



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

Pomanjkanje vitalnosti slovenskega podjetništva

GEM Slovenija 2014



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



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

Pomanjkanje vitalnosti slovenskega podjetništva

GEM Slovenija 2014

Naslov monografije: Pomanjkanje vitalnosti slovenskega podjetništva: GEM Slovenija 2014

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

Vrsta: znanstvena monografija

Strokovna recenzenta: prof. dr. Slavica Singer, prof. dr. Dijana Močnik

Lektorica: mag. Darja Gabrovšek Homšak

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

Leto izida: 2015

Oblikovanje: Nebia, d.o.o.

Oblikovanje in tisk: Tiskarna Koštomaj, Elizabeta Koštomaj s. p.

Naklada: 250 izvodov

ISSN 1854-8040

ISBN 978-961-6802-35-2



CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Univerzitetna knjižnica Maribor

658(497.4)«2014»

POMANJKANJE vitalnosti slovenskega podjetništva : GEM Slovenija 2014 / Miroslav Rebernik ... [et al.]. - Maribor : Ekonomsko-poslovna fakulteta, 2015. - (Slovenski podjetniški observatorij, ISSN 1854-8040)

250 izv.

ISBN 978-961-6802-35-2

1. Rebernik, Miroslav

COBISS.SI-ID 81852929

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 prevzemajo 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, 2015.

Kopiranje in razmnoževanje brez pisnega dovoljenja Ekonomsko-poslovne fakultete sta prepovedana!

KAZALO

UVODNI POVZETEK	9
Osební in družbeni odnos do podjetništva	10
Vključevanje v podjetništvo	12
Demografske značilnosti slovenskih podjetnikov	14
Podjetniške aspiracije	15
Kakovost podjetniškega ekosistema	16
EXECUTIVE SUMMARY	19
Individual and societal attitudes towards entrepreneurship	20
Involvement in entrepreneurial activity	22
Demographic characteristics of Slovenian entrepreneurs	24
Entrepreneurial aspirations	26
Quality of entrepreneurship ecosystem	27
1 KRATEK ORIS GLOBALNEGA PODJETNIŠKEGA MONITORJA	29
1.1 Uvod	29
1.2 Konceptualni okvir Globalnega podjetniškega monitorja	32
1.3 Podatkovne podlage za GEM	36
1.4 Dostopnost raziskav in podatkov GEM	39
2 GEM-OVA PREGLEDNICA ZNAČILNOSTI PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI	41
3 NAGNjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu IN ZAZNAVANJE ODNOSA DO PODJETNIŠTVA V DRUŽBI	49
3.1 Opredelitev nagnjenosti k podjetništvu in zaznavanja odnosa družbe do podjetništva	49
3.2 Zaznavanje poslovnih priložnosti, znanje, izkušnje in veščine za podjetništvo ter strah pred neuspehom	54
3.3 Podjetniške namere	59
3.4 Zaznavanje družbenega statusa podjetnika, karierna zaželenost podjetniškega poklica, odnos medijev do podjetništva in stopnja zaznavanja teženj po egalitarizmu v družbi	61
4 PODJETNIŠKA AKTIVNOST V LETU 2014	67
4.1 Faze podjetniške aktivnosti	67
4.2 Zgodnja podjetniška aktivnost	73
4.3 Motivacija za podjetništvo	76
4.4 Ustaljeni podjetniki	81
4.5 Podjetniška aktivnost zaposlenih	84
4.6 Prenehanje poslovanja	87

5 DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA	93
5.1 Starost	93
5.2 Podjetništvo in mladi	96
5.3 Spol	100
5.4 Izobrazba	105
5.5 Dohodek	108
6 PODJETNIŠKE ASPIRACIJE	113
6.1 Usmerjenost v rast	113
6.2 Inovacijska naravnost	118
6.3 Internacionalizacija	120
7 PODJETNIŠKI EKOSISTEM (OKVIRNI POGOJI ZA PODJETNIŠTVO)	125
7.1 Metodologija spremljanja stanja podjetniškega okolja (NES)	127
7.2 Stanje slovenskega podjetniškega ekosistema v letu 2014	128
7.3 Najniže in najvišje ocenjeni okvirni pogoji za podjetništvo	132
7.4 Prednosti in slabosti podjetniškega ekosistema ter priporočila za njegovo izboljšanje	136
SLOVENSKI IZVEDENCI V LETU 2014	139
LITERATURA IN VIRI	141
KLJUČNE MERE GEM	147
RAZISKOVALNI TIMI IN SPONZORJI GEM V LETU 2014	151
AVTORJI	165
PODJETNIŠKE INICIATIVE	
Start:up Manifest	47
Programi Initiative Start:up Slovenija in Slovenskega podjetniškega sklada	65
Konferenca PODIM	91
Ustvarjalnik, pospeševalnik mladinskega podjetništva	111
Slovenski forum inovacij	123

KAZALO SLIK

Slika 1.1:	Razširjenost raziskovanja GEM (Singer et al. 2015)	30
Slika 1.2:	Značilne skupine gospodarstev in ključna razvojna usmerjenost (Kelly et al. 2011)	31
Slika 1.3:	Osnovni konceptualni model GEM	33
Slika 1.4:	Podrobnejši konceptualni okvir podjetniškega procesa	34
Slika 2.1:	Primerjava Slovenije in povprečja držav EU, s povprečjem vrednosti v inovacijskih gospodarstvih, za izbrane kazalnike, GEM 2014, APS	44
Slika 3.1:	Elementi nagnjenosti do podjetništva in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi (v odstotkih delovno aktivnih prebivalcev)	54
Slika 3.2:	Zaznavanje poslovnih priložnosti	55
Slika 3.3:	Zaznavanje poslovnih priložnosti v evropskih državah, ki sodelujejo v raziskavi GEM	56
Slika 3.4:	Povezanost med deležem ljudi, ki razpoznavajo poslovne priložnosti, ter deležem ljudi, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje, veščine in sposobnosti za podjetništvo, v državah Evropske unije, ki sodelujejo v raziskavi GEM	57
Slika 3.5:	Povezanost med deležem ljudi, ki razpoznavajo poslovne priložnosti, ter deležem ljudi, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje, veščine in sposobnosti za podjetništvo, v državah GEM brez sodelujočih držav EU	57
Slika 3.6:	Povezanost med deležem ljudi, ki razpoznavajo poslovne priložnosti, ter deležem ljudi, ki jih je strah podjetniškega neuspeha, v državah GEM	58
Slika 3.7:	Podjetniške namere	60
Slika 3.8:	Podjetniške namere in zaznavanje poslovnih priložnosti	61
Slika 3.9:	Spoštovanje podjetniškega poklica in karierna izbira	62
Slika 3.10:	Razpoznavanje poslovnih priložnosti, egalitarizem ter podjetniške namere	63
Slika 4.1:	Faze podjetniškega procesa in profil podjetništva	67
Slika 4.2:	Delež odraslega prebivalstva v Sloveniji, vključenega v posamezne faze podjetniškega procesa	68
Slika 4.3:	Pušcanje podjetniškega voda v Sloveniji	69
Slika 4.4:	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v vseh sodelujočih državah GEM 2014	74
Slika 4.5:	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi	75
Slika 4.6:	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji od leta 2009 do leta 2014	75
Slika 4.7:	Podjetništvo iz nuje in podjetništvo iz priložnosti v Sloveniji od leta 2009 do leta 2014	78
Slika 4.8:	Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo	79
Slika 4.9:	Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti	80
Slika 4.10:	Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v vseh državah GEM	82

Slika 4.11:	Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v evropskih državah GEM	83
Slika 4.12:	Vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo v Sloveniji v letih od 2011 do 2014	83
Slika 4.13:	Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po posameznih fazah in skupinah držav.....	84
Slika 4.14:	Faze podjetniškega procesa notranjih podjetnikov.....	85
Slika 4.15:	Podjetniška aktivnost zaposlenih v zadnjih treh letih kot odstotek odrasle populacije.....	86
Slika 4.16:	Opustitev poslovanja v zadnjih dvanajstih mesecih v evropskih državah v celotni podjetniški aktivnosti	87
Slika 4.17:	Opustitev poslovanja v državah GEM v celotni podjetniški aktivnosti	88
Slika 4.18:	Razlogi za prenehanje poslovanja	89
Slika 5.1:	Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost	95
Slika 5.2:	Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav.....	96
Slika 5.3:	Število in delež mladih v registrirani brezposelnosti.....	97
Slika 5.4:	Odstotek nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let.....	98
Slika 5.5:	Povprečna stopnja rasti zaposlenih (v %) za podjetja, ki so preživela tri leta (EU).....	99
Slika 5.6:	Izobrazbena raven nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih skupinah od 18 do 34 let in od 35 do 64 let	99
Slika 5.7:	Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol.....	100
Slika 5.8:	Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami.....	102
Slika 5.9:	Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami v Evropi	103
Slika 5.10:	Ovire za samozaposlitev moških in žensk v EU-28, 2012	104
Slika 5.11:	Zgodnja podjetniška aktivnost žensk zaradi nujnosti v Evropi.....	105
Slika 5.12:	Izobrazba novih in nastajajočih podjetnikov v obdobju 2011–2014	106
Slika 5.13:	Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo	107
Slika 5.14:	Podjetniška aktivnost glede na dohodek	108
Slika 5.15:	Dohodkovni razredi in podjetništvo.....	109
Slika 6.1:	Pričakovanja podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva glede rasti števila zaposlenih po posameznih globalnih geografskih regijah in Sloveniji, kot delež indeksa TEA (v %).....	115
Slika 6.2:	Delež zgodnjega podjetništva s srednjo in visoko stopnjo ambicioznosti pri zaposlovanju (več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih).....	116
Slika 6.3:	Zgodnja podjetniška aktivnost, merjena z indeksom TEA, v inovacijskih gospodarstvih s strukturo aspiracij po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih.....	117
Slika 6.4:	Zgodnja podjetniška aktivnost, merjena z indeksom TEA, v evropskih gospodarstvih s strukturo aspiracij po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih	118

Slika 6.5:	Inovacijska naravnost podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti (TEA) v letu 2014 po posameznih globalnih geografskih regijah in v Sloveniji.....	119
Slika 6.6:	Intenzivnost internacionalizacije podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti (TEA) v letu 2014 po posameznih globalnih geografskih regijah in v Sloveniji	121
Slika 6.7:	Intenzivnost internacionalizacije podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti (TEA) v letu 2014 po državah Evropske unije.....	122
Slika 7.1:	Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji v letih 2013 in 2014	129
Slika 7.2:	Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo – Slovenija, GEM in Evropska unija.....	130
Slika 7.3:	Sestavljeni kazalniki okvirnih pogojev za podjetništvo (prva skupina pogojev)	130
Slika 7.4:	Sestavljeni kazalniki okvirnih pogojev za podjetništvo (druga skupina pogojev)	131
Slika 7.5:	Ocene elementov vladnih politik v Sloveniji primerjalno z državami EU	132
Slika 7.6:	Ocene elementov vladnih programov v Sloveniji primerjalno z državami EU	133
Slika 7.7:	Ocene elementov poslovne in strokovne infrastrukture v Sloveniji primerjalno z državami EU	134
Slika 7.8:	Prednosti in slabosti podjetniškega ekosistema po mnenju izvedencev v Sloveniji leta 2014.....	137

KAZALO TABEL

Tabela 1.1:	Države GEM po tipih gospodarstev.....	31
Tabela 1.2:	Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2014, APS.....	36
Tabela 1.3:	Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih državah po tipih gospodarstva, GEM 2014, APS	37
Tabela 1.4:	Število sodelujočih nacionalnih izvedencev v sodelujočih državah po tipih gospodarstva, GEM 2014, NES.....	38
Tabela 2.1:	Večdimenzionalnost raziskovanja količine in kakovosti podjetniške aktivnosti – vidiki analize.....	41
Tabela 2.2:	GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2014, APS.....	42
Tabela 3.1:	Elementi nagnjenosti do podjetništva in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi (v odstotkih delovno aktivnih prebivalcev), GEM 2014, APS.....	51
Tabela 3.2:	Elementi nagnjenosti do podjetništva in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi (v odstotkih delovno aktivnih prebivalcev), GEM 2014, APS.....	53

Tabela 4.1:	Razmerje med nastajajočimi in novimi podjetniki v Sloveniji, GEM Slovenija 2014, APS.....	70
Tabela 4.2:	Pregled vključenosti prebivalstva v posamezne faze podjetniških aktivnosti, GEM 2014, APS.....	71
Tabela 4.3:	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in zaradi nuje, GEM 2014, APS.....	76
Tabela 4.4:	Ključne značilnosti zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti in zaradi nujnosti, GEM Slovenija 2014, APS.....	77
Tabela 4.5:	Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po posameznih fazah in skupinah držav, GEM 2014, APS.....	84
Tabela 4.6:	Podjetniška aktivnost zaposlenih v Sloveniji od leta 2011 do leta 2014, GEM Slovenija 2014, APS.....	85
Tabela 5.1:	Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2014, APS.....	94
Tabela 5.2:	Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2014, APS.....	95
Tabela 5.3:	Odstotek podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2011–2014, GEM Slovenija 2014, APS.....	101
Tabela 6.1:	Pričakovanja podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva glede rasti števila zaposlenih po posameznih globalnih geografskih regijah in Sloveniji, kot delež indeksa TEA (v %), GEM 2014, APS.....	115
Tabela 7.2:	Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji, GEM 2014, NES.....	128
Tabela 7.3:	Pet najniže in pet najviše ocenjenih trditev za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2014, NES.....	135

Uvodni povzetek

Nenehno iskanje, ustvarjanje in izkoriščanje priložnosti za zadovoljevanje potreb na trgu je temeljna dejavnost podjetništva, ki prispeva k blaginji gospodarstva. Če razumemo podjetništvo tako, kot ga razume Globalni podjetniški monitor, da gre za vzpostavitev »novega posla ali ustvaritve novega podjetja brez ozira na to, ali gre za samozaposlitev, novo poslovno organizacijo ali širjenje obstoječega posla s strani posameznika, tima posameznikov ali uveljavljenega podjetja«, potem ustanovitev podjetja sama po sebi ni dovolj. Podjetje mora ustvarjati neko novo vrednost in potrebuje podjetnika, ki je sposoben najti vire, da bi podjetje ustvarilo izdelek in storitev, s katerim bo rešilo neki kupčev problem in zadovoljilo njegove potrebe. Zato je tudi manj pomembno, koliko podjetij imamo v Sloveniji, pomembno je, kakšna so ta podjetja, ali so sposobna ustvarjati novo vrednost, zmorejo zaposlovati in se širiti. Razvoja gospodarske blaginje namreč ne zagotavlja število podjetnikov in podjetij, temveč njihova dinamika in kakovost. Vitalnosti podjetništva zato ne moremo spoznati tako, da bi prešteli podjetja in podjetnike, ampak da spoznamo podjetniško okolje, temeljne značilnosti podjetniške aktivnosti, njihove motivacije in ambicije. Prav s tem pa se ukvarja Globalni podjetniški monitor, največja svetovna raziskava na področju podjetništva, ki že šestnajsto leto zapored podaja temeljit vpogled v svet podjetništva in s proučevanjem medsebojne odvisnosti med podjetništvom in ekonomskim razvojem kaže stanje v posameznih državah in obenem nakazuje načine, s katerimi je mogoče pospeševati razvoj podjetništva in hkrati z njim tudi razvoj gospodarske blaginje.

Krizna obdobja še bolj kot običajno zahtevajo trezen razmislek o tem, kako ravnati, da bi se čim učinkoviteje izkoristili obstoječi viri ter zadovoljile potrebe, česar brez vitalnega podjetništva ni možno uresničiti. Harmonizirane podatkovne baze, ki jih zagotavlja GEM, omogočajo, da bolje razumemo umestitev slovenskega podjetništva v globalno sliko, in sicer vse od leta 2002 dalje, ko smo postali del te svetovne raziskovalne ekspedicije v svet podjetništva, ki je leta 2014 v 73 državah anketirala skupaj več kot 206.000 posameznikov in skoraj 4000 nacionalnih izvedencev. Te države predstavljajo 72,4 % svetovne populacije in 90 % svetovnega bruto družbenega proizvoda, kar nam omogoča tudi primerjave med različnimi svetovnimi regijami in različnimi razvojnimi ravni posameznih gospodarstev. To nam pomaga spoznavati, katere poti so ubrale posamezne države, da bi zagotovile boljše delovanje podjetniškega ekosistema, in zastavlja vprašanja, kaj bi delovalo pri nas in kaj ne, saj ni mogoče nekritično prenašati katerih koli spoznanj iz drugih okolij, kakor tudi ni smiselno na novo izumljati stvari, ki so splošno veljavne in bi z ustreznimi prilagoditvami delovale tudi v našem okolju.

Globalni podjetniški monitor omogoča boljše razumevanje individualnih podjetniških značilnosti posameznika, kot so sposobnost zaznavanja priložnosti, dojemanje lastnih sposobnosti za podjetniško delovanje, strah pred neuspehom ter podjetniške namere.

Nakazuje pa tudi temeljne družbene vrednote, ki so pomembne za podjetništvo, še zlasti gledanje družbe na podjetništvo kot dobro poklicno možnost, ali družba spoštuje uspešne podjetnike in jim priznava visok družbeni status ter v kolikšni meri pozornost, ki jo mediji dodeljujejo podjetništvu, prispeva k njegovemu razvoju. Podjetniško aktivnost spremljamo skozi celoten življenjski cikel (nastajajoča, nova in ustaljena podjetja, prenehanje poslovanja), po tipih aktivnosti (visoka rast, inovativnost, internacionalizacija) in po sektorjih aktivnosti (zgodnja podjetniška aktivnost, socialno podjetništvo, podjetniška aktivnost zaposlenih). Precej pozornosti posvečamo tudi podjetniškemu ekosistemu, saj ta pomembno pospešuje (ali zavira) podjetniške procese in aktivnost.

OSEBNI IN DRUŽBENI ODNOS DO PODJETNIŠTVA

Slovenija dosega povprečne vrednosti inovacijskih držav pri dveh obravnavanih vidikih odnosa do podjetništva v družbi, in sicer glede mnenja ljudi o tem, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status, ter o tem, ali imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za opravljanje podjetniškega poklica, je pa izrazito pod povprečjem glede zaznavanja poslovnih priložnosti, ki jih ljudje pričakujejo v svojem okolju. Upad zaznavanja priložnosti je še izrazitejši kot leta 2013, tako da je Slovenija skoraj povsem na repu vseh držav, sodelujočih v raziskavi. Pod povprečjem je tudi glede podjetniških namer v prihodnjih treh letih. Predvsem je kritično, da se v Sloveniji trend upadanja zaznavanja poslovnih priložnosti še kar nadaljuje. Leta 2007 je še skoraj polovica prebivalstva menila, da se bodo v njihovem okolju pojavile dobre poslovne priložnosti, leta 2009 ta delež padel na 30 %, v naslednjih letih se je padanje nadaljevalo in v letu 2014 je samo še 17,25 % odraslega prebivalstva videlo potencialne poslovne priložnosti. Medtem ko so države, ki so v preteklih letih delale družbo Sloveniji na zadnjih mestih, napredovale, se je Slovenija pomaknila na sam rep evropske lestvice in med evropskimi državami zaseda zadnje mesto. Na predzadnjih mestih na repu lestvice delata družbo Sloveniji še Hrvaška (18,43 %) in BiH (19,95 %). Države PIGS so v letu 2014 izkazovale bolj optimistično sliko od Slovenije: Portugalska 22,87 %, Italija 26,57 %, Grčija 19,91 % in Španija 22,61 %. Med evropskimi državami je bil leta 2014 delež zaznavanja poslovnih priložnosti ponovno najvišji v skandinavskih državah, na Švedskem (70,07 %), Norveškem (63,45 %) in Danskem (59,66 %), ter na Kosovu (65,62 % odraslih). Nizka stopnja zaznanih priložnosti v državah, ki imajo težave z gospodarskim razvojem, ni le zelo pomemben podatek za vlade teh držav, ampak tudi za številne institucije, infrastrukturne ustanove ter seveda izobraževalni sektor, ki lahko pomagajo pri graditvi zmogljivosti posameznikov za prepoznavanje priložnosti. Vendar to zahteva spremembo miselnosti v izobraževalnih sistemih, kjer se bodo morali osredotočiti tudi na razvoj podjetniških kompetenc (proaktivnost, inovativnost, odgovornost za izbiro) pri študentih.

