudi.
Zgodnja podjetniška aktivnost usmerjena k novim izdelkom in trgom: relativni delež (New product-market oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki navajajo, da je njihov izdelek ali storitev nov za vsaj nekaj kupcev in tudi navajajo, da ni veliko podjetij, ki bi ponujala enak izdelek ali storitev.
Zgodnja podjetniška aktivnost v tehnoloških sektorjih: relativni delež (Early-stage entrepreneurial activity in technology sectors: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki so aktivni v »visokotehnoloških« ali »srednetehnoloških« sektorjih, kot jih klasificira OECD.
Mednarodno usmerjena zgodnja podjetniška aktivnost: relativni delež (International oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki navajajo, da je vsaj 25% njihovih kupcev iz drugih držav.

1.5. VIRI PODATKOV IN VZOREC

Ker je podjetništvo večplasten pojav, potrebujemo za njegovo proučevanje številne vire. V raziskavi GEM uporabljamo štiri skupine podatke, ki jih pridobimo na osnovi (i) vzorca odrasle populacije, (ii) osebnih intervjujev z nacionalnimi izvedenci, (iii) standardiziranih vprašalnikov, ki jih izpolnijo nacionalni izvedenci ter iz (iv) mednarodnih standardiziranih sekundarnih virov podatkov.

Odraslo prebivalstvo: V vseh državah, ki sodelujejo v raziskavi, je anketiranje potekalo v času od maja do avgusta 2008. Anketiranje odraslega prebivalstva v Sloveniji smo izvedli maja 2008. Trije glavni elementi v postopku pridobivanja vzorca so pridobitev kvalitetnih vzorčnih podatkov, identični vprašalniki v vseh sodelujočih državah ter izračuni popolnoma primerljivih statističnih parametrov v vseh sodelujočih državah. Temeljit opis celotnega postopka je mogoče najti v Reynolds et al. (2005).

Kot v večini držav, ki sodelujejo v raziskavi, smo tudi v Sloveniji pridobili regionalno strukturiran vzorec na osnovi telefonskega intervjuja. Anketiranje je izvedlo podjetje RM PLUS, podjetje za tržne raziskave in marketing iz Maribora, ki profesionalno izvaja računalniško podprte CATI telefonske ankete. V Sloveniji je bilo leta 2008 anketiranih 3019 prebivalcev starih od 18 do 64 let. Povzetek značilnosti uteženega in neuteženega vzorca za Slovenijo v letu 2008 je podan v *Tabeli 2*.

Tabela 2: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, Slovenija 2008

	Neutežen vzorec	Utežen vzorec
Skupaj	3019	3019
Moški	1432	1521
Ženske	1587	1498
Število nastajajočih podjetij	111	123
Število novih podjetij	61	71
Motivacija – priložnost	151	170
Motivacija – nujnost	21	23
Število ustaljenih podjetij	164	169
Poslovni angeli	84	87

V letu 2008 je bilo v 43 sodelujočih državah anketiranih skupaj 126.961 odraslih posameznikov, vendar ne v vseh državah enako. Primerno uteženi vzorci so zajeli od 1.490 ljudi v Angoli do 30.879 v Španiji. V *Tabeli 3* prikazujemo število anketiranih oseb v vseh državah, ki so leta 2008 sodelovale v GEM raziskavi.

Tabela 3: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav

Država	Število anketiranih oseb	Država	Število anketiranih oseb
Angola	1490	Japonska	1879
Argentina	1731	Južnoafriška Republika	2719
Belgija	1997	Kolumbija	2000
Bolivija	1879	Koreja	2000
Bosna in Hercegovina	1586	Latvija	2011
Brazilijska	2000	Madžarska	1994
Čile	4068	Makedonija	1746
Danska	2012	Mehika	2433
Dominikanska Republika	2013	Nemčija	4751
Egipt	2603	Nizozemska	2534
Ekvador	2142	Norveška	1614
Finska	2011	Peru	1990
Francija	1573	Romunija	1667
Grčija	1962	Rusija	1660
Hrvaška	1696	SLOVENIJA	3019
Indija	1919	Srbija	1813
Iran	3119	Španija	30879
Irska	1924	Turčija	2400
Islandija	2002	Urugvaj	1645
Italija	2970	Vel.Britanija	5892
Izrael	1778	ZDA	3441
Jamajka	2399		

S pomočjo intervjujev ugotavljamo podjetniške aktivnosti odraslega prebivalstva, dolžina intervjuja pa je odvisna od tega, koliko je posamezni 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 za tem postavljajo dodatna, bolj poglobljena vprašanja. Z drugim delom vprašalnika ugotavljamo odnos intervjuvancev do podjetništva in dojemanje podjetništva, aspiracije po rasti ipd.

Nacionalni izvedenci: Poleg anketiranja odraslega prebivalstva v raziskavi GEM kot nacionalni izvedenci sodelujejo skrbno izbrani posamezniki, za katere po njihovi dosedanji podjetniški aktivnosti, profesionalnosti, znanju in ugledu sodimo, da lahko prispevajo k razumevanju podjetništva v Sloveniji. Nacionalne izvedence smo prosili, da izpolnijo obsežen standardizirani vprašalnik in nam tako posredujejo svoje poglede na podjetniško okolje v Sloveniji. Nacionalne izvedence smo tudi zaprosili, da nam v vprašalniku predstavijo svoj pogled na temeljne slabosti, ki zavirajo razvoj podjetništva v Sloveniji, temeljne prednosti, ki jih ima Slovenija in bi jih lahko izkoristili za pospeševanje podjetništva ter predloge, kaj bi bilo treba udejanjiti, da bi se čim več ljudi vključilo v podjetniške aktivnosti.

Pri anketiranju je leta 2008 sodelovalo 36 izvedencev iz Slovenije. Pri analiziranju vprašalnika smo upoštevali samo tiste vprašalnike, kjer so bili podani vsi odgovori. Dobljene odgovore smo kodirali in posredovali koordinacijskemu timu GEM, ki je pripravil skupne datoteke za vse sodelujoče

države. S pomočjo tega vprašalnika, ki je bil preveden v jezike udeleženk GEM, lahko delamo številne in bogate primerjave podjetniškega okolja med 30 državami, ki so lani izvedle anketiranje skupaj 1.252 nacionalnih izvedencev.

Nacionalni ekonomski in demografski podatki: Da bi bilo možno delati kakršne koli 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.

Podjetniška aktivnost v Sloveniji in svetu v letu 2008

2.1. GEM PREGLEDNICA PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI

Globalni podjetniški monitor se v svojem raziskovanju podjetništva osredotoča na posameznike in njihovo dojemanje in odnos do podjetništva, podjetniško aktivnost in podjetniške aspiracije. Podjetništvo ni enkratno dejanje, ampak proces. Zato za razumevanje podjetništva samo poznavanje deleža prebivalstva, ki je vključeno v podjetniške aktivnosti, in primerjanje držav med seboj na tej podlagi, ni dovolj, še zlasti, ker gre za izjemno raznolikost držav, ki sodelujejo v raziskavi. Le-te so z vseh kontinentov, z zelo različnim sociokulturnim ozadjem in na zelo različnih ravneh gospodarske razvitosti. V posodobljenem GEM modelu zato upoštevamo tri razvojne faze držav. Upoštevamo tudi, da je podjetništvo redek vir, ki ga nima vsak posameznik, pa tudi, da so posamezniki v različnih obdobjih svojega življenja različno podjetniško aktivni. Vemo tudi, da jedro podjetništva ni v ustanavljanju podjetij, temveč v iskanju in ustvarjanju poslovnih priložnosti ter v organiziranju virov, da bi se te poslovne priložnosti lahko realizirale. Zato se tudi trudimo spremljati čim več vidikov podjetniške stvarnosti in vključevanja v podjetništvo.

V letu 2006 smo zasnovali naš podjetniški *scoreboard* – tabelo kazalnikov, ki smo jo poimenovali **GEM preglednica podjetniške aktivnosti** (Tabela 4) in s katero ponazarjamo večplastnost podjetništva. V njej prikazujemo nekatere značilnosti podjetništva, primerjalno z ostalimi državami, ki sodelujejo v raziskavi. Sliko podjetniške aktivnosti v Sloveniji v letu 2008 oblikujemo skladno z logiko podjetniškega procesa, ki zajema nastajajoča, a tudi nova in že obstoječa podjetja. Pri tem spremljamo:

- populacijo, iz katere se rekrutirajo podjetniki, to je odraslo prebivalstvo v starosti od 18–64 let;
- nastajajoče podjetnike, to je tiste, ki so se lotili kakršnekoli dejavnosti, da bi ustanovili podjetje, ali ga že imajo, a še niso izplačevali plač dalj kot tri mesece;
- nove podjetnike, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece in manj kot 42 mesecev;
- ustaljene podjetnike, ki obstajajo več kot 42 mesecev;
- nekatere značilnosti nastajajočih, novih in ustaljenih podjetij;

- nekatere značilnosti družbeno-ekonomskega okolja, ki spodbuja ali zavira podjetniške procese v Sloveniji.

S pomočjo podatkov, ki jih pridobimo z anketiranjem odrasle populacije in na osnovi intervjujev z izbrano skupino strokovnjakov za področje podjetništva (ugledni podjetniki, bančniki, raziskovalci, svetovalci), lahko podrobneje spremljamo številne pomembne dejavnike, s katerimi spoznavamo podjetništvo v Sloveniji, kot na primer:

- vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo;
- demografske značilnosti podjetniške populacije;
- motivacijo, zakaj se posamezniki podajo na podjetniško pot;
- značilnosti nastajajočih, novih in ustaljenih podjetij;
- nagnjenost k rasti;
- razpoznavanje poslovnih priložnosti;
- elemente podjetniške zmogljivosti.

Tabela 4: GEM preglednica podjetniške aktivnosti v Sloveniji

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2007		2008		2007		2008		2007		2008		2007		2008	
	Vred.	Rang	Vred.	Rang	Vred.	Rang	Vred.	Rang	Vred.	Rang	Vred.	Rang	Vred.	Rang	Vred.	Rang
Vključenost v podjetništvo (% populacije)	3,02	29/42	4,06	24/43	1,76	34/42	2,40	35/43	4,78	33/42	6,40	32/43	4,59	33/42	5,59	29/43
Demografske značilnosti:																
Spol (% populacije):																
Moški	4,49		5,39		2,36		3,43		6,84	31/42	8,75	31/43	6,84	29/42	7,81	30/43
Ženske	1,53		2,71		1,16		1,35		2,68	35/42	4,01	29/43	2,31	31/42	3,33	29/43
Demografske značilnosti:																
Spol (% podjetnikov):																
Moški	74,0		66,8		67,4		72,5		72,1		68,9		75,0		70,4	
Ženske	25,1		33,2		32,6		27,5		27,9		31,1		25,0		29,6	
Starost (% popul.):																
- 18 do 24 let	3,74		3,45		1,00		0,74		4,74	28/42	4,19	32/43	0,00	/	0,77	35/43
- 25 do 34 let	5,12		7,63		3,03		4,37		8,15	25/42	11,84	23/43	2,84	30/42	4,37	25/43
- 35 do 44 let	2,64		4,82		2,11		2,59		4,75	35/42	7,42	32/43	6,37	30/42	6,09	33/43
- 45 do 54 let	2,15		2,77		1,31		2,34		3,45	35/42	4,99	33/43	7,35	26/42	9,15	26/43
- 55 do 64 let	1,46		0,93		0,92		1,05		2,38	27/42	1,98	36/43	4,43	30/42	5,40	33/43
Starost (% podjet.):																
- 18 do 24 let	16,6		11,1		7,6		4,1		13,26	19/42	8,54	36/43	0,00	/	1,79	36/43
- 25 do 34 let	38,4		42,3		38,8		40,7		38,56	4/42	41,74	6/43	13,98	28/42	17,65	24/43
- 35 do 44 let	19,5		26,4		26,7		24,7		22,20	38/42	25,78	19/43	30,97	19/42	24,26	35/43
- 45 do 54 let	16,6		15,8		17,3		22,0		16,82	33/42	18,06	19/43	37,27	4/42	37,96	4/43
- 55 do 64 let	8,9		4,4		9,6		8,5		9,16	18/42	5,89	30/43	17,77	2/42	18,33	18/43

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2007		2008		2007		2008		2007		2008		2007		2008	
	Vred.	Rang	Vred.	Rang	Vred.	Rang	Vred.	Rang	Vred.	Rang	Vred.	Rang	Vred.	Rang	Vred.	Rang
<i>Izobrazba (% podjet.):</i>																
- manj kot dokon. srednja šola	8,9		8,1		13,9		5,2		10,7		7,0		13,		16,9	
- dokončana srednja šola	47,6		30,2		41,8		39,5		45,5		33,6		48,3		37,2	
- več kot dokon. srednja šola			14,1		14,4		21,6		15,2		16,9		15,0		17,0	
- univerzitetna izobrazba ali več	15,7		47,6		30,0		33,7		28,6		42,5		23,7		28,9	
<i>Izobrazba (% popul.):</i>																
- manj kot srednja šola	1,13		1,46		1,03		0,54		2,16	29/42	2,00	36/43	2,52	30/42	4,21	29/43
- srednja šola	3,29		3,05		1,68		2,30		4,97	27/42	5,35	28/43	5,07	27/42	5,16	28/43
- več kot srednja šola	4,70		4,88		2,52		4,55		7,22	25/42	9,18	15/43	6,83	15/42	8,09	10/43
- univerzitetna izobrazba ali več	3,72		7,55		2,35		3,20		6,07	30/42	10,62	21/43	4,83	29/42	6,31	26/43
<i>Dohodkovni razredi (% populacije):</i>																
- spodnja tretjina	0,69		1,84		0,49		0,93		0,52	39/42	0,93	38/43	0,79	33/42	0,76	37/43
- srednja tretjina	3,69		3,87		1,37		1,18		2,84	32/42	2,15	36/43	1,82	32/42	2,01	33/43
- zgornja tretjina	4,48		4,82		3,32		5,09		3,30	33/42	3,79	33/43	3,70	28/42	3,23	31/43
<i>Dohodkovni razredi (% podjetnikov):</i>																
- spodnja tretjina	7,3		13,6		9,3		10,4		12,3		12,3		12,3		11,5	
- srednja tretjina	48,1		42,3		31,8		19,5		31,3		33,2		31,3		35,5	
- zgornja tretjina	44,5		44,1		58,9		70,1		56,4		54,5		56,4		53,0	
<i>Motivacija (% popul.):</i>																
- nujnost	0,36		0,57		0,10		0,20		0,46	35/42	0,77	35/43	0,47		1,07	
- priložnost	2,66		3,49		1,58		2,13		4,24	27/42	5,63	25/43	3,46		3,70	
<i>Motivacija (% podjet.):</i>																
- v celoti priložnost	75,2		69,6		83,5		71,9		78,2		70,2		60,2		52,1	
- deloma priložnost	13,0		16,4		6,3		19,6		10,5		17,8		15,2		14,1	
- nujnost	11,8		14,0		5,7		8,5		9,6		12,1		10,3		19,2	
- ne more opredeliti	0		0		4,6		0		1,7		0		14,3		14,5	
<i>Izkorišč. poslov. prilož. zaradi (% podjetnikov, katerih motivacija je v celoti priložnost):</i>																
- neodvisnost in osebna svoboda pri delu	55,7		67,8		73,4		66,3		63,06	7/42	67,56	2/43				
- povečanje dohodka	34,2		28,7		24,8		26,1		30,32	32/42	27,29	35/43				
- ohraniti raven dohodka	5,0		1,4		0		5,4		2,91	39/42	2,94	40/43				
- ostalo	5,1		2,1		1,8		2,3		3,71	17/42	2,21	17/43				

	Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2007		2008		2007		2008	
	Vred.	Rang	Vred.	Rang	Vred.	Rang	Vred.	Rang
<i>Inovacijska naravnost (% podjetnikov):</i>								
- Novost izdelkov – izdelek je nov za vse kupce	16,64	17/42	15,42	19/43	10,07	16/42	13,26	16/43
- Konkurenca – ni konkurenčnih podjetij	12,65	8/42	10,53	18/43	9,64	3/42	3,75	33/43
- Tehnologija – uporaba tehnologij, ki so na voljo manj kot 1 leto	6,87	34/42	9,82	22/43	3,25	16/42	4,16	18/43
<i>Nagnjenost k rasti (% podjetnikov):</i>								
- Zaposlovanje – porast za najmanj 10 delovnih mest in hkrati za najmanj 50% v petih letih	21,74	13/42	17,33	23/43	3,04	31/42	4,64	25/43
- Izvoz – več kot 50% strank živi izven države	0,98	13/42	1,19	15/43	0,83	7/42	0,88	9/43

	Nastajajoči podjetniki		Novi podjetniki		Ustaljeni podjetniki		% prebivalstva v starosti od 18 do 64 let				Nepodjetniki	
	2007		2008		2007		2007		2008		2007	
							Vred.	Rang	Vred.	Rang		
<i>Razpoznavanje posl. priložnosti</i>	58,2	63,6	62,1	66,2	42,2	50,4	47,53	17/42	44,75	16/43	47,1	42,6
<i>Podjetniška zmogljivost – dojemanje kulturne podpore:</i>												
- egalitarizem	72,4	84,4	71,4	69,5	75,0	86,1	79,82	7/42	81,09	3/43	80,4	81,0
- poklicna izbira	54,1	56,0	67,9	52,6	55,0	53,2	57,73	29/42	57,60	31/43	58,1	58,1
- spoštovanje podjet. poklica	70,7	81,7	64,8	81,7	68,0	65,7	75,96	10/42	77,80	10/43	76,9	78,3
- odnos medijev	55,5	66,3	76,9	57,0	69,5	68,0	68,18	14/42	60,10	14/43	68,3	67,8
<i>Podjet. zmoglj. - samozaupanje:</i>												
- znanje in veščine	87,5	90,5	100,0	96,0	90,6	94,7	48,04	21/42	50,80	23/43	43,4	44,4
- strah pred neuspehom	14,4	14,3	8,3	2,2	16,1	15,7	29,70	30/42	31,40	30/43	31,4	34,2

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

Iz GEM podatkov lahko pridobimo predvsem naslednje demografske podatke: spol, starost, izobrazbeno strukturo, ruralnost-urbanost, regionalno razpršenost ter dohodkovne razrede. Z njimi dobimo pomembno informacijo o potencialih, ki se skrivajo v podjetniški populaciji, pomagajo pa nam dajati smernice za oblikovanje primernih ukrepov, s pomočjo katerih lahko spodbudimo določene deficitarne skupine podjetnikov. Manko v posamezni demografski skupini namreč lahko pomeni resno zavoro gospodarskemu razvoju (npr. visoko izobraženi podjetniki), ali opozarja na socialno diskriminacijo (npr. majhen delež podjetnic).

Posamezniki se v principu odločajo za podjetništvo zaradi *nujnosti preživetja*, ko nimajo druge možnosti za pridobivanje dohodkov (zato v revnih državah večji delež podjetništva) ali pa zato, ker jim *poslovna priložnost* obeta več koristi (materialnih in nematerialnih), kot jim jih trenutno daje njihova zaposlitev. Tudi med tistimi, ki se odločijo za podjetništvo, ker so želeli izkoristiti dobro poslovno priložnost, so razlike. Eni so se odločili zaradi večje neodvisnosti in osebne svobode pri delu, drugi zaradi ohranitve ali povečanja svojih dohodkov. Premalo je torej vedeti, koliko se jih je odločilo za podjetništvo, razumeti moramo tudi, zakaj so se posamezniki odločili za podjetniško pot.

Poleg poznavanja tega, v katerih panogah se nahajajo in kako sodobne produkte imajo, sta inovacijska naravnost nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov ter njihova naravnost k rasti še posebej pomembni. Poznavanje inovacijske naravnosti je smiselno, saj nam daje referenčni okvir, s pomočjo katerega lahko sklepamo o konkurenčnem potencialu podjetij ter njihovi zmožnosti tekmovanja s podjetji iz drugih okolij, kar je ob vse večji globalizaciji poslovanja še zlasti pomembno. Inovacijsko naravnost presojamo s tem, koliko so izdelki ali storitve teh podjetij novi za sedanje ali bodoče stranke, kolikšna je njihova konkurenca in kako nova je tehnologija, ki jo uporabljajo. Koliko so slovenski podjetniki in njihova podjetja usmerjeni v rast pa presojamo z vidika zaposlovanja in izvoza. Podjetnike smo povprašali, koliko ljudi nameravajo zaposliti v naslednjih petih letih (v *scoreboard* smo zajeli tiste, ki predvidevajo porast za najmanj 10 delovnih mest in hkrati za najmanj 50% v petih letih) ter kolikšen delež njihovih strank/kupcev živi izven Slovenije (v GEM preglednici kazalnikov smo zajeli tiste, pri katerih več kot 50% strank živi izven države). Ob normalnem prenavljanju podjetniške strukture rast podjetij odločilno prispeva k zaposlitveni moči nacionalnega gospodarstva. GEM je ena redkih raziskav, ki omogoča vpogled ne le v preteklo realizirano rast temveč v nameravano. Res je, da so te ocene subjektivne, saj izhajajo iz podjetnikovih ocen, res pa je tudi, da so sploh edine, ki so mednarodno harmonizirane na tako velikem vzorcu držav.

Poslovne priložnosti so jedro podjetništva. Pogojene so z okoljem, kjer nastajajo, in s podjetnikom, ki jih zaznava ali (so)ustvarja. Za to so potrebne podjetniške veščine in motivacija. Čeravno so priložnosti šele potencial in ne tudi stvarno udejanjanje v podjetju, je informacija o tem, koliko ljudi zaznava dobre poslovne priložnosti v svojem okolju, zelo dragocena, saj pripomore k boljšemu razumevanju podjetniškega okolja.

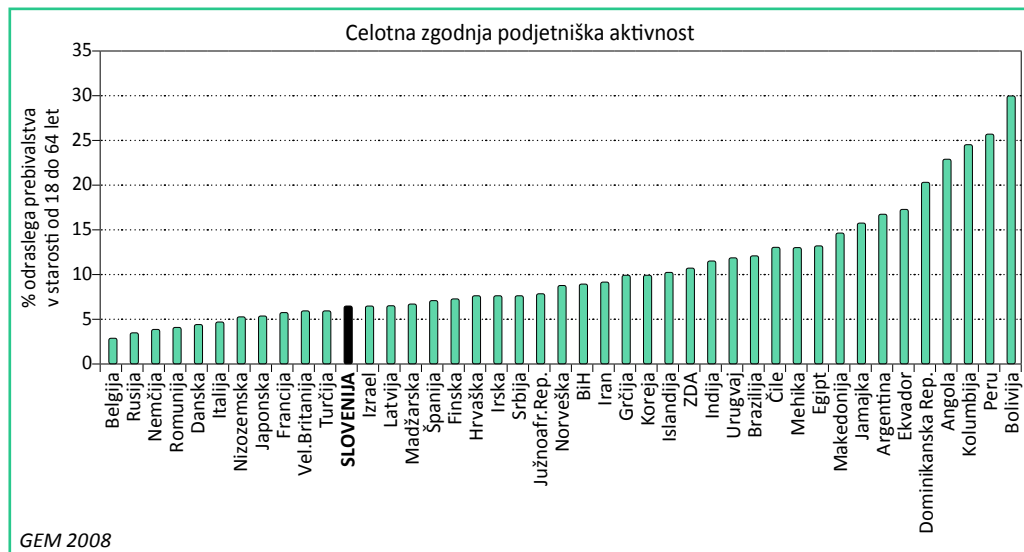
Nimajo vsi ljudje sposobnosti (in/ali motivacije), da se vključujejo v podjetništvo in da uspešno vodijo svoje podjetje. Na osebni ravni gre pri podjetniški zmogljivosti za znanje in veščine, ki so potrebne za ustanavljanje podjetij in uspešno podjetniško kariero, ter za strah pred neuspehom. Družbeno raven proučevanja pa predstavlja dojemanje kulturne podpore, pri čemer gre predvsem za to, ali je podjetništvo dojeto kot primerna izbira kariere, koliko je spoštovan podjetniški poklic in kakšno sliko podjetništva in podjetnikov ustvarjajo v javnosti mediji.

Vsako podjetništvo je tesno vpeto v konkretno družbeno okolje, ki pomembno vpliva na to, ali bo posameznik razvil svoje podjetniške potenciale in ali se bo odločil, da se poda na podjetniško pot. Iz opisa temeljnega modela, ki ga v GEM uporabljamo pri svojem raziskovanju, so razvidni ključni podjetniški okviri, katerih urejenost vpliva na podjetništvo v posamezni državi. Oceno teh okvirov smo pridobili na osnovi anketiranja skupine visoko usposobljenih posameznikov, za katere smo presodili, da nam lahko njihove izkušnje in poznavanje tekoče podjetniške problematike pomagajo pravilno oceniti stanje na področju podjetništva.

V nadaljevanju te monografije bomo navedene in še nekatere druge značilnosti podjetništva v Sloveniji in v svetu podrobneje pojasnili.

2.2. VKLJUČENOST V PODJETNIŠTVO

Zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji je narasla s 4,8 odstotka leta 2007 na 6,4 odstotka odraslega prebivalstva leta 2008. Po zgodnji podjetniški aktivnosti se s temi rezultati Slovenija v svetovnem merilu uvršča na 32. mesto med 43 državami, med evropskimi državami pa na 13. mesto med 23 državami.



Slika 4: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost

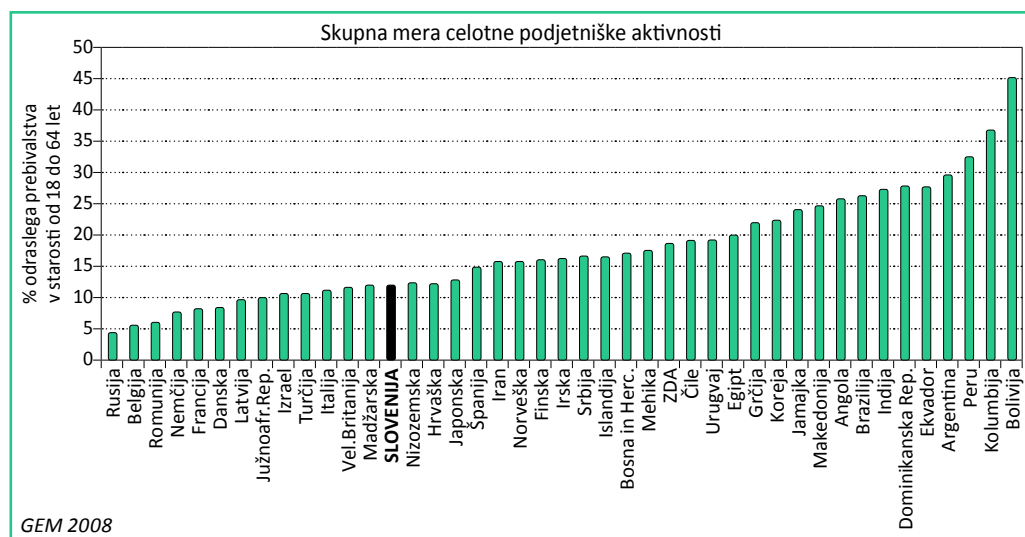
Medtem ko smo leta 2007 v Sloveniji zabeležili 9,3 odstotka vsega podjetniško aktivnega prebivalstva, torej vseh nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov, je bilo v lanskem letu aktivnih kar 11,8 odstotka – zdaleč največ odkar od leta 2002 Slovenija sodeluje v Global Entrepreneurship Monitor raziskavi. V evropskem merilu se je pri nastajajočih podjetnikih Slovenija uvrstila celo na 8. mesto. Ker pa med nastajajoče podjetnike uvrščamo tudi posameznike, ki so še v procesu ustanavljanja podjetja in bodo nekateri opustili te namere, še preden bo podjetje zaživelo, nam več pove število novih in ustaljenih podjetnikov. Med odraslimi prebivalci Slovenije je 2,4 odstotka tistih, ki imajo podjetje več kot tri mesece in manj kot tri leta in pol (novi podjetniki) ter 5,6 odstotka tistih, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol (ustaljeni podjetniki).

V Evropi je bilo leta 2008 največ zgodnje podjetniške aktivnosti v Makedoniji (14,5%) Islandiji (10,1%) in Grčiji (9,9%), najmanj pa v Belgiji (2,9%), Rusiji (3,5%) in Nemčiji (3,8%).

Tabela 5: Vključenost prebivalstva v podjetništvo v GEM državah v letu 2008

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Vsi podjetniki
Angola	19,3	4,13	22,71	4,14	25,99
Argentina	8,47	8,49	16,54	13,52	29,56
Belgija	2,02	0,88	2,85	2,63	5,29
Bolivija	17,39	14,26	29,82	19,05	45,63
Bosna in Hercegovina	6,42	2,66	9,02	8,7	17,07
Brazilijska	2,93	9,29	12,02	14,59	26,36
Čile	8,19	5,03	12,97	6,88	19,25
Danska	2,27	2,26	4,44	4,36	8,44
Dominikanska rep.	11,66	9,83	20,35	8,24	27,94
Egipt	7,88	5,46	13,11	7,98	20,23
Ekvador	8,71	9,08	17,18	11,87	28,15
Finska	4,12	3,34	7,34	9,17	16,02
Francija	3,78	1,9	5,64	2,8	8,18
Grčija	5,26	4,61	9,86	12,63	21,98
Hrvaška	4,91	2,75	7,59	4,83	12,27
Indija	6,9	4,93	11,49	16,5	27,62
Iran	5,89	3,36	9,18	6,77	15,66
Irska	3,32	4,32	7,59	9,02	16,27
Islandija	6,5	3,64	10,05	7,14	16,66
Italija	1,99	2,7	4,62	6,48	11,01
Izrael	3,49	3,14	6,45	4,54	10,58
Jamajka	9,04	7,07	15,63	9,12	24,25
Japonska	3,18	2,28	5,42	7,86	12,74
Južnoafriška rep.	5,69	2,13	7,76	2,31	9,93
Kolumbija	13,82	11,73	24,52	14,07	36,74
Koreja	3,54	6,5	9,99	12,84	22,58
Latvija	3,88	2,75	6,53	2,99	9,42
Madžarska	3,84	2,8	6,61	5,34	11,79
Makedonija	7,19	7,72	14,47	11,03	24,77
Mehika	9,26	4,01	13,09	4,94	17,77
Nemčija	2,43	1,46	3,77	4,03	7,66
Nizozemska	2,07	3,19	5,2	7,16	12,26
Norveška	5,03	3,95	8,7	7,68	15,85
Peru	19,74	6,78	25,57	8,27	32,73
Romunija	2,54	1,56	3,98	2,07	5,92
Rusija	1,73	1,99	3,49	1,11	4,38
SLOVENIJA	4,06	2,4	6,4	5,59	11,83
Srbija	3,97	3,62	7,59	9,26	16,54
Španija	3,26	3,91	7,03	9,05	14,78
Turčija	3,19	3,01	5,96	4,82	10,67
Urugvaj	7,75	4,39	11,9	7,94	19,25
Vel. Britanija	3,13	2,89	5,91	6,05	11,72
ZDA	5,86	5,01	10,76	8,34	18,7

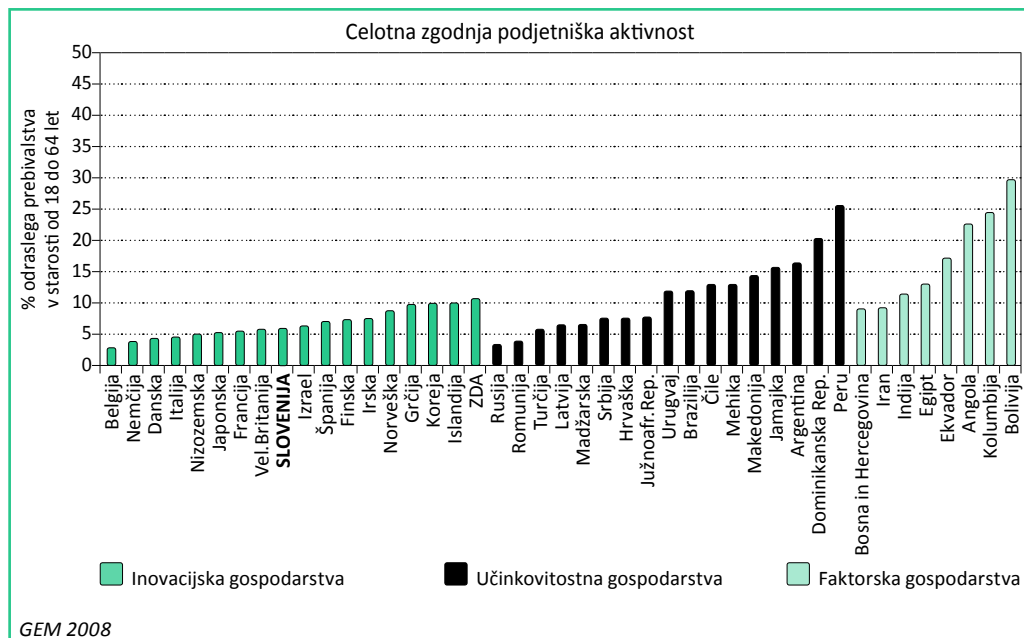
Govorimo seveda o posameznikih in ne o registriranih podjetjih, saj ima lahko posamezno podjetje več ustanoviteljev/lastnikov oziroma ima lahko posameznik v lasti več podjetij. Glede na število odraslega prebivalstva v Sloveniji tako ocenjujemo, da je bilo leta 2008 okrog 159.000 podjetniško aktivnih posameznikov. V tej številki pa je zajetih tudi dobrih 54.000 nastajajočih podjetnikov, med katerimi pa jih je kar nekaj, ki nikoli ne bodo realizirali svojih podjetniških namenov. Njihovo »podjetništvo« bo zamrlo, še preden bodo registrirali podjetje, ali naredili in prodali en sam izdelek ali storitev. Pričakujemo lahko, da se bo realizacija podjetniških pobud zmanjšala tudi zaradi gospodarske krize in če upoštevamo še povprečne stopnje smrtnosti nastajajočih podjetniških pobud v preteklih letih, lahko ocenimo, da imamo v Sloveniji okrog 125.000 podjetnikov (vsi ustaljeni in novi podjetniki in potencialno »preživeli« nastajajoči), kar je skoraj 20 tisoč več kot leta 2007.



Slika 5: Skupna mera celotne podjetniške aktivnosti

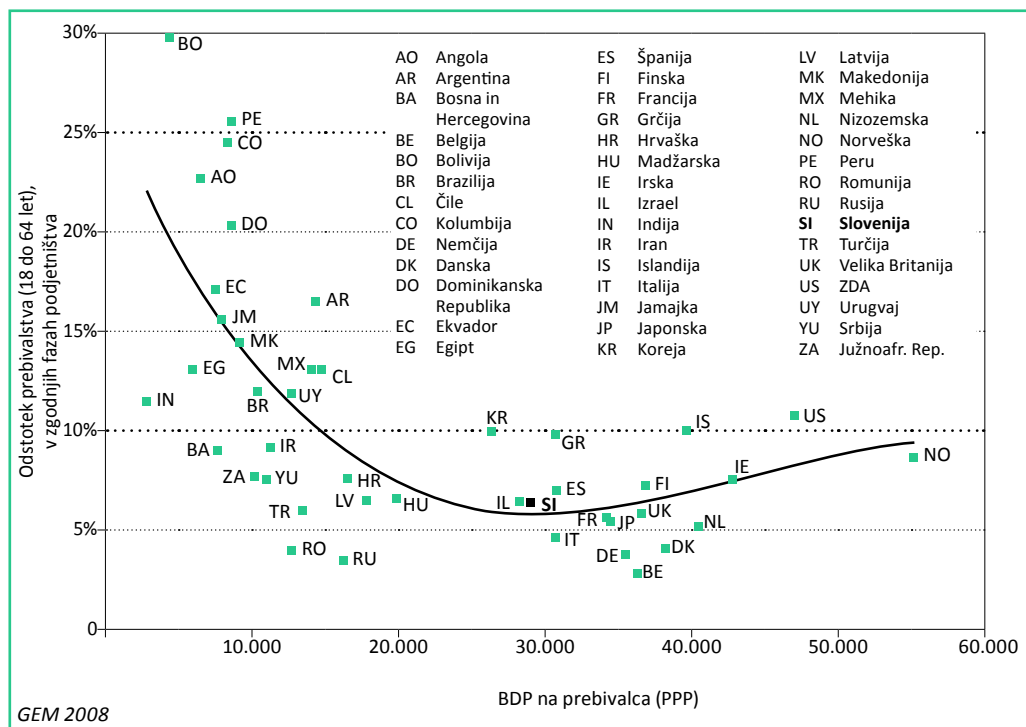
Močan porast zgodnje podjetniške aktivnosti smo v Evropi zaznali še v 10 državah – največ v Franciji, kjer je narasla s 3,2 na 5,6 odstotka, ter v Grčiji s 5,7 na 9,9 odstotka. Prišlo pa je tudi do upadanja, še zlasti v Islandiji, kjer je zgodnja podjetniška aktivnost upadla z 12,5% na 10,1%.

Čeravno se po posameznih tipih gospodarstev celotna podjetniška aktivnost zelo razlikuje, pa je jasno razvidno (Slika 6), da je povprečna raven višja glede na razvitost držav. V državah, ki so manj razvite, je več podjetništva. V dosedanjih raziskavah se je tudi jasno pokazalo, da temeljni razlog za več podjetništva v teh državah ni v bolj podjetnih ljudeh, ampak v tem, da zaradi manj razvitih industrijskih in storitvenih panog nimajo druge možnosti za preživetje, kot da se samozaposlijo.



Slika 6: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost po tipih gospodarstev

V naših raziskavah vsa ta leta namreč razpoznavamo značilno povezanost v obliki U-krivulje med vključenostjo odraslega prebivalstva v podjetništvo in ekonomskim razvojem, merjenim z bruto domačim proizvodom na prebivalca. Iz *Slike 7* je razvidno, da je v nizko razvitih državah stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti visoka, potem pa z rastjo BDP/prebivalca upada in na določeni razvojni stopnji države prične ponovno naraščati. Ugotovitve o upadanju in naraščanju vključevanja v podjetništvo niso nove, saj smo o tem pisali že pred tremi leti (Rebernik, Tominc in Pušnik, 2005). Takrat smo ugotavljali, da v manj razvitih državah posamezniki pogosto nimajo druge možnosti, kot da si svojo eksistenco zagotavljajo s podjetniško aktivnostjo in samozaposlitvijo. Tudi raziskava (Carree et al., 2002), ki je za 23 OECD držav na dvajsetletni seriji podatkov (obdobje 1976–1996) analizirala soodvisnosti med ekonomskim razvojem in lastništvom podjetij, je ugotovila, da je soodvisnost med razširjenostjo lastništva podjetij in ekonomskim razvojem, merjenim z BDP/prebivalca, prav tako v obliki U-krivulje. Število lastnikov podjetij z naraščanjem BDP/prebivalca kaže tendenco upadanja do določene stopnje, zatem pa znova narašča. Vzpostavljena je hipoteza o ravnovesni stopnji lastništva, navedeni so nekateri dokazi, da so države, ki odstopajo od ravnovesja, lahko kaznovane z nižjo ekonomsko rastjo. Države torej lahko imajo premalo ali preveč lastnikov podjetij, v obeh primerih bo to slabo učinkovalo na ekonomsko rast.



Slika 7: Soodvisnost gospodarske razvitosti in zgodnje podjetniške aktivnosti

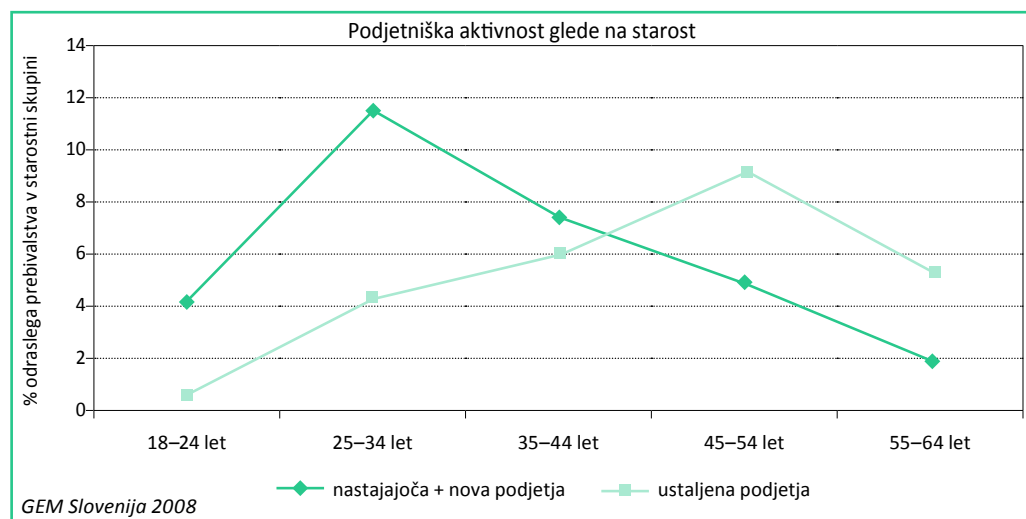
V tem kontekstu je treba omeniti tudi raziskavo (Van Stel et al., 2005), ki je proučevala učinek podjetniške aktivnosti na gospodarsko rast in odkrila negativno korelacijo med ustanavljanjem novih podjetij in rastjo v državah z nizkim BDP/prebivalca. Države, ki imajo preveč samozaposlenih, so »kaznovane«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

2.3. DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA

2.3.1. Starost

Glede starostne dobe, v kateri se posamezniki podajo na podjetniško pot, se Slovenija ne razlikuje od drugih držav. Največ podjetij ustvarjajo ljudje v starostni dobi med 25. in 34. letom. TEA indeks v tej skupini prebivalstva je 11,84%. Ustaljeni podjetniki so seveda nekaj starejši. Največ ustaljenih podjetnikov, torej tistih, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol, pa je v starostni skupini med 45 in 54 let, kjer je v podjetništvu več kot osem odstotkov delovno aktivnega prebivalstva. Če torej želimo povečati število podjetnikov, je smiselno ukrepe prilagoditi starostni skupini, iz katere se

rekrutirajo in najti primerne motivacijske mehanizme ter odstraniti čimveč ovir, ki preprečujejo podjetnim posameznikom, da bi se odločili za podjetništvo.



Slika 8: Podjetniška aktivnost glede na starost v Sloveniji

Zanimiva je tudi starostna struktura podjetnikov. Če pustimo ob strani nastajajoča podjetja, izmed katerih jih kar nekaj ne bo realiziranih, je med vsemi novimi podjetniki, katerih podjetje je staro med 3 in 42 meseci), 40,7% starih med 25 do 34 let in 24,7% starih med 35 do 44 let, kot smo prikazali v *Tabeli 4*.

Ustaljeni podjetniki so seveda starejši, a še vedno je med njimi skoraj petina takih, ki so stari manj kot 34 let. Ni pa zanemarljivo dejstvo, da jih je skoraj petina starejših od 55 let, kar bo z nadaljnjim staranjem podjetniške populacije hitro pripeljalo tudi do problema prenosa podjetij v novo upravljanje in lastništvo.

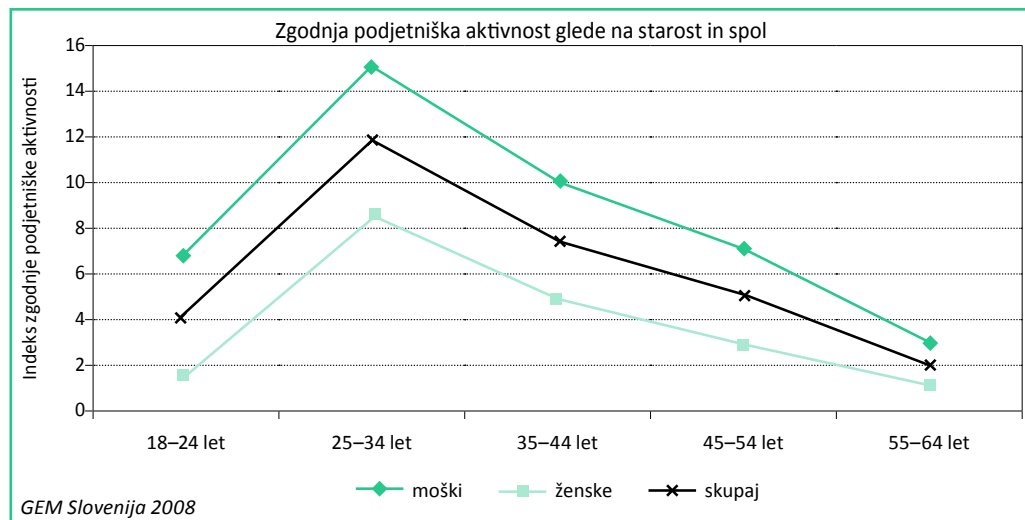
Tabela 6: Starost novih in ustaljenih podjetnikov v Sloveniji

Starost podjetnikov	% novih in ustaljenih podjetnikov
Od 18 do 24 let	2,5
Od 25 do 34 let	24,7
Od 35 do 44 let	24,2
Od 45 do 54 let	33,2
Od 55 do 64 let	15,3

Če pustimo ob strani nastajajoče podjetnike, ki so še v povsem začetni fazi oblikovanja svojega podjetja, in pogledamo samo tiste, ki so že zagotovo v poslu (torej nove in ustaljene podjetnike), ugotovimo (*Tabela 6*), da jih je tretjina v starostnem obdobju med 45 do 54 let, petnajst odstotkov pa že v tistem obdobju, ko bi morali resno razmisliti o predaji poslov in nasledstvu (Duh, 2009).

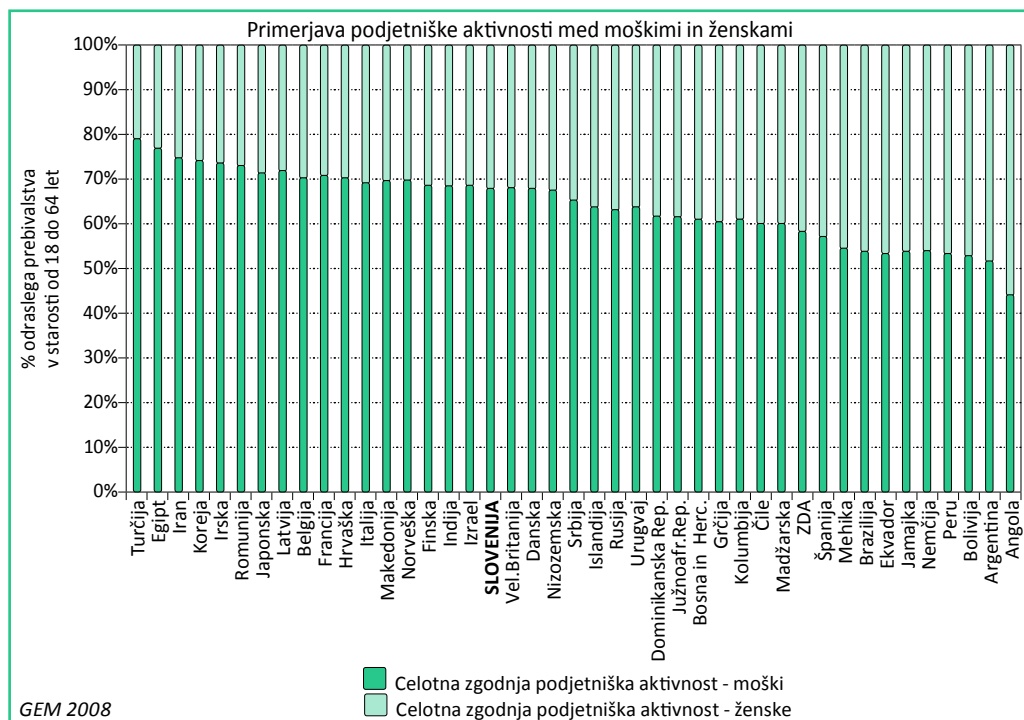
2.3.2. Spol

Za spremembo od prejšnjih let, ko je bilo pri ženskah najbolj pogosto starostno obdobje za ustanavljanje podjetij med 35. in 44. letom, je leta 2008 to bilo enako kot pri moških – med 25. in 34. letom (*Slika 9*). Čeravno v poročilih številnih raziskav (Širec, Tominc in Rebernik, 2003; Tominc in Rebernik, 2004; Tominc in Rebernik, 2006) ugotavljamo, da se podjetnice v Sloveniji večinoma ne soočajo s predsodki do svoje podjetniške kariere ter da dejansko ni pravnih ovir, ki bi ženske omejevale pri podjetništvu, pa se ženske bistveno manj pogosto kot moški vključujejo v podjetništvo. V Sloveniji v vseh starostnih skupinah, ne glede na to ali podjetniška aktivnost poteka zaradi priložnosti ali zaradi nujnosti, prevladujejo moški.



Slika 9: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na starost in spol v Sloveniji

Celotna zgodnja podjetniška aktivnost za moške znaša 8,8% in samo 4,0% za ženske. Vendar pa razmerje med podjetniki in podjetnicami, ki leta 2008 znaša 2,2, kaže rahlo izboljšanja glede na leto 2007, ko je bilo 2,5. Če primerjamo slovensko udeležbo žensk v podjetništvu z ostalimi državami, vidimo, da je najmanjši delež podjetnic v Turčiji in Egiptu, največ pa v Angoli in Argentini. V Sloveniji jih je manj kot tretjina.

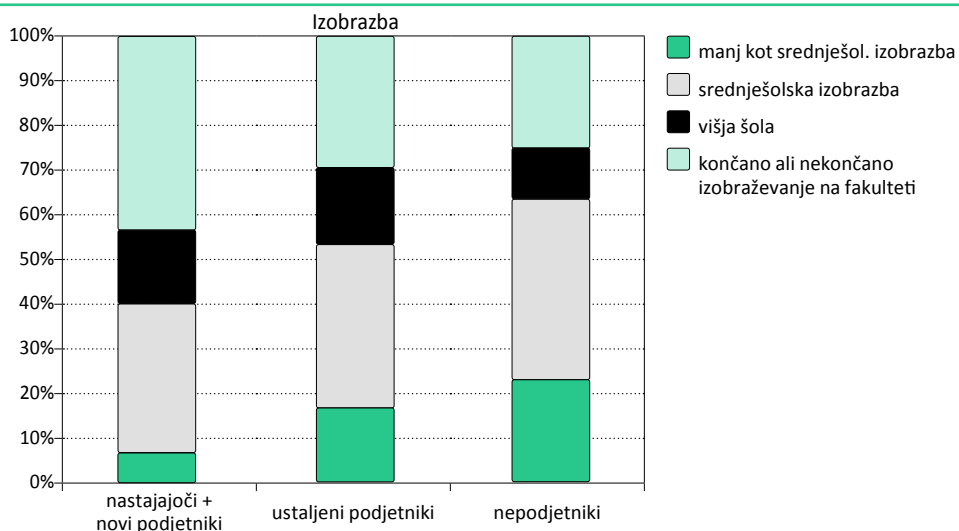


Slika 10: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami v svetu

Zakaj se v Sloveniji tako malo žensk loteva podjetništva? Zagotovo gre po eni strani 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. Vendar pa se dozdeva, da je problem globlji. Vse spremenljivke, ki so se izkazale pomembne pri odločanju za podjetniško kariero, so za ženske manj ugodne kot za moške. Več kot 60% moških in samo 40% žensk verjame, da ima znanje, veščine in izkušnje za podjetništvo. Skoraj 50% moških in manj kot 40% žensk meni, da se bodo v naslednjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti. Ženske se tudi bolj bojijo neuspeha kot moški – 28% moškim in skoraj 35% ženskam strah pred neuspehom brani stopiti na podjetniško pot. Ženske tudi v manjšem deležu (manj kot 45%) kot moški (več kot 60%) poznajo nekoga, ki je v zadnjih dveh letih ustanovil podjetje. Očitno je torej premalo samo govoriti o enakopravnosti med moškimi in ženskami, zato bo treba tudi nekaj storiti, sicer v podjetništvu še dolgo ne bomo imeli več žensk.

2.3.3. Izobrazbena struktura

V primerjavi s prejšnjimi leti se postopoma izboljšuje izobrazbena struktura podjetnikov. Nastajajoči in novi podjetniki so se leta 2008 izkazali za bolj izobražene kot ustaljeni podjetniki in izrazito bolj kot tisti, ki niso podjetniki. Med nastajajočimi in novimi podjetniki jih je 42,5 odstotka s končanim ali nekončanim izobraževanjem na fakulteti v primerjavi z 28,9% takšnih med ustaljenimi podjetniki. Medtem ko je med odraslim prebivalstvom skoraj četrtina takšnih, ki imajo manj kot srednješolsko izobrazbo, jih je med nastajajočimi in novimi podjetniki samo 7%.

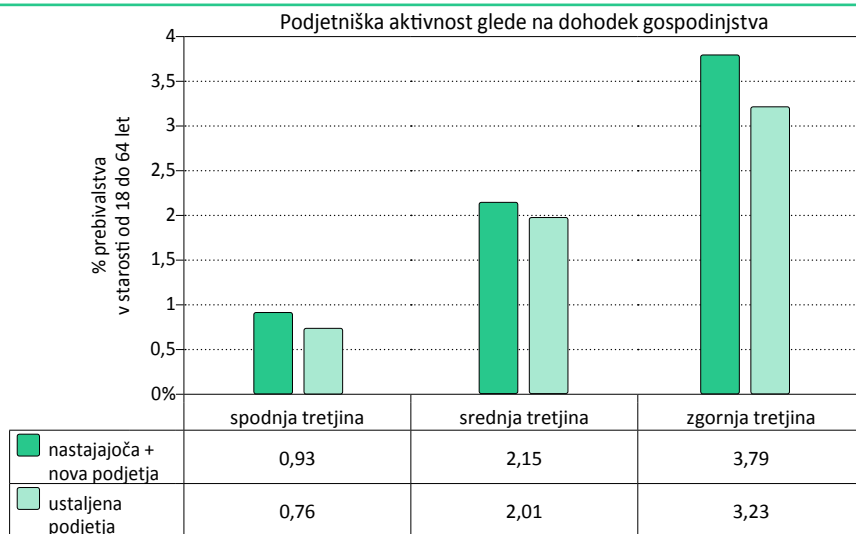


GEM Slovenija 2008

Slika 11: Izobrazbena struktura podjetnikov in nepodjetnikov v Sloveniji

2.3.4. Dohodek gospodinjstva

Posamezniki, ki se odločajo za podjetništvo, ne prihajajo iz revnejših plasti prebivalstva. Kot je razvidno iz *Slike 12*, se slovenski podjetniki v veliki meri rekrutirajo iz prebivalstva, ki je po svojih dohodkih v gornji tretjini. Odstotek prebivalstva iz te skupine, ki se ukvarja s podjetništvom, je 3,79 za nastajajoča in nova podjetja ter 3,23 za ustaljena, kar je nekajkrat več kot je delež prebivalstva iz spodnje tretjine (0,93 za nastajajoča in nova podjetja ter 0,76 za ustaljena podjetja).



GEM Slovenija 2008

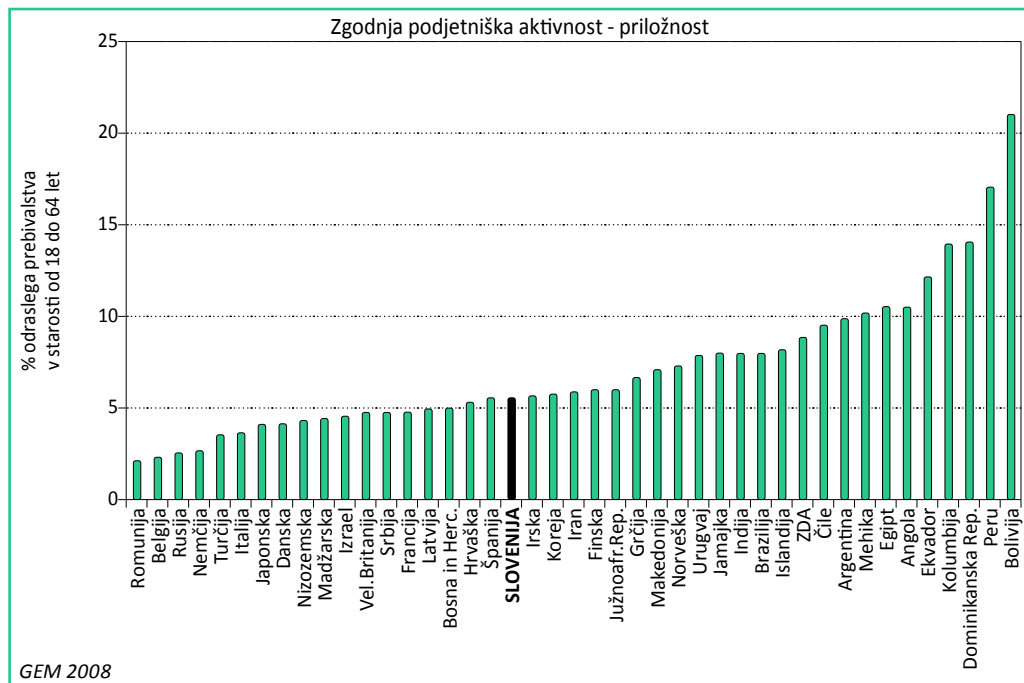
Slika 12: Podjetniška aktivnost glede na dohodek gospodinjstva

Iz zbirne GEM preglednice podjetniške aktivnosti (*Tabela 4*) tudi vidimo, da 44,4% nastajajočih, kar 70,1% novih in 53,0% ustaljenih podjetnikov prihaja iz dohodkovno najmočnejšega sloja prebivalstva. Ti podatki se skladajo z dejstvom, da se večina podjetnikov v Sloveniji odloči za podjetništvo zaradi izkoriščanja poslovne priložnosti in ne zato, ker bi bili v to prisiljeni zaradi preživetja. Skladen pa je tudi z ugotovitvijo, ki jo prikazujemo v nadaljevanju, da se je večina posameznikov podala v podjetništvo zaradi želje po večji svobodi in neodvisnosti.

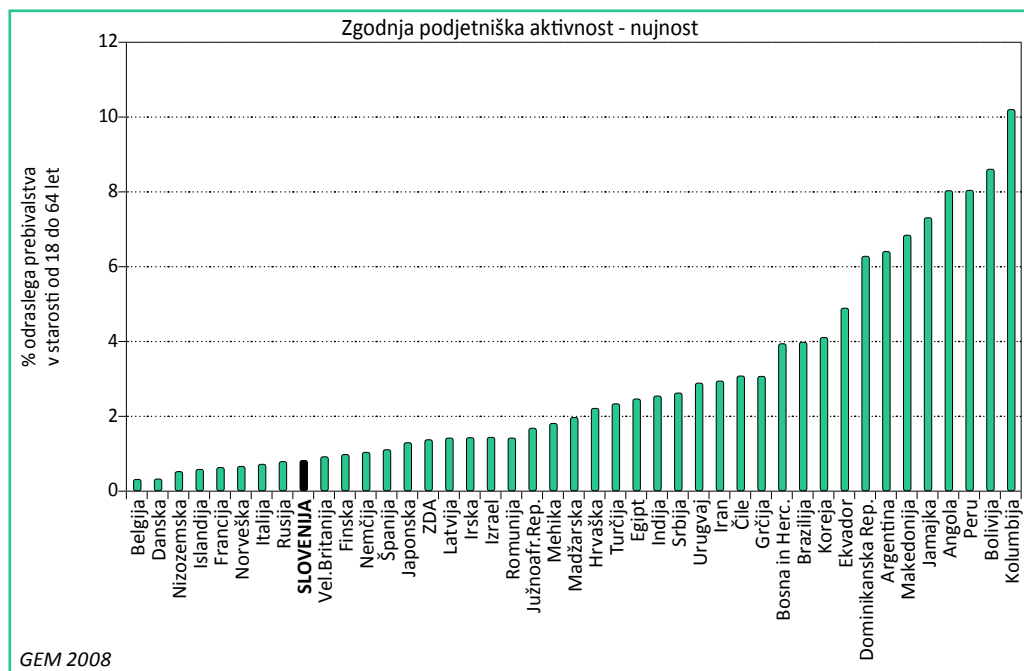
2.4. MOTIVACIJA ZA PODJETNIŠTVO

Odločitev za podjetništvo je med drugim tudi poklicna odločitev, kar pomeni, da se mora posameznik odločiti, ali bo deloval kot podjetnik, ali pa se bo ukvarjal s čim drugim. Zato je ta odločitev vselej osebne narave, na njo pa vplivajo številni dejavniki. Kadar posamezniki nimajo nobene druge možnosti za preživetje, je vzročno posledična zveza, ki vpliva na odločitev za podjetništvo, enostavna. Do nje pride zaradi vplivov okolja, nezaposlenosti in odsotnosti primernih podjetij, kjer bi bilo možno najti zaposlitev. Gre za podjetništvo zaradi nujnosti. Največ ga je v revnejših državah, zato imajo te države tudi zelo visoko stopnjo vključevanja odraslega prebivalstva v podjetništvo. Kadar pa ima posameznik tudi druge možnosti za preživetje, odločitev temelji na presoji oportunitetnih stroškov, ki so za vsakega posameznika različni. Ali se bo podjetništvo izkazalo za privlačnejšo možnost kot so druge, je odvisno od okvira podjetniških pogojev v posamezni državi, od dojemanja poslovnih priložnosti v okolju, samozavedanja svojih lastnih sposobnosti ter strahu pred neuspehom, ki je v veliki meri odvisen od prevladujoče kulture v posamezni državi. Prve imenujemo *podjetniki zaradi priložnosti* in druge *podjetniki zaradi nujnosti*.