Zaznane podjetniške zmogljivosti posameznikov se med državami razlikujejo in so v povprečju v manj razvitih gospodarstvih višje kot v razvitih inovacijskih. V Evropi tudi zaznavamo, da je v državah, ki doživljajo dolgoročne gospodarske težave, ta razlika najvišja. V Grčiji je prebivalec, ki menijo, da imajo potrebno znanje, izkušnje in veščine za podjetništvo, 45,5 %, priložnosti pa jih zaznava le 19,9 %. Na Hrvaškem je to razmerje 45,9 % proti 18,4 %, v Sloveniji celo 48,6 % proti 17,2 %, v Španiji 48,1 % proti 22,6 %, na Portugalskem 46,6 % proti 22,9 % in v BiH 47,3 % proti 19,6 %. Po drugi strani je vzorec v skandinavskih državah ravno nasproten – ljudje veliko bolje zaznavajo poslovne priložnosti kot pa ocenjujejo svoje znanje, izkušnje in veščine za podjetništvo.

Posameznikom, ki so zaznali podjetniške priložnosti, lahko strah pred neuspehom prepreči, da bi jih uresničevali. V večini manj razvitih držav z visoko stopnjo podjetniških namer in visoko stopnjo zaznavanja poslovnih priložnosti je v povprečju strah pred neuspehom najmanj prisoten. V Panami, Ugandi in Surinamu je tako manj kot 15 % odraslih strah morebitnega podjetniškega neuspeha. Na drugi strani lestvice so na vrhu tri evropske države, Grčija (71 %), Poljska (58 %) in Italija (57 %). Sploh so na prvih 16 mestih na lestvici (razen Vietnama in Tajske) same evropske države. Slovence je v povprečju nekoliko manj strah neuspeha; leta 2014 je bilo 38,7 % odraslih prebivalcev takšnih, ki bi jih (po njihovem zatrjevanju) strah pred neuspehom odvrnil od podjetništva, kar je sicer dober znak, saj v opažamo, da v državah, v katerih je strah pred neuspehom v povprečju manj prisoten, ljudje v povprečju tudi bolj zaznavajo poslovne priložnosti.

Podobno kot leto poprej je v Sloveniji samo nekaj več kot desetina (12,31 %) odraslih posameznikov razmišljala o tem, da bi v prihodnjih treh letih ustanovili podjetje, kar nas umešča na 13. mesto med evropskimi državami in na 48. mesto v svetovnem merilu. Tako nizek odstotek ob visoki brezposelnosti in pomanjkanju delovnih mest vzbuja skrb in kaže, da podjetništvo očitno še vedno ni dovolj atraktivna poklicna možnost, k čemur svoje prispeva tudi splošna družbena naklonjenost podjetništvu, ki je ne samo v Sloveniji, ampak tudi v celotni Evropi na repu svetovnih regij, podobno kot to velja za spoštovanje uspešnih podjetnikov in medijsko posredovanje uspešnih podjetniških zgodb. V svetovnem merilu se je Evropa tako ponovno pokazala kot območje, kjer podjetništvo ni dovolj prisotno, bodisi da gre za nizko podjetniško aktivnost bodisi za odnos družbe do podjetništva. Opažamo tudi precejšen razkorak med tem, da ljudje spoštujejo podjetniški poklic, in tem, da menijo, da je podjetništvo dobra poklicna izbira. V povprečju to velja tudi v skupini inovacijskih gospodarstev in v skupini držav Evropske unije, ki sodelujejo v GEM, vendar pa pri tem izstopa Slovenija, kjer 72 % ljudi meni, da so uspešni podjetniki spoštovani, a le 53 %, da je podjetništvo dobra izbira. Očitno je v družbi narejenega premalo, da bi se načelno spoštovanje podjetniškega poklica uresničilo kot odločitev za podjetniško kariero. Ne gre samo za vzpostavitev podjetništvu naklonjenega poslovnega okolja, gre predvsem za ustvarjanje razumevanja, da je lahko podjetništvo primerna poklicna izbira in zadovoljujoča življenjska pot.

Tudi v letu 2014 se je potrdilo, da so egalitaristične težnje v Sloveniji zelo visoke in zelo trdovratne. Na vprašanje, ali menijo, da bi bilo večini ljudi v Sloveniji ljubše, da bi imeli vsi približno enako raven standarda, jih je kar 82 % odgovorilo pritrdilno. Visok delež je tako rekoč ustaljen že vrsto let in Slovenija se vselej, tudi v svetovnem merilu, uvršča povsem proti vrhu. V državah Evropske unije, ki sodelujejo v raziskavi GEM, je recimo delež ljudi, ki menijo, da bi bilo primerno, da bi vsi imeli enako raven življenjskega standarda, v povprečju 63 %. Najnižje stopnje egalitarizma izkazuje v evropskem merilu Luksemburg (44 %) in Švica (52 %), višjo stopnjo od Slovenije pa v lanskem letu samo Bosna in Hercegovina (87 %). Vse od leta 2002, odkar podjetništvo spremljamo z GEM, je stopnja egalitarizma, ki jo zaznavamo v odgovorih na navedeno vprašanje, skrb vzbujajoče visoka. Težnja po enakosti dohodkov deluje na podjetništvo kontraproduktivno. Ugotavljamo namreč, da tisti, ki zaznavajo visoko stopnjo tako opredeljenega egalitarizma, v povprečju v svojem okolju tudi bistveno manj pogosto zaznavajo poslovne priložnosti: med tistimi, ki zaznavajo visoko stopnjo egalitarizma, jih zgolj 16 % v okolju hkrati zaznava tudi obetavne poslovne priložnosti. Med tistimi odraslimi, ki slovenske družbe ne razumejo egalitaristično, pa jih poslovne priložnosti zaznava skoraj četrtina (24 %).

VKLJUČEVANJE V PODJETNIŠTVO

Sloveniji je lani dobrih 12 % odraslih prebivalcev izrazilo podjetniške namere, da se bodo v prihodnjih treh letih začeli ukvarjati s podjetništvom (potencialni podjetniki). Toda te namere še ne pomenijo tudi visoke dejanske podjetniške aktivnosti, kar se kaže v tem, da le 3,78 % posameznikov tudi dejansko realizira svojo podjetniško namero in se loti aktivnosti za začetek poslovanja (nastajajoči podjetniki). Še manj je tistih, ki jim uspe svoj podjem razvijati dlje in kot novi podjetniki poslujejo več kot tri mesece in manj kot tri leta in pol – leta 2014 jih je bilo v Sloveniji 2,66 % ustaljenih podjetnikov, torej tistih, ki poslujejo dlje kot 42 mesecev, pa 4,76 %. Poslovanje je v zadnjih 12 mesecih opustilo 1,47 % odraslega prebivalstva.

Če kontekst, znotraj katerega se oblikujejo podjetniške pobude in uveljavljajo podjemi, ponazorimo z analizo vóda (*»pipeline«*), se vidijo velike razlike med posameznimi fazami podjetniškega procesa, kjer nastaja izguba potencialnega podjetniškega izplena. Medtem ko je v Sloveniji delež odraslega prebivalstva, ki podjetništvo sprejema kot družbeno sprejemljivo dejavnost, še sorazmerno primeren, saj znaša 61,1 %, že v naslednjem koraku, ko ugotavljamo, kolikšen je delež potencialnih podjetnikov, upade na 34,8 %. Da bi povečali ta potencial, bi morali poskrbeti za ustrezno izobraževanje in ustvariti pogoje, da bi morebitni neuspeh, ki je sicer imanentna lastnost podjetniškega procesa, čim manj vplival na odločanje o podjetniški karieri. Upadanje potenciala se še nadaljuje in tistih, ki izjavljajo, da nameravajo v prihodnjih treh letih začeti ustanavljati lastni podjem oziroma lastno podjetje, je samo še 12,3 %, končni izplen pa je 3,78 % nastajajočih in 2,67 % novih podjetnikov. Podjetniška politika bi se zato morala zavedati, da so potrebe podjetnikov in podjetij v vsaki fazi podjetniškega procesa drugačne, zato potrebujejo tudi različne podporne storitve, morala pa bi tudi vedeti, da prehod v naslednjo fazo življenjskega cikla podjetja zahteva pridobitev drugačnih znanj in sposobnosti podjetnika ter primeren odziv podjetniške politike.

V svetu so med posameznimi državami velike razlike v deležu zgodnje podjetniške aktivnosti. Največ je beležijo afriške države Kamerun (37,4 %), Uganda (35,5 %) in Bocvana (32,8 %), ki spadajo med faktorska gospodarstva, ter južnoameriške države Ekvador (32,6 %), Peru (28,8 %), Bolivija (27,4 %) in Čile (26,8 %). Najnižje stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti so v Surinamu (2,1 %), na Japonskem (3,83 %), Kosovu (4,03 %) in v Italiji (4,42 %). Slovenija je bila med 70 državami GEM v letu 2014 na 14. mestu s 6,33 % celotno zgodnjo podjetniško aktivnostjo. Med evropskimi državami izkazujejo najvišje vrednosti Romunija (11,35 %), Litva (11,32 %) in Slovaška (10,9 %), najnižje pa Kosovo (4,03 %), Italija (4,42 %) in Rusija (4,69 %).

Posamezniki se lahko vključijo v podjetništvo zaradi nuje, ker nimajo drugih možnosti za preživetje ali ker želijo izkoristiti obetavno podjetniško priložnost, da bi postali neodvisni, imeli dohodek in poželi dobiček. Največ podjetništva zaradi nujnosti je v najrevnejših afriških državah, v Kamerunu, Bocvani, Ekvadorju in Gvatemali. Ta gospodarstva imajo v primerjavi z inovacijskimi gospodarstvi veliko tudi celotne zgodnje podjetniške aktivnosti. Najmanj podjetnikov, ki izkoriščajo zaznane poslovne priložnosti, je bilo v Surinamu, na Kosovu, v Rusiji in na Japonskem. V letu 2014 je bila Bosna in Hercegovina edina država GEM, kjer je bilo več podjetnikov iz nuje (3,77 %) kot iz priložnosti (3,6 %).

V Sloveniji sicer vsa leta beležimo višje stopnje podjetništva iz priložnosti kot podjetništva iz nuje, vendar se po letu 2012, ko je bil delež podjetnikov iz nuje najnižji (0,40 %) in hkrati najvišji delež podjetnikov iz priložnosti (4,88 %), v zadnjih dveh letih delež podjetnikov iz nuje bistveno povečuje, hkrati pa upada delež podjetnikov zaradi priložnosti. Takšen trend sprememb je pričakovan, saj so se v vseh šestih proučevanih letih stopnje brezposelnosti v Sloveniji večale, pa tudi sicer se je zmanjševalo število zaposlenih oseb. V Sloveniji se je glede na preteklo leto

povečal delež tistih podjetnikov, ki se vključujejo v podjetništvo iz nuje ali imajo mešane motive pri podjetništvu iz priložnosti; takih je več kot polovica (53,8 %), tistih, ki se v podjetništvo vključujejo zaradi priložnosti in želijo povečati svojo neodvisnost ali prihodke, pa 46,2 %. Razmerje med tema dvema primerjanima skupinama motivov se je torej poslabšalo, kar je slaba novica, saj so podjetniki zaradi nujnosti v principu manj razvojno naravnani in tudi manj zaposlujejo.

Med državami so bistvene razlike tudi v deležu ustaljenih podjetnikov, to je tistih, ki poslujejo dlje kot tri leta in pol. Najmanj ustaljenih podjetnikov je v Portoriku (1,3 %), na Kosovu (2,1 %) in v Kostariki (2,5 %). Največ ustaljenih podjetnikov najdemo v Ugandi (35,9 %), na Tajskem (33,1 %) in v Vietnamu (22,1 %), kjer je zelo velika tudi celotna zgodnja podjetniška aktivnost, kar je zaradi narave podjetništva v teh državah tudi razumljivo. Slovenija je v svetovnem merilu po deležu ustaljenih podjetij na 54. mestu s 4,76 % ustaljenih podjetnikov v letu 2014; v primerjavi s preteklimi leti ta delež upada (5,68 % leta 2013 in 5,79 % leta 2012). Tudi v tej primerjavi se približujemo repu evropskih držav. Leta 2013 smo bili na 17. mestu, lani pa smo padli na 21. mesto med 28 državami.

»Podjetniška zaspanost« Slovenije je tudi sicer dobro razvidna – v vseh proučevanih skupinah podjetnikov smo pod povprečjem skupin držav, s katerimi smo se primerjali. Nastajajočih in novih podjetnikov je pol manj, kot je povprečje vseh držav GEM, posledično pa velja enako za celotno zgodnjo podjetniško aktivnost. Precejšnje razlike se kažejo tudi pri primerjavi z inovacijskimi gospodarstvi, Evropsko unijo in vsemi evropskimi državami. Tudi primerjava ustaljenih podjetnikov kaže podobno sliko, saj jih je manj kot v drugih skupinah primerjanih držav. V Sloveniji je tudi poslovati prenehalo manj podjetnikov kot v drugih skupinah držav. Razlike med Slovenijo in povprečji inovacijskih gospodarstev, evropskih držav in držav EU pa so večje kot leto prej, kar je skrb vzbujajoč trend.

Tudi v obstoječih podjetjih je pomembno podjetniško obnašanje. GEM to ugotavlja tako, da išče notranje podjetnike, to je tiste zaposlene, ki razvijajo nove aktivnosti za glavnega delodajalca, kot so razvoj ali lansiranje novih izdelkov ali storitev ali pa odpiranje nove poslovne enote, ustanove ali podružnice. Podjetnih zaposlenih, ki imajo vodilno vlogo pri notranjih podjetniških aktivnostih, je bilo v letu 2014 med vsemi zaposlenimi 6,9 %. Še zmeraj smo sicer precej nad svetovnim povprečjem, ki znaša dobre 3 %, vendarle se je ta delež glede na leto prej (9,8 %) pomembno zmanjšal. Upad kaže na zmanjšanje inovacijskih aktivnosti v ustaljenih podjetjih in manjše angažiranje ustvarjalnega in inovacijskega potenciala zaposlenih. Delež odraslih prebivalcev, ki so podjetniško aktivni v organizacijah, v katerih so zaposleni, je največji v Katarju (11,5 %), na Danskem (11,4 %) in v Avstraliji (8,5 %), najmanj pa jih najdemo v Maleziji (0 %), Indiji (0,1 %) in na Kosovu (0,2 %). Med evropskimi državami je nizka stopnja podjetniške aktivnosti zaposlenih tudi v Italiji (0,8 %) in Grčiji (0,8 %), visoka pa na Danskem, Norveškem (7,9 %), v Luksemburgu (7,3 %) in Veliki Britaniji (7 %).

Zadnja faza v življenjskem ciklu podjetja je prenehanje poslovanja, zato GEM proučuje tudi posameznike, ki so v zadnjih 12 mesecih prenehali poslovati. Prenehanje poslovanja skupaj z ustanavljanjem podjetij kaže na dinamiko v določenem gospodarstvu. Opustitveni indeks je najnižji v Surinamu (2,9 %), na Kitajskem (5,4 %) in Tajskem (8,1 %), v Sloveniji znaša 13,47 % odraslega prebivalstva. Če pogledamo opustitve kot delež celotne podjetniške aktivnosti, je najmanj posameznikov opustilo poslovanje v Švici (9,4 %), na Nizozemskem (9,5 %) in v Veliki Britaniji (10,9 %). V Sloveniji je v preteklem letu poslovanje opustilo 13,4 % posameznikov, ki so bili nastajajoči, novi ali ustaljeni podjetniki. Razlogi, zaradi katerih so prenehali poslovati, so različni, v povprečju pa v GEM prevladuje nedobičkonosnost podjetja (32,25 %). V Sloveniji se glede na nekatere skupine držav razlogi za prenehanje poslovanja nekoliko razlikujejo.

Prevladujejo osebni razlogi (30,14 %), sledijo pa jim nedobičkonosno poslovanje podjetja (24,02 %), upokojitve (15,63 %) in finančni razlogi (10,24 %). Nihče v Sloveniji ni navedel, da bi v zadnjih 12 mesecih imel priložnost prodati podjetje, medtem ko je v evropskih državah ta razlog navedlo 5,83 % vprašanih.

DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSКИH PODJETNIKOV

Z vidika starosti je najbolj plodno obdobje za vstop v podjetništvo med 25. in 34. letom. V Sloveniji v strukturi podjetnikov to starostno obdobje predstavlja 33,76 %, kar je največ v primerjavi s proučevanimi skupinami držav. Skrb vzbujajoče pa je, da pada delež nastajajočih in novih podjetij v najmlajši starostni skupini, od 18 do 24 let. Teh je v Sloveniji skoraj za polovico manj kot v skupinah sodelujočih držav GEM, s katerimi smo jo primerjali. Čeravno je zaostanek za deležem najmlajših podjetniško aktivnih v skupini primerljivih inovacijskih gospodarstev in držav EU manjši, gre za opozorilo, da mladih ne podpiramo in ne usposobimo dovolj, da bi bilo tovrstno udejstvovanje aktivnejše. Manko najmlajših sicer kompenzira zgodnja podjetniška aktivnost starejših, še zlasti starostne skupine od 55 do 64 let, katere delež je v primerjavi z vsemi drugimi skupinami proučevanih držav v Sloveniji najvišji (13,76 %). Zaostanek najmlajše starostne skupine podjetnikov zaznavamo tudi med ustaljenimi podjetniki, kar se ujema tudi z ugotovitvami OECD in Evropske komisije, da je bilo v obdobju od 2008 do 2012 v EU manj kot 2 % mladih v starosti od 18 do 30 let lastnikov ustaljenih podjetij.

Tudi ženske se najpogosteje vključujejo v podjetništvo v starosti med 25. in 34. letom. V Sloveniji se je delež zgodnje podjetniške aktivnosti žensk v letu 2014 povečal v primerjavi s preteklima dvema letoma in znaša 33,90 %, vendar še vedno ne dosega ravni iz leta 2011 (37,01 %). Premiki v smeri boljše izkoriščenosti podjetniškega potenciala žensk se v Sloveniji torej nadaljujejo. Med evropskimi državami, tako kot že nekaj let doslej, tudi tokrat najvišji delež ženskega podjetništva beleži Švica (50,61 %), kar jo v svetovnem merilu uvršča na 6. mesto. Najviše uvrščene države po deležu zgodnje podjetniške aktivnosti žensk so Malezija (57,07 %), Filipini (56,73 %) in Indonezija (53,4 %), najnižje pa Japonska (19,7 %), Madžarska (28,18 %) in, presenetljivo, lani tudi Švedska, ki je sicer imela v letu 2013 ta delež 37,71 %.