Deleži odraslega prebivalstva, ki se v svetovnem merilu odloča za podjetništvo iz enega ali drugega razloga, so razvidni iz *Slike 13* in *Slike 14*.



Slika 13: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti



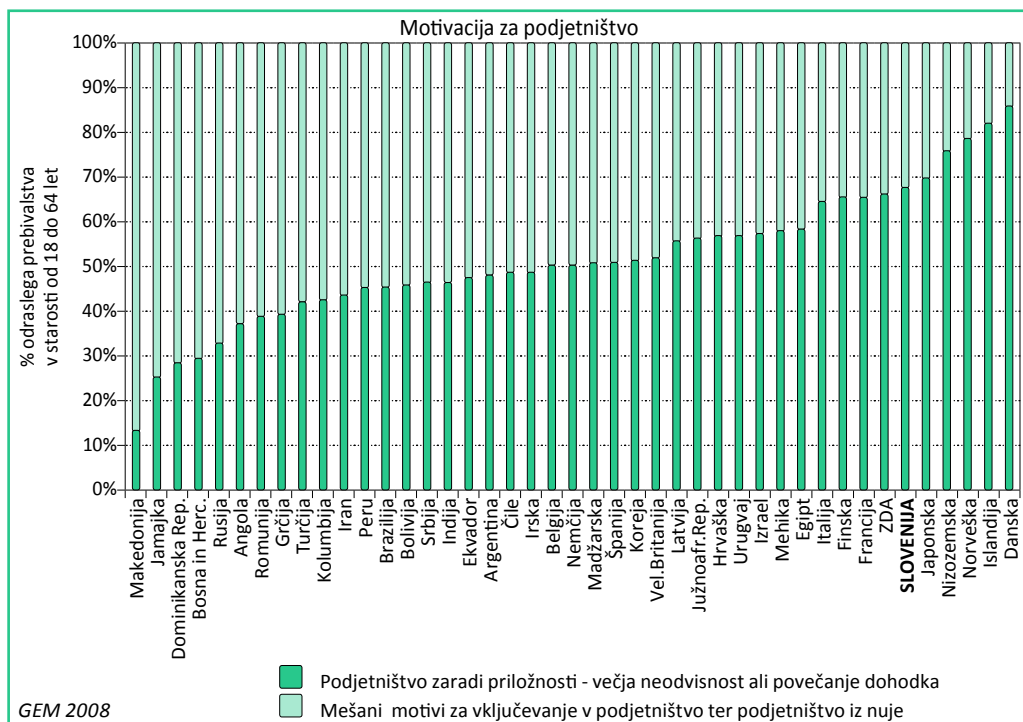
Slika 14: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti

Jasno je, da so pri obeh motivacijskih dejavnikih na vrhu oziroma na dnu tiste države, ki imajo visoko oziroma nizko stopnjo podjetniške aktivnosti. Iz *Tabele 7* vidimo, da za Kolumbijo znaša TEA indeks iz nujnosti 10,15%, za Belgijo kot zadnjo izmed 43 držav pa 0,26%. TEA indeks iz priložnosti za Bolivijo je 20,95% in za Romunijo 2,12%. Slovenija se po TEA indeksu iz nujnosti uvršča na 35. mesto (0,77%) po TEA indeksu iz priložnosti pa na 25. mesto (5,63%).

Tabela 7: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in nujnosti

2008	Slovenija	Najvišji	Najnižji	Rang Slovenije
TEA-Nujnost	0,77%	10,15% Kolumbija	0,26% Belgija	35/43
TEA-Priložnost	5,63%	20,95% Bolivija	2,12% Romunija	25/43

Takšen prikaz pa ni najboljši, saj zamegljuje dejansko stanje, da je v revnejših državah prevladujoči tip podjetništva samopreživetveno podjetništvo zaradi nujnosti. Iz *Slike 14* je to lepo razvidno. Na Danskem je med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki 86,1% takšnih, ki so šli v podjetništvo zaradi priložnosti, da bi imeli večjo neodvisnost ali bi si povečali svoje dohodke, v Makedoniji je takšnih samo 13,5%. Slovenski podjetniki se v tem pogledu z 68,2% uvrščajo v skupino razvitih držav kot so Danska, Islandija, Norveška, Nizozemska, Japonska, ZDA.



Slika 15: Motivacija za podjetništvo

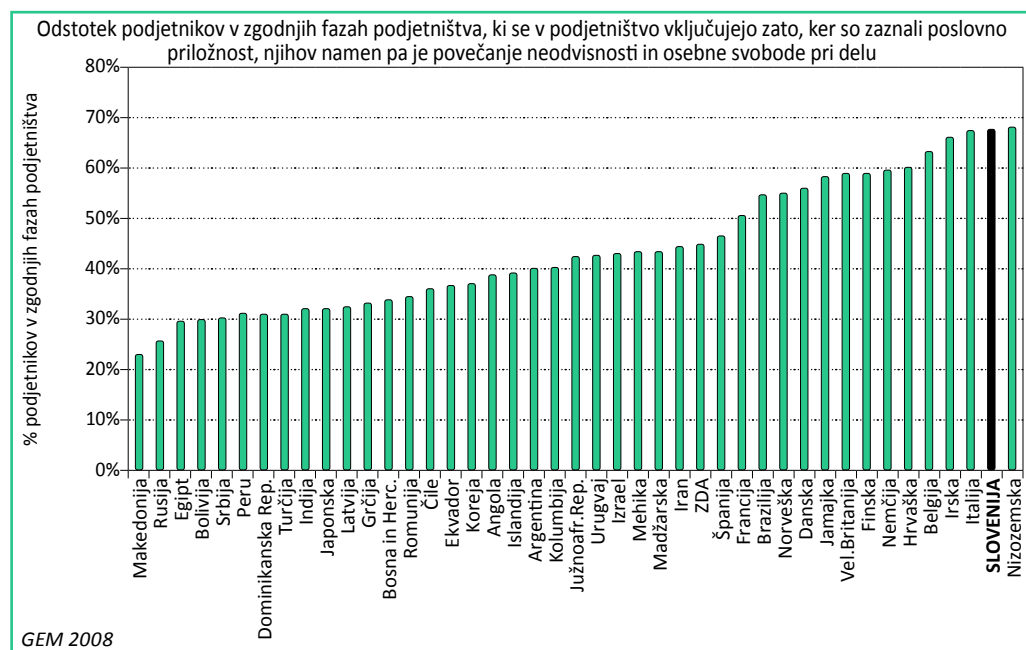
To je še lepše razvidno iz relativnih razmerij med podjetništvom zaradi nujnosti in zaradi priložnosti, saj ni vseeno, kolikšen je delež posameznikov, ki so se za podjetništvo odločili iz enega ali drugega razloga. Razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti nam kaže takoimenovani *motivacijski indeks*. Le-ta v primeru Slovenije za leto 2008 kaže visokih 7,28, kar nas uvršča na sedmo mesto med 43 državami (Tabela 8). Prvo mesto je pripadlo Islandiji. Velja pa opozoriti, da je bila raziskava izvedena maja 2008, ko gospodarska kriza še ni pokazala svojih posledic, zato pričakujemo, da bodo rezultati leta 2009 bistveno drugačni.

Tabela 8: Motivacijski indeks

	Motivacijski indeks (TEA priložnost/TEA nujnost)	Rang med 43 državami
Angola	1,32	40
Argentina	1,56	35
Belgija	9,26	5
Bolivija	2,44	27
Bosna in Hercegovina	1,29	41
Braziliya	2,03	33
Čile	3,21	22
Danska	14,38	2
Dominikanska rep.	2,25	29
Egipt	4,31	14
Ekvador	2,48	26
Finska	6,46	9
Francija	8,27	6
Grčija	2,21	30
Hrvaška	2,52	25
Indija	3,24	20
Iran	2,07	32
Irska	4,14	15
Islandija	15,05	1
Italija	5,5	12
Izrael	3,31	19
Jamajka	1,1	42
Japonska	3,22	21
Južnoafr.rep.	3,73	16
Kolumbija	1,37	39
Koreja	1,44	38
Latvija	3,64	17
Madžarska	2,38	28
Makedonija	1,05	43
Mehika	5,77	10
Nemčija	2,7	24
Nizozemska	9,34	4
Norveška	12,6	3
Peru	2,12	31
Romunija	1,55	36
Rusija	3,44	18
SLOVENIJA	7,28	7
Srbija	1,86	34
Španija	5,4	13
Turčija	1,52	37
Urugvaj	2,82	23
Vel.Britanija	5,65	11
ZDA	6,87	8

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

V Sloveniji že vsa leta največji delež posameznikov, ki se odloči za podjetništvo, tega ne stori zato, ker bi bili v to prisiljeni iz materialnih razlogov, temveč zato, ker so zaznali poslovno priložnost. Med 43 sodelujočimi državami smo glede na razmerje med podjetniki iz nujnosti in podjetniki zaradi priložnosti Slovenci na sedmem mestu. Slovenija je že tolikanj razvita država s številnimi možnostmi zaposlovanja, da lahko podjetni posamezniki najdejo svoje karijerne priložnosti tudi v obstoječih podjetjih. Zato je še toliko bolj zanimivo vedeti, kaj predvsem žene v podjetništvo posameznike, ki so se za to odločili, da bi izkoristili poslovno priložnost. Med podjetniki, ki so želeli izkoristiti poslovno priložnost, jih je zdaleč največ to storilo zaradi želje po večji neodvisnosti in osebni svobodi (67,6%). Ostali vzgibi so manj pogosti: 27,3% nastajajočih in novih podjetnikov je želelo povečati svoje prihodke, 2,9% jih je to storilo zato, da bi zadržali raven svojih prihodkov, 2,2% pa zaradi različnih drugih vzrokov.



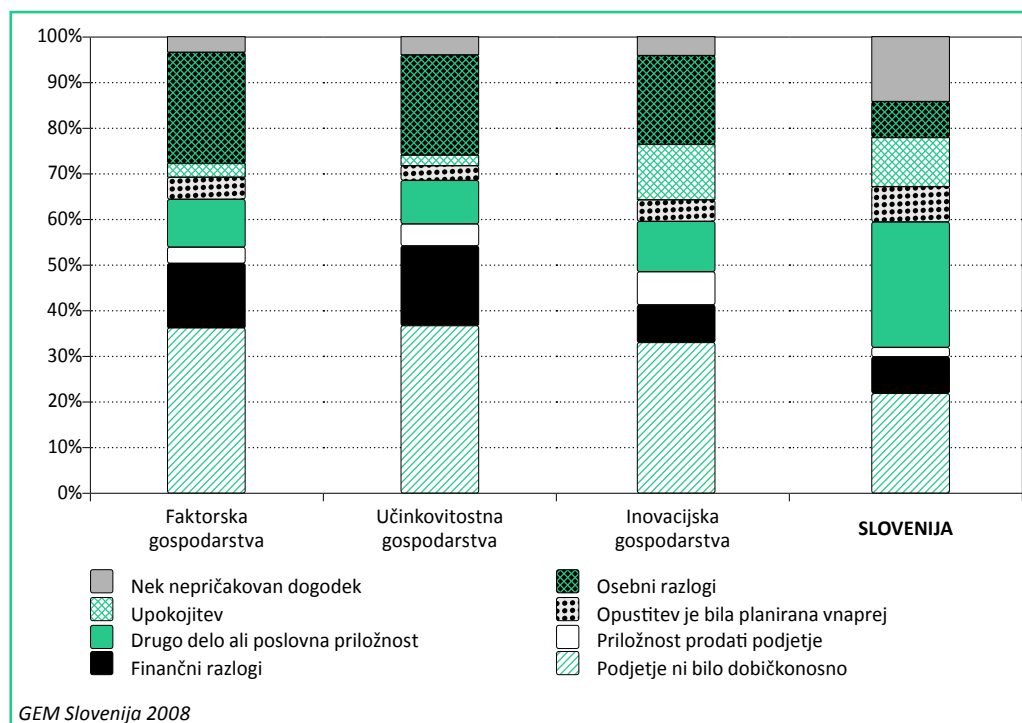
Slika 16: Razlogi za podjetništvo pri podjetnikih zaradi priložnosti

Tako v evropskem kot v svetovnem merilu smo na drugem mestu, na *Sliki 16* pa vidimo, da smo pri tem motivu zelo skupaj z Nizozemci, Italijani in Irci. Takšna motivacija daje upanje, da si bodo posamezniki tudi v oteženih razmerah gospodarske recesije še naprej prizadevali, da bi ohranili svoje podjetje pri življenju, saj jim le-to očitno pomeni več kot zgolj sredstvo za služenje denarja.

2.5. RAZLOGI ZA PRENEHANJE POSLOVANJA

Tako kot je rojevanje podjetij normalen gospodarski proces, je normalno tudi, da podjetja prenehajo s poslovanjem. Razlogov za to je mnogo in se nahajajo na širokem razponu od stečajev in poslovnih propadov podjetij do prodaje, prevzemov in prostovoljnega opuščanja ukvarjanja s podjetništvom. O tem imamo tudi v slovenskem prostoru nekaj odličnih raziskav (Pušnik, 2008).

V GEM smo pričeli spremljati nekatere razloge za prenehanje poslovanja. Opredelili smo se, da so to lahko neki nepričakovani dogodek, osebni razlogi, upokožitev, načrtovana opustitev, drugo delo ali poslovna priložnost, priložnost prodati podjetje, finančni razlogi, ali da podjetje ni bilo dobičkonosno. Ko po teh razlogih primerjamo med seboj faktorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva in Slovenijo, lahko razpoznamo nekaj razlik (Slika 17).



Slika 17: Razlogi za prenehanje poslovanja

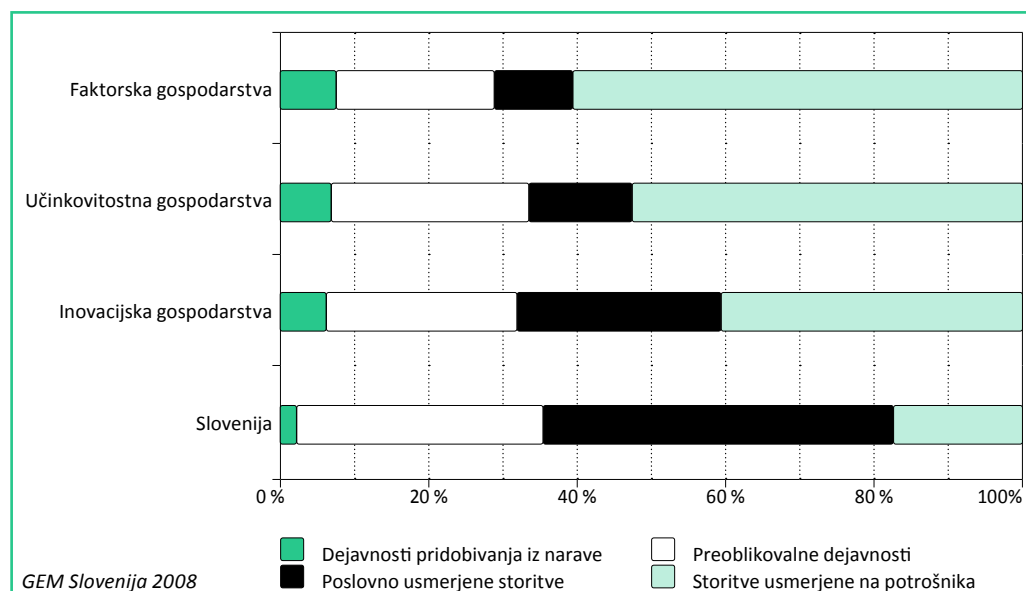
Izstopajo predvsem nekateri dejavniki. Slovenski podjetniki v znatno večjem deležu kot v drugih državah opustijo podjetništvo zaradi dogodkov, ki jih niso pričakovali, in pa zato, ker se jim je pokazala možnost za drugo delo. Vidimo tudi, da gre le redkokdaj za prenehanje poslovanja zaradi priložnosti, ki bi jo nudila prodaja podjetja. Ta način izhoda iz podjetništva je v Sloveniji še vedno zelo redko uporabljan, ne nazadnje tudi zato, ker smo glede podjetništva relativni novinci in ker mehanizmi za prodajo podjetja niso jasno zastavljeni, tako, da bi podjetniki spoznali vse prednosti in pasti (recimo davčne) tega dejanja. Vidimo tudi, da je upokožitev pogost razlog, kjer se, podobno kot po vsej Evropi, zastavlja vprašanje, kako zagotoviti tranzicijo lastništva in upravljanja v podjetjih s starajočimi podjetniki (Duh, 2009).

Zanimivo je, da so finančni razlogi in slaba dobičkonosnost podjetja, ki prevladujejo v učinkovitostnih ekonomijah, v Sloveniji redkeje prisotni. Ta ugotovitev je skladna z dejstvom, da so slovenski

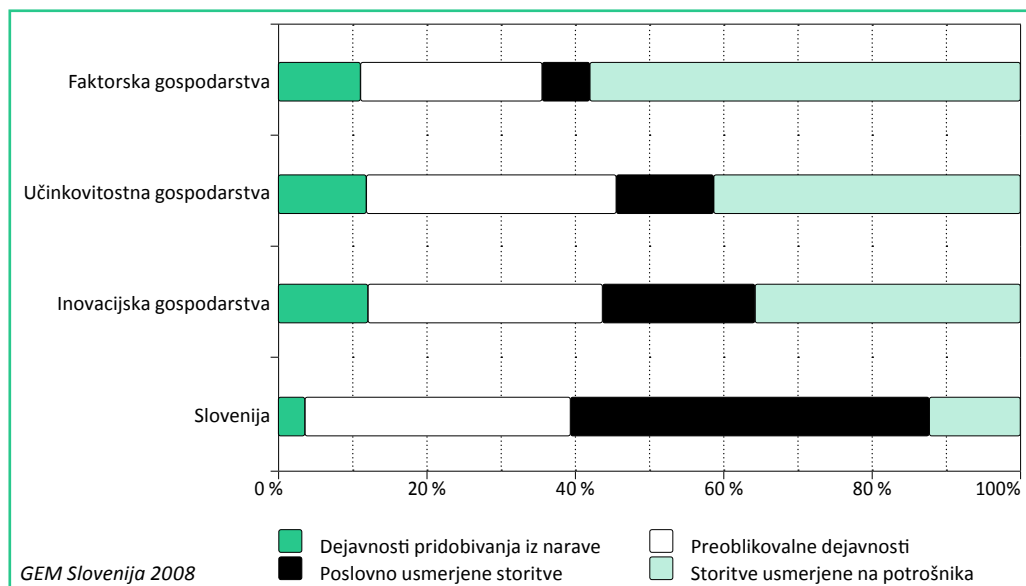
podjetniki prevladujoče podjetniki zaradi priložnosti ter da njihova temeljna namera ob ustanavljanju podjetja ni zaslužek in izboljšanje finančnega položaja temveč želja po večji osebni svobodi in neodvisnosti.

2.6. SEKTORSKA DISTRIBUCIJA SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA

Oglejmo si še, kje so leta 2008 predvsem nastajala nova podjetja. Iz *Slike 18* je razvidno, da izrazito prevladujejo poslovne usmerjene storitve. Skoraj polovico (47,2%) vseh nastajajočih in novih podjetij lahko uvrstimo v to skupino. Kot lahko vidimo na *Sliki 19*, sektorska distribucija teh podjetij ni bistveno drugačna od že ustaljenih podjetij. V primerjavi z ostalimi inovacijskimi državami pri obeh izrazito manjka storitev, ki bi bile usmerjene k potrošniku.



Slika 18: Sektorska distribucija nastajajočih in novih podjetij



Slika 19: Sektorska distribucija podjetništva – ustaljena podjetja

Velik delež poslovno usmerjenih storitev (48,1%) v slovenskih ustaljenih podjetjih se bo v recesijskih pogojih poslovanja izkazal kot slabost in ob upadanju proizvodnje, še bolj seveda ob stečajih, bodo ta podjetja tudi najbolj prizadeta.

Razvoj slovenskega podjetništva v obdobju 2002–2008

V sedemletnem raziskovanju podjetništva v okviru GEM smo zbrali precej harmoniziranih podatkov, ki nam omogočajo, da pogledamo, kako se je razvijalo slovensko podjetništvo. O razvoju podjetniškega okolja pišemo v naslednjem poglavju. V tem poglavju si bomo v skladu z dopolnjenim modelom GEM ogledali gibanje treh temeljnih sestavin podjetništva in sicer

- dojemanje in odnos do podjetništva,
- podjetniško aktivnost,
- podjetniške aspiracije.

Podjetništvo ima pomembno družbeno in ekonomsko funkcijo, ki jo lahko izpolnjuje šele tedaj, ko posamezniki sprejmejo odločitev o ustanovitvi podjetja in ukvarjanju s podjetništvom. Na takšno odločitev pa vplivajo številni osebni in družbeni dejavniki, ki vplivajo na dojemanje podjetništva in na odnos posameznika do morebitne podjetniške kariere. Lahko namreč pomembno vpliva na podjetništvo, je pa istočasno tudi odvisen od razvitosti podjetništva. Dojemanje in odnos do podjetništva sta pomembna, ker odražata splošno razpoloženje prebivalstva do podjetnikov in podjetništva. V družbah, kjer je podjetništvo nezaželeno, morda celo nemoralno, se bo manj posameznikov odločilo za podjetništvo, kot pa v družbah, kjer je to cenjena in spoštovana dejavnost. Vpliva pa tudi na »pravila igre« (Baumol, 1994), ki veljajo v določeni družbi in pomembno vplivajo na to, v katere dejavnosti se bodo usmerili podjetni posamezniki.

Podjetniška aktivnost se izkazuje v ustanavljanju, a tudi v zapiranju podjetij in se razlikuje med panogami, po številu ustanoviteljev, njihovih značilnostih, kot so spol, starost ali izobrazba. V GEM jo razumemo kot proces, zato tudi spremljamo motivacijo ustanoviteljev, nastajajoče, nove in ustaljene podjetnike in podjeme.

Za ekonomski razvoj ni vseeno, kakšna podjetja se ustanavljajo in kakšen razvojni potencial imajo. Ne samo količina torej, pomembna je tudi kakovost, ki nam jo kažejo podjetniške aspiracije, ki jih razpoznavamo skozi uvajanje novih izdelkov ali storitev, internacionalizacijo in ambicijami po rasti.

V nadaljevanju si bomo podrobneje ogledali, kako so se v obdobju 2002–2008 gibal navedeni vplivni dejavniki.

3.1. DOJEMANJE IN ODNOS DO PODJETNIŠTVA

Poglejmo najprej *Tabelo 9*, kjer so za leto 2008 prikazani ključni dejavniki, ki vplivajo na dojemanje in odnos do podjetništva. Prikazujemo, koliko odrasli prebivalci v Sloveniji v primerjavi z odraslimi prebivalci v 42 državah:

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

Tabela 9: Elementi podjetniške zmogljivosti

Država	Poznavanje podjetnika	Poslovne priložnosti	Znanje	Strah pred neuspehom	Egalitarizem	Kariera	Spoštovanje	Mediji
Angola	71,02	74,45	52	35,84	55,09	48,57	65,16	46,0
Argentina	35,19	47,33	62,15	39,61	73,37	68,79	69,6	79,8
Belgija	29,48	14,1	36,26	25,85	60,42	46,66	46,26	38,07
Bolivija	46,19	54,02	76,16	40,53	73,8	80,78	54,65	60,17
Bosna in Hercegovina	42,54	45,59	68,38	27,53	77,63	81,99	67,31	60,1
Brazilijska	47,89	41,44	53,12	47,09	76,9	67,56	75,2	78
Čile	45,51	27,61	62,6	36,66	52,49	79,08	70,11	43,32
Danska	44,02	62,15	32,17	42,88	49,25	56,7	76,15	31,84
Dominikanska republika	59,29	55,62	76,52	28,38	73,32	91,7	88,06	63,64
Egipt	43,79	34,87	59,22	29,42	47,09	72,83	84,34	57,4
Ekvador	38,3	41,31	70,29	34,91	75,13	79,26	71,25	56,63
Finska	50,43	50,18	39,07	30,43	69,54	46,48	89,55	71,33
Francija	32,94	21,59	24,66	50,37	60,78	63,08	69,62	48,36
Grčija	39,15	28,11	55,3	56,96	68,9	75,54	76,56	54,86
Hrvaška	52,2	44,38	59,8	38,16	78,9	70,43	53,51	61,26
Indija	60,5	58,47	57,97	44,17	62,61	67,22	81,58	81,47
Iran	46,28	33,72	61,28	23,15	56,83	56,56	81,64	53,41
Irska	37,23	26,55	47,8	37,76	79,93	54,67	81,04	65,16
Islandija	64,45	36,67	51,81	35,29	58,89	61,16	71,1	80,92

Država	Poznavanje podjetnika	Poslovne priložnosti	Znanje	Strah pred neuspehom	Egalitarizem	Kariera	Spoštovanje	Mediji
Italija	32	29,66	40,05	49,41	68,24	67,54	63,57	40,11
Izrael	37,83	27,35	40,86	42,23	46,49	57,58	73	57,23
Jamajka	50,08	51,09	69,14	29,77	66,55	80,9	83,62	70,78
Japonska	23,24	7,64	12,54	40,62	44,66	25,55	55,61	59,18
Južnoafriška republika	44,86	37,23	37,03	30,55	54,18	64,59	62,24	69,22
Kolumbija	41,22	61,28	66,18	34,32	78,75	92,45	77,48	77,58
Koreja	37,77	14,76	30,08	33,26	70,83	69,45	69,35	66,74
Latvija	35,52	21,92	29,06	35,97	82,55	75,48	76,76	70,91
Madžarska	29,92	18,9	48,1	42,14	61,4	48,49	60,65	19,37
Makedonija	51,4	46,74	62,2	35,23	92,05	79,76	71,97	66,18
Mehika	52,69	47,35	59,29	29,55	66,14	66,33	56,59	52,03
Nemčija	31,12	23,91	35,14	48,65	66,26	55,84	79,55	49,8
Nizozemska	34,98	39,09	37,81	25,67	59,32	84,63	68,78	60,95
Norveška	38,68	38,79	40,63	22,73	62,54	60,88	68,41	70,81
Peru	56,12	56,67	72,85	33,76	77,26	81,65	73,32	71,31
Romunija	37,88	25,75	23,77	41,48	48,83	.	68,53	56,19
Rusija	35,52	30,06	17,61	61,01	51,55	59,81	64,43	50,29
SLOVENIJA	53,6	44,75	50,8	31,4	81,09	57,6	77,8	67,43
Srbija	54,02	51,22	64,24	28,45	79,57	72,34	64,18	66,8
Španija	37,6	25,4	46,51	51,79	63,79	68,21	58,25	43,46
Turčija	31,1	36,19	48,77	34,79	79,46	71,73	79,72	62,89
Urugvaj	45,13	51	63,35	35,9	72,26	70,8	75,5	66,53
Velika Britanija	25,95	30,18	49,91	36,44	77,48	52,2	73,77	54,26
ZDA	37,2	36,57	55,66	28,22	51,4	62,8	74,42	72,89
Rang Slovenije med 43 državami	7	16	23	30	3	31	10	14

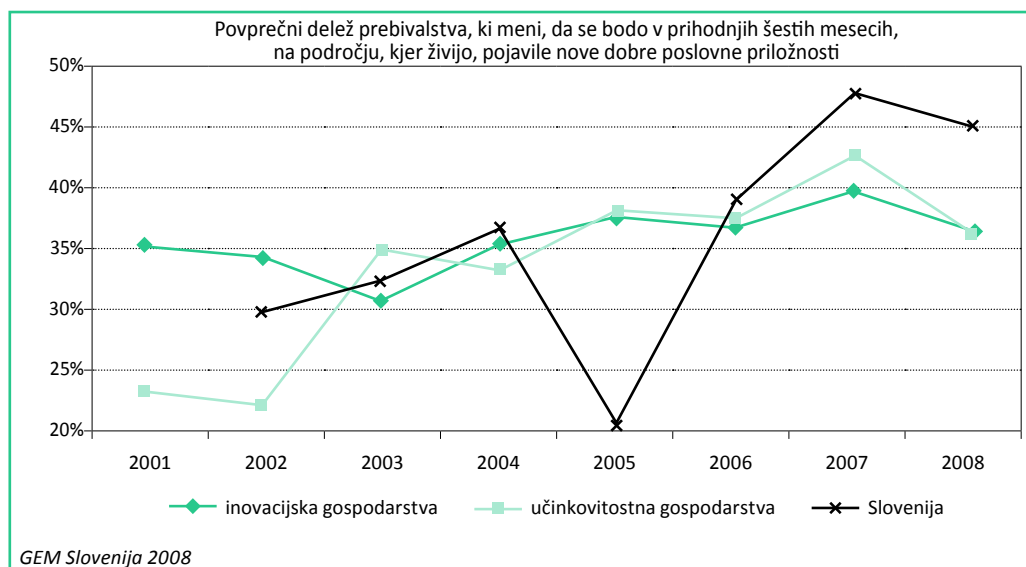
Kot lahko vidimo, več kot polovica Slovencev pozna vsaj kakšnega podjetnika, kar nas med 43 državami uvršča na sedmo mesto. Ugoden je tudi kazalnik spoštovanja podjetniškega poklica, saj dobri dve tretjini odraslega prebivalstva v Sloveniji meni, da so uspešni podjetniki spoštovani in ugledni. Očitno ljudje znajo ločiti zrnje od plevla in podjetništva in podjetnikov ne povezujejo s špekulantskimi in destruktivnimi tipi podjetništva. Žal pa jih precej manj (57,6%) meni, da je podjetništvo tudi primerna izbira kariere.

Zaskrbljuje pa zelo visoka stopnja egalitarizma, saj več kot 80% ljudi meni, da bi bilo večini ljudi ljubše, da bi imeli vsi enako raven življenjskega standarda. Egalitarizem namreč deluje zaviralno na ambicije (poštenega) bogatenja ali željo po nadpovprečni uspešnosti, in zaradi tega se lahko manj posameznikov odloča za podjetništvo. Ta stopnja egalitarizma je izjemno visoka v vseh letih, z izjemo leta 2005, za katero pa moramo še proučiti dogajanja, saj odstopajo tudi nekateri drugi kazalniki.

Tabela 10: Podjetniška zmogljivost in poslovne priložnosti v Sloveniji v obdobju 2002 -2008

Dojemanje in odnos do podjetništva	Odstotek prebivalstva v starosti od 18 do 64 let						
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Razpoznavanje poslovnih priložnosti	29,81	32,38	36,25	20,9	38,84	47,53	44,75
Dojemanje kulturne podpore:							
- egalitarizem		82,42	83,88	49,46	78,93	79,82	81,09
- poklicna izbira		59,27	59,02	32,70	56,68	57,73	57,60
- spoštovanje podjetniškega poklica		77,04	78,08	45,50	76,19	75,96	77,80
- odnos medijev		61,63	62,23	32,72	57,93	68,18	60,10
Samozaupanje:							
- znanje in veščine	44,30	38,38	43,28	35,46	47,71	48,04	50,80
- strah pred neuspehom	31,60	35,25	34,13	22,57	31,82	29,70	31,40

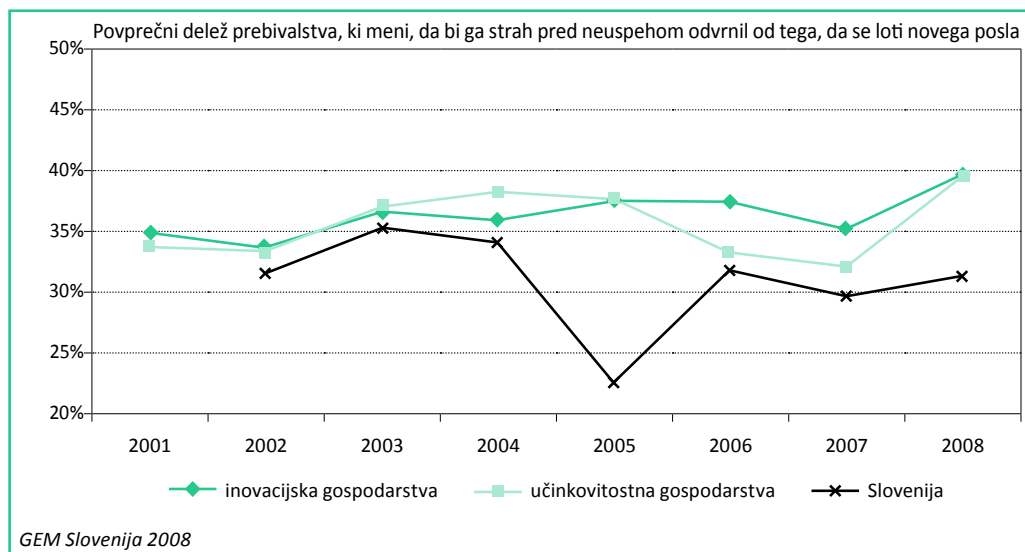
V nadaljevanju primerjamo Slovenijo z državami grupiranimi v inovacijska in učinkovitostna gospodarstva. Vidimo, da je v zadnjih treh letih odraslo prebivalstvo v Sloveniji bolj kot v ostalih državah menilo, da se bodo v prihodnjih šestih mesecih na področju kjer živijo, pojavile nove dobre poslovne priložnosti. V primerjavi z letom 2007 je ta zaznava sicer upadla, a je bila še vedno višja kot v povprečju ostalih dveh skupin držav (Slika 20).



Slika 20: Zaznane priložnosti GEM in Slovenija, 2001–2008

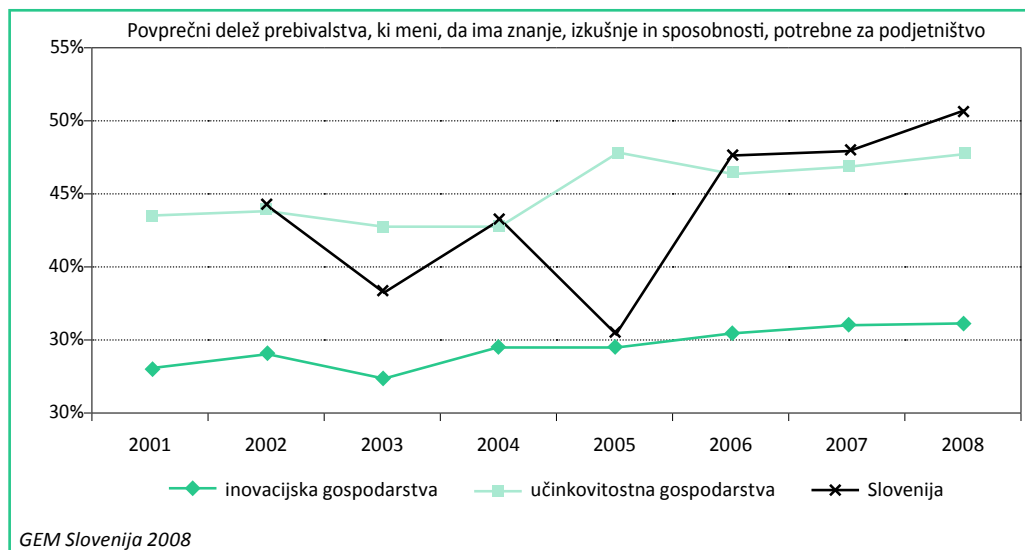
Najbolj resen upad, med 30% in 50%, je bilo zaznati med prebivalstvom v Islandiji, Čilu, Irski, Latviji in Madžarski. Upad v Sloveniji je manjši, med prebivalstvom 4-odstotni, med ustaljenimi podjetniki, ki so bolj poučeni pa 8-odstotni. Leta 2007 je 47,5% odraslega prebivalstva menilo, da se bodo v naslednjih šestih mesecih pojavile dobre priložnosti za podjetništvo, leta 2008 je bilo tega mnenja še 45% odstotkov.

Razveseljivo je tudi, da je strah pred neuspehom, ki bi lahko odvrnil ljudi od tega, da bi se lotili novega posla manjši kot v primerjanih skupinah držav. Vendarle pa je lani rahlo narasel, tako kot v ostalih državah (Slika 21).



Slika 21: Strah pred neuspehom v obdobju 2001–2008

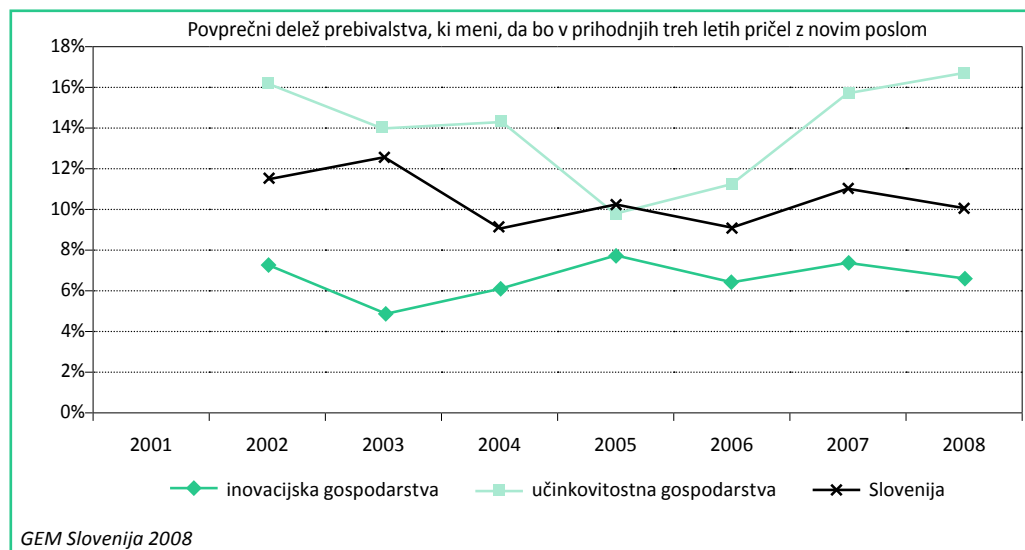
Zaznane zmogljivost in znanje za zagon podjetja so v Sloveniji v zadnjih treh letih višje kot v skupini inovacijskih in učinkovitostnih držav (Slika 22). Več kot polovica odraslega prebivalstva meni, da imajo potrebne veščine in znanje, da bi ustanovili podjetje. To je pomembno iz dveh vidikov. Prvič, ker so znanje in izkušnje izjemno vpliven dejavnik uspešnega podjetništva, in drugič, ker to govori o samozaupanju prebivalstva, da se je sposobno in zmožno lotiti tvegane dejavnosti, kot je podjetništvo.



Slika 22: Zaznane zmogljivost in znanje za zagon podjetja v obdobju 2001–2008

Manj razveseljivo je, da smo leta 2008 med prebivalstvom zaznali splošen upad pri ustanovitvenih namenih, kjer samo deset odstotkov odraslega prebivalstva meni, da bodo v naslednjih treh

letih ustanovili podjetje. Če pa upoštevamo samo tisti del odrasle populacije v Sloveniji, ki ta hip še ni podjetniško aktiven, pa je ta odstotek še nižji, samo sedem odstotkov.

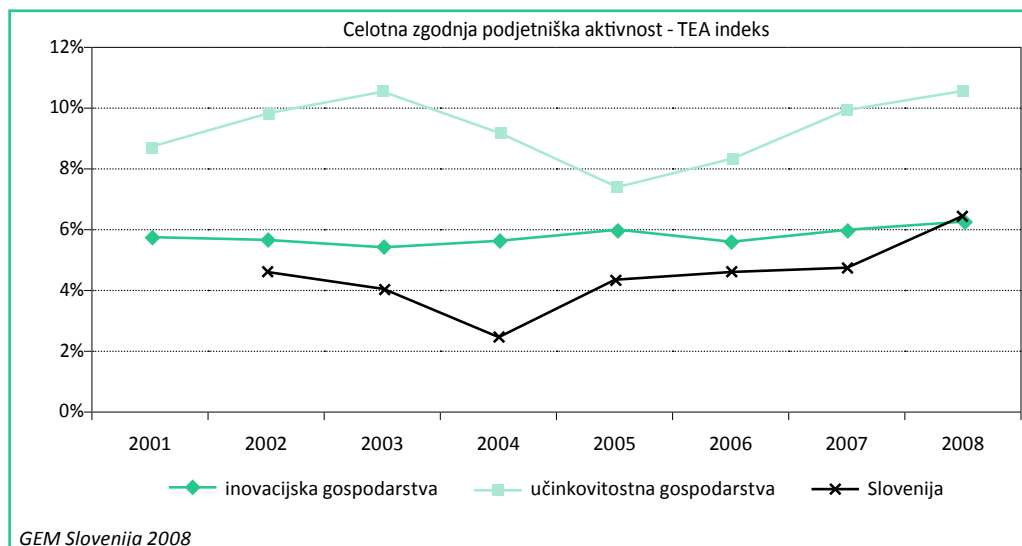


Slika 23: Ustanovitveni nameni v obdobju 2001–2008

Ker je bilo anketiranje izpeljano maja 2008, ko znaki krize še niso bili tako vidni, ocenjujemo, da bo upad še večji, saj bodo posamezniki bolj pazljivi pri razmisleku o prehodu v lastno podjetje. Vendar pa bo po drugi strani kar nekaj tistih, ki bodo ob izgubi službe poskušali svojo eksistenco zagotoviti z ustanovitvijo lastnega podjetja. V tem primeru lahko pričakujemo v prihodnjem letu večji delež podjetnikov, ki bodo ustanavljali podjetje zaradi nujnosti.

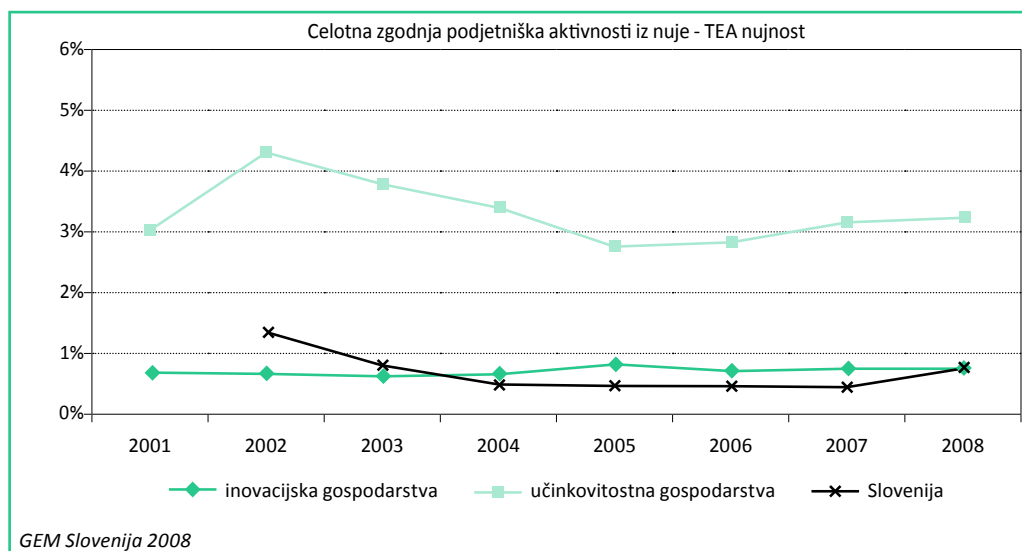
3.2. GIBANJE ZGODNJE PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI

Zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji je v obdobju 2002–2008 narasla s 4,6% leta 2002 na 6,4 leta 2008, s tem da je leta 2004 bila najnižje v tem obdobju (2,5%). Kot je razvidno iz *Slike 24*, je v zadnjih štirih letih aktivnost konstantno naraščala in se leta 2008 izenačila s povprečjem 17 držav, ki tvorijo skupino inovacijskih gospodarstev.



Slika 24: Gibanje zgodnje podjetniške aktivnosti (TEA) v obdobju 2001–2008

Naraščanje podjetniške aktivnosti je dokumentiral tudi *Slovenski podjetniški observatorij*, kjer Rus in Rebernik (2009) na temelju podatkov AJPEŠ-a ugotavljata, da je v obdobju 2002–2007 celotno število podjetij naraslo od 91.250 leta 2002 na 111.201 leta 2007. Absolutno in relativno je bil največji porast v kategoriji mikro podjetij (1 do 9 zaposlenih), ki so se povečala od 73.346 leta 2002 na 89.611 leta 2007. Tega povečanja pa seveda ne smemo direktno primerjati z rastjo TEA indeksa, saj gre za rast števila podjetij in ne števila podjetnikov. Je pa smiseln in konsistenten, saj se rast števila podjetnikov nujno izkazuje tudi v rasti števila podjetij. Seveda ne na enak način in v enakem deležu, saj ima lahko eno podjetje več lastnikov/podjetnikov oziroma ima lahko en podjetnik več registriranih podjetij.



Slika 25: Gibanje zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi nujne (TEA-nujnost) v obdobju 2001–2008

V Sloveniji tako kot v vseh ostalih inovacijskih gospodarstvih ima podjetništvo iz nujnosti (*Slika 25*) relativno majhno vlogo v primerjavi z učinkovitostnimi in faktorskimi tipi gospodarstev. Medtem ko je bilo v inovacijskih gospodarstvih podjetništvo zaradi nujnosti vse obdobje 2001–2008 zelo stabilno, pa je v Sloveniji prva tri leta upadalo in se potem ustalilo na manj kot pol odstotka. Leta 2008 je znova malenkost naraslo in se z 0,77 izenačilo s povprečjem inovacijskih gospodarstev.

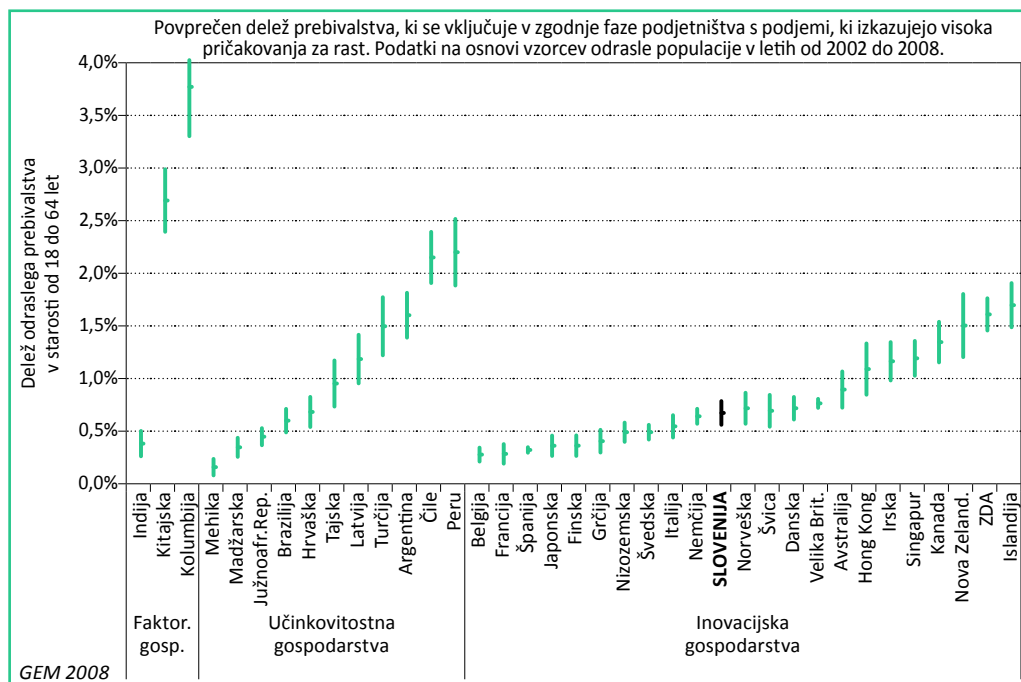
3.3. PODJETNIŠKE ASPIRACIJE IN INOVACIJSKA NARAVNANOST

Kot ugotavljajo izsledki različnih raziskav (Autio, 2007; Bosma et al., 2009), le malo novih podjetij prispeva znatno število novih delovnih mest. Tudi upoštevajoč druge kriterije (novi izdelki in storitve, uvajanje novih tehnologij in podobno) le malo nastajajočih in novih podjetij izkazuje objektivne možnosti za rast. V raziskavi GEM analiziramo podjetnike in podjetnice, ki so v začetnih fazah podjetništva, in sicer jih razvrščamo tudi glede njihovih subjektivnih ocen o tem, kakšne bodo njihove želje in možnosti za rast v prihodnjih letih.

Ambicije podjetnikov in podjetnic po rasti lahko namreč opredelimo iz dveh vidikov. Lahko jih obravnavamo tako, da analiziramo subjektivno izražene želje, ki so lahko bolj ali manj izvedljive; govorimo o ambicijah podjetnika po rasti. Lahko pa proučujemo objektivne možnosti podjema oziroma podjetja za rast z vidika inovacijske naravnosti in sicer glede na značilnosti storitve oziroma izdelka in glede na konkurenco ter glede na novost uporabljene tehnologije. Tudi tovrstne podatke pridobivamo prek podjetnikovih ocen teh značilnosti. V okviru raziskave GEM prikazujemo naslednje:

- kot podjetnike z ambicijami po rasti zaposlovanja smo opredelili tiste posameznike, ki so nameravali v prihodnjih petih letih povečati število zaposlenih za vsaj 20 ljudi – to so podjetniki, ki izkazujejo visoka pričakovanja za rast svojih podjetij (high-growth expectation early-stage entrepreneurial activity ali HEA);
- inovacijsko naravnost glede na značilnosti storitve ali izdelka ter glede na konkurenco smo identificirali pri tistih posameznikih, ki so ocenili, da v okviru svojega podjema oziroma podjetja ponujajo izdelek ali storitev, ki je nov za vse ali za večino njihovih potencialnih strank, hkrati pa so ocenili, da ponujajo izdelek ali storitev, za katerega na tržišču ne obstaja nobeno ali pa le malo konkurenčnih podjetij;
- inovacijsko naravnost glede uporabljene tehnologije smo identificirali pri tistih posameznikih, ki so ocenili, da v okviru svojega podjema ali podjetja uporabljajo tehnologije oziroma postopke, ki so na voljo manj kot eno leto.

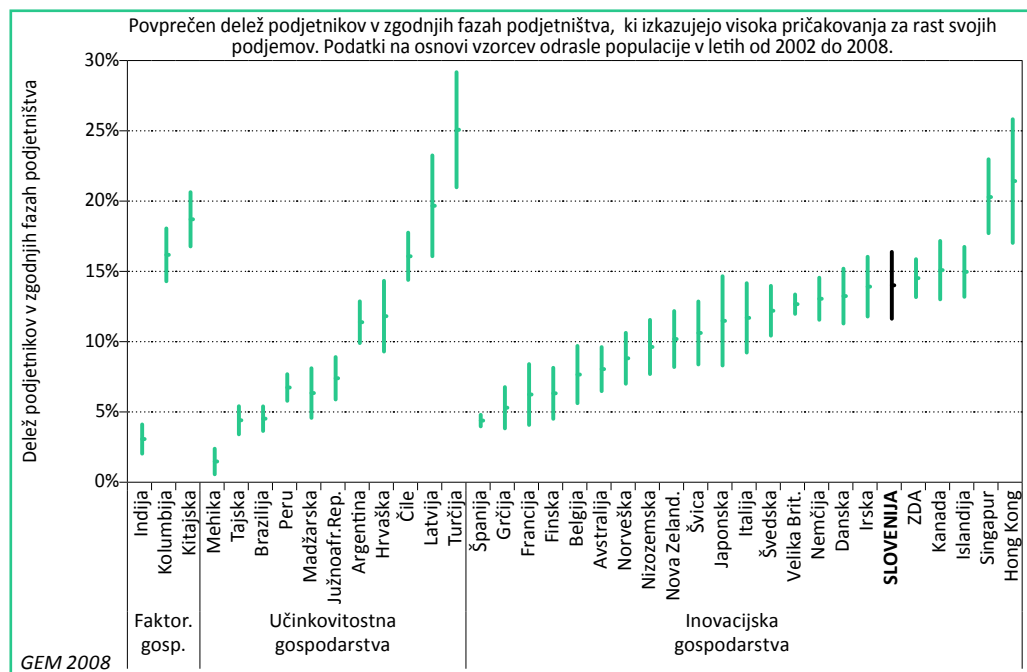
Na *Sliki 26* je prikazan **delež prebivalstva** v starosti od 18 do 64 let, ki z vidika zaposlovanja v prihodnjih petih letih v svojih podjetjih in podjetjih izkazuje visoko pričakovano rast števila zaposlenih, za vse tiste države GEM, ki so sodelovale v raziskavah od leta 2002 do 2008 oziroma imamo za njih zadovoljivo velik vzorec.



Slika 26: Povprečen delež prebivalstva, ki se vključuje v zgodnje faze podjetništva s podjetji, ki izkazujejo visoko pričakovano rast, GEM 2002–2008

Prikazan je 95%-ni interval zaupanja, katerega meji sta prikazani z dolžino navpične črte. Razlike med državami so statistično značilne med tistimi državami (pri $p < 0,05$), kjer se intervali zaupanja ne prekrivajo. Na Sliki 26 je razvidno, da v skupini inovacijskih gospodarstev po opisovani značilnosti izstopajo gospodarstva Islandije, ZDA, Nove Zelandije in Kanade, pri katerih je ta odstotek najvišji in je med 1 in 2%. Slovenija se skupaj z Veliko Britanijo, Švico, Nemčijo, Norveško in Dansko nahaja v skupini držav, ki imajo odstotek prebivalstva, ki izkazuje visoko pričakovano rast, med 0,5% in 0,8%. Na koncu lestvice v skupini inovacijskih gospodarstev so Belgija, Francija, Španija in Japonska. Med faktorskim in učinkovitostnim gospodarstvi izkazujejo najvišje odstotke prebivalstva z visoko pričakovano rastjo zaposlovanja Kitajska in Kolumbija ter Peru in Čile.

Primerjava **strukture podjetnikov** po tej značilnosti je prikazana na Sliki 27. Pri primerjavi te značilnosti ugotovljamo, da v svetovnem merilu najvišje deleže podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki izkazujejo visoka pričakovanja o rasti svojih podjetij, pričakujejo podjetniki v Hong Kongu in Singapurju v skupini inovacijskih gospodarstev, v Turčiji in Latviji v skupini učinkovitostnih gospodarstev ter Kitajska in Kolumbija med faktorskim gospodarstvi. Slovenija je v skupini inovacijskih gospodarstev glede na povprečno vrednost tega strukturnega odstotka na šestem mestu (za gospodarstvi Hong Konga, Singapurja, Islandije, Kanade in ZDA), vendar pa se večina držav v tej skupini glede na 95% interval zaupanja, statistično značilno ne razlikuje. V Sloveniji v povprečju 14% podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva izkazuje visoka pričakovanja o rasti zaposlovanja.



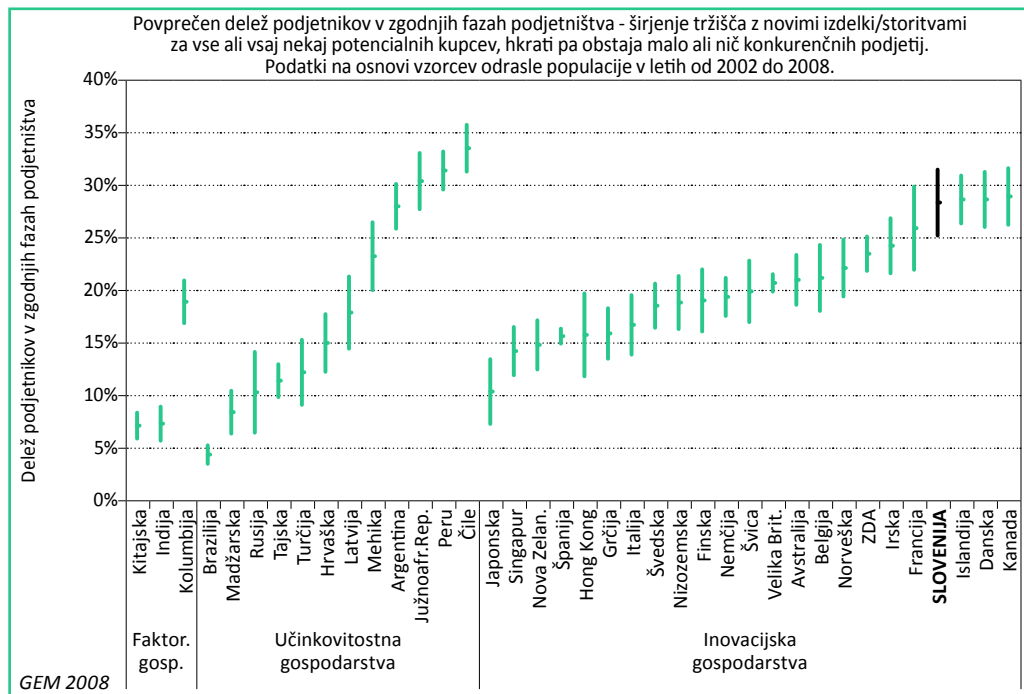
Slika 27: Povprečen delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki izkazujejo visoko pričakovano rast, GEM 2002–2008

Kot smo že zapisali, podjetniki, zlasti na začetku podjetniške poti, velikokrat pretiravajo pri ocenjevanju rasti svojih podjetij in podjetij v prihodnosti (Rebernik, Tominc in Pušnik, 2008). V Sloveniji je med nastajajočimi in novimi podjetniki v povprečju 46,6% takšnih, ki menijo, da bodo v prihodnjih petih letih zmanjšali število delovnih mest ali ohranili njihovo nespremenjeno število. Med ustaljenimi podjetji je takšnih dobrih 20% več in sicer 68,3%. Hkrati je med nastajajočimi in novimi podjetji v povprečju 75,4% takšnih, ki ocenjujejo, da bodo v prihodnjih petih letih ustvarili od 0 do največ 5 novih delovnih mest, med ustaljenimi pa je takšnih v povprečju 84,9%.

Da je v Sloveniji razkorak med nastajajočimi in novimi podjetniki na eni strani ter med ustaljenimi podjetniki na drugi strani, zelo močno izražen, smo ugotavljali že ob analizi podatkov leta 2007 (Rebernik, Tominc in Pušnik, 2008) – med nastajajočimi in novimi podjetniki je leta 2008 v povprečju 17,3% takšnih, ki pričakujejo, da bodo v prihodnjih petih letih povečali število delovnih mest za najmanj 50%, kar je hkrati tudi vsaj deset novih delovnih mest. Med ustaljenimi podjetji je takih v povprečju le 4,6%.

Kot smo že zapisali na začetku tega poglavja, smo inovacijsko naravnost glede na značilnosti storitve ali izdelka ter glede na konkurenco identificirali pri tistih posameznikih, ki so ocenili, da v okviru svojega podjetja oziroma podjetja ponujajo izdelek ali storitev, ki je nov za vse ali za večino njihovih potencialnih strank, hkrati pa so ocenili, da ponujajo izdelek ali storitev, za katerega na tržišču ne obstaja nobeno ali pa le malo konkurenčnih podjetij. Na Sliki 28 prikazujemo mero inovacijske naravnosti zgodnje podjetniške aktivnosti po državah GEM, s katero je podan odstotek podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki ocenjujejo, da njihovi podjetji izpolnjujejo zgoraj zapisane kriterije.