Vključenost žensk v podjetniško aktivnost ostaja v Evropi v povprečju še naprej precej skromna, kar še zlasti velja za Slovenijo. Skrb vzbujajoč je tudi podatek, da so pri podjetnicah v EU pričakovanja po rasti števila zaposlenih izjemno nizka. Manj kot 1 % žensk, ki so bile vključene v zgodnje faze podjetniške aktivnosti v EU med letoma 2008 in 2012, pričakuje, da bodo ustvarile več kot 6 delovnih mest v prvih petih letih poslovanja. To je več kot za polovico manj od pričakovanj moških (2,3 %), zato je treba vzpostaviti ustrezne programe v pomoč podjetnicam za uspešnejše delovanje in rast njihovih podjetij.

Podjetništvo je proces učenja. Podjetniških spretnosti in veščin se lahko naučimo, saj to niso vnaprej določene osebne značilnosti, zato je pomembno, da z izobraževanjem omogočimo ustrezno pridobivanje podjetniških kompetenc. Podatki o izobrazbi zgodaj podjetniško aktivnih posameznikov za leto 2014 so, po zadnjih dveh letih zaskrbljenosti, tokrat spodbudni, saj se po dveh letih upadanja delež nastajajočih in novih podjetnikov z visokošolsko izobrazbo v zadnjem opazovanem letu izboljšuje. Z 39,4 % zgodaj podjetniško aktivnih posameznikov, ki imajo dokončano visokošolsko, univerzitetno ali višjo izobrazbo, se delež najperspektivnejše skupine zgodnjih podjetnikov znova približuje ravni iz leta 2011, ko je znašal kar 46,8 %. Zaznati je tudi dvig izobrazbene ravni ustaljenih podjetnikov, kar je prav tako pozitiven signal, saj višja izobrazbena raven podjetnikov signalizira potencialno kakovostnejšo podjetniško aktivnost, ki

lahko več prispeva h gospodarskemu razvoju. Da bi se to tudi zgodilo, bi bilo treba v slovenskem izobraževalnem sistemu zgraditi podjetništvo kot skupno kompetenco vseh učencev, dijakov in študentov, obenem pa tistim, ki imajo večje ambicije, omogočiti, da si zunaj obveznih učnih in študijskih vsebin pridobijo želena podjetniška znanja in veščine. Podjetniško izobraževanje je torej treba vtkati v pedagoški proces na vseh izobraževalnih ravneh, še zlasti s pomočjo akreditiranih študijskih programov na ravni terciarnega izobraževanja. Kot smo opozarjali že lani, akademska klima na univerzah, generalno gledano, žal še vedno ni naklonjena podjetništvu. Premalo razumevanja kaže za to, da podjetniško izobraževanje ni namenjeno samo peščici posameznikov, ki bodo v prihodnosti ustanovili in vodili lastno podjetje, ampak da je jedro podjetniškega izobraževanja predvsem v graditvi veščin, ki bodo študentom omogočile, da se bodo na svoji karierni poti uveljavili kot inovativne, ustvarjalne in podjetne osebe.

V letu 2014 je odraslo prebivalstvo zgornjega dohodkovnega razreda prispevalo največji delež tako zgodnje kot tudi ustaljene podjetniške aktivnosti. Iz tega dohodkovnega razreda je bilo podjetniško aktivnih skoraj 16 % odraslega prebivalstva (leta 2013 dobrih 8 %), v srednjem dohodkovnem razredu je bilo podjetniško aktivnih slabih 10 % prebivalstva, v spodnjem dohodkovnem razredu pa slabih 8 % prebivalstva. Primerjava z letom 2013 pokaže znaten padec deleža novih in nastajajočih podjetnikov med uvrščenimi v srednji dohodkovni razred (s 43,2 % na 30,7 %) in že omenjeni porast deleža skupine posameznikov iz spodnjega dohodkovnega razreda. Med ustaljenimi podjetniki po drugi strani beležimo povečan delež tistih z zgornje dohodkovne ravni (z 39,4 % leta 2013 na 47,1 % leta 2014) in znaten padec deleža tistih z najnižje dohodkovne ravni (z 20,6 % leta 2013 na 14,2 % v letu 2014). Upadel pa je tudi delež ustaljenih podjetnikov s srednje dohodkovne ravni (z 40 % leta 2013 na 38,7 % leta 2014).

PODJETNIŠKE ASPIRACIJE

Zagon novega podjetja je za doseganje gospodarske dinamike velikega pomena, vendar pa brez rasti in razvoja podjetja nima zadostne vrednosti za razvoj gospodarstva. Ključni cilji vsakega gospodarstva so namreč zagotavljanje delovnih mest, ustvarjanje dodane vrednosti in primerna mednarodna konkurenčnost. Rastoča podjetja sicer predstavljajo le manjši delež v številu subjektov v populaciji podjetij, vendar so daleč največji vir novih delovnih mest. V okviru GEM si z merjenjem aspiracij podjetnikov po ustvarjanju novih delovnih mest, po uporabi sodobnih tehnologij ter aspiracij po usmerjenosti v internacionalizacijo poslov poskušamo bolje pojasniti ekonomski pomen podjetnikov in njihov prispevek h gospodarski dinamiki družbe.

Pričakovanja podjetnikov glede rasti števila zaposlenih so po posameznih geografskih regijah po svetu precej različna. Zgodnji podjetniki v Afriki imajo zelo nizka pričakovanja o zaposlovanju, saj na primer na tej celini le 6,7 % podjetnikov začetnikov načrtuje več kot 20 novih zaposlitev. V drugih regijah so nastajajoči in novi podjetniki bistveno bolj ambiciozno usmerjeni v rast zaposlovanja, saj v Severni Ameriki kar 18,2 % podjetnikov začetnikov načrtuje več kot 20 novih zaposlitev, v Evropski uniji 9,3 % in v Sloveniji 13,0 %. Delež tistih, ki načrtujejo več kot 5 zaposlitev, je seveda večji, v Sloveniji znaša 29 %, kar nas uvršča v skupino držav z relativno visokimi ambicijami podjetnikov po rasti in se med inovacijskimi gospodarstvi uvršča v zlato sredino. Najnižja pričakovanja glede novih delovnih mest so beležili v Portoriku (9 %), Grčiji (12 %), Italiji (14 %) in na Norveškem (15 %), največ pa na Tajvanu (54 % zgodnjih podjetnikov oziroma 4,6 % delovno aktivnega prebivalstva), v Singapurju (43 % zgodnjih podjetnikov oziroma 4,7 % delovno aktivnega prebivalstva) in Katarju (45 % podjetnikov oziroma 7,3 % delovno aktivnega prebivalstva).

Podjetniki imajo tudi različen odnos do inovativnosti svojega izdelka, kar pa ni odvisno samo od podjetnikovega razumevanja novosti, ampak tudi od tipa gospodarstva, saj delež podjetij, ki imajo inovativen značaj, v povprečju narašča z gospodarsko razvitostjo. Če primerjamo geografske regije po svetu, lahko najvišjo stopnjo inovativnosti zato izmerimo v gospodarstvih Severne Amerike. Pacifiška in Južna Azija izražata drugačen vzorec, in sicer relativno visoko stopnjo inovativnosti novih izdelkov oziroma storitev, po drugi strani pa ne tako visoke usmeritve v nove trge, kar lahko najverjetneje pripišemo izjemni velikosti njihovega lastnega notranjega trga. Kot dober primer lahko izpostavimo Čile, kjer zelo visok delež podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva izraža, da imajo izdelek ali storitev, ki je nov za nekatere ali celo vse potencialne kupce (89 %), hkrati pa jih 59 % izraža, da so njihovi izdelki ali storitve na trgu novi, saj je na trgu zelo malo ali celo nič konkurentov. Tudi Slovenija se po merilu inovativnosti uvršča zelo visoko, saj kar 58 % podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva izraža, da imajo izdelek ali storitev, ki je nov za nekatere ali celo vse potencialne kupce. Po tem kazalniku so visoko tudi druge države iz EU, najvišje z 71 % Luksemburg, sledijo z 69 % Italija, 64 % Poljska in 63 % Slovaška. Samo malo slabše od Slovenije so se lansko leto odrezale Danska (57 %), Francija (51 %) in Irska (50 %). Slovenija je visoko tudi po kazalniku usmeritve v nove trge, saj 51 % podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva izraža, da so njihovi izdelki ali storitve na trgu novi, saj da je na trgu zelo malo ali celo nič konkurentov.

Internacionalizacija poslovanja podjetij prispeva k rasti podjetij in posledično celotnega gospodarstva, zato je smiselno vedeti, koliko se nameravajo nastajajoči in novi podjetniki mednarodno uveljavljati. Analiza pokaže, da afriška gospodarstva izkazujejo najnižje stopnje internacionalizacije in skoraj 70 % podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti TEA nima kupcev za svoje proizvode oziroma storitve zunaj države. Izjema je le Južna Afrika s 26 % podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti, ki imajo več kot 25 % kupcev v tujini. Najvišja stopnja internacionalizacije (več kot 25 % kupcev v tujini) med podjetniki v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti je bila izmerjena v nekaterih državah Evropske unije, in sicer v Luksemburgu 42 % podjetij, na Hrvaškem 38 % in v Belgiji 33 %. V Sloveniji je leta 2014 delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov oziroma storitev prihaja iz tujine, znašal 32 % (26 % leta 2013), kar je največ v zadnjih štirih letih. To je vsekakor spodbuden pozitiven premik, ki nakazuje, da se podjetniki v Sloveniji zavedajo pomena mednarodnih trgov. Ti so za majhne države še kako pomembni, saj brez internacionalizacije ni mogoče dosegati primerne velikosti podjetja in s tem tudi ne zadostne ekonomije obsega in razpona. Je pa seveda jasno, da bo ob približno enaki stopnji razvitosti v velikih državah sorazmerno manj internacionaliziranih podjetij, saj je možno tudi na domačem tržišču dosegati dovolj prostora za rast.

KAKOVOST PODJETNIŠKEGA EKOSISTEMA

Podjetniška aktivnost ni rezultat samo posameznikovih sposobnosti, nagnjenosti in ambicij, ampak v enaki meri tudi rezultat okolja, v katerem posameznik živi in deluje. Zato to ne more biti samo stvar posameznika in njegove morebitne naklonjenosti izkoriščanju poslovnih priložnosti, tveganju in sprejemanju odgovornosti, ampak je tudi naloga države, da s pomočjo ustrezne podjetniške politike vzpostavi temeljne okvire za uspešno poslovanje. Različne države in regije imajo različno strukturo in kakovost posameznih okvirnih pogojev za podjetništvo pa tudi drugačna »pravila igre«, kar pomembno vpliva na podjetniško aktivnost. GEM ocenjuje devet temeljnih pogojev, ki so pomembni za nastajanje in razvoj podjetij, njihovo kakovost pa ocenjujemo s pomočjo anketiranja nacionalnih izvedencev, ki so podali svoja mnenja in sodbe

o posameznih pogojih v njihovem nacionalnem gospodarstvu. Izvedenci so posamične trditve ocenjevali na petstopenjski Likertovi lestvici. Izkaže se, da za povprečjem držav EU najbolj zaostajamo pri kulturnih in družbenih normah, ki podpirajo oziroma zavirajo podjetniško aktivnost. Niže od Slovenije so pri tem okvirnem pogoju ocenjene Romunija, Italija, Grčija in Velika Britanija. Podobno sliko dobimo tudi primerjalno z vsemi državami, ki so v letu 2014 sodelovale v raziskavi GEM. Ponovno je bil najbolje ocenjen dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij, najslabše pa okvir, ki zajema razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah. Primerjava z drugimi skupinami držav tudi sicer kaže na to, da je podjetniško izobraževanje na osnovni ravni slabo ocenjeno. Izjema so le nekatere države (Danska, Singapur, Filipini in Nizozemska). Nizke ocene so leta 2014 slovenski izvedenci namenili tudi vladnim politikam, in sicer v tistem delu, ki se nanaša na regulativo ter prenos raziskav in razvoja v podjetniško prakso, kar prav tako velja za večino drugih držav udeleženk GEM.

Kar se tiče podjetniške politike, za povprečjem držav EU najbolj zaostajamo pri elementu, ki se nanaša na višino davčnih bremen za nova in rastoča podjetja. Oblikovalci ekonomske politike se zato morajo zavedati, da je za uspešno delovanje gospodarstva treba prisluhniti podjetjem in jim omogočati, da se dolgoročno razvijajo, rastejo, postanejo in ostanejo uspešna, ne pa jih obremenjevati z vedno višjimi davki. Slabo so slovenski izvedenci ocenili tudi upravno administracijo ter pridobivanje potrebnih dovoljenj. Povprečju držav EU se tako najbolj približamo pri trditvi, da lahko v Sloveniji nova podjetja dobijo večino potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni. Tudi sklop elementov, ki se nanaša na področje vladne podpore, prikazuje podobno sliko. Za povprečjem držav Evropske unije najbolj zaostajamo pri trditvah, ki se nanašata na prioriteto politike v občinah in upravnih enotah ter na nacionalno državno politiko pri podpori novih in rastočih podjetij. Izjeme pri tem okviru so bili samo znanstveni parki in poslovni inkubatorji, ki po mnenju izvedencev zagotavljajo učinkovito podporo za nova in rastoča podjetja. Povprečje držav EU pri tem vprašanju znaša 3,39, Slovenija pa s povprečno oceno 3,11 le nekoliko zaostaja, kar kaže na dobro delujočo start-up sceno, ki pa se še vedno prevečkrat sooča s težavami v zvezi z državno in upravno birokracijo in z neučinkovitostjo administrativnega aparata. Največjo razliko opazimo pri trditvi, da imamo v Sloveniji primerno število vladnih programov za nova in rastoča podjetja. Tu so bili slovenski izvedenci s povprečno oceno 2,44 precej bolj kritični, medtem ko je povprečje držav EU pozitivno rangirano (3,06).

Po mnenju izvedencev so dejavniki, ki najbolj zavirajo podjetniško aktivnost v Sloveniji, vladne politike (65,71 %), sledi šibka finančna podpora (40 %) ter kulturne in družbene norme (prav tako 40 %). Z nekoliko nižjim odstotkom sledijo zmogljivosti za podjetništvo (28,57 %) ter neugodna ekonomska klima (22,86 %) z realno manj poslovnimi priložnostmi, manjšim številom uspešnih podjetij, zmanjšano kupno močjo in s tem tudi možnostjo, da bi določena ideja, čeprav morda dobra, lahko uspela. Predlogi oziroma priporočila izvedencev o ukrepih za pospeševanje podjetništva v Sloveniji se v največji meri nanašajo na zagotavljanje ustrezne finančne podpore za nova in rastoča podjetja (48,48 %). Največ jih predlaga lažji dostop do virov financiranja in zagotovitev pravih virov oziroma finančnih stimulacij za financiranje vseh faz razvoja podjetja. Sledi področje izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo (42,42 %), pri čemer izvedenci poudarjajo zlasti pomen zgodnjega izobraževanja ter sistematično uvedbo izobraževanja za podjetništvo na vse ravni izobraževalnega sistema. V okviru, ki se nanaša na vladne programe (33,33 %), izvedenci predlagajo konsistentno in stabilno državno politiko ter s tem povezano ustrezno in stabilno podjetniško okolje. Predlagajo dosledno izvajanje zapisanih prednostnih nalog na področju podjetništva, sodelovanje med izvajalci in pripravljavci programov podjetniških aktivnosti ter sistematično povezavo ukrepov za spodbujanje podjetništva tako na nacionalni kot na regionalni ravni. Predlogi nacionalnih izvedencev vladni politiki (30,3 %)

se tako kot že nekaj let zapored v prvi vrsti nanašajo na spodbudnejšo davčno zakonodajo in tudi na prilagoditev zakonodaje na nekaterih drugih področjih, da bi bolje podpirala razvoj novih in visokotehnoloških podjetij in na katerih bi lahko temeljil nadaljnji ekonomski razvoj Slovenije. Sledijo priporočila po debirokratizaciji na vseh ravneh in privatizaciji državnih podjetij za doseganje večje konkurenčnosti na trgu. Veliko priporočil izvedencev se nanaša tudi na področje kulturnih in družbenih norm (24,24 %). Premiki na tem področju zahtevajo svoj čas, jih je pa mogoče doseči z neprestanim poudarjanjem primerov dobre prakse, popularizacijo podjetništva in destigmatizacijo poslovnega neuspeha, menijo izvedenci. Če splošno socialno in kulturno okolje ni naklonjeno podjetništvu, potem bodo pač le redki posamezniki razmišljali o podjetništvu in iskali poslovne priložnosti.



Executive Summary

The principal activity of entrepreneurship is a continuous search for, and the creation and exploitation of the opportunities for the satisfaction of needs on the market thus contributing to economic prosperity. If we understand entrepreneurship as defined by Global Entrepreneurship Monitor, i.e. as an »attempt at new business or new venture creation, such as self-employment, a new business organization, or the expansion of an existing business, by an individual, a team of individuals, or an established business«, then it is clear that just the establishment of a new business is not enough. The business should create some new value and it thus requires an entrepreneur who is capable of finding the resources for a firm to create a product or a service that would solve an individual customer's problem or satisfy their needs. That is why the number of businesses in Slovenia is less important than the type of these businesses, i.e. what matters is whether they are able to create new value added and new jobs, and to grow. Namely, the economic prosperity is not guaranteed by the number of entrepreneurs and businesses but by their dynamics and quality. The vitality of entrepreneurship thus cannot be determined by merely counting the number of businesses and entrepreneurs, but rather by learning about the entrepreneurial environment, the core characteristics of entrepreneurial activity, their motivations and ambitions. These dimensions of entrepreneurship are at the centre of research of Global Entrepreneurship Monitor (GEM), the largest global research in the field of entrepreneurship, which has offered a detailed insight into the world of entrepreneurship for the past sixteen years. By studying the interdependence between entrepreneurship and economic development, GEM not only portrays the state in individual countries but also points out the ways in which it is possible to accelerate the development of entrepreneurship and, consequently, the growth in economic prosperity.

The times of crisis call for even more careful deliberation than usual about the steps which are necessary to take in order to use the existing resources and meet the needs to the maximum degree, which is impossible to do without energetic and dynamic entrepreneurship. Harmonized data provided by GEM have enabled us to better understand the place of Slovenian entrepreneurship within the global framework ever since 2002, when Slovenia first became part of this global exploration of entrepreneurship. In 2014, more than 206,000 individuals and almost 4,000 national experts from 73 countries participated in the GEM survey. These countries represent 72.4% of the world's population and 90% of the world's gross domestic product, which enables us to make better comparisons between different geographic regions and different development levels of individual economies. All this helps us learn about the paths taken by individual countries to assure a better functioning of entrepreneurship ecosystem. At the same time, it raises questions about the practices that might or might not work in our context since it is not possible to merely transfer any findings from other environments without

giving it a critical thought first. On the other hand, it is also not sensible to reinvent things that are generally accepted and would, if adapted adequately, function in our environment as well.