V skupini inovacijskih gospodarstev so glede na povprečno vrednost tega strukturnega odstotka pred Slovenijo, ki je na četrtem mestu z 28,4%, še Islandija, Danska in Kanada, medtem ko so na drugi strani lestvice v skupini inovacijskih gospodarstev predvsem azijske države.



Slika 28: Povprečen delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva - širjenje tržišča z novimi izdelki/storitvami za vse ali vsaj nekaj potencialnih kupcev, hkrati pa obstaja malo ali nič konkurenčnih podjetij, GEM 2002–2008

Deleži, ki so podani na Sliki 28, tako združujejo dve značilnosti podjetniške aktivnosti: novost izdelkov in obstoj konkurence ponudnikov na tržišču. Seveda ni mogoče pričakovati, da sta obe značilnosti enakomerno razporejeni v vseh sodelujočih državah. Oba obravnavana vidika inovacijske naravnosti pa sta nedvomno močno vezana na konkretno okolje in zelo različna v posameznih gospodarstvih. Tako novost izdelkov v eni državi lahko pomeni čisto nekaj drugega kot pa v državi, ki je na primer tehnološko in razvojno na drugačni stopnji. Prav tako je tudi glede razvitosti tržišča in s tem obstoja konkurenčnih podjetij oziroma ponudnikov. Deloma smo to dejstvo upoštevali, ko smo države razdelili v tri skupine glede na stopnjo, v kateri se po nekaterih značilnostih nahaja narodno gospodarstvo, še vedno pa je seveda mogoče, da nekatere od držav dosegajo visok delež bodisi zaradi tega, ker je na tržišču relativno malo novih izdelkov ali storitev, bodisi zato, ker je stopnja razvitosti konkurence na tržišču nizka.

V Sloveniji je med nastajajočimi in novimi podjetji v povprečju 10,53% takšnih, ki ocenjujejo, da na tržišču ni konkurenčnih podjetij, med ustaljenimi pa je takšnih v povprečju 3,75%. Prav tako tudi glede novosti ponujanih izdelkov in storitev ugotavljamo, da nastajajoči in novi podjetniki v večji meri kot ustaljeni ocenjujejo, da širijo tržišče z novimi izdelki in storitvami. Med nastajajočimi in novimi podjetji je takih 15,42% podjetnikov, med ustaljenimi pa v povprečju 13,26%.

Inovacijsko naravnost glede uporabljene tehnologije smo identificirali pri tistih posameznikih, ki so ocenili, da v okviru svojega podjetja ali podjetja uporabljajo tehnologije oziroma postopke, ki so na voljo manj kot eno leto. Med nastajajočimi in novimi podjetji smo leta 2008 v povprečju lahko v to kategorijo uvrstili 9,8% podjetij oziroma podjetij, med ustaljenimi pa 4,2%. Leta 2008 je tako Slovenija uvrščena med inovacijska gospodarstva na sredino lestvice. V tej skupini držav sta leta 2008 na vodilnem mestu Grčija (22,67%) ter Francija. V svetovnem merilu je razviden bistveno višji odstotek nastajajočih in novih podjetnikov, ki ocenjujejo, da uporabljajo najnovejšo tehnologijo, v skupini faktorskih gospodarstev, kjer je na vodilnem mestu Čile (33,55%), pa tudi v skupini učinkovitostnih gospodarstev, kjer sta na vrhu lestvice Indija (27,77%) ter Makedonija.

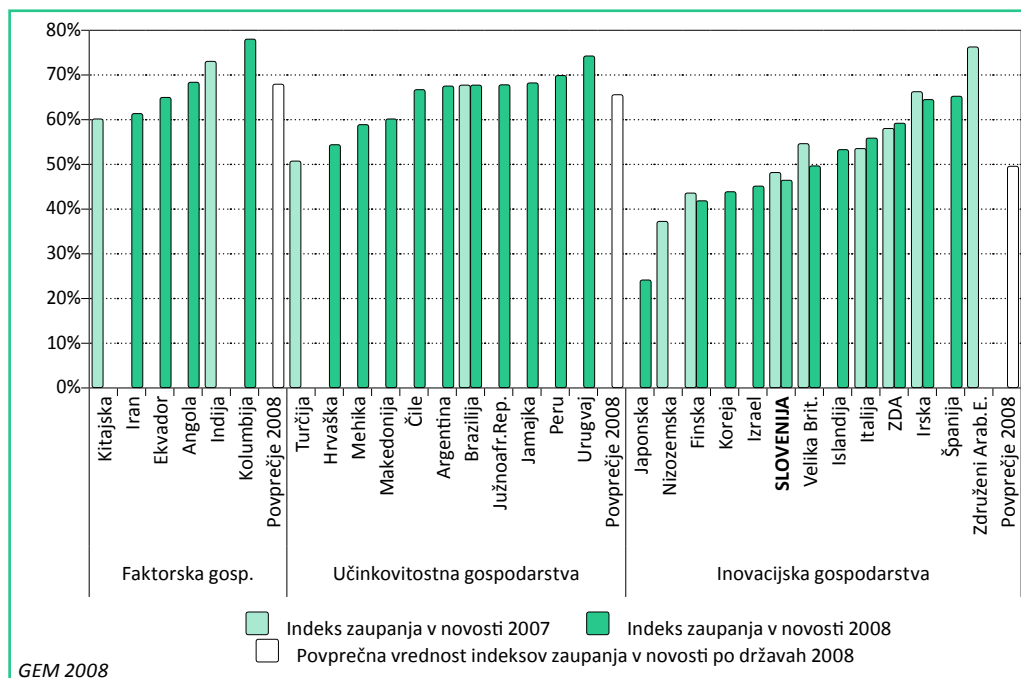
Tudi v tem primeru menimo, da je potrebno rezultate ocenjevati zelo previdno. Kot smo že ugotavljali (Rebernik, Tominc in Pušnik, 2008), je lahko ocena podjetnikov, da uporabljajo najnovejšo tehnologijo, povezana z dejstvom, da v tehnološko nerazvitem gospodarstvu neka tehnologija predstavlja novost, čeprav je v kakšnem drugem gospodarstvu ista tehnologija že dobro znana, lahko celo že zastarela. Predpostavke o enakem nivoju ponudbe novih izdelkov in storitev, enakem nivoju stopnje konkurence in enake tehnološke razvitosti gospodarskih sistemov v tako različnih gospodarstvih, kot jih imajo države, vključene v GEM raziskavo, zagotovo ni mogoče sprejeti.

Leta 2007 je bila v okviru raziskave GEM prvič opravljena raziskava zanimive trditve (Bhide, 2006; Bosma et al., 2007), da je deloma mogoče iskati vzrok za uspešnejši ekonomski razvoj gospodarstva ZDA v primerjavi z Evropo v tem, da Američani v povprečju bolj odprto sprejemajo novosti na tržišču. V tem delu raziskave je nato leta 2007 sodelovalo 12 držav, med njimi tudi Slovenija, leta 2008 pa se je temu delu raziskave pridružilo 26 držav.

Zgornja trditev temelji na ugotovitvi, da inovativni podjetniki potrebujejo potrošnike, ki so pripravljeni kupovati nove izdelke in storitve ter so pripravljeni uporabljati izdelke in storitve, ki jih podjetniki, nagnjeni k inovativnosti, proizvajajo z najnovejšimi tehnologijami. Potrošniki, ki takšno inovativnost sprejemajo, verjamejo, da bodo inovacije izboljšale njihovo življenje. V raziskavi GEM smo tako vse prebivalce, ki so odgovarjali na anketni vprašalnik, povprašali tudi o teh treh dimenzijah njihove nagnjenosti k sprejemanju novosti in sicer, ali se strinjajo s trditvami (na pet-stopenjski lestvici od 1 – močno se strinjam, 2 – se strinjam, ..., do 5 – močno se ne strinjam; pri izračunu deleža tistih, ki se strinjajo s trditvijo, smo upoštevali tiste, ki so odgovorili z 1 ali 2):

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

Za skupno mero nagnjenosti k sprejemanju novosti v posamezni državi smo opredelili povprečen odstotek tistih, ki so se strinjali s posameznimi trditvami in ga imenovali »Indeks zaupanja v novosti«, ki je prikazan na *Sliki 29*.



Slika 29: Indeks zaupanja v novosti, GEM 2007 in GEM 2008

Na Sliki 29 je razvidno, da se indeks zaupanja v novosti med sodelujočimi državami zelo razlikuje, celo v posamezni skupini držav, hkrati pa je v povprečju nižji v razvitejših državah. V svetovnem merilu ugotavljamo, da je v gospodarstvih z višjo vrednostjo indeksa zaupanja v novosti v povprečju tudi višja stopnja vključevanja prebivalstva v podjetništvo (korelacijski koeficient je enak 0,642, $p=0,000$). Hkrati je indeks srednje močno negativno koreliran s povprečno starostjo delovno aktivnega prebivalstva (korelacijski koeficient je enak -0,603, $p=0,001$).

V Sloveniji je v povprečju 53,1% odraslega prebivalstva mnenja, da bodo v prihodnjih šestih mesecih verjetno kupili izdelke ali storitve, ki so novi na tržišču, nekoliko manj, 48,4% jih je mnenja, da bodo v prihodnjih šestih mesecih verjetno prvič preizkusili izdelke ali storitve, kjer uporabljajo najnovejše tehnologije, le 39,3% pa jih je mnenja, da bodo novi izdelki ali storitve izboljšali njihovo življenje.

Ugotavljamo lahko, da je leta 2008 Slovenija ponovno ena izmed redkih držav, kjer je delež prebivalstva, ki bo kupil nove izdelke in storitve in ki bo preizkusil izdelke ali storitve, pridobljene s pomočjo najnovejših tehnologij, višji od deleža ljudi, ki pričakujejo, da bodo novi izdelki in storitve izboljšali njihovo življenje. Leta 2008 je ta razkorak še za nekaj dodatnih odstotnih točk večji kot leta 2007. Tako ponovno ugotavljamo, da nizka stopnja pričakovanih koristi od novih izdelkov in storitev kaže, da ljudje pravzaprav pričakujejo, da novi izdelki in storitve, ki jih bodo kupili in preizkusili, ne bodo hkrati nujno tudi izboljšava v njihovem življenju. Za zmožnost sprejemanja novih izdelkov, storitev in tehnologij se zdi odločilnega pomena zaupanje v pričakovane koristi, ki ga je v Sloveniji v povprečju manj kot v večini drugih sodelujočih držav.

Podjetniško izobraževanje in usposabljanje

4.1. Uvod

V desetletnem raziskovanju podjetništva v okviru raziskave GEM v svetu in v sedemletnem sodelovanju Slovenije v raziskavi GEM so nacionalni izvedenci pri analiziranju pogojev za podjetništvo v družbenem in ekonomskem okolju posamezne države vedno zelo pomembno vlogo pripisali izobraževanju in usposabljanju za podjetništvo, in to na vseh stopnjah formalnega izobraževanja. V modelu GEM je izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo eden izmed pogojev iz okvirja podjetniških pogojev v družbenem in ekonomskem okolju, ki pogojujejo stopnjo podjetniške zmogljivosti ter aspiracij po razvijanju in rasti podjetmov med prebivalstvom, kar je nato povezano s stopnjo nastajanja novih podjetij v gospodarstvu.

Hkrati so nacionalni izvedenci kot slabost pogosto izpostavljali odsotnost tovrstnega izobraževanja izven formalnih programov izobraževanja (Bosma et al., 2009). Tako so nacionalni izvedenci v Sloveniji leta 2007 menili, da v Sloveniji poučevanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah ne spodbuja ustvarjalnosti, neodvisnosti in osebne iniciative, ne zagotavlja primerne opozarjanja na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij in ne zagotavlja primernega poznavanja načel tržnega gospodarstva, saj so tem elementom namenili povprečno oceno le 2,3 na lestvici od ena do pet. Povprečna ocena izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo po srednji šoli v Sloveniji je bila nekoliko višja, a še vedno samo 2,9 (Rebernik, Tominc in Pušnik, 2008).

Prav zaradi tega je bila za leto 2008 tema o podjetniškem izobraževanju in usposabljanju izbrana kot posebna tema v okviru raziskave GEM, da bi jo osvetlili ne le skozi poglede nacionalnih izvedencev, temveč tudi z vpogledom v stališča, mnenja in izkušnje odraslega prebivalstva.

Leta 2008 se je 38 držav vključilo v raziskovanje te teme v okviru raziskave odraslega prebivalstva, med njimi tudi Slovenija. Z odgovori anketiranih smo želeli analizirati obseg izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo, tako v okviru formalnega izobraževanja v šolskem sistemu kot tudi različnega drugega podjetniškega izobraževanja. Hkrati so tudi letos nacionalni izvedenci v 31 sodelujočih državah ocenjevali stopnjo podjetniškega izobraževanja in usposabljanja v njihovi državi, poleg tega pa so ocenjevali tudi potrebe podjetnikov v zgodnjih fazah podjetni-

štva po pomoči pri planiranju podjetniške aktivnosti ter razpoložljivost take pomoči zunaj sistema formalnega izobraževanja. Na osnovi njihovih mnenj smo oblikovali oceno »kvalitete« izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v državi. Z obema vrstama virov primarnih podatkov (nacionalni izvedenci in odraslo prebivalstvo) je v raziskavi sodelovalo 28 držav, med njimi je bila tudi Slovenija.

V nadaljevanju bomo ločeno prikazali ugotovitve na temelju podatkov, ki smo jih pridobili od nacionalnih izvedencev in odraslega prebivalstva. Gre namreč za dve ločeni skupini podatkov, ki jih ne smemo mešati med seboj, saj gre pri nacionalnih izvedencih za manjšo skupino ciljno izbranih posameznikov, pri odraslih prebivalcih pa za reprezentativen vzorec odraslega prebivalstva v Sloveniji.

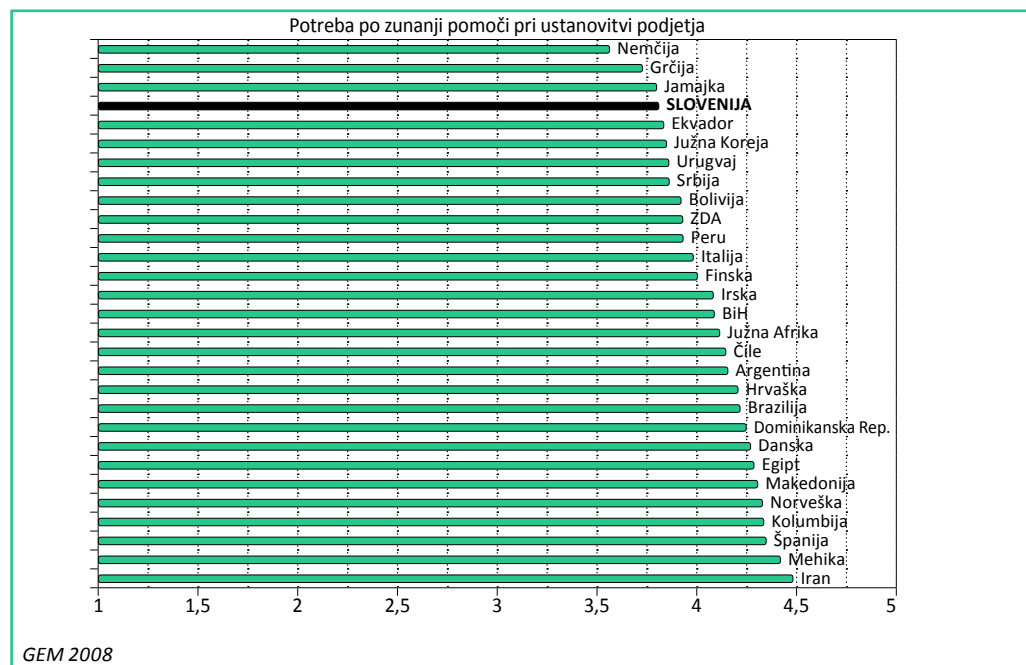
4.2. IZOBRAŽEVANJE IN USPOSABLJANJE ZA PODJETNIŠTVO V OČEH NACIONALNIH IZVEDENCEV

Primarne podatke za obravnavo tega področja smo pridobili v okviru anketiranja nacionalnih izvedencev. Podrobni rezultati analize ocen nacionalnih izvedencev so povzeti v naslednjem poglavju, na tem mestu pa analiziramo samo izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo. Nacionalni izvedenci so s tega področja ocenjevali:

- *Izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah*, in sicer koliko
 - poučevanje v osnovnih in srednjih šolah spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo,
 - poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno poznavanje načel tržnega gospodarstva,
 - poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij.
- *Izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli*, in sicer ali
 - višje in visoke strokovne šole ter univerze zagotavljajo dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in rast novih podjetij,
 - je poslovno in managersko izobraževanje na ravni, ki zagotavlja dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in rast novih podjetij,
 - izobraževalni sistemi poklicnega, strokovnega in dopolnilnega izobraževanja zagotavljajo dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in rast novih podjetij.
- *Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v državi izven šolskega sistema*, in sicer ali
 - potrebujejo podjetniki na splošno zunanjo pomoč preden ustanovijo svoje podjetje,
 - je dovolj javnih in/ali zasebnih centrov ali agencij, ki lahko neodvisno od formalnih izobraževalnih sistemov zagotovijo posameznikom primerno izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo.

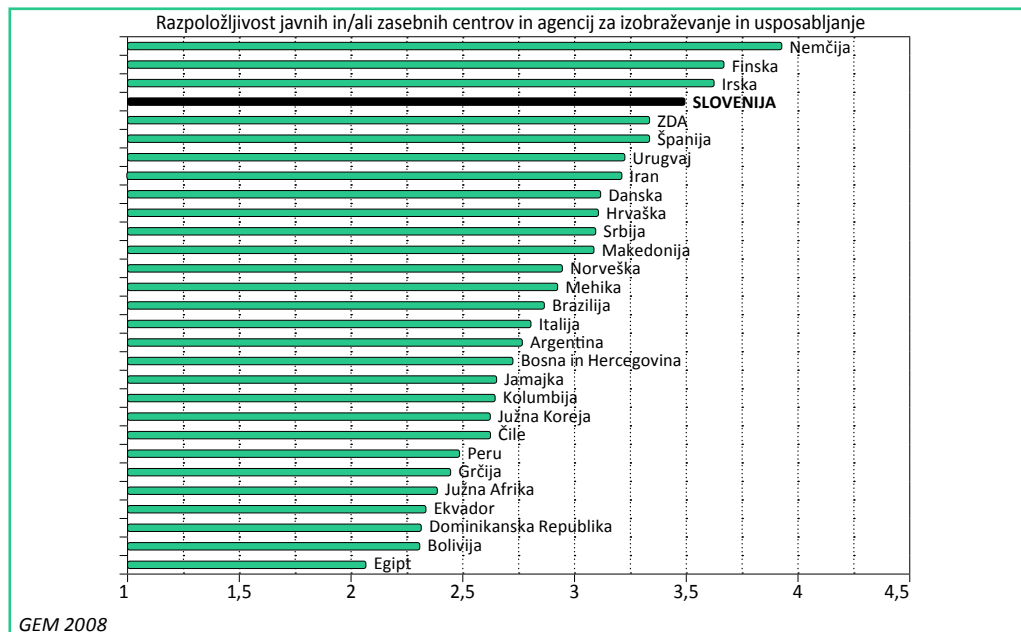
Izvedenci so navedene sklope ocenjevali na lestvici od ena do pet. V nadaljevanju prikazujemo nekaj njihovih stališč. Večina izvedencev je bila sicer mnenja, da večina podjetnikov v Sloveniji potrebuje zunanjo pomoč, preden ustanovijo podjetje (ocena 3,81). Vendar pa je njihova ocena nižja od povprečja v GEM državah (*Slika 30*), kar pomeni, da slovenski izvedenci nekoliko bolj

zaupajo znanju in sposobnostim podjetnikov za ustanovitev podjetja v Sloveniji kot zaupajo izvedenci GEM podjetnikom v svoji državi. Večje zaupanje v podjetnike kot slovenski izvedenci so izrazili le izvedenci v Nemčiji, Grčiji in na Jamajki. Sicer pa izvedenci v vseh sodelujočih državah menijo, da podjetniki v njihovi državi prej da kot ne potrebujejo zunanjo pomoč preden ustanovijo podjetje, saj so vse povprečne ocene višje od 3, najvišja je v Iranu in sicer 4,47.



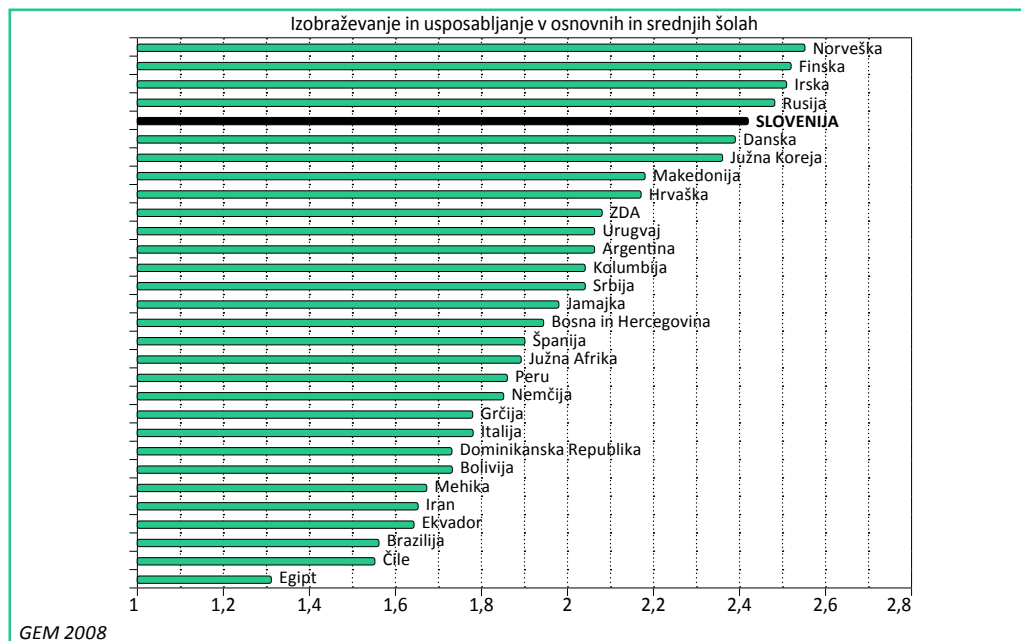
Slika 30: Ocena potreb po zunanji pomoči pri ustanovitvi podjetja v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008

Izvedenci tudi menijo, da prej drži kot ne, da je v Sloveniji dovolj javnih in/ali zasebnih centrov in agencij, ki lahko neodvisno od formalnega izobraževalnega sistema zagotovijo posameznikom primerno izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo. Razpoložljivost teh institucij ocenjujejo v povprečju bistveno bolje kot ocenjujejo izvedenci razpoložljivost institucij neformalnega izobraževanja za podjetništvo v njihovi državi v drugih GEM državah: Slovenija je po tem kriteriju uvrščena na četrto mesto med GEM državami. Bolje kot v Sloveniji ocenjujejo razpoložljivost institucij neformalnega izobraževanja za podjetništvo le v Nemčiji, na Finskem in na Irskem. Najslabše razvito mrežo centrov in agencij pa imajo sodeč po percepcijah njihovih izvedencev v Egiptu, Boliviji in Dominikanski republiki (Slika 31).



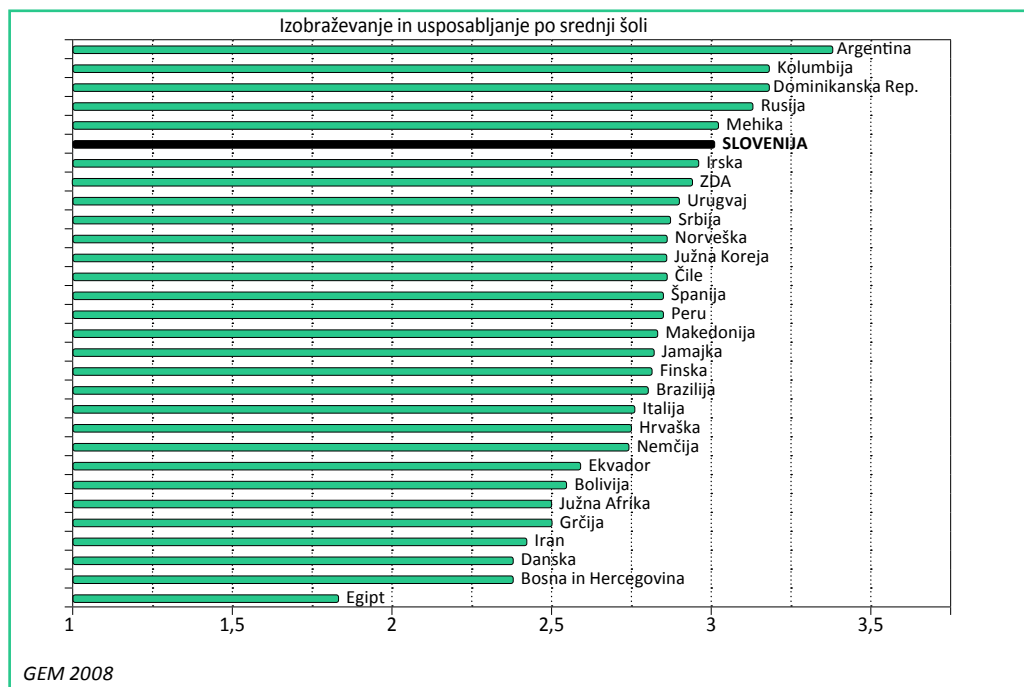
Slika 31: Ocena razpoložljivosti javnih in/ali zasebnih centrov in agencij, ki zagotavljajo primerno izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008

Precej bolj kritični pa so bili izvedenci do izobraževanja v osnovnih in srednjih šolah (Slika 32) ter po srednji šoli (Slika 33). Izvedenci so kritični do tovrstnega izobraževanja in usposabljanja v Sloveniji, a še vedno manj kritični, kot so v povprečju nacionalni izvedenci do izobraževanja in usposabljanja v svoji državi v drugih GEM državah.



Slika 32: Ocena izobraževanja in usposabljanja v osnovnih in srednjih šolah v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008

Kot vidimo, so najboljše ocenili svoje osnovnošolsko in srednješolsko izobraževanje Norvežani, Finci in Irci. Najslabše je s tem v državah, ki jih uvrščamo v factorska gospodarstva, še zlasti v Egiptu, ki je od svojih ocenjevalcev dobil izrazito nizko oceno.



Slika 33: Ocena izobraževanja in usposabljanja po srednji šoli v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008

Gornje ocene je podala skupina posameznikov, za katere smo predpostavljali, da so zaradi svoje strokovne naravnosti, poklicne usmerjenosti in praktičnih izkušenj seznanjeni z dogajanjem na področjih, ki so pomembna za podjetništvo. V nadaljevanju si pogledjmo, kako podjetniško izobraževanje in usposabljanje ocenjujejo odrasli prebivalci, predvsem pa v katere vrste izobraževanja so bili vključeni.

4.3. UDELEŽBA PREBIVALSTVA V PODJETNIŠKEM IZOBRAŽEVANJU IN USPOSABLJANJU

Anketirane smo vprašali, če so se kdaj udeležili usposabljanja, kako ustanoviti podjetje ali pričeti nov posel v okviru izobraževanja v času vključenosti v formalni šolski sistem v osnovni ali srednji šoli, ali pa so se morda udeležili katere od naslednjih oblik podjetniškega izobraževanja in usposabljanja po svojem končanem rednem osnovnošolskem ali srednješolskem izobraževanju in sicer:

- izobraževanje na fakulteti ali univerzi, v okviru formalnega ali neformalnega izobraževanja;
- izobraževanje, organizirano s strani gospodarskih združenj, ki zastopajo svoje skupne interese in dobrobit podjetij članic, kot na primer Gospodarska zbornica in druga gospodarska združenja;
- izobraževanje, organizirano s strani državnih institucij;

- izobraževanje, organizirano s strani delodajalca;
- neformalno izobraževanje o tem, kako ustanoviti podjetje ali pričeti nov posel, na primer branje literature v prostem času, opazovanje drugih podjetnikov, ali pomoč pri poslih, ki jih je ustanovil nekdo drug;
- kakšne druge oblike usposabljanja o ustanovitvi podjetja ali pričetku novega posla, ki jo je izvedla katera druga organizacija ali združenje;
- izobraževanje prek interneta.

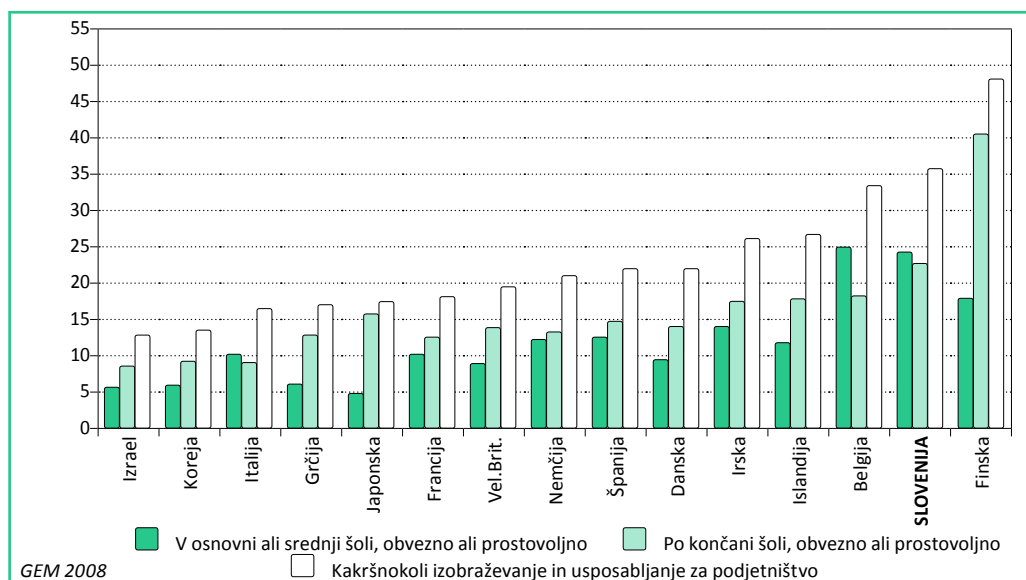
Pri vsaki od navedenih oblik nas je tudi zanimalo, če je šlo za prostovoljno ali obvezno izobraževanje (na primer izobraževanje na delovnem mestu).

Tabela 11: Delež odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let, ki so se udeležili podjetniškega izobraževanja v osnovni ali srednji šoli, ali pa po končani šoli

	V osnovni ali srednji šoli, obvezno ali prostovoljno	Po končani šoli, obvezno ali prostovoljno	Kakršnokoli izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo
Faktorska gospodarstva			
Bolivija	10,6	14,2	19,1
BiH	13,5	10,6	19,9
Kolumbija	23,2	29,4	40,0
Ekvador	20,4	15,6	27,2
Egipt	4,7	4,2	7,5
Indija	5,0	10,8	13,1
Iran	15,4	19,5	28,9
Povprečje	13,3	14,9	22,2
Učinkovitostna gospodarstva			
Argentina	9,6	10,9	17,4
Braziliya	5,3	6,6	9,4
Čile	25,3	32,7	42,5
Hrvaška	19,7	15,6	27,6
Dominikanska rep.	5,3	4,0	7,7
Madžarska	17,1	10	24,4
Jamajka	16,0	9,3	21,0
Latvija	14,5	19,1	28
Makedonija	12,6	10,9	19,1
Mehika	9,5	9,5	15,5
Peru	14,4	24,7	29,6
Romunija	5,5	4,6	8,0
Srbija	3,0	7,6	10,2
Južnoafriška rep.	9,3	9,0	13,8
Turčija	2,5	4,2	6,3
Urugvaj	10,7	18,4	24,1
Povprečje	11,3	12,3	19,0
Inovacijska gospodarstva			
Belgija	25,0	18,2	33,3
Danska	9,5	14,0	22,0
Finska	17,9	40,4	47,9

	V osnovni ali srednji šoli, obvezno ali prostovoljno	Po končani šoli, obvezno ali prostovoljno	Kakršnokoli izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo
Francija	10,2	12,5	18,1
Nemčija	12,3	13,2	21
Grčija	6,1	12,9	17
Islandija	11,8	17,8	26,7
Irska	14	17,5	26,1
Izrael	5,8	8,6	12,8
Italija	10,2	9,1	16,5
Japonska	4,9	15,7	17,4
Koreja	5,9	9,2	13,6
SLOVENIJA	24,3	22,6	35,7
Španija	12,5	14,7	21,9
Velika Britanija	8,9	13,8	19,5
Povprečje	11,9	16	23,3

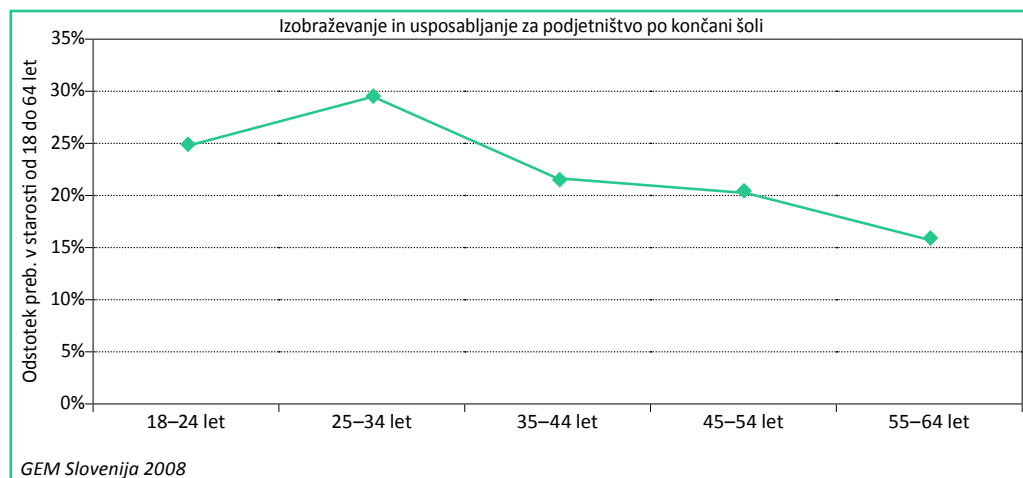
V skupini inovacijskih gospodarstev zavzema Slovenija zelo visoko mesto, saj je v okviru formalnega (obveznega ali prostovoljnega) izobraževanja v osnovni ali srednji šoli v Sloveniji v povprečju v podjetniško izobraževanje in usposabljanje vključenih 24,3% ljudi, tako da je Slovenija na drugem mestu, takoj za Belgijo in pred Finsko (Tabela 11). Vendar pa je Slovenija skupaj z Belgijo in Italijo tudi edina država v tej skupini, v kateri je v podjetniško izobraževanje in usposabljanje po končani šoli vključenih v povprečju manj ljudi, kot pa v okviru osnovnošolskega in srednješolskega izobraževanja. Medtem ko se je na Finskem odstotek ljudi, ki se v podjetniško izobraževanje vključijo po srednji šoli, več kot podvoji, v Sloveniji v povprečju pade za skoraj dve odstotni točki. Države v skupini inovacijskih gospodarstev so glede na opisane značilnosti prikazane na Sliki 34.



Slika 34: Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, GEM inovacijska gospodarstva

V državah obstajajo tudi znatne razlike med posameznimi skupinami prebivalstva. V večini držav odstotek ljudi, ki so bili kadarkoli vključeni v podjetniško izobraževanje in usposabljanje, v povprečju s starostjo pada, razen na Japonskem, kjer ta odstotek s starostjo narašča.

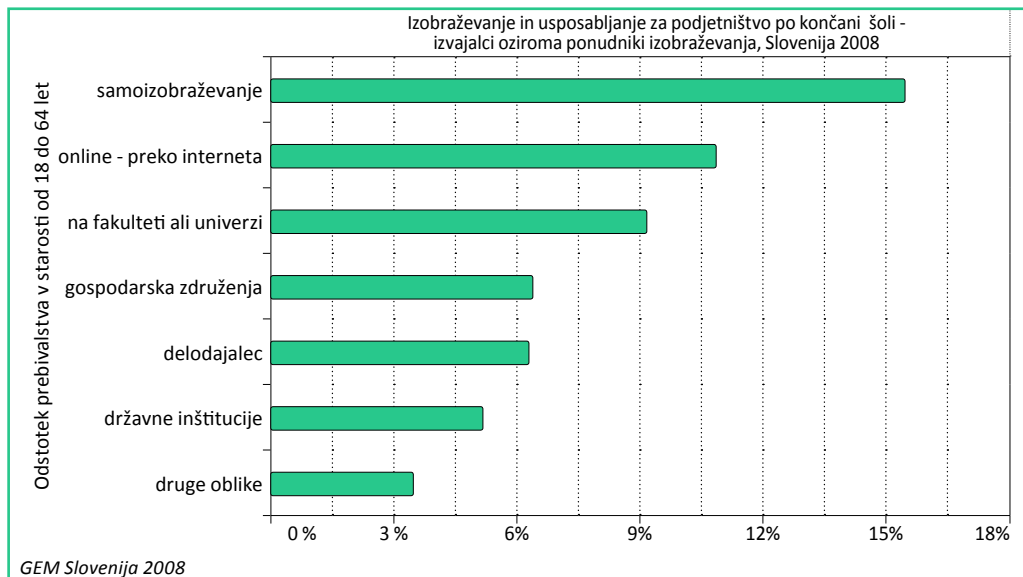
V Sloveniji je odstotek ljudi, ki so se kadarkoli udeležili podjetniškega izobraževanja in usposabljanja po starostnih skupinah, usklajen s povprečno stopnjo podjetniške aktivnosti prebivalstva – v podjetništvo v zgodnjih fazah podjetništva je vključenih največ ljudi v starosti od 25 do 34 let, prav tako pa je tudi glede podjetniškega izobraževanja po končani šoli, kot je prikazano na *Sliki 35*. V starostni skupini od 25 do 34 let se je v tovrstno izobraževanje vključilo v povprečju 29,74% ljudi, nato pa ta odstotek s starostjo upada.



Slika 35: Kakršnokoli izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo po končani šoli v Sloveniji

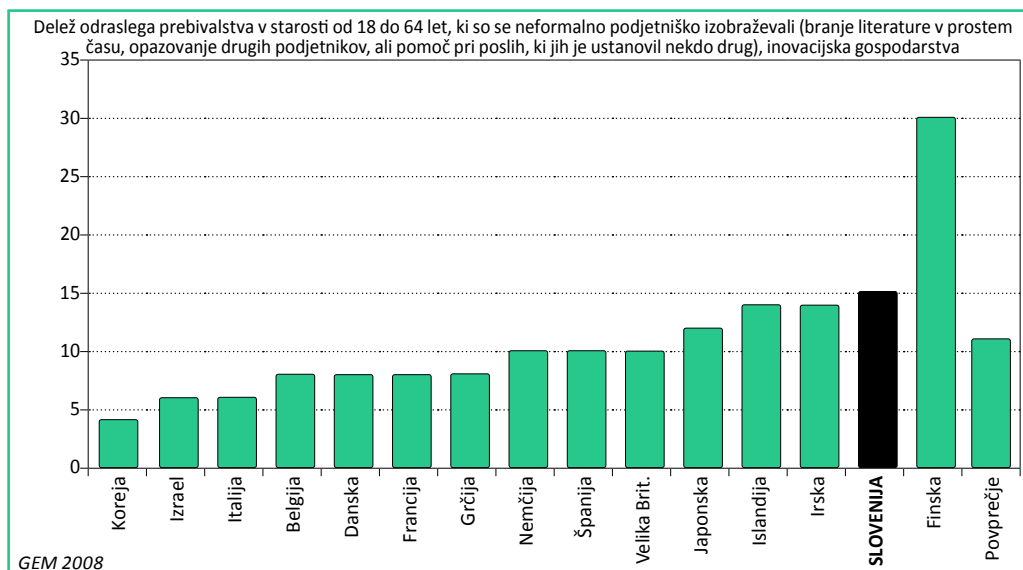
Opazne so tudi razlike med moškimi in ženskami. V skupini inovacijskih gospodarstev je 73% držav takšnih, da je odstotek moških, ki so bili deležni podjetniškega usposabljanja in izobraževanja po končani šoli, statistično značilno višji od odstotka žensk. V Sloveniji se je podjetniškega izobraževanja in usposabljanja v povprečju udeležilo 23,92% moških ter 21,26% žensk (razlika med obema spoloma je statistično značilna pri stopnji tveganja $p=0,08$). Razlika absolutno gledano ni visoka, kljub temu pa so moški v Sloveniji bistveno bolj samozavestni od žensk v prepričanju, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za ustanovitev svojega podjetja. V povprečju je v tovrstno lastno znanje prepričanih kar 60,83% moških in le 40,11% žensk (razlika je statistično značilna pri $p < 0,01$).

Na *Sliki 36* so prikazani deleži prebivalstva v starosti od 18 do 64 let v Sloveniji, ki so se udeležili podjetniškega izobraževanja in usposabljanja in sicer glede na izvajalca oziroma ponudnika takega izobraževanja. Pri analizi rezultatov ugotavljamo, da ljudje v veliki meri izbirajo pri svojem podjetniškem izobraževanju več različnih možnosti, tako v svetu kot v Sloveniji pa prevladujejo različne oblike neformalnega izobraževanja in spletnega (on – line) izobraževanja.



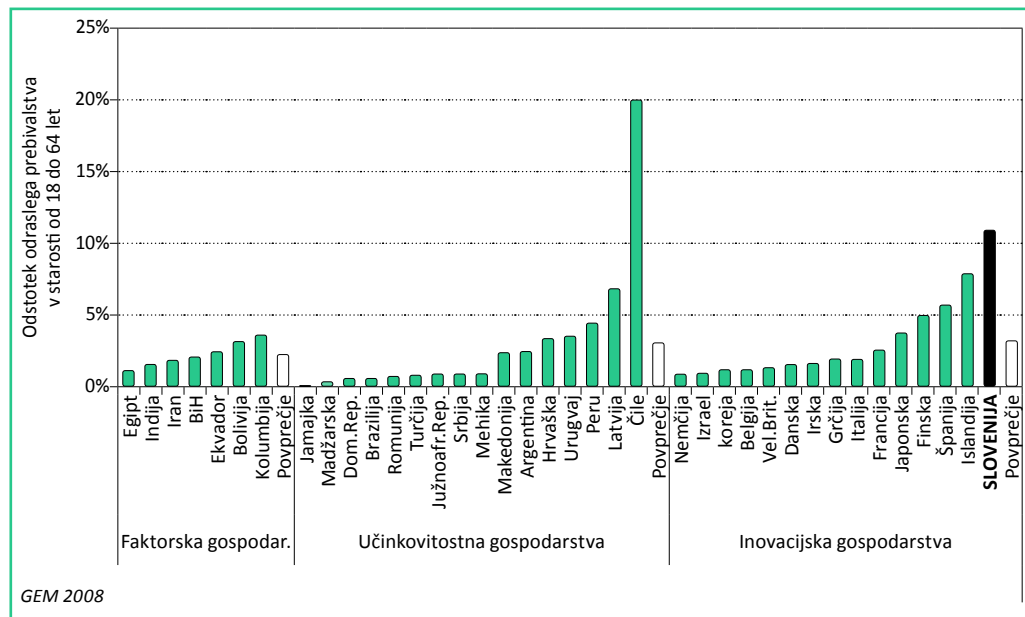
Slika 36: Oblike izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo po končani šoli v Sloveniji - izvajalci oziroma ponudniki izobraževanja

So pa v Sloveniji nadpovprečno (glede na druge države v skupini inovacijskih gospodarstev) bolj pogoste oblike lastnega samoizobraževanja – neformalno izobraževanje o tem, kako ustanoviti podjetje ali pričeti nov posel, na primer branje literature v prostem času, opazovanje drugih podjetnikov, ali pomoč pri poslih, ki jih je ustanovil nekdo drug. Tako je v Sloveniji kar 15,51% anketiranih na tak način pridobivalo znanje in izkušnje za ustanovitev svojega podjetja, pred Slovenijo je le Finska s 30%, medtem ko je povprečen odstotek v skupini enak 11%, kar je prikazano na Sliki 37.



Slika 37: Delež odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let v inovacijskih gospodarstvih, ki so se neformalno podjetniško izobraževali

V primerjavi z drugimi državami iz skupine inovacijskih gospodarstev tako ugotavljamo, da se v Sloveniji ljudje zavedajo pomena podjetniškega izobraževanja in usposabljanja, saj v veliki meri iščejo to znanje, a zlasti v obliki samoizobraževanja – različnih oblik neformalnega izobraževanja ter spletnega izobraževanja. Podobno je tudi pri spletnem izobraževanju, kjer je v Sloveniji kar 10,84% anketiranih pridobivalo svoje izkušnje in znanje za podjetništvo, kar je največ v skupini inovacijskih gospodarstev, v svetovnem merilu v celoti pa je odstotek višji le v Čilu (20%), kar je prikazano na *Sliki 38*.



Slika 38: Delež odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let, ki so se podjetniško izobraževali na spletu

V svetovnem merilu (Bosma et al., 2009) ugotavljamo, da je povezava med izobraževanjem in usposabljanjem za podjetništvo ter med podjetniškimi zmogljivostmi prebivalstva ter njihovo podjetniško aktivnostjo v splošnem pozitivna, vendar zelo kompleksna ter pravzaprav v vsaki državi kaže svoje specifične posebnosti.

Za analizo medsebojne povezanosti med izobraževanjem in usposabljanjem za podjetništvo na eni strani ter zaupanjem v lastno znanje, potrebno za ustanovitev podjetja, zaznavanjem poslovnih priložnosti ter strahu pred neuspehom na drugi strani, smo pri analizi položaja v Sloveniji iz analize najprej izločili vse, ki so že vključeni v zgodnje faze podjetništva ali pa spadajo med ustaljene podjetnike, ter tako izločili možnost pristranskih ocen, do katerih bi lahko prišlo, če bi v analizo vključili tudi podjetniško že aktivne ljudi.

V Sloveniji je povezava med zgoraj opisanimi spremenljivkami pravzaprav zelo jasno izražena. Tisti, ki so se podjetniško izobraževali v šoli, tako obvezno ali prostovoljno, in tisti, ki so se podjetniško izobraževali po končanem šolanju, v povprečju tudi statistično značilno ($p < 0,10$) bolj zaupajo v lastno znanje ter sposobnosti, potrebne za ustanovitev podjetja ter tudi menijo, da se bodo v bližnji prihodnosti v njihovem okolju pojavile dobre poslovne priložnosti ($p < 0,10$). Strah pred neuspehom pa je statistično značilno ($p < 0,10$) manjši le pri tistih, ki so se podjetniško izobraževali po končanem formalnem šolanju. Korelacijski koeficienti so prikazani v *Tabeli 12*.

Tabela 12: Povezanost med podjetniškim izobraževanjem in usposabljanjem in nekaterimi dejavniki podjetništva – korelacijski koeficienti in stopnje značilnosti

	Strah pred neuspehom	Znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo	Zaznavanje poslovnih priložnosti
Izobraževanje v šoli – prostovoljno	-0,016 p = 0,6	0,222** p = 0,000	0,067* p = 0,054
Izobraževanje v šoli – obvezno	-0,013 p = 0,6667	0,054* p = 0,079	0,111** p = 0,001
Izobraževanje po končanem šolanju	-0,053* p = 0,087	0,259** p = 0,000	0,074** p = 0,032

*korelacijski koeficient statistično značilen od 0 različen pri stopnji signifikantnosti $p < 0,10$

**korelacijski koeficient statistično značilen od 0 različen pri stopnji signifikantnosti $p < 0,05$

Takšna slika je tudi razumljiva, saj je strah pred neuspehom zagotovo močno povezan s kulturnimi in družbenimi normami, ki vladajo v okolju in z družbeno obsodbo podjetniškega neuspeha. Področje kulturnih in družbenih norm, kot je opisano v naslednjem poglavju te monografije, je področje, kjer Slovenija relativno slabo izkazuje podporo podjetništvu, saj so v smislu podpore podjetništvu kulturne in družbene norme ocenjene s povprečno oceno 2,31, kar je na predzadnjem mestu vseh podjetniških okvirov v Sloveniji.

Podjetniško okolje v Sloveniji

5.1. UVOD

Podjetniško okolje proučujemo v raziskavi GEM na osnovi primarnih podatkov o tako imenovanih *okvirnih pogojih za podjetništvo*. Gre za različne vidike in dimenzije celotnega spleta dejavnikov okolja, ki v posamezni državi vplivajo na odločitev posameznikov o ustanavljanju podjetij in na razvoj podjetništva. To so:

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

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

- stanju okvirnih pogojev za podjetništvo (sklopi trditev od A do I),
- motivaciji in priložnostih za ustanovitve podjetij (sklopi trditev od K do N),
- podpori ženskam pri ustanovitvi podjetij (sklop trditev P),
- podpori za hitro rastoče podjetniške pobude (sklop trditev Q),
- inovativnosti podjetniških pobud v njihovi državi (sklop trditev R).

Vprašalnik GEM 2008 za Slovenijo tvorijo trije deli. Prvi del vprašalnika je namenjen pridobivanju mnenj izvedencev o posameznih okvirnih pogojih za podjetništvo. Oceno podjetniških okvirov smo dobili tako, da smo na osnovi odgovorov v vprašalniku proučili, v kolikšni meri se izvedenci strinjajo z 88 trditvami, ki opisujejo okvirne pogoje za podjetništvo. V drugem delu vprašalnika so izvedenci izrazili svoje mnenje o dejavnikih, ki zavirajo in pospešujejo podjetništvo v Sloveniji, ter o ukrepih, s katerimi bi bilo mogoče podjetništvo po njihovem mnenju spodbuditi. Izvedencem smo zastavili tri vprašanja: (1) kateri so po vašem mnenju trije najpomembnejši podjetniški okviri, ki *zavirajo* podjetništvo v Sloveniji, (2) kateri so po vašem mnenju trije najpomembnejši podjetniški okviri, ki *prispevajo* k podjetniški aktivnosti v Sloveniji, ter (3) kateri so po vašem mnenju trije najpomembnejši podjetniški okviri, kjer bi bilo predvsem treba *ukrepati*, da bi lahko povečali podjetniško aktivnost v Sloveniji. Tretji del vprašalnika pokriva standardne socio-demografske značilnosti in delovne izkušnje izvedenca kot so spol, starost, izobrazba, poklic, število let izkušenj s podjetništvom ipd.

Vprašalniku so vsako leto dodani sklopi, ki podrobneje opisujejo določen vidik podjetniškega okolja. Leta 2008 je bilo dodatne pozornosti deležno področje *izobraževanja in usposabljanja*, ki smo ga podrobno že opisali v predhodnem poglavju.

Podrobneje smo v vprašalniku opredelili tudi *odnos podjetij in potrošnikov do investicij*. Ta spremenljivka je bila opredeljena že v raziskavi za leto 2007, v tokratni raziskavi pa smo ločeno proučevali odnos podjetij do investicij ter odnos potrošnikov do investicij¹.

V analizo smo v Sloveniji v skladu s kriteriji vzorčenja, ki jih uporabljamo v raziskavi GEM, zajeli 36 izvedencev. Poglavitni cilj vzorčenja je bil zagotoviti uravnotežen in reprezentativni vzorec izvedencev. Vzorec je uravnotežen glede na devet osnovnih okvirnih pogojev za podjetništvo, tip izvedenca (strokovnjak ali podjetnik), spol, sektor gospodarstva (javni ali zasebni) in geografsko porazdelitev. Polovica izvedencev je novih, polovica pa jih je

¹ Tako smo opredelili dve meri. Prva mera je linearna kombinacija spremenljivk, ki kažejo odnos podjetij do investicij (trditve R01, R02 in R03), druga pa linearna kombinacija spremenljivk, ki kažejo odnos potrošnikov do investicij (trditve R04, R05 in R06). Obe spremenljivki sta dobljeni z metodo glavnih komponent.

v raziskavi sodelovala že v preteklih letih. Anketiranje je tako kot v drugih državah GEM potekalo od marca do julija 2008. Mnenja izvedencev smo kodirali in posredovali koordinacijskemu timu GEM, ki je pripravil skupno datoteko za vseh 30 držav, ki so leta 2008 sodelovale v tem delu raziskave. Skupaj je v raziskavi GEM leta 2008 sodelovalo 1.252 izvedencev.

Z agregiranjem podatkov smo tako dobili povprečne vrednosti ocen za 16 zgoraj omenjenih okvirov za podjetništvo, pri čemer je vsakemu izvedencu določena utež 1. Povprečne ocene podjetniških okvirov B, D in G so s faktorsko analizo sestavljene iz dveh kazalcev, tako da smo dobili skupaj povprečne ocene za 19 okvirov. Podjetniške okvire skupaj tvori 88 trditvev. Izvedenci so v vprašalniku izrazili svoje strinjanje s trditvami na lestvici od ena do pet, pri čemer ocena ena pomeni, da je trditev po njihovem mnenju povsem napačna, ocena pet pa, da je trditev povsem resnična. Tako pridobljeno bazo podatkov 30 držav smo zatem uporabili za analizo značilnosti podjetniškega okolja v Sloveniji.

Na ta način smo dobili harmonizirano mero, ki izraža pogoje za nastanek in razvoj podjetništva v posamezni državi. Analiza mnenj izvedencev o podjetniškem okolju daje štiri vrste informacij:

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

5.2. OCENE OKVIRNIH POGOJEV ZA PODJETNIŠTVO V SLOVENIJI

Analiza standardiziranega vprašalnika kaže, da slovenski izvedenci tako kot pretekla leta tudi leta 2008 v povprečju kritično ocenjujejo podjetniško okolje v Sloveniji: podjetniškim okvirom so na lestvici od ena do pet dodelili povprečno oceno 2,92. Ker je ocena manjša od tri, lahko sklepamo, da okolje v Sloveniji po mnenju izvedencev ne spodbuja nastanka in razvoja podjetništva. Je pa ta ocena prvič od leta 2002, odkar v Sloveniji proučujemo podjetniško okolje, višja od povprečja v državah GEM (2,84), kar pomeni, da slovenski izvedenci v povprečju bolj ugodno ocenjujejo stanje podjetniškega okolja v Sloveniji kot izvedenci drugih sodelujočih držav v svojih. To kažejo tudi povprečne ocene pri posameznih podjetniških okvirih (*Tabela 13*); ta ocena je v Sloveniji od povprečja v GEM državah višja kar pri 11 okvirih. Slovenski izvedenci so bili leta 2008 v primerjavi z GEM izvedenci v njihovi državi v povprečju tako manj kritični do finančne podpore za podjetništvo, vladnih programov, izobraževanja in usposabljanja v osnovni in srednji šoli ter po srednji šoli, prenosa raziskav in razvoja, poslovne in strokovne infrastrukture, hitrosti sprememb na notranjem trgu, dostopa do fizične infrastrukture, usposobljenosti za podjetništvo, zaščite intelektualne lastnine ter odnosa do žensk v podjetništvu v Sloveniji.

Slovenski izvedenci so podjetniškemu okolju v Sloveniji leta 2008 dodelili tudi nekoliko višjo oceno kot leta 2007 (*Tabela 14*), vendar pa ta ocena še vedno ne kaže optimizma glede dejavnikov, ki vplivajo na nastanek in razvoj podjetništva. Sodeč po mnenju izvedencev se podjetniško okolje v Sloveniji izboljšuje, vendar pa še vedno ni takšno, da bi spodbujalo posameznike, da se lotijo podjetništva, in odločitve lastnikov in managerjev, da bi njihova podjetja rastle. Po drugi strani pa so bili izvedenci v državah GEM leta 2008 v povprečju nekoliko bolj kritični do okolja za nastanek in razvoj podjetništva v njihovi državi kot v preteklem letu.

Drugače kot v preteklih letih se je Slovenija leta 2008 pri štirih pogojih za nastanek in razvoj podjetništva uvrstila v prvo peterico držav z najvišjo povprečno oceno: glede potrebe po pomoči podjetnikom za ustanovitev podjetja ter dostopnosti javnih in/ali zasebnih centrov ali agencij, ki lahko neodvisno od formalnih izobraževalnih sistemov zagotovijo posameznikom primerno izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, se je uvrstila na četrto mesto, pri izobraževanju in usposabljanju v osnovnih in srednjih šolah, usposobljenosti za podjetništvo in donosu do žensk v podjetništvu pa na peto mesto. Rangi Slovenije med GEM državami so se izboljšali tudi pri nekaterih drugih podjetniških okvirih, čeprav je pri osmih okvirih Slovenija še vedno v drugi polovici ali pri dnu lestvice (*Tabela 15*). Najnižje na lestvici sta odnos potrošnikov do investicij (28. mesto med 30 državami), kulturne in družbene norme (24. mesto) ter motivacija kot podjetniška zmogljivost (24. mesto). Sicer pa ocene posameznih sestavin podjetniškega okolja tudi letos kažejo na podoben vzorec kakovosti podjetniškega okolja v Sloveniji in v drugih GEM državah.