Global Entrepreneurship Monitor offers a better understanding of specific entrepreneurial attributes of an individual, such as perception of opportunities, perception of capabilities, fear of failure and entrepreneurial intentions. It also indicates core social values towards entrepreneurship, in particular the societal perceptions of entrepreneurship as a good career choice, the societal respect towards successful entrepreneurs and the extent to which the media attention for entrepreneurship contributes towards its development. Entrepreneurial activity is monitored along all the phases of company life-cycle (nascent, new and established businesses, business discontinuation), by types of activity (high growth, innovation, internationalization) and by sectors of activity (total early-stage entrepreneurial activity, social entrepreneurial activity, employee entrepreneurial activity). Quite a lot of attention is also devoted to the entrepreneurship ecosystem as it can significantly enhance (or hinder) entrepreneurial processes and activity.

INDIVIDUAL AND SOCIETAL ATTITUDES TOWARDS ENTREPRENEURSHIP

Slovenia achieves average rates of the group of innovation-driven economies as regards two aspects of the societal attitudes towards entrepreneurship, i.e. the individuals' opinions regarding the respect towards successful entrepreneurs and their social status in the society, and the perceptions of people regarding their knowledge, experience and capabilities for entrepreneurship. However, Slovenia ranks quite below the average concerning the perceived business opportunities that individuals expect to find in their own environment. The decline in the perception of business opportunities is even more evident than in 2013, which places Slovenia near the very bottom of all the countries participating in the survey. Slovenia also ranks below the average concerning the entrepreneurial intentions in the next three years. The fact that the trend of business opportunity perceptions continues to decrease is extremely grave. While in 2007, almost one half of the population believed that good business opportunities would arise in the area where they lived, in 2009 this percentage fell to 30%; in the following years the downward trend continued and in 2014 only 17.25% of adult population perceived good opportunities to start a business. While the countries that shared Slovenia's poor ranking in the past years have improved, Slovenia fell to the very bottom in the European countries group and was ranked last in 2014 with Croatia (18.43%) and Bosnia and Herzegovina (19.95%) immediately preceding it. In 2014, the PIGS countries show a more optimistic picture than Slovenia: Portugal 22.87%, Italy 26.57%, Greece 19.91% and Spain 22.61%. In the European countries group, the percentage of perceived business opportunities in 2014 is again the highest in the Scandinavian countries, i.e. in Sweden (70.07%), Norway (63.45%) and Denmark (59.66%), as well as in Kosovo (65.62% of adult population). A low level of perceived opportunities in the countries with economic development problems presents important information not only for their governments but also for many other institutions, professional infrastructure institutions and education sector, all of which can help build the individuals' capacity to recognize business opportunities. However, this requires the change in the mindsets of education systems, which ought to focus also on the development of students' entrepreneurial competences (proactive behaviour, innovativeness and responsible choices).

The perception of entrepreneurial capacities of individuals differs among the countries and is, on average, higher in less developed economies than in the innovation-driven ones. In Europe, this difference is the highest in those countries which experience long-term economic troubles.

In Greece, 45.5% of adult population believe that they have the relevant knowledge, experience and skills for entrepreneurship while only 19.9% of them perceive business opportunities. In Croatia this discrepancy is 45.9% vs. 18.4%, in Slovenia as much as 48.6% vs. 17.2%, in Spain 48.1% vs. 22.6%, in Portugal 46.6% vs. 22.9% and in Bosnia and Herzegovina 47.3% vs. 19.6%. On the other hand, the pattern in Scandinavian countries is quite the opposite – people perceive business opportunities to a higher degree than they assess to have the relevant knowledge, experience and skills for entrepreneurship.

Fear of failure can prevent the individuals who perceive business opportunities from seizing them. In the majority of the less developed countries with high level of entrepreneurial intentions and high level of perceived business opportunities, the fear of failure is, on average, the lowest. In Panama, Uganda and Suriname, less than 15% of adult population thus fear entrepreneurial failure. On the other side of the scale we find three European countries, i.e. Greece (71%), Poland (58%) and Italy (57%). In general, the first 16 places (apart from Vietnam and Thailand) are all held by European countries. The Slovenians are, on average, less afraid of failure; in 2014, 38.7% of adult population claimed that fear of failure would prevent them from starting a business. This is actually a good sign as it can be observed that in those countries where fear of failure is less present, more people, on average, perceive business opportunities more often.

Similar to the year before, slightly more than one tenth of adult individuals in Slovenia (12.31%) in 2014 expected to start a business within three years, which ranks Slovenia at the 13th place among European countries and at the 48th place globally. Such a low percentage is rather worrying considering the high unemployment rate and the lack of jobs, and it also shows that entrepreneurship as a career choice is clearly still not attractive enough. This is further affected by general societal attitudes towards entrepreneurship, which are not only in Slovenia but also in all of Europe the poorest compared with other geographic regions of the world. Something similar is also true for the status ascribed to successful entrepreneurs and media attention aimed at promoting successful entrepreneurial stories. From the global perspective, Europe is once again a region where entrepreneurship is not present enough either due to a low entrepreneurial activity or the societal attitudes towards entrepreneurship. We can also observe a considerable discrepancy between the individuals' respect for entrepreneurship and their belief that entrepreneurship is a good career choice. On average, this also holds true for the group of innovation-driven economies and the European Union economies taking part in the GEM survey. Nevertheless, Slovenia stands out in this respect since 72% of people think that successful entrepreneurs are given high status but only 53% believe that entrepreneurship is a good career choice. Apparently, too little is done in the society so that the general respect of entrepreneurship as a profession would result in people making entrepreneurship their career choice. It is not only a matter of establishing a supportive business environment for entrepreneurship; primarily, it is about arriving at the understanding that entrepreneurship can be a good career choice and a rewarding path in life.

In 2014, it was once again proven that egalitarian tendencies in Slovenia are very strong and deeply rooted. When asked if they agreed that most people in Slovenia would prefer everyone to have a similar standard of living, as many as 82% of respondents answered yes. This high percentage has been quite constant in Slovenia for a number of years, which has always ranked the country near the very top also on a global scale. For example, the average of people in the EU countries taking part in the GEM survey who believe that everyone should have the same standard of living is 63%. Within the European context, the lowest rates of egalitarianism are exhibited in Luxembourg (44%) and in Switzerland (52%), while only Bosnia and Herzegovina had a higher rate of egalitarianism than Slovenia in 2014 (87%). Ever since 2002, when entrepreneurship

in Slovenia was first researched within GEM, the level of egalitarianism as expressed in the answers to the above question is gravely high. The tendency towards the same level of income is counterproductive when entrepreneurship is concerned. It has been established that those individuals who perceive high levels of such egalitarianism, perceive, on average, far fewer business opportunities; that is, only 16% of those who perceive a high level of egalitarianism also perceive promising business opportunities. On the other hand, almost one quarter (24%) of those adults who do not see Slovenian society as egalitarian do perceive business opportunities.

INVOLVEMENT IN ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

In 2014, a bit more than 12% of Slovenian adult population expressed their entrepreneurial intentions by expecting to start a business within three years (potential entrepreneurs). However, these intentions do not mean a high level of actual entrepreneurial activity, which is also reflected by the fact that only 3.78% of adult population actually realized their entrepreneurial intentions and began with the activities to start a business (nascent entrepreneurs). The percentage of those who managed to develop their venture further and were able to be in business for more than three months but less than three and a half years was even lower – in 2014 there were 2.66% such entrepreneurs within the adult population in Slovenia. The percentage of established business owners in Slovenia in the same year, i.e. those who were in business for more than 42 months, was 4.76%. In the last 12 months, 1.47% of adult population discontinued a business.

If the context within which entrepreneurial initiatives are formed and new ventures are established on the market is presented with analysis, quite significant differences between the individual phases of entrepreneurial process emerge and show where potential output of entrepreneurial talent is lost. While the percentage of adult population in Slovenia that accepts entrepreneurship as a socially acceptable activity is still relatively high with 61.1%, the next step in which we establish the number of potential entrepreneurs shows a drop to 34.8%. In order to increase this potential, we should provide adequate education as well as create the conditions under which a potential failure, which is inherent to entrepreneurship, would have as little effect as possible on individuals' decisions to become entrepreneurs. The decrease of this potential then continues and the percentage of those who state that they plan to set up their own new venture or business within the next three years drops to 12.3%. The final outcome is then 3.78% of nascent entrepreneurs and 2.67% of new business owners. Entrepreneurial policy-makers should therefore be aware of the fact that the needs of entrepreneurs and of businesses are different in every stage of entrepreneurial process and, consequently, that they need different support services. In addition, they should realize that entering into the next stage of the firm's lifecycle requires both the entrepreneurs' acquiring different knowledge and skills and the appropriate actions of entrepreneurship policy.

Globally, there are substantial differences among individual countries as regards total early-stage entrepreneurial activity rates. The highest rates are reported in African countries Cameroon (37.4%), Uganda (35.5%) and Botswana (32.8%), which are factor-driven economies, and in Latin American countries Ecuador (32.6%), Peru (28.8%), Bolivia (27.4%) and Chile (26.8%). The lowest rates of earlystage entrepreneurial activity in 2014 are found in Suriname (2.1%), Japan (3.8%), Kosovo (4.03%) and Italy (4.42%). In 2014, Slovenia ranked 14th among the analysed 70 GEM countries with 6.33% of total early-stage entrepreneurial activity. In the group of European countries, the highest rates are exhibited by Romania (11.35%), Lithuania (11.32%) and Slovakia (10.9%) while the lowest rates are in Kosovo (4.03%), Italy (4.42%) and Russia (4.42%).

The individuals may enter entrepreneurship out of necessity, i.e. because they have no other means of making a living, or because they wish to exploit a good business opportunity, to become independent, to have an income and to make a profit. The highest rates of necessity-driven entrepreneurship are in the poorest African countries, i.e. Cameroon and Botswana, and in Latin American countries Ecuador and Guatemala. These countries also have high rates of total early-stage entrepreneurial activity compared with innovation-driven economies. The lowest percentages of entrepreneurs who exploit perceived business opportunities are in Suriname, Kosovo, Russia and Japan. In 2014, Bosnia and Herzegovina was the only GEM country which had more necessity-driven entrepreneurs (3.77%) than opportunity-driven ones (3.6%).

Throughout the years, Slovenia has recorded higher rates of the opportunity-based early-stage entrepreneurial activity than of the necessity-based one. However, after 2012, when the rate of necessity-driven entrepreneurs was the lowest (0.40%) and the rate of the opportunity-driven entrepreneurs was the highest (4.88%), the trend changed in the following two years with the significant increase in the percentage of necessity-driven entrepreneurs. At the same time, the percentage of opportunity-driven entrepreneurs was on the decrease. This trend was to be expected because of the increased unemployment rates in Slovenia in the past six years. Also, the overall number of those in work decreased. Compared to 2013, the percentage of necessity-driven entrepreneurs or those with mixed motives regarding opportunity-based entrepreneurship in Slovenia increased in 2014 (53.8%) while the percentage of those who enter entrepreneurship because they desire independence or because they want to increase their income was 46.2%. The ratio between these two compared types of motives has thus decreased, which is bad news since necessity-driven entrepreneurs are less prone to development and to the creation of new jobs.

There are also significant differences among the countries with regard to the rate of owner-managers of an established business, i.e. those individuals who own and manage a running business for more than three years and a half. The lowest established business ownership rates are in Puerto Rico (1.3%), Kosovo (2.1%) and Costa Rica (2.5%). The highest established business ownership rates are in Uganda (35.9%), Thailand (33.1%) and Vietnam (22.1%), where the total early-stage entrepreneurial activity is also quite high. The latter rates are understandable because of the very nature of entrepreneurship in these countries. On a global scale, Slovenia ranked 54th in 2014 with established business ownership rate of 4.76%. However, this rate is on decline in comparison with previous years (5.68% in 2013 and 5.79% in 2012). This score, as a number of others, ranks us at the very end of the European countries league; while Slovenia ranked 17th in 2013, it fell to the 21st place among the 28 countries in 2014.

»Entrepreneurial sleepiness« of Slovenia is quite apparent on the whole. That is, regarding all surveyed groups of entrepreneurs, Slovenia is ranked below the average in all groups of countries we compared it with. The rate of nascent and new entrepreneurs is half lower in Slovenia than is the GEM average, which consequently also holds true for the total early-stage entrepreneurial activity. We observe substantial differences also in comparison with the innovation-driven economies, the European Union and all European countries respectively. The comparison of owner-managers of an established business shows a similar picture since the rates in Slovenia are lower than in other groups of countries under comparison. Also, the number of individuals who have discontinued a business during the last 12 months is lower in Slovenia than in other groups of countries. The differences between Slovenia and the averages of the innovation-driven economies, European countries and the EU countries are bigger than the year before, which is a worrying trend.

Entrepreneurial activity is important also inside established businesses. GEM studies this activity by identifying entrepreneurially active employees, i.e. those employees who develop new activities for their employer, such as developing or launching new products or services, or setting up a new business unit, a new establishment or subsidiary. In 2014, the percentage of entrepreneurially active employees with a leading role in entrepreneurial employee activity was 6.9% out of all employees. Slovenia is thus still far above the global average, which is a bit more than 3%. However, this rate is significantly lower than that of 2013 (9.8%). This decrease indicates the reduction of innovativeness in established businesses and lower engagement of creative and innovative potential of employees. Entrepreneurial employee activity in 2014 (as percentage of adult population) is the highest in Qatar (11.5%), Denmark (11.4%) and in Australia (8.5%), and the lowest in Malaysia (0%), in India (0.1%) and in Kosovo (0.2%). In the European countries group, we find low rates of entrepreneurial employee activity also in Italy (0.8%) and in Greece (0.8%), while high rates are, apart from Denmark, also in Norway (7.9%), in Luxembourg (7.3%) and in the United Kingdom (7%).

The final stage in the life-cycle of a business is its discontinuation. That is why GEM survey also includes the individuals who have discontinued a business in the past 12 months. Together with new venture creation, business discontinuation shows the dynamics in a given economy. The discontinuation rate is the lowest in Suriname (2.9%), in China (5.4%), and in Thailand (8.1%) while in Slovenia this rate is 13.47% of adult population. However, if we look at discontinuations as the proportion of the total entrepreneurial activity, we see that the lowest rates of individuals discontinuing a business are in Switzerland (9.4%), in the Netherlands (9.5%) and in the United Kingdom (10.8%). In 2014, 13.4% of individuals who were either nascent or new entrepreneurs or established owner-managers discontinued a business. The reasons for the discontinuation are varied and GEM average shows that the main reason is business not being profitable (32.5%). Compared with individual groups of countries, the grounds for business discontinuation in Slovenia are slightly different with the prevailing one being personal reasons (30.14%), followed by business not being profitable (24.02%), retirement (15.63%) and problems getting finance (10.24%). However, no one in Slovenia stated that they had had the opportunity to sell a business in the past 12 months while in the European Union 5.3% of respondents stated this as the reason for discontinuation.

DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF SLOVENIAN ENTREPRENEURS

Focusing on the age of entrepreneurs, we observe that the most productive time to enter entrepreneurship is the 25-34 age group. In Slovenia, this age group comprises 33.76% of all entrepreneurs, which is the highest percentage compared with other surveyed countries. However, it is worrying that the proportion of nascent and new businesses in the 18-24 age group in Slovenia is falling and is almost half the number seen in other groups of participating GEM countries the comparison was made with. Although the lag in the proportion of the youngest entrepreneurially active age group regarding the comparable group of innovation-driven economies and the EU countries is smaller, it is nevertheless a warning sign that young people are not given adequate support and training to make this participation more active. This lack of the youngest age group is nonetheless compensated by older groups of early-stage entrepreneurs, especially the 55-64 age group whose proportion is the highest in Slovenia (13.76%) compared with all other countries included in the survey. The detected low percentage of owner-managers of established businesses in the youngest age group of entrepreneurs is consistent with the findings of OECD and the European Commission, which state that in the time period 2008-2012 less than 2% of individuals in the EU aged 18-30 were the owners of established businesses.

Women also become entrepreneurially engaged predominantly in the age group of 25-34. In Slovenia, the rate of female early-stage entrepreneurial activity increased in 2014 compared with the two preceding years to 33.90%. However, it nevertheless did not reach the 2011 level of 37.91%. Still, the shifts towards a better exploitation of entrepreneurial potential of women in Slovenia continue. As in a number of preceding years, Switzerland once again records the highest rate of female entrepreneurship (50.61%), which places it 6th globally. The highest-ranking countries regarding the rate of female early-stage entrepreneurial activity are Malaysia (57.07%), the Philippines (56.73%) and Indonesia (53.4%), while the lowest-ranking ones are Japan (19.7%), Hungary (28.18%) and, surprisingly, Sweden, although its female early-stage entrepreneurial activity rate in 2013 was 37.1%.

In Europe, the involvement of women in entrepreneurial activity remains, on average, rather modest, which holds true for Slovenia in particular. The fact that women entrepreneurs in the EU have extremely low job growth expectations is also worrying. That is, less than 1% of all women engaged in entrepreneurial activity in the EU between 2008 and 2012 expected to create more than 6 new jobs in the first 5 years of running a business. This percentage is lower by more than a half compared with the expectations of men (2.3%). That is why it is necessary to set up adequate programmes that would help women entrepreneurs to become more successful in their activities and to grow their firms.

Entrepreneurship is a learning process, and entrepreneurial competences and skills can be learnt because they are not inborn personal characteristics. For that reason, it is important to enable adequate acquisition of entrepreneurial competences within the education system. Following two rather worrying years concerning the education levels of early-stage entrepreneurs, the data for 2014 are encouraging. Namely, after two years of the decline of nascent and new entrepreneurs with higher education degrees, this percentage is on the increase in 2014. The percentage of the most promising group of early-stage entrepreneurs, i.e. the entrepreneurs with vocational, university or other post-secondary education, was 39.4% and is again approaching the level of 2011, when this percentage was as high as 46.8%. We also observe the increase in the education levels of established business owners. This is a positive sign since a higher education level among entrepreneurs indicates a potentially better entrepreneurial activity, which can in turn contribute to economic development. In order for this to happen, Slovenian education system should develop entrepreneurship as a common competence for learners at all levels of education. At the same time, those individuals who have higher ambitions should be given the opportunity to acquire the desired entrepreneurial knowledge and skills also outside compulsory educational and study contents. Entrepreneurial education should therefore be incorporated into the education process especially by the help of accredited tertiary education study programmes. However, as pointed out last year, the academic climate at universities is, generally speaking, still hesitant to entrepreneurship. Further, there is still a lack of understanding that entrepreneurial education is not meant only for a handful of individuals that will establish and manage their own business in the future, but that its core principle is the development of skills that will enable students to be innovative, creative and entrepreneurial individuals in their careers.

In 2014, the highest proportion of both early-stage and established entrepreneurial activity was performed by adult population with high household income. That is, almost 16% of adult population in this household income category were entrepreneurially active (a bit more than 8% in 2013). In the middle household income category, a bit less than 10% of adult population were entrepreneurially active while a bit less than 8% of entrepreneurially active population belonged to the lowest third household income category. The comparison with 2013 shows a

substantial drop in the percentage of early-stage entrepreneurs in the middle third household income category (from 43.2% to 30.7%) and the growth in the number of individuals in the lowest household income category. On the other hand, in the group of established business owners, the data show an increase in the percentage of individuals belonging to the highest household income category (from 39.4% in 2013 to 47.1% in 2014) and a significant drop in the percentage of those with the lowest household income levels (from 20.6% in 2013 to 14.2% in 2014). There was also a fall in the number of established business owners from the middle third household income group (from 40% in 2013 to 38.7% in 2014).