Tabela 13: Preglednica okvirov za podjetništvo v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008

Okvirni pogoji za podjetništvo	Slovenija			GEM države		
	Povprečna ocena	Rang v Sloveniji	Rang med 30 GEM državami	Najmanjša vrednost	Povprečna vrednost	Največja vrednost
A Finančna podpora za podjetništvo	2,66	15	11	1,75	2,42	3,12
B1 Vladne politike – podpora	2,32	19	18	1,69	2,48	3,42
B2 Vladne politike – regulative	2,17	21	17	1,5	2,23	3,15
C Vladni programi	2,69	14	11	1,6	2,52	3,52
D1 Izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah	2,42	18	5	1,31	1,99	2,55
D2 Izobraževanje in usposabljanje po srednjih šolah	2,97	10	6	1,83	2,78	3,38
D3 Potreba podjetnikov po pomoči preden ustanovijo svoje podjetje	3,81	-	4	3,57	4,07	4,47
D4 Zadoštnost javnih in/ali zasebnih centrov ali agencij, ki zagotavljajo primerno izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo	3,49	3	4	2,06	2,90	3,92
E Prenos raziskav in razvoja	2,51	16	9	1,65	2,26	2,88
F Poslovna in strokovna infrastruktura	3,05	7	10	2,13	2,94	3,65
G1 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - hitrost sprememb	3,25	4	7	2,25	2,96	4,4
G2 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - vstopne ovire	2,45	17	15	1,94	2,47	3,13
H Dostop do fizične infrastrukture	3,79	1	9	2,74	3,57	4,29
I Kulturne in družbene norme	2,31	20	24	2,14	2,73	3,9
K Zaznavanje poslovnih priložnosti	3,16	6	23	2,59	3,24	3,78
L Podjetniške zmogljivosti – usposobljenost	2,72	13	5	1,55	2,36	3,06
M Podjetniške zmogljivosti – motivacija	3,01	8	24	2,68	3,38	4,19
N Zaščita intelektualne lastnine	3,00	9	10	1,39	2,67	3,99
P Odnos do žensk v podjetništvu	3,56	2	5	2,37	3,16	3,82
Q Rast podjetij	2,81	12	15	1,98	2,88	4,1
R1 Odnos podjetij do investicij	2,81	11	23	2,53	3,02	3,58
R2 Odnos potrošnikov do investicij	3,18	5	28	3,12	3,51	3,98
Povprečna ocena skupaj	2,92	-	-	-	2,84	-

Tabela 14: Preglednica okirov za podjetništvo v Sloveniji v obdobju 2002–2008

Okvirni pogoji za podjetništvo	2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008	
	Vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM	Vrednost za Slovenijo	Povprečje GEM
A Finančna podpora	2,09	2,86	2,15	2,61	2,25	2,58	2,38	2,72	2,44	2,67	2,78	2,87	2,66	2,42
B1 Vladne politike - podpora	2,16	2,68	2,06	2,60	2,31	2,55	2,39	2,61	2,49	2,61	2,44	2,62	2,32	2,48
B2 Vladne politike - regulativa	1,81	2,41	1,18	2,43	1,69	2,36	1,66	2,46	1,65	2,39	2,04	2,50	2,17	2,23
C Vladni programi	2,25	2,63	2,19	2,62	2,40	2,53	2,20	2,61	2,26	2,60	2,59	2,69	2,69	2,52
D1 Izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah	2,14	1,97	2,11	2,06	2,21	2,07	2,25	2,12	2,11	2,15	2,30	2,13	2,42	1,99
D2 Izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli	3,04	2,83	2,28	2,79	2,80	2,71	2,78	2,83	2,86	2,87	2,96	2,88	2,97	2,78
D3 Potreba po zunanji pomoči za ustanovitev podjetja	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,81	4,07
D4 Razpoložljivost javnih in/ali zasebnih centrov in agencij za izobraževanje in usposabljanje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,49	2,90
E Prenos raziskav in razvoja	1,95	2,47	2,03	2,49	2,10	2,44	2,05	2,48	2,25	2,42	2,31	2,56	2,51	2,26
F Poslovna in strokovna infrastruktura	2,69	3,17	2,96	3,32	2,93	3,20	2,88	3,29	2,97	3,25	3,06	3,30	3,05	2,94
G1 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - hitrost sprememb	2,97	2,84	3,05	2,81	3,09	2,76	3,03	2,82	2,96	2,86	2,99	2,92	3,25	2,96
G2 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - vstopne ovire	2,42	2,75	2,48	2,75	2,47	2,70	2,51	2,80	2,46	2,76	2,60	2,73	2,45	2,47
H Dostop do fizične infrastrukture	3,50	3,84	3,62	3,95	3,61	3,81	3,61	3,92	3,49	3,76	3,65	3,76	3,79	3,57
I Kulturne in družbene norme	2,22	2,79	2,17	2,79	2,18	2,82	2,24	2,83	2,19	2,84	2,32	2,96	2,31	2,73
K Zaznavanje poslovnih možnosti	2,99	3,29	-	-	2,93	3,30	3,11	3,36	3,20	3,43	3,22	3,44	3,16	3,24
L Podjetniške zmogljivosti - usposobljenost	2,48	2,52	-	-	2,43	2,54	2,65	2,66	2,57	2,69	2,66	2,73	2,72	2,36
M Podjetniške zmogljivosti - motivacija	2,83	3,31	-	-	2,99	3,33	2,89	3,40	2,87	3,44	2,96	3,56	3,01	3,38
N Zaščita intelektualne lastnine	3,22	2,12	-	-	2,91	3,08	3,94	3,19	2,74	2,97	3,11	3,05	3,00	2,67
P Odnos do žensk v podjetništvu	3,43	3,14	3,36	3,34	3,35	3,23	3,20	3,30	3,18	3,31	3,51	3,34	3,56	3,16
Q Rast podjetij	-	-	-	-	-	-	2,72	3,11	3,69	3,02	2,85	3,11	2,81	2,88
R Odnos podjetij in potrošnikov do investicij	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,05	3,43	3,00	3,26
R1 Odnos podjetij do investicij	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,81	3,02
R2 Odnos potrošnikov do investicij	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,18	3,51
Povprečna ocena skupaj	2,60	2,80	2,43	2,81	2,63	2,82	2,63	2,91	2,63	2,89	2,81	2,98	2,92	2,84
Povprečna ocena brez D3 in D4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,84	2,78
Število držav	34		31		30		33		37		31		30	

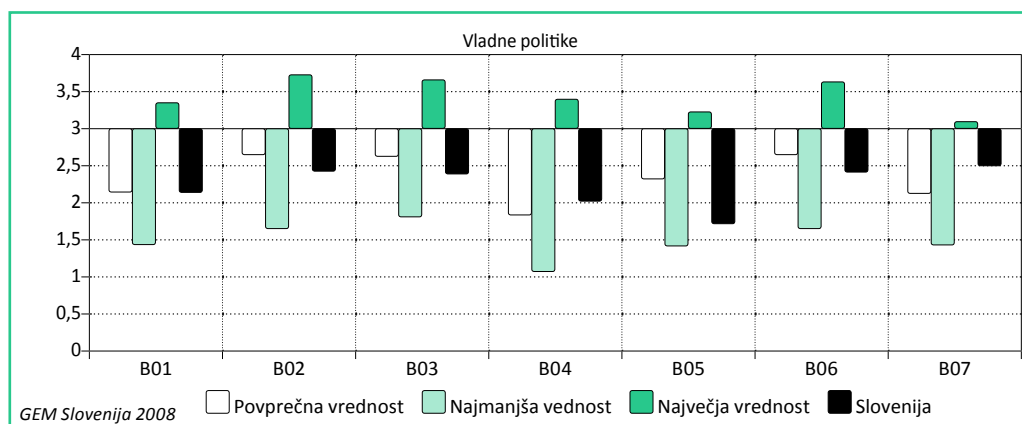
Tabela 15: Rang okvirov za podjetništvo v Sloveniji med GEM državami v obdobju 2002–2008

Podjetniški okvir	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
A Finančna podpora	-	26	22	27	25	16	11
A – Finančna podpora 1	30/34	-	-	-	-	-	-
A – Finančna podpora 2	33/34	-	-	-	-	-	-
B1 Vladne politike – podpora	30/34	24	20	21	20	18	18
B2 Vladne politike – regulative	28/34	27	28	30	35	21	17
C Vladni programi	28/34	26	16	27	28	16	11
D1 Izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah	9/34	13	9	15	24	10	5
D2 Izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli	9/34	17	11	17	19	11	6
D3 Potreba podjetnikov po pomoči pri ustanovitvi podjetja	-	-	-	-	-	-	4
D4 Zadostnost javnih in/ali zasebnih centrov ali agencij, ki zagotavljajo primerno izobra. in usposab. za podjetništvo	-	-	-	-	-	-	4
E Prenos raziskav in razvoja	33/34	27	24	25	23	20	9
F Poslovna in strokovna infrastruktura	30/34	23	23	29	28	22	10
G1 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - hitrost sprememb	11/34	11	6	9	16	15	7
G2 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu - vstopne ovire	27/34	25	23	28	29	19	15
H Dostop do fizične infrastrukture	27/34	22	20	23	24	16	9
I Kulturne in družbene norme	28/33	28	27	31	36	31	24
K Zaznavanje poslovnih priložnosti	27/34	-	27	27	27	23	23
L Podjetniške zmogljivosti - usposobljenost	17/34	-	17	17	22	15	5
M Podjetniške zmogljivosti – motivacija	29/32	-	25	31	35	28	24
N Zaščita intelektualne lastnine	18/33	19	18	20	19	13	10
P Odnos do žensk v podjetništvu	12/32	14	11	20	20	9	5
Q Rast podjetij	-	-	-	26	27	20	15
R Odnos podjetij in potrošnikov do investicij	-	-	-	-	-	28	-
R1 Odnos podjetij do investicij	-	-	-	-	-	-	23
R2 Odnos potrošnikov do investicij	-	-	-	-	-	-	28
Število sodelujočih držav		31	31	33	37	31	30

5.3. NAJVIŠJE IN NAJNIŽJE OCENJENI OKVIRNI POGOJI ZA NASTANEK IN RAZVOJ PODJETNIŠTVA

Sicer pa slovenski izvedenci leta 2008 najbolj ocenjujejo dostop do fizične infrastrukture (3,79), odnos do žensk v podjetništvu (3,56), dostopnost javnih in/ali zasebnih centrov ali agencij, ki lahko neodvisno od formalnih izobraževalnih sistemov zagotovijo posameznikom primerno izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo (3,49) ter hitrost sprememb na notranjem trgu (3,25). Na lestvici okvirov z najnižjimi povprečnimi ocenami pa so vladne politike na področju regulative (2,17), kulturne in družbene norme (2,31), vladne politike na področju podpore (2,32) ter izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah (2,42).

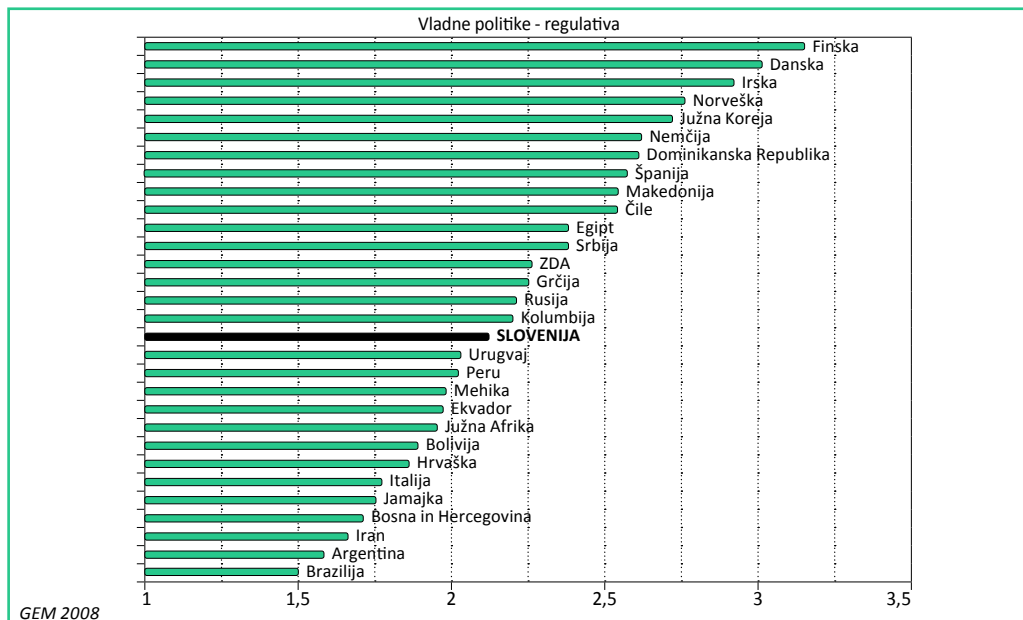
Vladna politika na področju regulative si je prislužila najnižjo povprečno oceno tudi v preteklih letih. Podroben vpogled v posamezne elemente vladne politike (trditve T1-T3 na *Sliki 39*) kaže, da so bili izvedenci leta 2008 najbolj kritični do odnosa državnih politik (na primer pri javnih razpisih) do novih podjetij. Preteklo leto so bili najbolj kritični do obsežnosti birokracije v Sloveniji. Povprečna ocena vladne regulative uvršča Slovenijo na 17 mesto med 30 GEM državami (*Slika 40*). Med evropskimi državami sta si nižjo povprečno oceno od svojih izvedencev v primerjavi s slovensko prislužili le Italija in Hrvaška. Najmanj kritični do vladne regulative v svoji državi pa so bili izvedenci na Finskem, Irskem, Danskem in Norveškem.



Legenda:

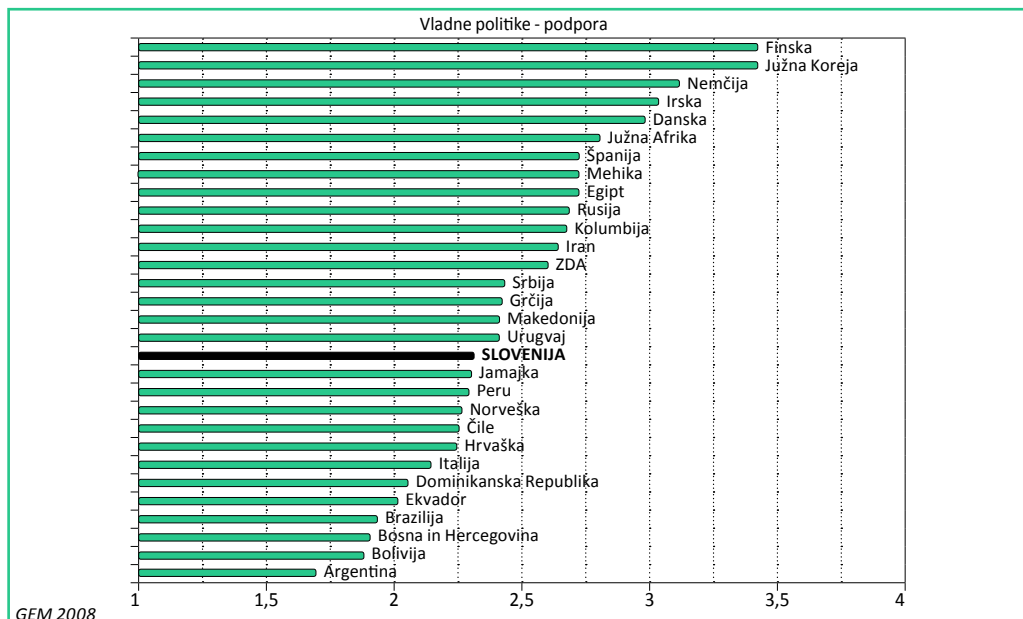
- B01** V Sloveniji državne politike (npr. javni razpisi) dosledno favorizirajo nova podjetja.
- B02** V Sloveniji nacionalna državna politika postavlja podpiranje novih in rastočih podjetij kot svojo bistveno prioriteto.
- B03** V Sloveniji politika v občinah in upravnih enotah postavlja podpiranje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

Slika 39: Elementi vladnih politik v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008



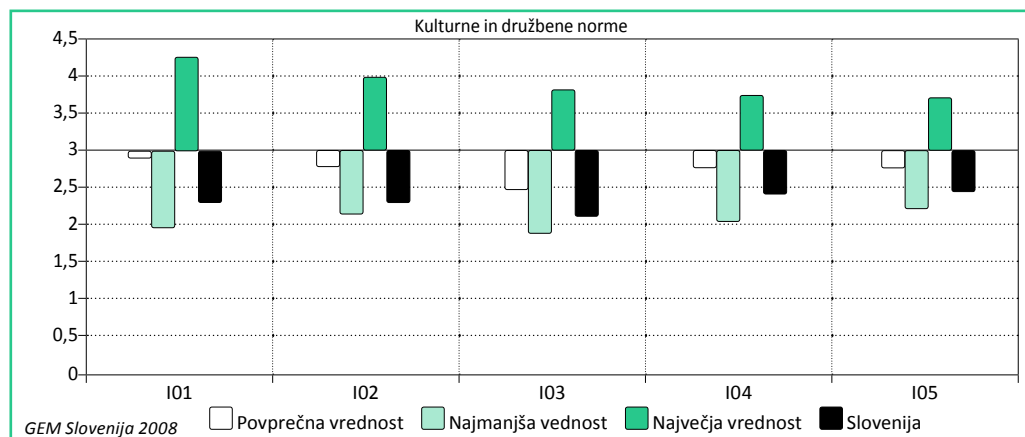
Slika 40: Ocena vladne politike na področju Vladne politike - regulative v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008

Na področju vladne podpore (trditve T4-T7 na Sliki 41) so izvedenci v Sloveniji leta 2008 najbolj kritični do davčnih bremen za nova in rastoča podjetja ter trajanja postopkov za pridobitev koncesij in dovoljenj. Povprečna ocena vladne podpore uvršča Slovenijo na 18. mesto med 30 GEM državami, pri čemer so bolj kritični do vladne regulative v njihovi državi od slovenskih izvedenci med evropskimi državami na Norveškem ter v Italiji, Hrvaški in Bosni.



Slika 41: Ocena vladne politike na področju Vladne politike - podpore v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008

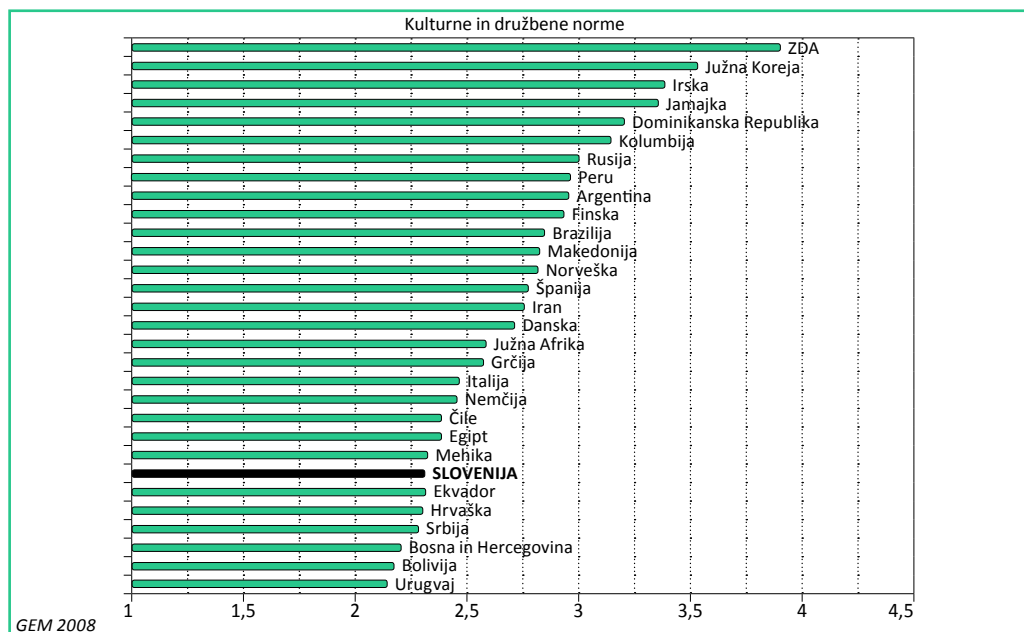
Podjetniške zmogljivosti so tesno povezane s kulturnimi in družbenimi normami v državi, ki pa so po mnenju izvedencev tako kot leta 2006 drugi najslabše ocenjeni podjetniški okvir v Sloveniji. Leta 2007 je imel ta podjetniški okvir četrto najslabšo povprečno oceno. Izvedenci so bili najbolj kritični do kulture, ki po njihovem mnenju ne spodbuja posameznikov k prevzemanju tveganja ter ne poudarja v zadostni meri neodvisnosti, avtonomnosti in osebne iniciative. Bolj kritični kot so slovenski izvedenci do kulturnih in družbenih norm v Sloveniji so le izvedenci v šestih državah do kulturnih in družbenih norm v njihovi državi (Slika 43).



Legenda:

- I01** V Sloveniji nacionalna kultura močno podpira individualne uspehe, ki so bili doseženi z lastnimi napori.
- I02** V Sloveniji nacionalna kultura poudarja neodvisnost, avtonomnost in osebno iniciativo.
- I03** V Sloveniji nacionalna kultura vzpodbuja podjetniško prevzemanje rizika.
- I04** V Sloveniji nacionalna kultura vzpodbuja kreativnost in inovativnost.
- I05** V Sloveniji nacionalna kultura poudarja odgovornost posameznika (in ne skupnosti), da obvladuje lastno življenje.

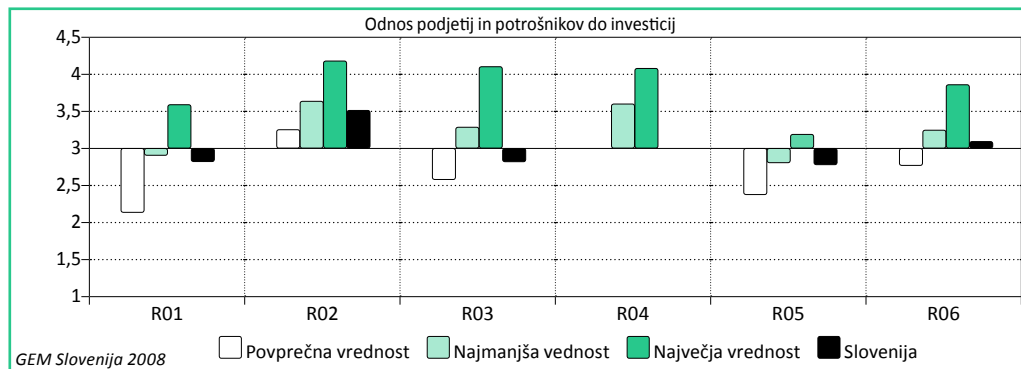
Slika 42: Elementi kulturnih in družbenih norm v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008



Slika 43: Ocena kulturnih in družbenih norm v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008

Novost letošnje raziskave je, da smo podrobneje opredelili odnos podjetij in potrošnikov do investicij. Gre za odnos podjetij do novih tehnologij, investicij in na novoustanovljenih in podjetniško usmerjenih dobaviteljev ter odnos potrošnikov do novih produktov in storitev ter investicij. Ta spremenljivka je bila opredeljena že v raziskavi za leto 2007, v tokratni raziskavi pa smo posebej proučevali odnos podjetij do investicij ter odnos potrošnikov do investicij. Tako smo opredelili dve meri. Prva mera je linearna kombinacija spremenljivk, ki kažejo odnos podjetij do investicij, druga pa linearna kombinacija spremenljivk, ki kažejo odnos potrošnikov do investicij. Obe spremenljivki sta dobljeni z metodo glavnih komponent. Povprečni oceni pri obeh spremenljivkah kažeta, da so slovenski izvedenci kritični do odnosa podjetij in potrošnikov do investicij, in sicer bolj kritični kot drugi izvedenci GEM do tega odnosa v njihovi državi. Obe meri uvrščata Slovenijo v drugo polovico GEM držav; pri odnosu potrošnikov do investicij pa sta za Slovenijo le Bolivija ter BiH.

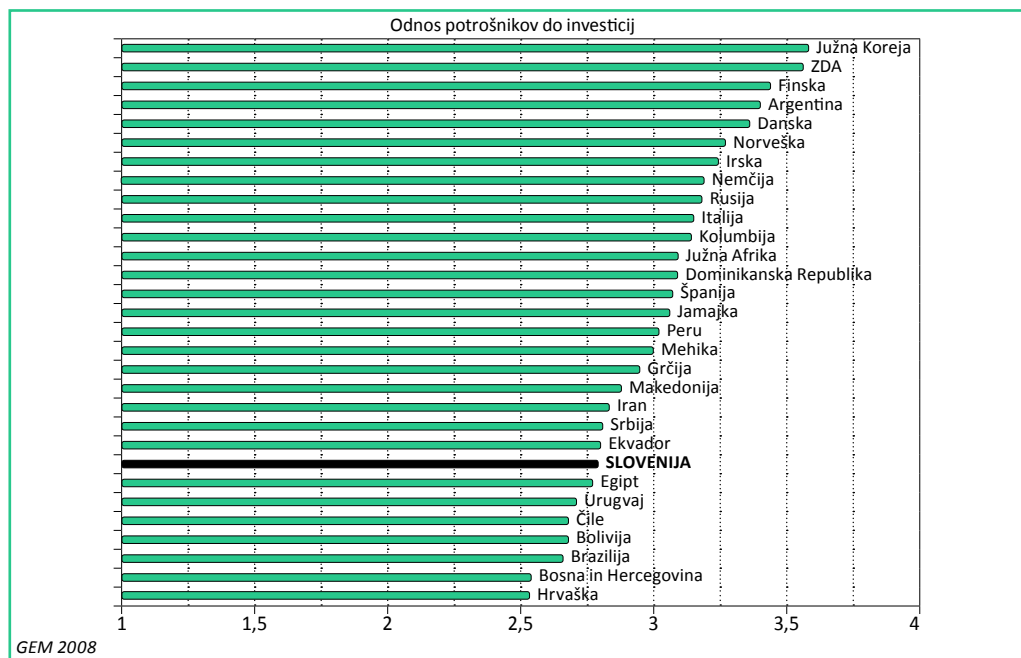
Posebej so slovenski izvedenci kritični do odprtosti ustaljenih podjetij do dobaviteljev, ki so ustanovljeni na novo in so podjetniško usmerjeni, preizkušanja novih tehnologij in novih načinov dela ter do vrednotenja inovacij.



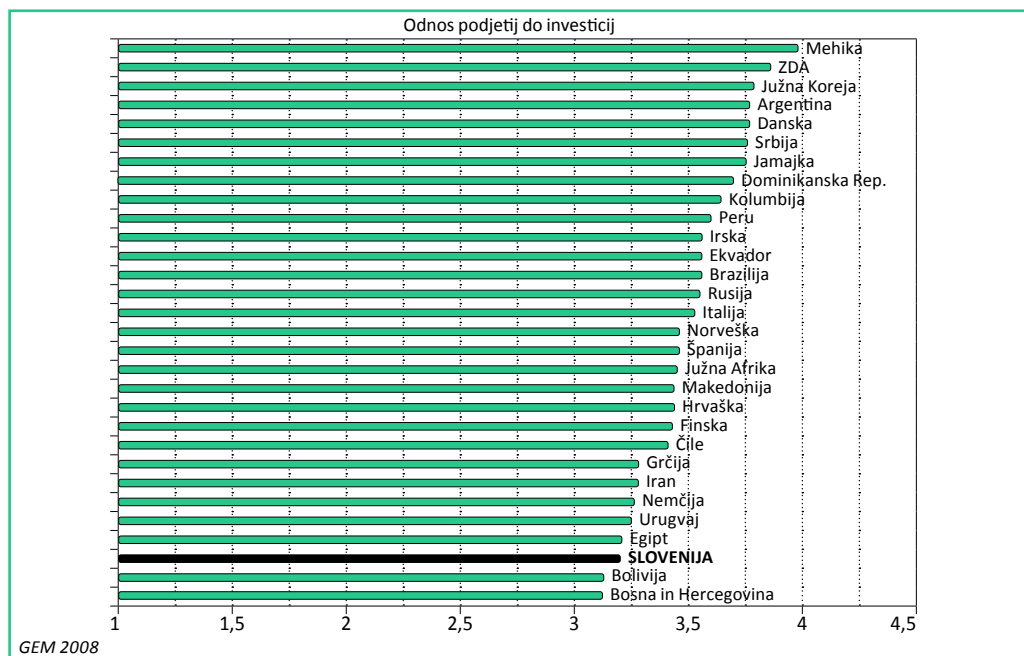
Legenda:

- R01** Podjetja rada preizkušajo nove tehnologije in nove načine dela.
- R02** Potrošniki radi poskušajo nove produkte in storitve.
- R03** Podjetja visoko vrednotijo inovacije.
- R04** Potrošniki visoko vrednotijo inovacije.
- R05** So ustaljena podjetja odprta do dobaviteljev, ki so ustanovljeni na novo in so podjetniško usmerjeni.
- R06** So potrošniki odprti do produktov in storitev, ki jih ponujajo nova in podjetniško usmerjena podjetja.

Slika 44: Ocena elementov odnosa podjetij in potrošnikov do investicij v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008



Slika 45: Ocena odnosa podjetij do investicij v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008



Slika 46: Ocena odnosa potrošnikov do investicij v Sloveniji v primerjavi z GEM državami leta 2008

Podrobnejši vpogled v okvire za podjetništvo daje tudi *Tabela 16*, kjer smo navedli najvišje in najnižje ocenjene trditve v Sloveniji. Rezultati kažejo velik razpon ocen, ki so jih izvedenci dodelili posameznim trditvam o podjetniškem okolju. Ta razpon se je v zadnjih letih povečeval. Tako kot leta 2007 sta tudi leta 2008 na prvih dveh mestih med najvišje ocenjenimi trditvami trditvi, da so ženske in moški v Sloveniji enako sposobni ustanoviti podjetje ter da v Sloveniji dober dostop do komunikacij za nova ali rastoča podjetja ni predrag. Pri obeh trditvah sta povprečni oceni nad štiri in višji kot leta 2007, torej se izvedenci z obema trditvama v povprečju strinjajo. Povprečne ocene pri ostalih trditvah so nad 3,5, kar pomeni, da se izvedenci z njimi prej strinjajo kot ne. Trditve najdemo na lestvici desetih najvišje ocenjenih trditev že leta 2007, razen dveh: leta 2008 izvedenci drugače kot izvedenci leta 2007 visoko ocenjujejo trditvi, da potrebujejo nova ali rastoča podjetja za dober dostop do komunikacij približno teden dni ter da potrebujejo podjetniki v Sloveniji na splošno zunanjo pomoč, preden ustanovijo svoje podjetje. Največ najvišje ocenjenih trditev je povezanih z odnosom do žensk v podjetništvu in dostopom do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij.

Najnižje ocenjene trditve v Sloveniji kažejo, tako kot leto poprej, potrebo po ustreznih ukrepih predvsem na področju vladnih politik, finančne podpore ter kulturnih in družbenih norm. Tudi leta 2008 so bili izvedenci najbolj kritični do višine davčnih bremen, ki po njihovem mnenju predstavlja breme za nova in rastoča podjetja. Kritično je tudi, da so finančni viri za nova in rastoča podjetja, pridobljenih s prvo izdajo delnic, nezadostni, da nova podjetja še vedno ne dobijo potrebnih dovoljenj in koncesij v tednu dni ter da nacionalna kultura ne spodbuja podjetniškega prevzemanja rizika. Za razliko od izvedencev leta 2007 so bili izvedenci leta 2008 še posebej kritični do državnih subvencij, ki jih po njihovem mnenju ni dovolj, da bi si nova in rastoča podjetja lahko pridobila novo tehnologijo, do protimonopolne zakonodaje, ki ni uspešna in učinkovita, do nacionalne kulture, ki ne podpira v zadostni meri individualnih uspehov, doseženih z lastnimi napor, ter do poučevanja v osnovnih in srednjih šolah, ki ne spodbuja ustvarjalnosti, neodvisnosti in osebne iniciative.