ENTREPRENEURIAL ASPIRATIONS

The birth of a new business to achieve business dynamics is very important, but it does not contribute to economic development if it is not followed by its growth and development. Namely, the key goals of any economy are the provision of jobs, the creation of value added and appropriate international competitiveness. Although growing businesses are only a minority by number, they are nevertheless by far the biggest providers of new jobs. In order to better explain the economic significance of entrepreneurs and their contribution to the economic dynamics of a society, GEM survey also measures entrepreneurs' job creation aspirations, their adoption of modern technologies and their focus on internationalization.

The expectations of entrepreneurs related to job creation differ significantly per different geographic regions. In Africa for example, early-stage entrepreneurs have very low job creation expectations as only 6.7% of them plan more than 20 new jobs within five years. In other regions the nascent and new entrepreneurs are considerably more ambitious as regards growth. That is, in North America as many as 18.2% of early-stage entrepreneurs plan more than 20 new jobs, in the European Union this rate is 9.3% and in Slovenia it is 13.0%. The rate of those who plan more than 5 new jobs is, naturally, higher and in Slovenia it amounts to 29%. This ranks us in the group of countries with relatively high prevalence of high-growth expectation entrepreneurs and places us in the golden mean of the innovation-driven economies. The lowest rates of job creation expectations are in Puerto Rico (9%), Greece (12%), Italy (14%) and Norway (15%), while the highest rates are in Taiwan (54% of early-stage entrepreneurs or 4.6% of adult population), in Singapore (43% of early-stage entrepreneurs or 4.7% of adult population) and in Qatar (45% of early-stage entrepreneurs or 7.3% of adult population).

The attitudes of entrepreneurs towards the innovativeness of their product also differ, which does not depend only on their comprehension of novelty but also on the type of the economy as the proportion of innovative ventures increases, on average, with economic development. If we compare world geographic regions, we observe that North American economies are the most innovation-oriented. Economies of Asia & Oceania show a rather different pattern, i.e. a relatively high rate of product/service innovation on the one hand, but less orientation to new markets on the other, which is most likely due to the immense size of their own domestic markets. Another good example is Chile, where a high proportion of early-stage entrepreneurs state to have a product or a service that is new for some or even for all of their potential customers (89%) while 59% of them claim that their products or services are new because there are few or almost no business competitors on their market. In terms of innovativeness, Slovenia is ranked quite high since as many as 58% of early-stage entrepreneurs claim to have a product or a service that is new for some or even for all of their potential customers. Other European countries are also ranked high according to this criterion; Luxembourg is the highest ranking with 71%, followed by Italy (69%), Poland (64%) and Slovakia (63%). In 2014, slightly lower scores

than Slovenia were in Denmark (57%), France (51%) and Ireland (50%). Slovenia also ranks high based on the new markets orientation criterion since 51% of early-stage entrepreneurs state that their products or services are new on the market because there are few or almost no business competitors on the same market.

The internationalization of business operations contributes to the growth of businesses and consequently of the entire economy. For that reason, it is sensible to know the intensity of nascent and new entrepreneurs' international orientation. The analysis shows that African economies report the least intensive internationalization and almost 70% of entrepreneurs in early stages of entrepreneurial activity (TEA) do not have customers for their product or a service outside their respective countries. The highest level of internationalization of early-stage entrepreneurs (more than 25% of customers living abroad) is recorded in a number of the European Union countries, i.e. in Luxembourg (42% of businesses), in Croatia (38%) and in Belgium (33%). In Slovenia, the rate of early-stage enterprises reporting that they have more than 25% of their customers living abroad amounts to 32% in 2014 (26% in 2013), which is the highest rate in the last four years. This is definitely a positive trend which indicates that entrepreneurs in Slovenia are aware of the importance of international markets. Global markets are particularly important for small economies because without internationalization businesses cannot grow adequately and therefore achieve the sufficient economies of scale and scope. It is nevertheless reasonable to expect that the approximately equal level of development in economies with big territories results in lower internationalization of businesses because their large internal markets provide them with enough space to grow.

QUALITY OF ENTREPRENEURSHIP ECOSYSTEM

Entrepreneurial activity is not only the result of an individual's capabilities, intentions and ambitions, but is to the same extent the result of the environment in which this individual lives and works. For that reason, this activity should not only be the concern of individuals and their potential preferences for the exploitation of business opportunities, for risk-taking and for taking responsibilities. The governments should also set up the core framework conditions for successful business operations by designing appropriate entrepreneurial policies. Different countries and regions have different structures and quality of individual entrepreneurial framework conditions and also different 'rules of the game', which all significantly affects entrepreneurship. GEM assesses nine core conditions which are important for business creation and growth. Their quality is evaluated by interviewing national experts who give their opinions and judgments regarding specific conditions in their economies by responding to items that follow a 5-point Likert scale. As it turns out, Slovenia most strongly falls behind the EU average as regards cultural and social norms which either support or hinder entrepreneurial activity. This framework condition obtained lower rates in Romania, Italy, Greece and the United Kingdom only. Similar results are obtained if we make a comparison with all countries that took part in the GEM survey in 2014. The access to physical infrastructure for entrepreneurship was again rated the highest whereas entrepreneurship education framework which addresses the extent and quality of education and training for entrepreneurship in primary and secondary schools was rated the lowest. The comparison among country-groups nevertheless shows that entrepreneurship education at basic school level is also rated unfavourably elsewhere with only few exceptions (Denmark, Singapore, the Philippines and the Netherlands). In 2014, Slovenian experts gave low rates also to national policies concerning regulations as well as to R&D transfer, which is similar to other countries participating in the GEM survey.

Concerning government policies, Slovenia lags behind the EU average the most with regard to the level of tax burdens for new and growing firms. The economic policy-makers should thus be aware of the fact that for the economy to be successful, businesses should be listened to and should be enabled to develop in a long-term, to grow and to become and remain successful instead of being burdened with ever increasing taxes. Slovenian experts also give low scores to state and local administration and the process of obtaining the required permits. We come closest to the EU countries average regarding the statement that in Slovenia new firms can get most of the required permits and licenses in about a week. The set of statements referring to government support shows a similar picture. Slovenia is behind the EU average the most as regards the two statements which address the support for new and growing firms as a high priority for policy at the local government level as well as at the national government level. The only exceptions are science parks and business incubators, which in the experts' opinions provide effective support for new and growing firms. The EU average concerning this statement is 3.39 and Slovenia's score is 3.11, which points to a well-functioning start-up scene. Unfortunately, it still far too often faces the problems attached to government and administrative bureaucracy and the inefficient administrative bodies. The highest discrepancy is observed as regards the statement that in Slovenia there are an adequate number of government programmes for new and growing businesses. Slovenian experts are more critical in this respect with the average score of 2.44, while the EU average has a positive score (3.06).

In experts' opinions, the main constraints to entrepreneurial activity in Slovenia are government policies (65.71%), followed by poor financial support (40%) and cultural and social norms (40%). A bit lower scores are given to capacity for entrepreneurship (28.57%) and unfavourable economic climate (22.86%) which, in real terms, is characterized by less business opportunities, a low number of successful businesses, the reduced purchasing power and, consequently, a smaller possibility that a certain business idea might succeed despite being good. The national experts' recommendations concerning the promotion of entrepreneurship in Slovenia mainly relate to the provision of adequate funding for new and growing firms (48.48%). Most of them recommend easier access to the sources of funding as well as the provision of suitable sources of funding or subsidies to finance all stages of a firm's development. This is followed by the field of entrepreneurship education and training (42.42%) where the experts emphasise the importance of early education and the systematic introduction of entrepreneurship education across all levels of education system. Within the framework of government programmes (33.33%), the experts recommend a more consistent and more stable government policy and its related adequate and stable entrepreneurial environment. They suggest a strict implementation of the accepted priority tasks in the field of entrepreneurship, the co-operation between the providers and designers of entrepreneurial activities' programmes as well as a systematic interrelatedness of the measures for the promotion of entrepreneurship at both national and regional levels. For a number of years now, the proposals of national experts with regard to government policy (30.3%) have focused on a more encouraging tax policy as well as on the changes in the legislation in some other fields in order to better support the development of new and high-technology firms. This is followed by the recommendations about the de-bureaucratization at all levels and about the privatization of state-owned companies so as to attain stronger competitiveness on the market. A lot of experts' recommendations also address cultural and social norms (24.24%). Any changes in this area take their time, but they can, in experts' opinions, nevertheless be improved by continuously emphasizing examples of good practice, by popularizing entrepreneurship and by de-stigmatizing business failure. If the general social and cultural environment is not entrepreneurship-friendly, then only few individuals will consider becoming engaged in entrepreneurship and seek business opportunities.

1 Kratek oris Globalnega podjetniškega monitorja

1.1 Uvod

Krizna obdobja še bolj kot običajno zahtevajo trezen razmislek o tem, kako ravnati, da bi se čim učinkoviteje izkoristili obstoječi viri ter zadovoljile potrebe. Iskanje priložnosti in njihovo preoblikovanje v podjetje, ki bo lahko ponudil strankam tisto, kar potrebujejo, je osrednje torišče delovanja podjetnikov, ki imajo različne značilnosti, sposobnosti in ambicije ter se tudi različno odzivajo na razmere, v katerih delujejo. Spoznavanje teh značilnosti in proučevanje dejavnikov, ki vplivajo nanje in s tem na celoten podjetniški sektor, je osrednja tema, ki jo proučuje Globalni podjetniški monitor že vse od leta 1999. Gre za največjo raziskavo podjetništva na svetu, ki je vse to obdobje ohranila kompatibilnost zbranih podatkov ter stalno dopolnjevala svoj raziskovalni model, ne da bi s tem ogrozila primerljivost zbranih podatkov.

Izvirno je bila raziskava zasnovana zato, da bi proučili medsebojno odvisnost med podjetništvom in ekonomskim razvojem. Sčasoma se je temeljni koncept širil in poglobljajal ter s tem prinašal vse več razumevanja, kako delujejo posamezni vplivni dejavniki. Čeravno najdemo v literaturi vselej obilo različnih opredelitev, kaj je podjetništvo, GEM ohranja izvirno definicijo iz leta 1999, ki pravi, da je »podjetništvo vsak poskus vzpostavitve novega posla ali stvaritve novega podjetja brez ozira na to, ali gre za samozaposlitev, novo poslovno organizacijo ali širjenje obstoječega posla s strani posameznika, tima posameznikov ali uveljavljenega podjetja« (Reynolds et al. 1999).

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

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

Razumevanje v GEM, da je gospodarska blaginja močno odvisna od podjetniškega sektorja, se je izkazalo za pravilno, kakor tudi to, da je pomembno vedeti, za kakšno podjetništvo gre. Ni namreč vseeno, ali gre za posameznike, ki so se podjetništva lotili, ker so bili zaradi preživetja v to prisiljeni (podjetništvo zaradi nujnosti), ali za podjetnike, ki so šli v to, ker so hoteli izkoristiti obetavno podjetniško priložnost. Jasno je, da oboji prispevajo h kakovostnejšemu življenju in k razvoju družbe, vendar ne v enaki meri. Sodobna globalizirana podjetniška družba pač terja posameznike, ki so podjetni in so se pripravljene vključevati v podjetništvo, najbolj pa

potrebuje ambiciozne in usposobljene posameznike, zmožne in voljne graditi podjetja, ki bodo zaposlovala, inovirala, rastle in se uspešno vključevala v mednarodne gospodarske tokove.

Pomembno je vedeti, katere poti so ubrale posamezne države, da bi zagotovile boljše delovanje podjetniškega ekosistema, in si tudi nenehno zastavljati vprašanja, kaj bi delovalo pri nas in kaj ne. Kot na drugih področjih tudi pri podjetništvu ni mogoče nekritično prenašati katerih koli spoznanj iz drugih okolij, enako nesmiselno pa je tudi na novo izumljati stvari, ki so splošno veljavne in bi z ustreznimi prilagoditvami delovale tudi v našem okolju. Prvi pogoj seveda je, da uspešne prakse poznamo. GEM je na tem področju storil ogromno, saj je ustvaril zavidljivo bazo podatkov, iz katere je možno črpati različna spoznanja, ki lahko prispevajo k ustvarjanju ustreznih pogojev za razvoj podjetništva in z njim celotne družbe.

Od prve raziskave, ki je v partnerstvu med dvema uglednima poslovnima šolama London Business School ter Babson College zajela 10 držav, se po 16 letih raziskovanja GEM lahko pohvali, da je sodelovalo že preko 100 držav (glej *sliko 1.1*).

Slika 1.1: Razširjenost raziskovanja GEM (Singer et al. 2015)



Te države se med seboj pomembno razlikujejo po številnih kulturnih in družbenih značilnostih ter seveda po stopnji gospodarske razvitosti. A ne glede na njihovo razvitost je podjetništvo vselej pomembno, saj zagotavlja in omogoča razvoj. Treba pa je upoštevati, da se glede na posamezne razvojne stopnje gospodarstva in družbe spreminjata njegov pomen in vpliv. Da bi razlikovali med posameznimi skupinami različno razvitih držav, se v GEM uporablja Porterjeva (Porter et al. 2002) tipologija, ki glede na doseženo razvojno stopnjo razvršča svetovna gospodarstva v »faktorska« (ang. *factor-driven*), »učinkovitostna« (ang. *efficiency-driven*) in »inovacijska« (ang. *innovation-driven*). Po doseženi stopnji razvitosti, merjeni z bruto domačim proizvodom na prebivalca, se Slovenija uvršča med inovacijska gospodarstva.

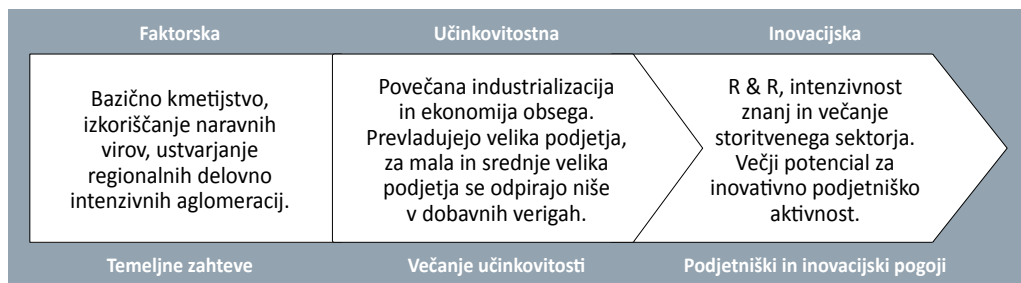
Razvrstitev držav, ki so leta 2014 sodelovale v GEM, glede na njihov ekonomski razvoj in geografsko umestitev, je prikazana v *tabeli 1.1*.

Tabela 1.1: Države GEM po tipih gospodarstev

	Faktorska gospodarstva	Učinkovitostna gospodarstva	Inovacijska gospodarstva
Afrika	Angola, Burkina Faso, Bocvana, Uganda, Kamerun	Republika Južna Afrika	
Azija in Oceanija	Filipini, Indija, Iran, Vietnam	Indonezija, Kazahstan, Kitajska, Malezija, Tajska	Avstralija, Japonska, Katar, Singapur, Tajvan
Latinska Amerika in Karibi	Bolivija	Argentina, Barbados, Belize, Brazilija, Čile, Ekvador, Gvatemala, Jamajka, Kostarika, Kolumbija, Mehika, Panama, Peru, Surinam, Salvador, Urugvaj	Portoriko, Trinidad in Tobago
Evropska unija		Hrvaška, Litva, Madžarska, Poljska, Romunija	Avstrija, Belgija, Danska, Estonija, Francija, Finska, Grčija, Irska, Italija, Luksemburg, Nemčija, Nizozemska, Portugalska, Slovaška, Slovenija, Španija, Švedska, Velika Britanija
Evropske države zunaj EU		Bosna in Hercegovina, Gruzija, Kosovo, Ruska federacija, Turčija	Norveška, Švica
Severna Amerika			Kanada, ZDA

Kot je razvidno iz *tabele 1.1*, zajema GEM države na zelo različnih stopnjah razvitosti. Vsekakor je za vse države, ne glede na njihovo stopnjo razvitosti, podjetništvo pomembno. Toda niso za vse države vsi tipi podjetništva pomembni v enaki meri, zato je treba biti še posebej previden pri deljenju nasvetov in razvojnih priporočil ter pri nekritičnem prenašanju tuje uspešne prakse v domače okolje. Enotnega napotka, kako spodbujati podjetništvo, ni možno dati, saj različne razvojne stopnje družb nosijo s seboj različne zahteve ne samo glede najučinkovitejšega načina gospodarjenja, ampak tudi glede najracionalnejše odločitve posameznika o vstopanju v podjetniško kariero. Temu se mora prilagajati tudi ekonomska politika, da bi lahko čim učinkoviteje podpirala razvoj podjetništva, z njim pa tudi ekonomski in družbeni razvoj. Na *sliki 1.2* prikazujemo temeljne tipe gospodarstev, njihove značilnosti in potrebno temeljno usmerjenost ekonomske politike.

Slika 1.2: Značilne skupine gospodarstev in ključna razvojna usmerjenost (Kelly et al. 2011)



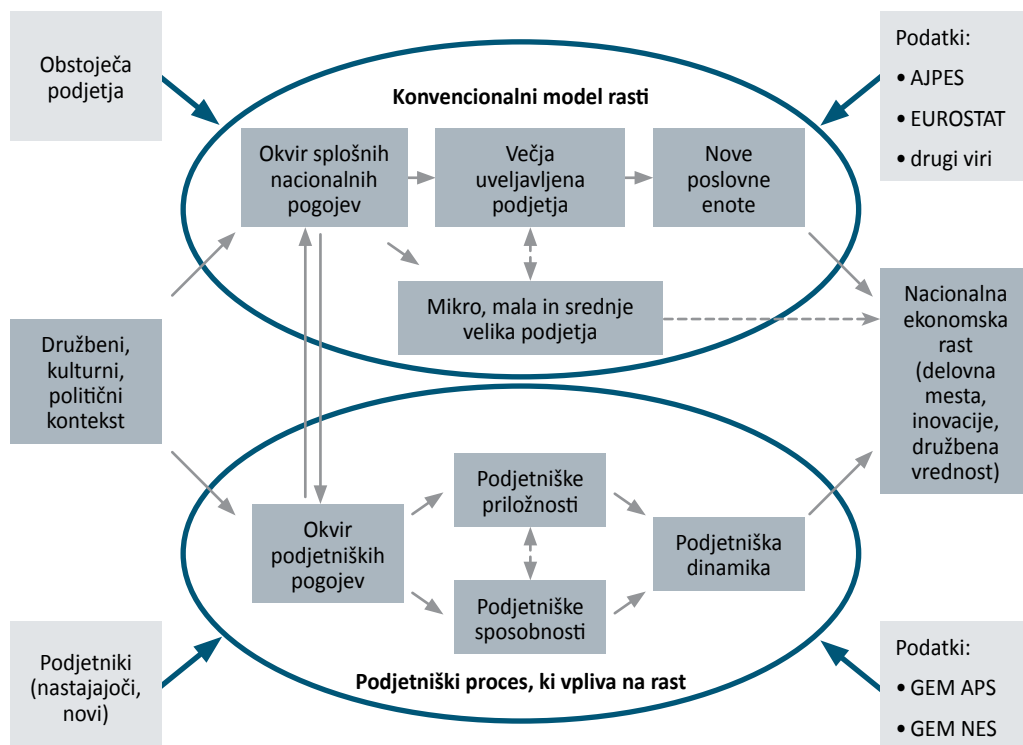
Kot smo že večkrat poudarili, je na nizki stopnji gospodarskega razvoja rast pogojena zlasti z imobilizacijo osnovnih proizvodnih dejavnikov: zemlje, primarnih dobrin in nekvalificirane delovne sile. Vloga države je predvsem v tem, da zagotavlja politično in makroekonomsko stabilnost ter omogoča enostavno pridobitev osnovnih proizvodnih dejavnikov – zemlje, dela in kapitala – in njihovo usklajeno delovanje. Ta gospodarstva, ki jih imenujemo *faktorska*, so izredno občutljiva za svetovne gospodarske cikle, cene dobrin in trende cen ter za menjalne tečaje, velik delež podjetništva pa je samozaposlitvenega, preživetvenega tipa. Tudi prevladujoča narava poslovnih priložnosti je drugačna kot v najrazvitejših državah. Tako kot se posamezna gospodarstva razvijajo in se postopoma preoblikujejo v *učinkovitostna* in zatem v *inovacijska*, se spreminjajo tudi njihove podjetniške značilnosti, z njimi pa tudi potreben odziv in ukrepi spodbujevalne podjetniške politike.

V proučevanju podjetništva, še zlasti pa pri oblikovanju podjetniške politike je razumevanje družbenega in gospodarskega konteksta še kako pomembno, zato razvojnih konceptov ni mogoče prepisovati. Oblikovati je treba takšne, da so prilagojeni kontekstu in razvojnemu okolju posamezne države. Prav zato tudi potrebujemo primerno in skrbno podatkovno podlago, ki omogoča takšno vodenje podjetniške politike, da temelji na podatkih (ang. *evidence based policy making*) in ne na praznih in ad hoc konstrukcih. GEM danes povezuje več kot 400 raziskovalcev v prek 100 državah. Ti raziskovalci proučujejo podjetništvo v svojih državah in svoja raziskovalna spoznanja prenašajo domači in svetovni javnosti. Vlade posameznih držav nimajo več nobenega razloga, da bi se sklicevale na to, da nimajo mednarodnih primerjav. Tudi sicer so danes na voljo številne raziskave, ki dajejo vpogled v delovanje ekonomskega in družbenega sistema. Že v letu 2014 (Rebernik et al. 2014) smo pokazali na druge kompleksne mere podjetniške aktivnosti, med katerimi velja omeniti predvsem pogosto uporabljan Kauffmanov indeks podjetniške aktivnosti, ki meri stopnjo novoustanovljenih podjetij na ravni posameznega lastnika, omogoča pa tudi globlji vpogled v demografske in geografske značilnosti novih podjetnikov v ZDA (Fairlie 2012); danski podjetniški indeks, ki temelji na podatkih držav OECD ter ugotavlja prednosti in slabosti Danske kot podjetniške države (Hoffmann et al. 2006); ter globalni podjetniški in razvojni indeks – GEDI, ki omogoča ločeno obravnavo treh ključnih področij podjetništva v posameznih državah, tj. odnos do podjetništva, podjetniško aktivnost ter podjetniške aspiracije (Acs in Szerb 2012). Poznamo še številne druge iniciative, ki skušajo z upoštevanjem okvirnih pogojev empirično izmeriti podjetniško aktivnost v neki državi. GEM med njimi posebej izstopa, saj je ena redkih raziskav, ki temelji na *zbiranju in analiziranju primarnih podatkov* o podjetniški aktivnosti posameznikov ter o družbenih vrednotah in osebnostnih značilnostih, ki lahko prispevajo k podjetniškim aktivnostim ali jih zavirajo.

1.2 KONCEPTUALNI OKVIR GLOBALNEGA PODJETNIŠKEGA MONITORJA

Temeljni konceptualni okvir Globalnega podjetniškega monitorja temelji na razumevanju, 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 niso enosmerne, saj na podjetništvo vplivata tudi obstoječa raven ekonomskega razvoja ter celoten družbenoekonomski in kulturni kontekst. Kot prikazujemo na *sliki 3*, delujeta dva temeljna mehanizma gospodarske rasti. Prvi temeljni vir so glavna ustaljena podjetja, in 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.

Slika 1.3: Osnovni konceptualni model GEM



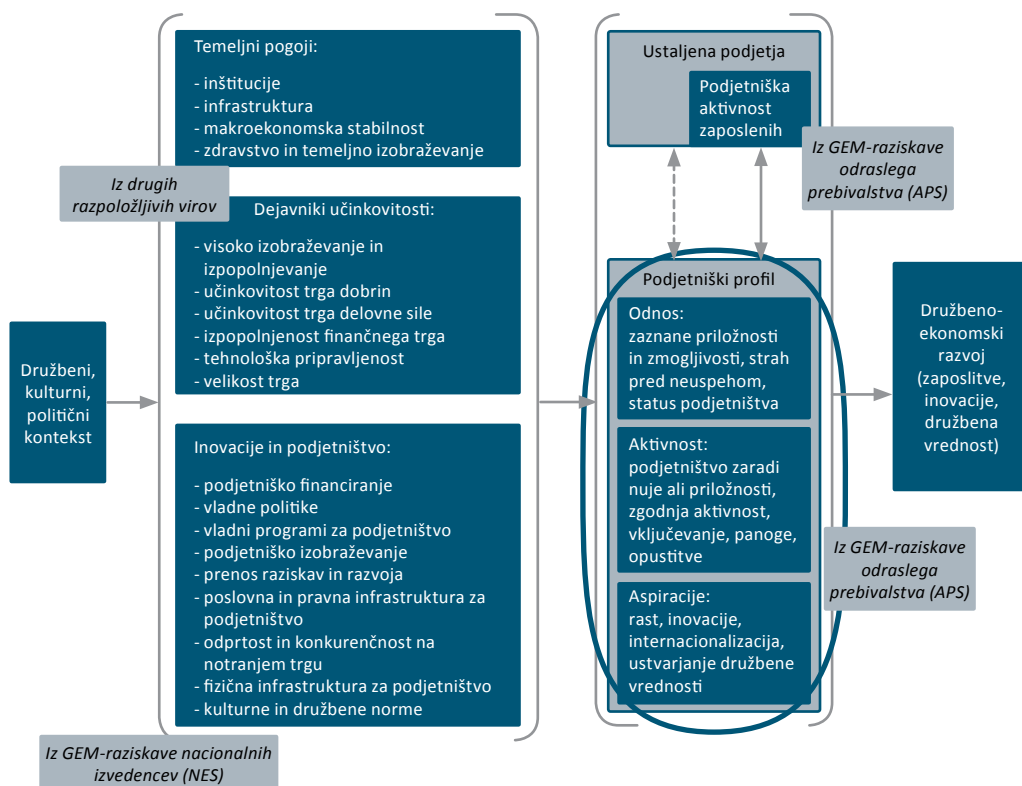
Drugi temeljni vir ekonomske rasti je podjetniški proces, ki se odvija v nastajajočih in novih podjetjih. V tem primeru pod vplivom družbenega, kulturnega in političnega konteksta postanejo pomembni dodatni pogoji, ki se združujejo v okviru podjetniških pogojev. Na odvijanje podjetniškega procesa bistveno vplivajo zaznane podjetniške priložnosti ter zmogljivost ljudi, da te priložnosti izkoristijo in se lotevajo novih podjetij ter ustanavljajo podjetja. Ta proces prispeva k dinamiki gospodarstva, ki oživlja obstoječe strukture in v gospodarskem sistemu zagotavlja nujno potrebno *kreativno destrukcijo* (Schumpeter 1942). Seveda tudi v obstoječih, ustaljenih podjetjih poteka inoviranje in s tem renoviranje trgov, produktov in poslovnih procesov, a vendarle se večina novih delovnih mest ustvari z novimi prodornimi podjetji, ki rastejo. Ustanavljanje novih podjetij, ne glede na to, ali gre za odcepljena podjetja (spin-off in spin-out) ali povsem nova podjetja, vnaša v gospodarstvo potrebno dinamičnost in konkurenčnost. Proces sta komplementarna, zato ju je tudi težko razmejevati, še zlasti ker so razmerja med podjetništvom in ekonomsko rastjo zelo kompleksna.

Oba procesa prispevata k ekonomski rasti, imata pa v številnih podrobnostih bistveno različne značilnosti, kar je treba upoštevati, ko želimo spoznati zakonitosti, ki ju vodijo. Obstoječa podjetja in njihovo delovanje (gornji krak modela) proučujemo prvenstveno na temelju podatkov o podjetjih, ki jih zagotavljajo različni statistični viri, kot so AJPES, Eurostat, OECD, Svetovna banka in podobne uveljavljene podatkovne baze. V nasprotju s številnimi drugimi svetovnimi analizami, ki se osredotočajo na dejavnike, ki opredeljujejo gornji krak tega konceptualnega modela in vplivajo na konkurenčnost obstoječih ustaljenih podjetij, se Globalni podjetniški monitor osredotoča na posameznike, njihova nagnjenja, usposobljenost in motiviranost, torej na zgodnje faze podjetniškega procesa in njegovo povezanost z ekonomsko rastjo. Pozornost

posveča tistim najzgodnejšim fazam, v katerih se rojevajo zamisli ter oblikujeta pripravljenost in usposobljenost za podjetniško delovanje.

Podrobnejša razgradnja podjetniškega procesa nas opozori, da je za uspešno podjetništvo, ki lahko prispeva k nacionalni ekonomski rasti, treba najprej zagotoviti nekatere osnovne pogoje, kot so urejene inštitucije pravne države, primerna infrastruktura, makroekonomska stabilnost, urejeno zdravstvo in primerno temeljno izobraževanje. Gre torej za temeljne pogoje, ki so jih razvite države že zdavnaj uredile, v manj razvitih državah pa so lahko ena glavnih ovir za razvoj podjetništva. Šele takrat, ko so vzpostavljeni temeljni pogoji, je možno uveljavljati dejavnike, ki prispevajo k večji učinkovitosti gospodarstva. Programi za pospeševanje podjetništva ali prenos raziskav in razvoja najverjetneje ne bodo imeli pravega učinka, če je delovna sila neizobražena ali če ni na voljo temeljne infrastrukture, kot so ceste, telekomunikacije ali pravni okvir. Če zanemarimo vzpostavitev temeljnih podjetniških pogojev, tudi investiranje v inovacijske in podjetniške podpirne okvire ne bo dalo učinka. V razvitejših okoljih se je treba posvetiti dejavnikom, kot so visoko izobraževanje in izpopolnjevanje ter učinkovito delovanje trga delovne sile, saj brez njih ni mogoče vzpostavljati učinkovite izrabe človekovih zmogljivosti niti motivirati ljudi za pridobivanje ustrezne izobrazbe in znanja. Učinkovitost trga dobrin in izpopolnjeno delovanje finančnega trga pripomoreta k nemotenemu razvoju podjetij in uveljavljanju tehnološkega napredka. Z internacionalizacijo poslovanja in večjimi mednarodnimi trgi pa je mogoče začeti koristiti tudi učinke ekonomije obsega in uveljavljanja primerjalnih (komparativnih) prednosti.

Slika 1.4: Podrobnejši konceptualni okvir podjetniškega procesa



Podrobnejši konceptualni okvir podjetniškega procesa je predstavljen na *sliki 1.4*. Ne glede na razvojno stopnjo nacionalnega gospodarstva so inovacije in podjetništvo vselej pomembni, a pravi učinek – tako ekonomski kot razvojni – dosežejo šele, ko imajo gospodarstva urejene prej navedene temeljne in učinkovitostne dejavnike. Potrebni postanejo vladni programi ter urejena poslovna in pravna infrastruktura za podjetništvo. Ker nadaljnji razvoj v inovacijskih gospodarstvih temelji na znanju, inovacijah in podjetnosti, je treba uveljaviti čim enostavnejše postopke za ustanavljanje podjetij ter zagotoviti ustrezno podjetniško izobraževanje. Novi izdelki ne nastajajo več samo v razvojnih oddelkih velikih podjetij, ampak tudi na univerzah in v raziskovalnih inštitutih. Poskrbeti je treba za učinkovit prenos rezultatov raziskav in razvoja v podjetniško prakso tako glede ustrezne regulative kot tudi uveljavitve primerne podjetniškega ekosistema, vključno z učinkovitim podjetniškim financiranjem, ki bo omogočal, da se čim več idej in novosti pretopi v neposredno podjetniško prakso.

Globalni podjetniški monitor odpira »črno škatlo« podjetniškega profila in poskuša razumeti družbeni in individualni odnos do podjetništva, vključevanje v podjetniške aktivnosti ter podjetniške aspiracije posameznikov. Zanje so bile razvite tudi ustrezne mere, s pomočjo katerih jih lahko spremljamo. Ker so tako viri podatkov kot tudi rezultati primerno harmonizirani, jih lahko primerjamo med posameznimi državami in delno spremljamo tudi njihovo dinamiko.

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

Vključevanje v podjetniške aktivnosti se kaže na več načinov. V prvi vrsti gre za število ljudi, ki ustanavljajo podjetja tako v absolutnem smislu kot tudi, relativno gledano, v primerjavi z drugimi ekonomskimi aktivnostmi, recimo zapiranjem podjetij. Identificiramo lahko različne vrste podjetniških aktivnosti glede na panogo, velikost ustanoviteljskega tima, demografijo podjetij in podjetnikov (spol, starost, izobrazba ipd.), ali gre za samostojna podjetja ali za podjetniške aktivnosti v obstoječem podjetju. Posamezniki se podjetništva lotevajo zaradi različnih motivov, ki so odvisni tudi od ekonomske razvitosti države. V manj razvitih okoljih s faktorskim tipom gospodarstva izrazito prevladujejo podjetniki zaradi nujnosti, v inovacijskih gospodarstvih pa je v povprečju več takšnih, ki so postali podjetniki zato, ker so zaznali obetavno podjetniško priložnost. Toda podjetniška aktivnost je vselej proces, zato proučujemo nastajajoče, nove in ustaljene podjetnike, spremljamo pa tudi opuščanje podjetij in zapiranje podjetij. Vse to se lahko kaže kot samostojna aktivnost podjetnikov ali kot notranje podjetništvo.

Podjetniške aspiracije kažejo kakovost podjetniške aktivnosti, torej nagnjenost podjetnikov k rasti podjetja, večanju števila zaposlenih, internacionalizaciji poslovanja in podobno. Podjetniki

se namreč razlikujejo glede na svoje aspiracije, da bi uvajali nove izdelke, konkurirali na mednarodnih trgih ali financirali rast z zunanjimi viri. Če so vse te aspiracije realizirane, lahko (celo bolj kot zgolj število podjetnikov) odločilno vplivajo na gospodarsko rast.

Podrobna razlaga ključnih mer, s katerimi proučujemo dejavnike na navedenih treh področjih, je dodana na koncu te monografije kot *priloga 2*.

1.3 PODATKOVNE PODLAGE ZA GEM

Podatkovno osnovo raziskave GEM predstavljata dva primarna vira podatkov. Prvi vir je kvantitativna raziskava – anketna raziskava, ki temelji na anketiranju prebivalstva v starosti od 18 do 64 let (*Adult Population Survey – APS*), drugi vir pa predstavlja kvalitativna raziskava, ki vsebuje mnenja nacionalnih izvedencev (*National Experts Survey – NES*).

Anketiranje odraslega prebivalstva. Reprezentativni naključni vzorci približno 2.000 anketiranih odraslih ljudi v posamezni državi so bili v večini držav pridobljeni v času od aprila do junija 2014. V Sloveniji so od konca maja do sredine junija 2014 v anketni raziskavi sodelovali skupaj 2.004 odrasli ljudje, stari od 18 do 64 let.

Anketiranje odraslega prebivalstva v vsaki državi poteka s pomočjo standardiziranih vprašalnikov, ki so bili razviti v okviru konzorcija GEM, anketiranje pa opravi neodvisna raziskovalna agencija. Za Slovenijo je anketiranje izvedlo podjetje RM plus iz Maribora, ki izvaja računalniško podprte telefonske ankete (CATI). Značilnosti vzorca v Sloveniji so prikazane v *tabeli 1.2*. Struktura vzorca je usklajena s strukturo statistične množice glede na statistične regije (12 regij), spol in starost ljudi ter glede na značilnost območja (urbano ali ruralno okolje). Da bi bila stopnja zanesljivosti pri primerljivosti statističnih parametrov za posamezne države visoka, so vzorci vseh držav uteženi na osnovi standardizirane ocene strukture prebivalstva po starosti in spolu; to vsako leto za vse države zagotavlja US Census International Population Data Base. V letu 2014 (tako kot že leto poprej) je bil v Sloveniji uporabljen način kombiniranega anketiranja s pomočjo fiksnih in mobilnih telefonskih števil; tak način zagotavlja lažjo vključenost zlasti mlajših ljudi v anketiranje ter večjo reprezentativnost slučajnega vzorca (manjšo velikost uteži). V letu 2014 smo tako v okviru konzorcija GEM dosegli eno od najvišjih stopenj zanesljivosti dobljenih ocen statističnih parametrov, tudi v primerjavi z drugimi sodelujočimi državami, kar kaže na visoko kakovost podatkovnih podlag.

Tabela 1.2: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2014, APS

	Neuteženi vzorec	Uteženi vzorec
Skupaj	2.004	2.004
Moški	1.007	1.029
Ženske	997	975
Število nastajajočih podjetij	74	76
Število novih podjetij	51	53
Motivacija – priložnost	87	91
Motivacija – nujnost	32	32
Število ustaljenih podjetij	94	95
Poslovni angeli	58	58

Vsakoletni raziskovalni cikel raziskave GEM vključuje pripravo podatkovne baze v vsaki sodelujoči državi, zanje pa se nato v okviru konzorcija GEM izvedeta verifikacija in harmonizacija podatkov. Metodologija zbiranja podatkov in kodiranja je uveljavljena in enotna za vse sodelujoče države, kar zagotavlja primerljivost zbranih podatkovnih baz ter zanesljive in smiselne poglobljene analize v posameznem gospodarstvu kot tudi primerjalne analize med sodelujočimi državami. Metodologija raziskave in proces harmoniziranja podatkov sta podrobno opisana v Reynolds et al. (2005). Za vsako sodelujočo državo je tako pripravljen harmonizirani vzorec individualnih podatkov države, ki predstavlja podatkovno osnovo za vse dodatne obdelave raziskovalnega tima te države. Hkrati vse države, ki sodelujejo v GEM, razpolagajo z bazo podatkov, v kateri so zbrani osnovni statistični parametri, ki se nanašajo na vse sodelujoče države. V harmonizirano GEM-bazo vzorcev odrasle populacije je bilo v letu 2014 (do decembra tega leta) vključenih 70 držav, ki so zagotovile dovolj visoko kakovost zbranih podatkov v okviru anketne raziskave odraslega prebivalstva (APS). V vseh sodelujočih državah je bilo skupaj anketiranih 194.263 ljudi, kar predstavlja široko podatkovno osnovo za proučevanja zlasti zgodnjega podjetništva in njegovih značilnosti ter medsebojnih povezav vplivnih dejavnikov. V nekaterih državah vsako leto opravljajo tudi regionalno primerjalno analizo, ki zahteva neproporcionalno stratificirano vzorčenje in s tem zadostno število anketiranih oseb v posameznih regijah, zato je tam anketiranih oseb bistveno več (Španija, Brazilija). Število anketiranih oseb v skupinah držav glede na tip gospodarstva v letu 2014 je prikazano v tabeli 1.3

Tabela 1.3: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih državah po tipih gospodarstva, GEM 2014, APS

Tip gospodarstva	Število držav	Število anketiranih oseb v vzorcu		Skupno število anketiranih oseb
		min.	maks.	
inovacijska gospodarstva	29	1.567	25.000	87.403
učinkovitostna gospodarstva	29	1.616	10.000	78.493
faktorska gospodarstva	10	2.000	3.360	24.525
nekategorizirani državi*	2	1.784	1.958	3.742
Skupno število anketiranih oseb				194.263

*Global Competitiveness Report držav Belize in Kosovo ne kategorizira (World Economic Forum, 2014).