Tabela 16: Najvišje in najnižje ocenjene trditve v Sloveniji leta 2008 v primerjavi z GEM državami

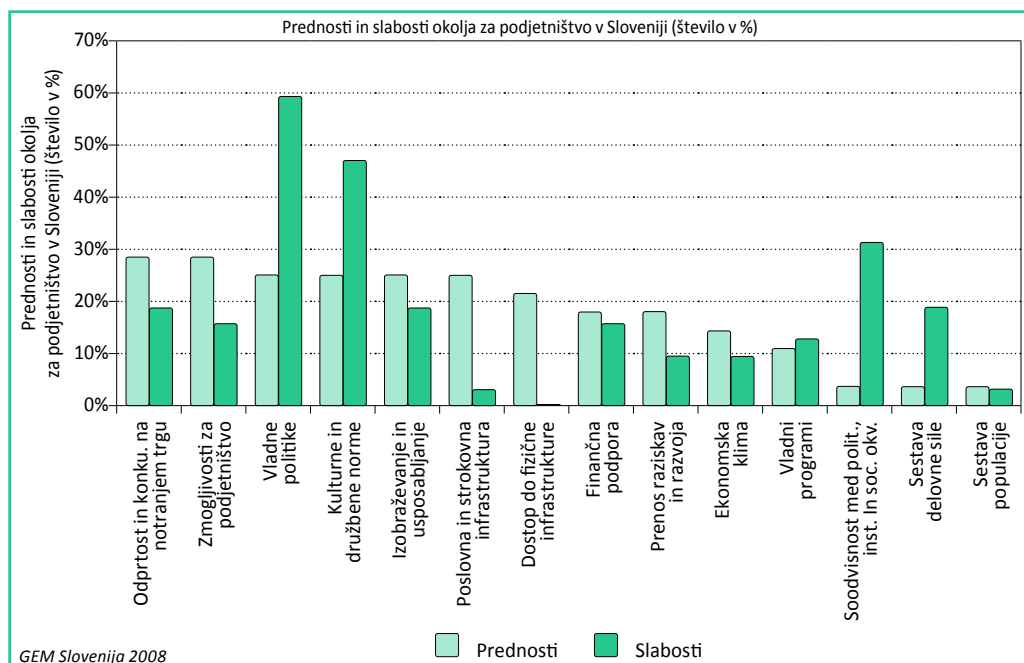
	Povprečna vrednost za Slovenijo	Države GEM					
		Najmanjša vrednost	Povprečna vrednost	Največja vrednost			
Deset najvišje ocenjenih trditev v Sloveniji							
P005	V Sloveniji so ženske in moški enako sposobni ustanoviti novo podjetje.	4,57	2,00	Iran	3,83	4,57	Slovenija
H02	V Sloveniji dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) za nova ali rastoča podjetja ni predrag.	4,23	2,62	J. Afrika	3,69	4,49	Norveška
H03	V Sloveniji potrebuje novo ali rastoče podjetje za dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) približno teden dni.	3,88	2,24	J. Afrika	3,64	4,57	J. Koreja
H04	V Sloveniji nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške osnovnih potrebščin (plin, voda, elektrika, kanalizacija).	3,86	2,76	Dominik. Rep.	3,61	4,51	Finska
D07	V Sloveniji potrebujejo podjetniki na splošno zunanjo, pomoč preden ustanovijo svoje podjetje.	3,81	3,57	Nemčija	4,07	4,47	Iran
F05	V Sloveniji nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre bančne storitve (transakcijski računi, plačilni promet s tujino, kreditne garancije ipd.).	3,66	2,15	Iran	3,26	4,38	Norveška
P02	V Sloveniji je ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva kariera za žensko.	3,64	2,54	Iran	3,43	4,24	Finska
K02	V Sloveniji je za ustanovitev novih podjetij več dobrih priložnosti, kot pa je ljudi, ki so jih sposobni izkoristiti.	3,59	2,43	Grčija	3,42	4,09	Norveška
P04	V Sloveniji imajo ženske in moški enake možnosti dostopa do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja.	3,58	2,14	Iran	3,05	4,08	Rusija
A02	V Sloveniji je na razpolago dovolj dolžniških virov financiranja za nova in rastoča podjetja.	3,55	1,83	Argentina	2,76	3,58	Srbija
Deset najnižje ocenjenih trditev v Sloveniji							
B05	V Sloveniji višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja.	1,73	1,42	Jamajka	2,33	3,23	Finska
A06	V Sloveniji je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic.	1,78	1,39	Urugvaj	2,13	4,19	Norveška
B04	V Sloveniji lahko nova podjetja dobijo večino potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni.	2,03	1,08	Ekvador	1,85	3,40	Danska
I03	V Sloveniji nacionalna kultura vzpodbuja podjetniško prevzemanje rizika.	2,11	1,88	Urugvaj	2,47	3,81	ZDA
E04	V Sloveniji je dovolj državnih subvencij, da si nova in rastoča podjetja lahko pridobijo novo tehnologijo.	2,11	1,21	Bolivija	2,14	3,00	Grčija
G06	V Sloveniji je protimonopolna zakonodaja uspešna in se učinkovito izvaja.	2,11	1,47	Ekvador	2,47	3,83	Finska
B01	V Sloveniji državne politike (npr. javni razpisi) dosledno favorizirajo nova podjetja.	2,15	1,44	Argentina	2,15	3,35	J. Koreja
I01	V Sloveniji nacionalna kultura močno podpira individualne uspehe, ki so bili doseženi z lastnimi napori.	2,31	1,97	BIH	2,91	4,26	ZDA
I02	V Sloveniji nacionalna kultura poudarja neodvisnost, avtonomnost in osebno iniciativo.	2,31	2,14	Bolivija	2,78	3,98	ZDA
D01	V Sloveniji poučevanje v osnovnih in srednjih šolah spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo.	2,36	1,36	Egipt	2,16	2,91	Norveška

5.4. PREDNOSTI IN SLABOSTI OKOLJA ZA RAZVOJ PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI TER NUJNOST UKREPANJA

O okolju za nastanek in razvoj podjetništva lahko sodimo tudi na osnovi mnenj, ki so jih izvedenci podali z odgovori na odprta vprašanja o najpomembnejših podjetniških okvirih, ki zavirajo podjetništvo v Sloveniji, o okvirih, ki prispevajo k podjetniški aktivnosti v Sloveniji, ter o okvirih, kjer bi bilo predvsem treba ukrepati, da bi lahko povečali podjetniško aktivnost v Sloveniji.

Med najpomembnejšimi prednostmi, ki po mnenju izvedencev prispevajo k podjetniški aktivnosti v Sloveniji, so izvedenci največkrat navedli odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, podjetniške zmogljivosti na področju usposobljenosti za podjetništvo ter podjetniške zmogljivosti, povezane z motivacijo za podjetništvo, pa tudi zasnovanost in vodenje vladnih politik, kulturne in družbene norme, ki podpirajo podjetniško aktivnost, ter razpoložljivost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo ter kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja (Slika 47).

Pri najpomembnejših slabostih, ki po mnenju izvedencev zavirajo podjetništvo v Sloveniji, posebej izstopajo vladne politike, katerih poglavitni cilj še vedno ni podjetniška družba, ter kulturne in družbene norme. Čeprav so oba podjetniška okvira izvedenci navedli tudi kot prednosti za spodbujanje podjetništva, očitno menijo, da sta to dimenziji okolja, ki najbolj zavirata nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji. Med njim so tudi podporni mehanizmi in ekonomske politike, usmerjene v rast podjetij, ki jih je premalo ali pa so neučinkoviti.



Slika 47: Prednosti in slabosti okolja za nastanek in razvoj podjetništva po mnenju izvedencev

Po drugi strani pa so izvedenci kot okvir, kjer je potrebno ukrepati, da bi v Sloveniji nastajalo in se razvijalo podjetništvo, največkrat omenili izobraževanje in usposabljanje. Sledijo mu kulturne

in družbene norme, vladne politike in programi ter finančna podpora. Izvedenci torej menijo, da bi morali v Sloveniji povečati razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo, doseči, da bi kulturne in družbene norme podpirale in ne zavirale podjetniško aktivnost, zasnovati in voditi vladne politike tako, da bi se čim več posameznikov odločilo za ustanovitev podjetja, managerjev pa za rast podjetij, ter izvajati vladne programe, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva.

Slovenski izvedenci v letu 2008

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja (marec - junij 2008)	Ustanova
Mag. Zdenka Remškar	Članica nadzornega sveta	Smart Com d.o.o.
Vesna Vitez Gomboši	Svetovalka za področje financ	Regionalna razvojna agencija Mura d.o.o.
Dr. Danijel Pučko	Redni profesor	Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani
Mag. Matej Rus	Višji predavatelj in direktor	Ekonomsko-poslovna fakulteta Univerze v Mariboru in Tovarna Podjemov
Dr. Franc Gider	Direktor	Javna agencija za tehnološki razvoj Republike Slovenije
Dr. Lidija Honzak	Direktorica	Ljubljanski univerzitetni inkubator d.o.o.
Marko Stamenkovič	Podjetnik	Arnica Montana
Anton Balažič	Predsednik uprave in generalni direktor	Fructal živilska industrija d.d.
Dr. Maja Makovec Brenčič	Izredna profesorica	Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani
Marlen Skarlovnik	Vodja sektorja za podjetništvo	Ministrstvo za gospodarstvo, Direktorat za podjetništvo in konkurenčnost
Mag. Bernard Brščič	Asistent	Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani
Mag. Tadej Tufek	Predsednik uprave	Adria Airways
Dr. Tanja Mihalič	Izredna profesorica	Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani
Dr. Samo Zupančič	Docent	Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani
Dr. Damijan Mumel	Redni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta Univerze v Mariboru
Tanja Šimonka	Direktorica	Zavod za kulturo in promocijo Lendava
Dr. Dijana Močnik	Docentka	Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko Univerze v Mariboru
Dr. Mateja Drnovšek	Izredna profesorica	Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani
Mag. Mateja Vadnjal	Direktorica	Center za razvoj malega gospodarstva
Dr. Vojko Potočan	Izredni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta Univerze v Mariboru
Mag. Maja Tomanič Vidovič	Direktorica	Slovenski podjetniški sklad
Mag. Milan Pukšič	Direktor	Marifarm

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja (marec - junij 2008)	Ustanova
Mag. Janko Burgar	V. d. generalnega direktorja	Ministrstvo za gospodarstvo, Direktorat za podjetništvo in konkurenčnost
Matjaž Gantar	Predsednik uprave	KD Group, finančna družba d.d.
Dr. Borut Bratina	Izredni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta Univerze v Mariboru
Dr. Boštjan Antončič	Izredni profesor	Fakulteta za management Koper
Dr. Maks Tajnikar	Redni profesor	Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani
Dr. Viljem Pšeničny	Generalni sekretar	Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije
Marija Lubšina Novak	Ravnateljica	Osnovna šola Brežice
Dr. Alenka Žnideršič Krajnc	Podjetnica in predsednica uprave	Prva pokojninska družba d.d.
Dr. Jaka Vadnjal	Docent	GEA College - Visoka šola za podjetništvo
Danila Žuraj	Srednješolska profesorica	Srednja ekonomska šola Maribor
Mag. Drago Pišek	Predsednik uprave	Poštna banka Slovenije
Andreja Čufar	Predsednica	Lekarniška zbornica Slovenije
Dr. Franc Koletnik	Redni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta Univerze v Mariboru
Mag. Igor Pavlin	Programski direktor	Mednarodni center za promocijo podjetij

Raziskovalni GEM timi in sponzorji v letu 2008

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Angola	Universidade Católica de Angola (UCAN) Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Alves da Rocha Salim Abdul Valimamade Augusto Medina Sara Medina Douglas Thompson Anders Hyttel João Medina	Banco de Fomento S.A.	Centro de Pesquisas, Sondagens e Estudos de Opinião (CENSOP - Dr. Bernardo Vieira)
Argentina	Center for Entrepreneurship IAE Management and Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Leticia Arcucci Hector Rocha Juan Martin Rodriguez	Center for Entrepreneurship, IAE Management and Business School, Universidad Austral Banco Santander Rio Subsecretaría de Desarrollo Económico, Ministerio de Desarrollo Económico - Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires Prosperar, Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones	MORI Argentina
Belgija	Vlerick Leuven Gent Management School	Hans Crijns Miguel Meuleman Olivier Tilleuil	Flemisch Government, Steunpunt Ondernemen en Internationaal Ondernemen (STOIO)	TNS Dimarso
Bolivija	Maestrias para el Desarrollo - Universidad Católica Boliviana	Marco Antonio Fernandez Gover Barja Mario Avila	Fundación Nuevo Norte USAID/Bolivia Fundacion Avina Red Bolivia Emprendedora Fundación para la Producción	Cima Group/ Synovate

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Bosna in Hercegovina	Entrepreneurship Development Center from Tuzla in partnership with Tuzla University	Bahrija Umihanic Admir Nukovic Boris Curkovic Esmir Spahic Rasim Tulumovic Senad Fazlovic Sladjana Simic	Entrepreneurship Development Center Tuzla Government of Tuzla Canton City of Tuzla Government of Brcko District of Bosnia and Herzegovina	PULS BH d.o.o. Sarajevo
Brazilija	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria S. S. Greco Paulo Alberto Bastos Junior Joana Paula Machado Rodrigo G. M. Silvestre Carlos Artur Krüger Passos Júlio César Felix Marcos Mueller Schlemm	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI / PR Serviço Social da Indústria - SESI / PR Universidade Positivo	Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.
Čile	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Massiel Guerra	InnovaChile de CORFO Universidad Católica del Norte, DGIP.	Opina S.A.
Regionalni timi:	Universidad Adolfo Ibáñez	Miguel Carrillo Bárbara Harris	Gobierno Regional, Agencia Regional Desarrollo Productivo.	
	Univ. Católica del Norte	Gianni Romaní Miguel Atienza	Universidad Católica del Norte, DGIP.	
	Univ. Católica del Norte	Karla Soria	Gobierno Regional, Agencia Regional Desarrollo Productivo.	
	Univ. Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Juan Tapia Gertosio Jorge Cea Valencia	Departamento de Industrias Y Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER, de la Univ. Técnica Federico Santa María	
Valparaíso	Univ. Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Juan Tapia Gertosio Jorge Cea Valencia	Departamento de Industrias Y Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER, de la Univ. Técnica Federico Santa María	
Bío-Bío	Univ. del Desarrollo	Olga Pizarro Stieповic José Ernesto Amorós Carlos Isaacs Bornand	El Mercurio de Valparaíso UDD-Facultad de Economía y Negocios. Dirección de Innovación y Transferencia	
Araucanía	Univ. de la Frontera -INCUBATEC	Claudina Uribe Bórquez Franklin Valdebenito Godoy Gerardo Lagos Wietzenfeld Pedro Araneda Reyes	Tecnológica de la Universidad de La Frontera	
Danska	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Hannes Ottosson Kim Klyver Kent Wickstrøm Jensen Majbritt Rostgaard Evald Suna Sørensen	International Danish Entrepreneurship Academy (IDEA)	Institute for Business Cycle Analysis
Dominikanska Republika	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM)	Guillermo van der Linde Cecilia Pérez Maribel Justo Alina Bello José Rafael Pérez Tania Canaán	Grupo Vicini International Financial Centre of the Americas Consejo Nacional de Competitividad	Gallup República Dominicana

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Egipt	The British University in Egypt (BUE) Egyptian Junior Business Association (EJB)	David Kirby Nagwa Ibrahim Hala Hattab Amr Gohar Ahmed Nafie	Industrial Modernization Center, Ministry of Trade & Industry ACNielsen	ACNielsen
Ekvador	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio Ma. Elizabeth Arteaga Guido Caicedo Edgar Izquierdo	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)	Survey Data
Finska	Turku School of Economics	Anne Kovalainen Tommi Pukkinen Jarna Heinonen Pekka Stenholm Pia Arenius Erkko Autio	Ministry of Employment and the Economy Ministry of Education The European Union under the European Regional Development Fund and the European Social Fund Turku School of Economics	Taloustutkimus Oy
Francija	EMLYON Business School	Olivier Torres Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA
Grčija	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Takis Politis Aggelos Tsakanikas Evaggelia Valavanioti	Hellenic Bank Association	Datapower SA
Hrvaška	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Djula Borožan Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre – CEPOR, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek – Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb
Indija	Pearl School of Business, Gurgaon	Ashutosh Bhupatkar I. M. Pandey Janakiraman Moorthy Gour C. Saha	Pearl School of Business, Gurgaon	Metric Consultancy
Iran	University of Tehran	M .Ahamadpour Daryani Abbas Bazargan Nezameddin Faghih Caro Lucas A. A. Moosavi-Movahedi A. Kord Naeij S.Mostafa Razavi Leyla Sarafriz Jahangir Yadollahi Farsi Mohammad Reza Zali	Ministry of Labour and Social Affairs	Dr. Mohammad Reza Zali
Irska	Dublin City University	Paula Fitzsimons Colm O’Gorman	Enterprise Ireland Forfás Allied Irish Bank	IFF
Islandija	RU Centre for Research on Innovation and Entrepreneurship (Reykjavik University)	Rögnvaldur Sæmundsson Silja Björk Baldursdóttir	Reykjavik University Prime Minister’s Office	Capacent Gallup
Israel	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	The Brandman Institute

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Italija	Bocconi University	Guido Corbetta Alexandra Dawson	Ernst & Young Atradius Credit Insurance	Target Research
Jamajka	University of Technology, Jamaica	Vanetta Skeete Claudette Williams-Myers Garth Kiddoe Girjanauth Boodraj Joan Lawla Louise Marcelle-Peart	Faculty of Business and Management, University of Technology, Jamaica	Koci Market Research and Data Mining Services
Japonska	Keio University Musashi University Shobi University	Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi Tsuneo Yahagi	Venture Enterprise Center Ministry of Economy, Trade and Industry	Social Survey Research Information Co.,Ltd (SSRI)
Južna Koreja	Jinju National University	Sung-Sik Bahn Yong-Sam Lee Sanggu Seo Hyunsuk Lee Donna Kelley	Small and Medium Business Administration (SMBA)	Hankook Research Co.
Južnoafriška republika	University of Cape Town - Graduate School of Business	Mike Herrington Jacqui Kew Penny Kew Tonia Overmeyer	Department of Trade and Industry Swiss South Africa Cooperation Initiative South African Breweries Standard Bank SEDA	Nielsen South Africa
Kolumbija	Universidad de los Andes Universidad ICESI Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali	Rafael Vesga Lina Devis Rodrigo Varela Luis Miguel Alvarez Liyis Gomez Fernando Pereira Raúl Quiroga Alberto Arias	SENA Comfenalco Valle	Centro Nacional de Consultoría
Latvija	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Vyacheslav Dombrovsky	TeliaSonera AB	SKDS
Madžarska	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb Zoltan J. Acs Attila Varga József Ulbert Siri Terjesen Péter Szirmai Gábor Kerékgyártó	Ministry for National Development and Economy University of Pécs, Faculty of Business and Economics Ohio University (USA)	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet
Makedonija	University "Ss. Cyril and Methodius" – Business Start-Up Centre Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF)	Radmil Polenakovik Aleksandar Kurciov Bojan Jovanoski Tetjana Lazarevska Gligor Mihailovski Lazar Nedanovski	Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF) Austrian Development Agency Macedonian Agency for Promotion of Entrepreneurship	GfK Skopje

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Mehika	Tecnológico de Monterrey	Alejandro González Berenice Ramírez César Godínez	Tecnológico de Monterrey	Alduncin Y Asosados, SA De CV
Nemčija	University of Hannover Institute of Labour Market Research, Nuremberg	Rolf Sternberg Udo Brixy Christian Hundt Heiko Stüber	Institute of Labour Market Research, Nuremberg	INFAS
Nizozemska	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wennekers Chantal Hartog André van Stel Niels Bosma Roy Thurik Ingrid Verheul	Dutch Ministry of Economic Affairs	Stratus marktonderzoek bv
Norveška	Bodo Graduate School of Business	Lars Kolvereid Erlend Bullvaag Bjorn Willy Aamo Erik Pedersen	Ministry of Trade and Industry Innovation Norway The Knowledge Fund, at Bodo Knowledge Park Ltd.	TNS Gallup
Peru	Centro de Desarrollo Emprendedor, Universidad ESAN	Jaime Serida Nishimura Liliana Uehara-Uehara Jessica Alzamora Ruiz	Universidad ESAN	Imasen
Romunija	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Ștefan Pete Lehel-Zoltán Györfy Ágnes Nagy Dumitru Matîș László Szerb Liviu Ilieș Comșa Mircea Annamária Benyovszki Tünde Petra Petru Ana Eugenia Matîș Mustată Răzvan Nagy Zsuzsánna-Ágnes	Pro Oeconomica Association Babes-Bolyai University, Faculty of Economics and Business Administration	Metro Media Transilvania
Rusija	Saint Petersburg Team Graduate School of Management, Saint Petersburg Moscow Team State University - Higher School of Economics, Moscow	Olga Verhovskaya Valery Katkalo Maria Dorokhina Alexander Chepurenskiy Olga Obratsova Tatiana Alimova Maria Gabelko	Graduate School of Management at Saint Petersburg State University State University - Higher School of Economics	O+K Marketing & Consulting Levada-Center
Slovenija	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pušnik	Ministry of the Economy Slovenian Research Agency Smart Com Finance – Slovenian Business Daily	RM PLUS

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Srbija	The Faculty of Economics Subotica	Dusan Bobera Bozidar Lekovic Stevan Vasiljev Pere Tumbas Sasa Bosnjak Slobodan Maric	Executive Council of Vojvodina Province, Department for Economy	Marketing Agency "Drdrazen" d.o.o. Subotica
Španija	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega Alicia Coduras Isabel Gonzalez Cristina Cruz Rachida Justo	DGPYMES Fundación Cultural Banesto Fundación Incyde IE Business School	Instituto Opinometre S.L.
Regionalni timi:	Regional Universities:	Regional Team Directors:		
Andalucía	Cádiz	José Ruiz Navarro	Junta de Andalucía	
Asturias	Oviedo	Juan Ventura Victoria	Gob. de Aragón	
Aragón	Univ. de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz	Gob. del Principado de Asturias	
Canary I.	Las Palmas & La Laguna	Rosa M. Batista Canino	Gob. de Canarias, Cabildo	
Cantabria	Univ. De Cantabria	Fco. Javier Martínez	Fondo Social Europeo	
Castille Leon	León	Mariano Nieto Antolín	Gob. de Cantabria	
Castille la Mancha	Castille la Mancha	Miguel Ángel Galindo Martín	Centros de Innovación Europeos (Navarra, Murcia, C y León)	
Catalonia	Autónoma de Barcelona	Carlos Guallarte		
C. Valenciana	Miguel Hernández	José M ^a Gómez Gras	Generalitat de Catalunya	
Extremadura	Fundación Xavier de Salas	Ricardo Hernández Mogollón	Junta de Extremadura	
Galicia	Santiago de Compostela	J. Alberto Díez de Castro	Air Nostrum, CEG, BIC Galicia	
Madrid	Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno Campos	IMADE, FGUAM	
Murcia	Univ. de Murcia	Antonio Aragón Sánchez	Fundación Caja Murcia	
Navarra	Pública de Navarra	Iñaki Mas Erice	Eusko Ikaskuntza	
Basque Country	Deusto & Basque Country	Iñaki Peña Legazkue	Instituto Vasco de Competitividad	
Ceuta	Univ. de Granada &	Lázaro Rodríguez Ariza	FESNA	
Melilla	Escuela de Negocios de Andalucía	María del Mar Fuentes	Universidad de Granada and many others	
Turčija	Yeditepe University	Nilüfer Egriçan Esra Karadeniz	Endeavor, Turkey Country Office Akbank	Akademetre Research & Strategic Planning
Urugvaj	Instituto de Estudios Empresariales de Montevideo (IEEM)	Leonardo Veiga Pablo Regent Fernando Borraz Alejandro Gaidana Adrián Edelman Cecilia Gomeza	IEEM Business School - Universidad de Montevideo	Mori, Uruguay

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Velika Britanija	Hunter Center for Entrepreneurship, University of Strathclyde Economics & Strategy Group, Aston Business School, Aston University	Jonathan Levie Mark Hart	BERR Enterprise Directorate InvestNI Department of Enterprise, Trade and Investment (NI) Belfast City Council Enterprise Northern Ireland Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde Scottish Enterprise Welsh Assembly Government One North East North West Development Agency Yorkshire Forward Advantage West Midlands East Midlands Development Agency South West of England Development Agency South East Development Agency Enterprise Insight Wessex Enterprise	IFF
ZDA	Babson College Baruch College, City University of New York	I.Elaine Allen Marcia Cole Monica Dean Ivory Phinisee Joseph Onochie Edward Rogoff	Babson College Baruch College	Opinion Search

GLOBALNI KOORDINACIJSKI TIM

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
GEM globalni koordinacijski tim	London Business School SMU - Cox School of Business Babson College Utrecht University IE Business School	Michael Hay Mark Quill Chris Aylett Jackline Odoch Mick Hancock Maria Minniti William D. Bygrave Marcia Cole Jeff Seaman Niels Bosma Alicia Coduras	Universidad del Desarrollo Babson College	N/A



LITERATURA

1. Autio, E. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor 2007, Global report on High Growth Entrepreneurship*, London, U.K.: London Business School and Babson Park, MA: Babson College.
2. Baumol, W.J. (1994). *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*, Cambridge: The MIT Press.
3. Bhidé, A. (2006). *Venturesome Consumption, Innovation and Globalization*. Paper for a Joint Conference of CESifo and the Center on Capitalism and Society, Perspectives on the Performance of the Continent's Economies, Venice 21–22. July.
4. Bosma, N., Harding, R. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor, 2006 Executive Report*, Babson College, London Business School.
5. Bosma N., Acs, Z.J., Autio, E., Coduras, A., Levie, J. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor, 2008 Executive Report*, Babson College, London Business School, and GERA.
6. Bosma, N., Jones, K., Autio, E., Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor, 2007 Executive Report*, Babson College, London Business School, and GERA.
7. Carree, M.A., Van Stel, A.J., Thurik, A.R., Wennekers, A.R.M. (2002). Economic Development and Business Ownership: An analysis Using data of 23 OECD Countries in the Period 1976–1996. *Small Business Economics*, 19, 271–290.
8. Duh, M. (2009). Distinctive Characteristic of Family Businesses and Supporting Infrastructure: Comparison of Slovenia with EU and other Countries, v: Širec, K., Rebernik, M. (Ur.), *Dynamics of Slovenian Entrepreneurship, Slovenian Entrepreneurship Observatory 2008*, Maribor: Faculty of Economics and Business.
9. Porter, M.J., Sachs, J., Mc Arthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development, v: Porter, M.J., Sachs, P.K., Cornelius, J.W., Mc Arthur, J., Schwab, K. (Ur.), *The Global Competitiveness Report 2001–2002*, New York: Oxford University Press, 16–25.
10. Pušnik, K. (2008). *Dejavniki izstopa podjetij s trga na primeru Slovenije* (Determinants of firm market exit in the case of Slovenia), doktorska disertacija, Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
11. Rebernik, M., Tominc, P., Pušnik, K. (2005). *Podjetništvo na prehodu: Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2004*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij.

12. Rebernik, M., Tominc, P., Pušnik, K. (2007). *Počasne spremembe podjetniške stvarnosti: GEM Slovenija 2006*, Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, (Slovenski podjetniški observatorij).
13. Rebernik, M., Tominc, P., Pušnik, K. (2008). *Premalo razvojno usmerjenih podjetij: GEM Slovenija 2007 (Lack of Grow-oriented Entrepreneurship: GEM Slovenia 2007)*, Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, (Slovenski podjetniški observatorij).
14. Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P., Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998–2003, *Small Business Economics*, 24(3), 205–231.
15. Rus, M., Rebernik, M. (2009). Slovenian Enterprises in 2007, v: Širec, K., Rebernik, M. (Ur.), *Dynamics of Slovenian Entrepreneurship, Slovenian Entrepreneurship Observatory 2008*, Maribor: Faculty of Economics and Business.
16. Širec, K., Tominc, P., Rebernik, M. (2003). Ženske v podjetništvu: neenakost kljub formalni enakosti, *Organizacija (Kranj)*, 36(9), 605–612.
17. Tominc, P., Rebernik, M. (2004). The Scarcity of Female Entrepreneurship, *Društvena istraživanja (Zagreb)*, 13(4/5), 779–802.
18. Tominc, P., Rebernik, M. (2006). Zgodnja podjetniška aktivnost: pričakovanja o rasti podjetij (Early-stage Entrepreneurial Activity: Expectations for Growth in Entrepreneurial Ventures), *Naše gospodarstvo*, 52(5/6), 11–19.
19. Van Stel, A., Carree, M., Thurik, R. (2005). *The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth*, Jena: Max Planck Institute for Research into Economic Systems.



Dr. Miroslav Rebernik je redni profesor za ekonomiko podjetja in za podjetništvo. Bil je gostujoči profesor na Portland State University ter dobitnik Fulbrightove raziskovalne štipendije na Babson College. Sodeloval je na več kot 60 domačih in tujih strokovnih in znanstvenih konferencah, je avtor več knjig in poglavij v številnih monografijah, ki so izšle doma in v tujini, vodil je številne domače in mednarodne konference ter uredil njihove zbornike. Je vodja programskega odbora Mednarodne konference o podjetništvu in inoviranju PODIM (www.podim.org), predsednik sveta univerzitetnega inkubatorja Tovarna podjetmov (www.tovarnapodjemov.org), član ekspertne komisije Evropske komisije za SME Policy Relevant Research, član znanstvenega sveta za družboslovje pri ARRS, Country Vice president za Slovenijo pri European Council for Small Business ter predsednik strokovne komisije za izbor »Slovenski start-up leta 2008«. Sodeluje v uredniških in recenzijskih odborih revij Business & Economics Review, Journal of Small Business Management ter International Journal of Entrepreneurial Venturing. Je vodja raziskovalnega programa Podjetništvo za inovativno družbo in vodja raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor Slovenija ter Slovenski podjetniški observatorij.



Dr. Polona Tominc je redna profesorica za kvantitativne ekonomske analize na Ekonomsko-poslovni fakulteti v Mariboru, kjer med ostalim predava statistične metode ter metodološki del podjetniških teorij. Sodelovala je na več kot 30 tujih in domačih znanstvenih in strokovnih konferencah, je avtorica ali soavtorica poglavij v tujih in domačih monografijah ter znanstvenih in strokovnih člankov, objavljenih v uveljavljenih mednarodnih in domačih revijah. Aktivno sodeluje v mednarodni mreži za proučevanje ženskega podjetništva DIANA. Sodeluje v raziskovalnem programu Podjetništvo za inovativno družbo in je članica raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor Slovenija ter Slovenski podjetniški observatorij.



Dr. Ksenja Pušnik je višja predavateljica za ekonomiko podjetja in podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Kot raziskovalka Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij na tej fakulteti je sodelovala pri številnih domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je članica raziskovalnega tima Global Entrepreneurship Monitor Slovenija in Slovenski podjetniški observatorij. Njena bibliografija obsega preko 200 enot. Je avtorica ali soavtorica poglavij v tujih in domačih monografijah ter znanstvenih in strokovnih člankov v domačih in mednarodnih revijah s področij izstopa podjetij s trga, podjetništva, koncentracij in politike konkurence, davčne politike, staranja prebivalstva in rastočih poslov. Sodelovala je na več kot 20 domačih in mednarodnih znanstvenih in strokovnih konferencah ter bila članica številnih programskih in organizacijskih odborov domačih in mednarodnih konferenc ter urednica revije EPF. Raziskovalno se trenutno ukvarja s področji propada podjetij, podjetništva in ekonomske politike, svetovalno pa tudi s področji javnega sektorja, ekonomike zdravstva in rastočih poslov.