Anketni vprašalnik je standardiziran in vsako leto vključuje poleg osrednjih (ang. *core*) vprašanj vsaj eno dodatno temo raziskave: v letu 2014 je bilo to podjetništvo mladih, ki vključuje vprašanja, na katera odgovarjajo vsi anketirani, z namenom, da bilo mogoče natančneje primerjati različne starostne skupine. To temo smo sicer v Sloveniji vključevali (a v nekoliko drugačnem obsegu) tudi v preteklih letih.

Nacionalni izvedenci. V anketni raziskavi, ki temelji na mnenjih nacionalnih izvedencev, v vsaki od sodelujočih držav sodeluje najmanj 22 izvedencev, ki delujejo na različnih področjih, vsi pa so neposredno ali posredno povezani s podjetništvom in lahko prispevajo utemeljena mnenja o različnih vidikih in komponentah podjetniškega okolja v državi. Izvedenci so podjetniki ali nepodjetniki, iz gospodarstva, politike, državne uprave in akademske sfere, vsi pa imajo znanje in izkušnje z delovanjem na različnih področjih, ki vplivajo na nastanek in razvoj podjetništva v posamezni državi. Vprašalnik je leta 2014 obsegal 52 trditev, ki so bile razporejene v

devet okvirnih pogojev za podjetništvo: finančna podpora, vladne politike, vladni programi, izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, raziskave in razvoj, dostop do poslovne in strokovne infrastrukture, odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, dostop do fizične infrastrukture ter kulturne in družbene norme. Poleg tega so izvedenci predstavili tudi svoje poglede na – po njihovem mnenju – tri temeljne slabosti, ki zavirajo podjetniško aktivnost v Sloveniji, tri temeljne prednosti, ki podjetniško aktivnost v Sloveniji pospešujejo, ter tri priporočila za izboljšanje slovenskega podjetniškega okolja.

Vzorec izvedencev za vse sodelujoče države in tako tudi za Slovenijo je utežen glede na devet osnovnih okvirnih pogojev za podjetništvo, tip izvedenca (strokovnjak ali podjetnik), spol, sektor gospodarstva (javni ali zasebni) in geografsko porazdelitev. Anketiranje je tako kot v drugih državah GEM potekalo od marca do julija 2014. V letu 2014 je bilo skupaj anketiranih 2.824 nacionalnih izvedencev v 73 državah, ki so zagotovile kvalitetno podatkovno podlago v tem delu raziskave. Število sodelujočih nacionalnih izvedencev v skupinah držav glede na tip gospodarstva v letu 2014 je prikazano v *tabeli 1.4*.

Tako kot že zadnjih nekaj let je leta 2014 vprašalnik izpolnilo tudi 36 slovenskih izvedencev iz gospodarstva, politike, državne uprave in akademske sfere. Upoštevani so bili pravilno izpolnjeni vprašalniki in tisti, v katerih je bilo podanih vsaj 75 % vseh odgovorov. Tipična rotacija je 25 % novih izvedencev vsako leto.

Mnenja izvedencev smo kodirali in posredovali koordinacijskemu timu GEM, ki je pripravil skupno datoteko z izračunanimi statističnimi parametri, vsaka sodelujoča država pa seveda razpolaga tudi s podatkovno podlago na ravni individualnih odgovorov izvedencev svoje države.

Tabela 1.4: Število sodelujočih nacionalnih izvedencev v sodelujočih državah po tipih gospodarstva, GEM 2014, NES

Tip gospodarstva	Število držav	Število nacionalnih izvedencev		Skupno število nacionalnih izvedencev
		min.	maks.	
inovacijska gospodarstva*	28	29	47	1.049
učinkovitostna gospodarstva**	32	22	105	1.229
faktorska gospodarstva	11	33	72	472
nekategorizirani državi	2	36	38	74
Skupno število anketiranih oseb				2.824

* Ne sodeluje Latvija, ki je vključena v APS.

** Sodelujejo Kuvajt, Latvija in Turčija, ki niso vključeni v APS.

Sekundarni viri – mednarodne standardizirane baze podatkov. Standardizirane mednarodne baze podatkov, iz katerih v okviru raziskave GEM črpamo primerljive podatke, so baze Svetovne banke in Mednarodnega denarnega sklada, baze Združenih narodov, Eurostat ipd.

1.4 DOSTOPNOST RAZISKAV IN PODATKOV GEM

GEM je konzorcij nacionalnih timov, ki so povezani v krovno organizacijo Global Entrepreneurship Research Association (GERA), v okviru katere se izvaja projekt GEM. Konzorcij GEM je edinstvena mreža številnih podjetniških raziskovalcev, ki gradijo podatkovno bazo, da bi z njeno pomočjo pridobili trdnejša spoznanja o podjetniških pojavih. Na domači strani konzorcija GEM (www.gemconsortium.org) in tudi na slovenski strani (www.gemslovenia.org) lahko zainteresirani bralci najdejo številne informacije – od nacionalnih raziskav do podatkovnih baz in pregleda vse bogatejše zbirke znanstvenih člankov, ki nastajajo z uporabo podatkov, pridobljenih v raziskavah GEM. Od leta 2012 so podatkovne baze za pretekla leta urejene tako, da ponujajo možnosti primerjav posameznih indikatorjev med državami (glej <http://www.gemconsortium.org/Data>), kar je še posebej priročno za nekatere hitre preglede stanja podjetništva.

2 GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji

Metodologija raziskovanja podjetništva GEM zajema oblikovanje več enostavnih kazalnikov, s katerimi opisujemo tako količino kot kakovost zgodnje podjetniške aktivnosti v posamezni državi. Osnovni kazalnik v raziskavi GEM je indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA (ang. *total early-stage entrepreneurial activity*), ki kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se vključuje v podjetništvo. Zajema torej fazo nastajanja podjetij:

- nastajajoči podjetniki – posamezniki, ki so začeli izvajati nekatere aktivnosti, da bi ustanovili podjetja ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece;
- novi podjetniki – posamezniki, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece, vendar manj kot tri leta in pol.

V raziskavi identificiramo tudi ustaljene podjetnike, v raziskavi opredeljene kot tiste, ki imajo podjetje in ga pomagajo tudi voditi, plače pa izplačujejo dlje kot 42 mesecev (ti v indeks TEA niso vključeni).

Indeks TEA pa ne opisuje značilnosti ter kakovostnih vidikov nastajajočega in novega podjetništva. Večplastnosti podjetništva namreč ni mogoče zajeti v en sam kazalnik, zato podjetništvo analiziramo s pomočjo številnih drugih indikatorjev. V *tabeli 2.1* prikazujemo nekatere vidike analize, s katero raziskujemo zlasti nastajajoče, nove in ustaljene podjetnike kakor tudi nepodjetnike.

Tabela 2.1: Večdimenzionalnost raziskovanja količine in kakovosti podjetniške aktivnosti – vidiki analize

Količina podjetniške aktivnosti	– odstotek oseb med 18. in 64. letom, ki so vključene v skupino nastajajočih podjetnikov – odstotek oseb med 18. in 64. letom, ki so vključene v skupino novih podjetnikov – odstotek oseb med 18. in 64. letom, ki so vključene v celotno zgodnjo podjetniško aktivnost – odstotek oseb med 18. in 64. letom, ki so vključene v skupino ustaljenih podjetnikov
Demografske značilnosti posameznih skupin podjetnikov	– struktura posameznih skupin podjetnikov glede na starost, spol, izobrazbo in dohodek gospodinjstva

Motivacija in razlogi za vključevanje v podjetništvo	– vključevanje zaradi zaznane poslovne priložnosti in struktura ciljev podjetnikov iz priložnosti – vključevanje v podjetništvo iz nuje
Značilnosti podjetmov, ki kažejo na objektivne možnosti podjetja za rast	– novost izdelka ali storitve za potencialne kupce – uporaba inovativnih tehnologij – obseg konkurence na tržišču
Aspiracije po rasti podjetniških podjetij	– ocena pričakovanega povečevanja števila novih delovnih mest – ocena internacionalizacije poslovanja
Elementi družbenega okolja ter kulturnih in družbenih norm, ki lahko podpirajo ali zavirajo podjetniške procese v družbi	– stopnja ocenjenega egalitarizma v družbenem okolju – različni vidiki, ki odražajo odnos do podjetniške aktivnosti ter podjetniško aktivnih oseb v družbi – podjetniška zmogljivost glede na ocenjeno stopnjo znanja, izkušenj in sposobnosti ljudi za podjetništvo ter glede na strah pred morebitnim neuspehom

V tabeli 2.2 zbirno prikazujemo po področjih, prikazanih v tabeli 2.1, različne vidike podjetniške aktivnosti v Sloveniji leta 2014 in jih primerjamo z letom poprej. Navajamo kazalnike, ki se nanašajo na individualno raven posameznika, kakor tudi tiste, ki se nanašajo na družbeno raven oziroma raven gospodarstva. Da bi lahko kontinuirano primerjali različne vidike podjetništva, ohranjamo v analizi v tabeli iste kazalnike kot že nekaj preteklih let. Pri tem prikazujemo posamezne opredeljene kazalnike ločeno za različne skupine prebivalstva.

Tabela 2.2: GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2014, APS

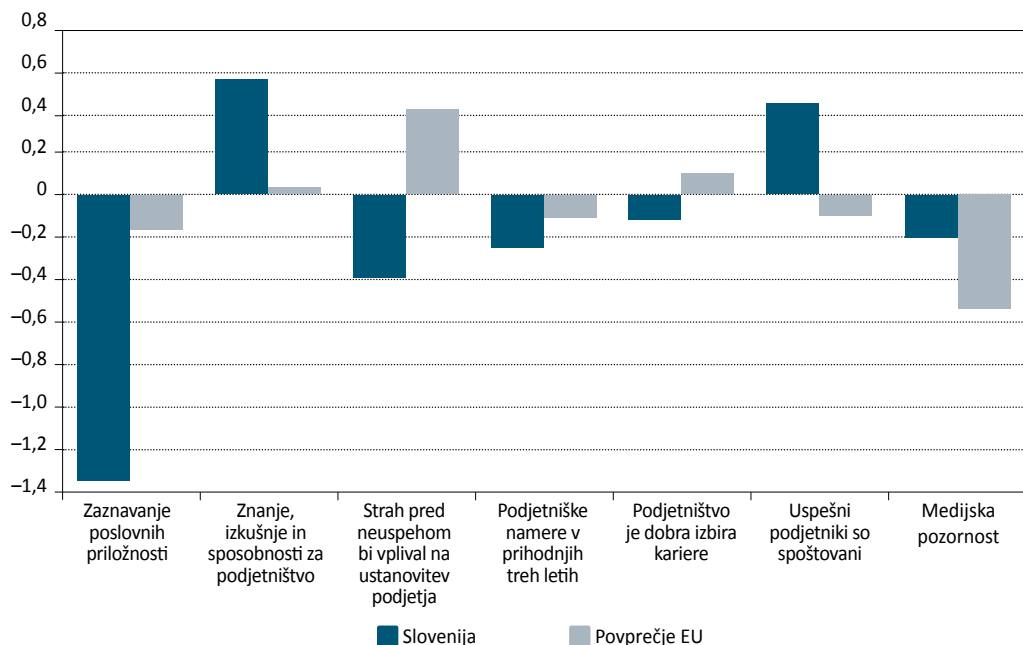
Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2013	rang	2014	rang	2013	rang	2014	rang	2013	rang	2014	rang	2013	rang	2014	rang
vključenost v podjetništvo (% populacije)	3,58	52/67	3,78	54/70	2,87	51/67	2,66	53/70	6,45	55/67	6,33	57/70	5,68	44/67	4,76	54/70
spol (% populacije):																
moški	4,9		5,21		3,8		3,29		8,76	53/67	8,29	53/70	8,20	40/67	6,63	50/70
ženske	2,2		2,26		1,9		1,99		4,02	55/67	4,25	57/70	3,02	51/67	2,78	56/70
spol (% podjetnikov):																
moški	70,8		70,9		68,4		63,6		68,6		67,3		74,2		71,6	
ženske	29,2		29,1		31,6		36,4		31,4		32,7		26,8		28,4	
starost (% populacije):																
– od 18 do 24 let	5,0		4,04		1,3		0,00		6,32	52/67	4,04	57/70	1,84	22/67	0,43	57/70
– od 25 do 34 let	4,9		4,27		3,5		6,06		8,34	52/67	9,84	50/70	1,86	59/67	3,79	42/70
– od 35 do 44 let	4,4		4,46		5,2		2,37		9,56	48/67	6,83	59/70	9,21	27/67	9,09	35/70
– od 45 do 54 let	2,5		3,46		2,5		2,34		5,04	60/67	5,80	58/70	7,84	50/67	4,12	65/70
– od 55 do 64 let	1,5		2,76		1,1		1,29		2,63	61/67	4,05	50/70	5,96	51/67	4,24	60/70
starost (% podjetnikov):																
– od 18 do 24 let	17,6		12,3		5,6		0,00		12,25	48/67	7,32	65/70	4,05	28/67	1,04	62/70
– od 25 do 34 let	30,4		24,6		26,9		49,5		28,83	44/67	33,76	28/70	7,30	63/67	17,30	34/70
– od 35 do 44 let	27,0		26,4		40,0		19,9		32,81	5/67	24,11	44/70	35,89	8/67	42,65	2/70
– od 45 do 54 let	16,3		21,0		19,9		20,2		17,86	31/67	21,06	21/70	31,54	30/67	19,86	63/70
– od 55 do 64 let	8,7		15,7		7,7		10,4		8,25	34/67	13,76	7/70	21,22	34/67	19,16	40/70

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2013	rang	2014	rang	2013	rang	2014	rang	2013	rang	2014	rang	2013	rang	2014	rang
izobrazba (% podjetnikov):																
– dokončana osn. šola ali manj	1,4		2,6		1,7		7,7		1,5		4,8		2,8		0,00	
– dokončana poklicna šola	4,5		10,8		7,1		2,0		5,7		7,3		10,6		11,7	
– srednješolska izobrazba	39,4		35,5		40,6		27,6		39,9		32,0		42,2		32,8	
– višješolska strok. izobrazba	21,5		14,0		26,2		19,5		23,6		16,5		19,4		22,0	
– visokoš. ali univ. izobr. ali več	33,2		37,1		24,5		43,2		29,3		39,4		24,9		33,5	
izobrazba (% populacije):																
– manj kot srednješolska									2,67	62/67	4,06	53/70	4,86	31/67	4,11	49/70
– srednješolska									6,11	53/67	5,16	59/70	5,63	35/67	4,05	53/70
– več kot srednješolska									7,79	53/67	7,54	55/70	5,69	45/67	6,12	47/70
dohodkovni razredi (% populacije):																
– spodnja tretjina	1,5		3,50		2,3		2,21		2,05	56/67	5,71	48/70	1,92	40/67	1,90	63/70
– srednja tretjina	3,3		3,13		3,2		2,19		4,08	51/67	5,31	58/70	3,07	43/67	4,32	49/70
– zgornja tretjina	5,0		6,11		3,5		3,67		4,58	50/67	9,24	50/70	3,76	53/67	6,72	50/70
dohodkovni razredi (% podjetnikov):																
– spodnja tretjina	13,5		27,0		22,6		26,7		17,8		27,6		20,6		14,2	
– srednja tretjina	42,4		28,8		44,0		31,7		43,2		30,7		40,0		38,7	
– zgornja tretjina	44,1		44,1		33,4		41,6		39,0		41,7		39,4		47,1	
motivacija (% populacije):																
– nujnost	0,84		1,05		0,70		0,60		1,55	47/67	1,61	56/70	1,7		1,40	
– priložnost	2,70		2,45		1,99		1,95		4,65	52/67	4,52	50/70	3,7		3,29	
motivacija (% podjetnikov):																
– v celoti priložnost	57,4		48,7		63,3		50,4		59,9		48,5		56,9		51,2	
– deloma priložnost	18,6		22,7		10,0		22,3		14,9		22,9		11,1		18,2	
– nujnost	23,9		27,4		26,5		21,6		25,0		25,5		31,7		29,6	
– ne more opredeliti	0,1		1,2		0,2		5,7		0,2		3,1		0,3		1,0	
izkoriščanje poslovne priložnosti zaradi (% podjetnikov, katerih motivacija je v celoti priložnost):																
– neodvisnosti in osebne svobode pri delu	38,5		48,7		49,4		64,4		43,56	33/67	59,60	8/70	51,7		66,2	
– povečanja dohodka	45,8		22,7		29,8		24,1		38,37	40/67	28,85	61/70	26,6		13,3	
– ohranitve ravni dohodka	4,0		27,4		13,8		3,6		8,58	31/67	8,10	37/70	15,4		11,4	
– drugega	11,6		1,2		7,1		7,8		9,50	6/67	3,46	26/70	6,3		9,0	

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2013	rang	2014	rang	2013	rang	2014	rang
inovacijska naravnost (% podjetnikov):								
– novost izdelkov – izdelek je nov za vse kupce	15,20	32/67	21,15	16/70	8,16	38/67	13,94	20/70
– konkurenca – ni konkurenčnih podjetij	12,99	13/67	8,84	20/70	3,52	47/67	6,39	26/70
– tehnologija – uporaba tehnologij, ki so na voljo manj kot eno leto	10,66	37/67	10,37	41/70	2,11	44/67	1,13	53/70
nagnjenost k rasti (% podjetnikov):								
– zaposlovanje – porast za najmanj 10 delovnih mest in hkrati za najmanj 50 % v petih letih	22,73	11/67	17,08	27/70	9,50	7/67	4,28	27/70
– izvoz – več kot 50 % strank živi zunaj države	1,15	24/47	1,34	18/70	0,87	11/67	0,70	20/70

Podjetniški dejavniki	Nastajajoči podjetniki		Novi podjetniki		Ustaljeni podjetniki		% prebivalstva v starosti od 18 do 64 let				Nepodjetniki	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	rang	2014	rang	2013	2014
razpoznavanje poslovnih priložnosti	39,7	31,1	20,5	33,3	17,1	20,2	16,06	63/67	17,25	68/70	14,7	12,2
podjetniška zmogljivost – dojemanje kulturne podpore:												
– egalitarizem	79,2	78,3	80,0	83,6	70,8	70,0	81,75	3/67	82,00	3/70	82,6	82,8
– poklicna izbira	50,4	53,0	51,6	41,1	44,5	37,0	57,83	43/67	53,39	46/70	58,6	54,7
– spoštovanje podjetniškega poklica	58,9	61,9	52,3	73,5	55,0	59,5	68,14	37/67	72,31	25/70	69,7	73,3
– odnos medijev	47,3	48,4	47,4	58,4	54,1	46,2	50,52	44/67	57,56	38/70	50,6	58,5
podjetniška zmogljivost – samozaupanje:												
– znanje in veščine	91,1	84,3	88,3	94,5	90,0	84,3	51,48	29/67	48,60	38/70	46,3	43,9
– strah pred neuspehom	23,1	32,4	26,4	24,1	24,4	22,3	41,98	26/67	38,70	35/70	44,3	40,3

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



GEM Slovenija 2014, APS

Na *sliki 2.1* za nekatere izbrane kazalnike prikazujemo primerjavo njihove vrednosti za Slovenijo in za povprečje sodelujočih držav EU v raziskavi GEM s povprečjem vrednosti kazalnikov v inovacijskih gospodarstvih držav, ki so v letu 2014 sodelovale v raziskavi GEM. Na sliki so prikazane standardizirane vrednosti, povprečje vrednosti kazalnikov v inovacijskih gospodarstvih je na osi označeno z vrednostjo 0.

S *slike 2.1* je razvidno, da Slovenija dosega povprečne vrednosti inovacijskih držav pri dveh obravnavanih vidikih odnosa do podjetništva v družbi, in sicer glede mnenja ljudi o tem, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status, ter glede mnenja

ljudi o tem, ali imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za opravljanje podjetniškega poklica. Povprečje držav EU je nekoliko pod vrednostjo, ki jo dosega povprečje kazalnika v inovacijskih gospodarstvih.

Slovenija je izrazito pod povprečjem glede zaznavanja poslovnih priložnosti, ki jih ljudje pričakujejo v svojem okolju. Upad zaznavanja priložnosti je še izrazitejši kot leta 2013, tako da je Slovenija skoraj povsem na repu vseh držav, sodelujočih v raziskavi, o čemer podrobneje pišemo v tretjem poglavju te monografije. Zaznavanje poslovnih priložnosti je v Sloveniji prisotno v bistveno manjšem obsegu celo v primerjavi z državami, ki jih je gospodarska kriza najbolj prizadela (Grčija, Španija, Portugalska, Italija). Slovenija je pod povprečjem inovacijskih držav in pod povprečjem držav Evropske unije tudi glede podjetniških namer v prihodnjih treh letih. Vključevanje v podjetniško aktivnost pa, sicer v manjši meri kot v povprečju v inovacijskih gospodarstvih, hromi tudi strah pred neuspehom v podjetniški karieri.

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



START:UP MANIFEST

Slovenija, pripravljena na prihodnost 2014 – 2020+

Start:up Manifest

V strateških dokumentih Evropske unije in Slovenije (na primer Horizont 2020, Raziskovalna in inovacijska strategija Slovenije 2011–2020) je zapisano, da smo v obdobju nove gospodarske revolucije, ki je najmočnejša in največja doslej. Družba se iz postindustrijske transformira v družbo znanja, kar je velik izziv, priložnost in hkrati tudi nevarnost za posameznike, podjetja in države. Najpomembnejši dejavniki uspeha v novi družbi, ki jo lahko poimenujemo tudi sodobna ustvarjalna družba, so talent, tehnologija in strpnost. Za gospodarski uspeh v družbi znanja je nujen ustrezen inovacijski ekosistem, prežet z dostopom do kapitala in drugih virov, ki omogočajo razcvet talenta. Rezultati raziskave GEM kažejo, da se lahko kar tretjina dinamike gospodarske rasti držav pojasni z dinamiko razvoja start-up podjetij. Da bi takšen potencial lahko v polni meri izkoristili tudi v Sloveniji, moramo v državi razviti sodoben, konkurenčen ter v mednarodne povezave usmerjen start-up ekosistem. Razvoj takega učinkovitega ekosistema zahteva izvedbo cele vrste ključnih aktivnosti, ki jih moramo izpeljati različni deležniki inovacijskega ekosistema. Ti lahko le s skupnim in soodvisnim delovanjem prispevajo k vzpostavitvi mednarodno odličnega inovativnega podpornega okolja za start-up podjetja v Sloveniji.

Da ne bi ostali le pri besedah, sta se prof. dr. Miroslav Rebernik z Ekonomsko-poslovne fakultete Univerze v Mariboru in prof. dr. Marko Jaklič z Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani skupaj s sodelavci iz slovenskega start-up ekosistema lotila priprave dokumenta

Start:up Manifest, ki je postal temeljni dokument Iniciative Start:up Slovenija. Dokument predstavlja temeljno nacionalno strategijo za vzpostavitev uspešnega podpornega okolja za inovativno podjetništvo. Opredeljuje ključne aktivnosti in predlaga vrsto ukrepov za vzpostavitev podpornega okolja za zagonska (start-up) podjetja v Sloveniji. Pri tem se zgleduje po primerih v uspešnih državah, ki so že razvile uspešne start-up ekosisteme in izkazujejo nekatere skupne elemente. Zanje je značilno, da izvajajo aktivnosti za sistematično motiviranje in aktiviranje podjetniških talentov, za komercializacijo znanja in tehnologij, za spodbujanje rasti podjetij na svetovnih trgih s svojimi povezavami po svetu, za večjo dostopnost do kapitala in aktiviranje različnih deležnikov ter njihovo koordinirano in učinkovito delovanje.

V svetu je vse bolj prepoznaven trend koncentracije talenta na določenih geografskih območjih, saj so uspešna mesta, regije in države ugotovile, da tako imenovana vojna za talente ne poteka samo na ravni podjetij, temveč tudi na ravni geografskih območij. Talent namreč teži k temu, da se zbira na geografskih območjih, za katera so značilni prave ustvarjalne vrednote, tehnološki razvoj in možnost komercializacije idej.

Avtorji Start:up Manifesta verjamejo, da bi se lahko v prihodnje v to smer razvijala tudi Slovenija, zato so v dokument zapisali predloge ambicioznih družbenih ciljev do leta 2020 v naši državi. Verjamejo namreč, da bi lahko s ciljnim aktivnostmi v start-up podjetjih ustvarili vsaj 1000 novih delovnih mest letno, vsako leto ustanovili ali privabili vsaj 150 start-up podjetij z globalnim potencialom in vsako leto povezali vsaj 50 start-up podjetij z najpomembnejšimi ekosistemi v svetu. V dokumentu so navedeni predlogi za pripravo instrumentov in izvedbo aktivnosti, ki podpirajo razvoj inovativnih start-up podjetij. Manifest je objavljen na spletni strani Iniciative www.startup.si, posredovan pa je bil tudi predstavnikom vlade in drugim zainteresiranim javnostim.

Več informacij: www.startup.si

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

3.1 OPREDELITEV NAGNJENOSTI K PODJETNIŠTVU IN ZAZNAVANJA ODNOSA DRUŽBE DO PODJETNIŠTVA

Veliko število preteklih raziskav se ubada z vprašanjem, kako se oblikujejo nagnjenja posameznika do podjetništva oziroma kako se oblikujejo posameznikove podjetniške namere in kasneje dejanska podjetniška aktivnost. Teoretični začetki modeliranja dejavnikov, ki vplivajo na oblikovanje posameznikovih podjetniških namer, segajo v osemdeseta leta 20. stoletja, ko se je oblikoval model podjetniškega dogodka (Shapero 1984; Shapero in Sokol 1982). Po integraciji kognitivne teorije načrtovanega vedenja (Ajzen 1991; Bandura 1982; Ajzen in Fishbein 1980) se je razvilo veliko podjetniških modelov, ki dopolnjujejo in preizkušajo različne oblike razširjenega modela, vključujejo razlike v različnih kulturnih okoljih, ugotavljajo pa tudi nedoslednosti ter neskladja (Linan in Chen 2009).

Posameznikove podjetniške namere so v veliki meri posledica vpliva treh dejavnikov oziroma predhodnikov podjetniških namer, in sicer posameznikovih stališč do podjetništva, subjektivnih norm glede ustreznosti in primernosti podjetniške aktivnosti ter zaznanih sposobnosti in zmožnosti za podjetniško aktivnost. Ti dejavniki vplivajo na podjetniške namere, hkrati pa delujejo tudi med seboj (Ajzen 1991). Po drugi strani pa rezultati raziskav kažejo tudi, da se bo dejanska podjetniška aktivnost posameznikov oblikovala ne le kot posledica podjetniških namer, ampak tudi pod vplivom drugih dejavnikov, pri čemer so izpostavljene predvsem podjetniške priložnosti in možnosti za financiranje podjetij (Douglas in Shepard 2002).

Zagotovo na odločitve za podjetništvo delujejo tudi dejavniki okolja. Veliko število opravljenih raziskav v preteklosti se opira na dimenzije kulturnega okolja (Hofstede 1980) in skuša povezovati raven podjetništva na agregatni ravni, s stopnjo porazdelitve moči, individualizma, moških vrednot ter izogibanja negotovosti v družbi. Družbe z visoko stopnjo individualizma, poudarjenih moških vrednot v družbi ter nizko stopnjo izogibanja negotovosti naj bi v povprečju odražale ugodnejše kulturno in družbeno okolje za podjetništvo (Linan in Chen 2009; Shinnar et al. 2012; Mueller in Thomas 2000).

Kot je bilo ugotovljeno v predhodnih raziskavah, temelječih na podatkovni bazi GEM, se z naraščanjem BDP na prebivalca stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti v povprečju znižuje, a le do neke ravni, nato lahko začne zlagoma zopet naraščati, tako da odnos med obema kategorijama nakazuje obliko U-krivulje (Wenekers et al. 2010). Z naraščajočim dohodom je namreč v gospodarstvu praviloma na voljo več možnosti za stabilno zaposlitev v okviru obstoječih podjetij oziroma organizacij, hkrati pa so viri na razpolago v večjem obsegu, na bogatejših tržiščih. To vse skupaj lahko vodi do praviloma nižjih stopenj celotne zgodnje podjetniške aktivnosti – indeksa TEA, podjetniška aktivnost, ki nastaja, pa izvira predvsem iz izkoriščanja obetavnih poslovnih priložnosti (Bosma et al. 2008).

V okviru raziskave GEM zato skušamo zajeti oba vidika, posameznika in družbeni kontekst, opisane dimenzije pa lahko proučujemo tako na individualni ravni kot na agregatni ravni gospodarstev.

Posameznikova stališča do podjetništva, subjektivnih norm glede ustreznosti in primernosti podjetniške aktivnosti v družbi ter do zaznanih sposobnosti in zmožnosti za podjetniško aktivnost v okviru raziskave GEM merimo z naslednjimi kazalniki:

1. *dojemanje podjetništva kot zaželene poklicne izbire v družbi*: anketirani odgovarjajo na vprašanje, ali menijo, da večina ljudi v njihovi državi misli, da je podjetništvo zaželena karierna pot;
2. *zaznavanje ugleda uspešnih podjetnikov v družbi*: anketirani odgovorijo na vprašanje, ali menijo, da večina ljudi v njihovi državi misli, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status;
3. *zaznavanje pozitivnega vpliva medijev*: anketirani odgovorijo na vprašanje, ali menijo, da je v njihovi državi v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih novih podjetnikih;
4. *zaznane lastne sposobnosti, znanje in izkušnje za podjetništvo*: anketirani odgovarjajo na vprašanje, ali menijo, da imajo znanje, izkušnje in veščine za podjetništvo;
5. *strah pred neuspehom, ki bi posameznika odvrnil od podjetniške poti*: anketirani odgovarjajo na vprašanje, ali menijo, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve lastnega podjetja;
6. *poznavanje uspešnih podjetnikov*: anketirani odgovarjajo na vprašanje, ali poznajo uspešnega podjetnika, ki je v zadnjih dveh letih ustanovil podjetje;
7. *zaznavanje obetavnih poslovnih priložnosti*: anketirani odgovarjajo na vprašanje, ali menijo, da se bodo v prihodnjih šestih mesecih na območju, na katerem živijo, pojavile dobre poslovne priložnosti;
8. *podjetniške namere v prihodnjih treh letih*: anketirani odgovarjajo na vprašanje, ali nameravajo v prihodnjih treh letih začeti ustanavljati lastni podjem oziroma lastno podjetje.

Na agregatni ravni gospodarstev v analizo vključujemo kazalnike, ki se nanašajo na delež delovno aktivnih prebivalcev v državi, ki so na zgornja vprašanja odgovorili pritrdilno, ter še kazalnik, ki opredeljuje delež delovno aktivnih prebivalcev, ki menijo:

9. da bi jih *strah pred neuspehom* odvrnil od tega, da bi ustanovili svoje podjetje, a hkrati tudi menijo, da se bodo v okolju, v katerem živijo, v prihodnjih šestih mesecih *pojavile dobre poslovne priložnosti*.

Dodatno nas v okviru družbenega konteksta zanima tudi dojemanje prevladujoče miselnosti v družbi o primernosti enake ravni življenjskega standarda za vse skupine prebivalstva oziroma dojemanje egalitarizma:

10. *egalitarizem*: anketirani odgovarjajo na vprašanje, ali menijo, da v njihovi državi večina ljudi misli, da bi vsi morali imeti enako raven življenjskega standarda; na agregatni ravni tudi ta kazalnik opredeljuje delež delovno aktivnih prebivalcev, ki so na vprašanje odgovorili pritrdilno.

V tabeli 3.1 prikazujemo na agregatni ravni kazalnike od 1 do 4 ter od 7 do 9 za vse države, ki so leta 2014 sodelovale v raziskavi GEM, pri čemer smo jih glede na stopnjo gospodarske razvitosti grupirali na faktorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva.

Tabela 3.1: Elementi nagnjenosti do podjetništva in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi (v odstotkih delovno aktivnih prebivalcev), GEM 2014, APS

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Znanje, izkušnje in veščine	Strah pred neuspehom *	Podjetniške namere **	Podjetništvo je zaželena poklicna izbira ***	Uspešni podjetniki so v družbi spoštovani ***	Pozitivna medijska pozornost ***
Belize	49,55	69,00	32,6	10,1	57,80	55,46	43,25
Kosovo	65,62	65,20	26,7	6,3	68,28	76,18	57,22
Faktorska gospodarstva							
Angola	69,75	61,68	44,8	39,3	75,10	81,65	71,69
Bolivija	57,67	73,11	38,4	46,9	70,26	77,00	76,50
Bocvana	57,16	67,14	13,7	63,4	69,94	78,11	74,55
Burkina Faso	63,61	65,89	23,7	42,3			
Filipini	45,89	66,15	37,7	42,8	81,8	78,13	84,70
Indija	38,91	36,70	37,7	7,7	57,93	66,16	56,62
Iran	27,68	59,45	32,7	25,5	52,26	75,61	55,09
Kamerun	69,34	73,77	22,8	55,6			
Uganda	76,91	84,86	12,6	60,2			
Vietnam	39,36	58,20	50,1	18,2	67,15	75,92	86,83
netehtano povprečje	54,63	64,70	31,4	29,6	67,78	76,08	72,28
Učinkovitostna gospodarstva							
Argentina	31,91	57,78	23,5	27,8	57,8	52,20	63,63
Barbados	38,16	63,51	23,4	11,5	57,61	58,50	46,30
BiH	19,59	47,30	26,8	20,4	78,15	69,94	39,85
Braziliya	55,54	49,96	35,6	24,5			
Čile	67,00	64,87	28,4	50,1	69,43	64,43	65,21
Ekvador	62,02	72,81	30,7	43,1	66,43	67,13	82,89
Gruzija	36,58	37,54	34,8	15,6	65,99	75,92	58,45
Gvatemala	45,38	64,17	33,0	35,8	95,33	76,92	60,61
Hrvaška	18,43	45,91	30,3	19,5	63,27	46,58	40,44
Indonezija	45,46	60,20	38,1	27,4	72,86	77,96	84,79
Jamajka	57,05	81,23	22,0	35,3	83,5	84,05	83,90
Kazahstan	26,50	52,54	23,8	15,4	78,62	74,35	82,97
Kitajska	31,88	32,97	39,5	19,3	65,68	72,91	69,28

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Znanje, izkušnje in veščine	Strah pred neuspehom*	Podjetniške namere**	Podjetništvo je zaželeno polklicna izbira***	Uspešni podjetniki so v družbi spoštovani**	Positivna medijska pozornost**
Kolumbija	65,74	57,41	30,7	47,0	70,45	67,13	74,42
Kostarika	39,00	59,39	36,8	29,0	61,33	59,00	79,70
Litva	31,66	33,44	44,8	19,7	68,81	58,33	55,14
Madžarska	23,40	40,94	42,0	13,9	47,39	72,38	33,47
Malezija	43,40	38,40	26,8	11,6	50,37	49,95	69,85
Mehika	48,87	53,48	29,6	27,4	53,22	50,76	45,48
Panama	43,26	54,38	14,6	19,7			
Peru	62,31	69,42	29,1	50,6	82,43	81,38	83,62
Poljska	31,35	54,30	51,1	15,6	63,28	56,45	54,52
Republika Južna Afrika	37,00	37,65	25,4	10,1	69,58	72,92	72,57
Romunija	32,41	48,44	41,3	31,7	73,64	75,22	71,34
Rusija	26,50	27,83	39,5	3,5	67,12	65,93	50,43
Salvador	44,69	70,81	34,9	23,1	82,57	59,49	59,55
Surinam	41,03	77,36	16,1	4,6	29,37	25,44	10,25
Tajska	47,35	50,12	42,4	21,8	73,60	71,11	80,31
Urugvaj	45,56	63,12	26,7	24,8	62,13	56,72	60,83
netehtano povprečje	41,35	54,04	31,8	24,1	67,04	64,56	62,21
Inovacijska gospodarstva							
Avstralija	46,06	46,22	39,2	10,0	53,01	66,96	72,66
Avstrija	44,40	48,67	34,9	8,1			
Belgija	35,93	30,40	49,4	10,6	52,41	51,73	50,82
Danska	59,66	34,88	41,0	6,9			
Estonija	49,44	42,47	41,8	9,8	55,56	64,93	43,34
Finska	42,38	34,88	36,8	7,9	41,24	84,40	66,93
Francija	28,26	35,44	41,2	14,2	59,05	70,43	38,98
Grčija	19,91	45,54	61,6	9,5	58,42	66,42	45,80
Irska	33,36	47,24	39,3	7,2	49,39	76,88	75,68
Italija	26,57	31,31	49,1	11,4	65,05	72,09	48,28
Japonska	7,27	12,23	54,5	2,5	30,98	55,81	58,70
Kanada	55,52	48,98	36,5	12,0	57,25	69,72	67,73
Katar	63,38	60,94	25,5	50,4	75,83	87,06	76,75
Luksemburg	42,54	37,56	42,0	11,9	40,66	68,18	43,54
Nemčija	37,59	36,40	39,9	5,9	51,66	79,10	51,41
Nizozemska	45,55	44,26	34,8	9,3	79,11	67,77	55,66
Norveška	63,45	30,54	37,6	5,0	58,16	83,47	

	Zaznavanje poslovnih priložnosti	Znanje, izkušnje in veščine	Strah pred neuspehom*	Podjetniške namere**	Podjetništvo je zaželena poklicna izbira***	Uspešni podjetniki so v družbi spoštovani***	Positivna medijska pozornost***
Portoriko	25,08	48,84	24,0	12,5	18,51	51,13	72,70
Portugalska	22,87	46,59	38,4	15,8	62,23	62,94	69,75
Singapur	16,71	21,35	39,4	9,4	51,73	62,91	79,10
Slovaška	23,50	54,40	36,0	15,1	45,42	58,05	52,57
Slovenija	17,25	48,60	29,0	11,4	53,39	72,31	57,56
Španija	22,61	48,13	38,0	7,1	53,94	48,99	46,33
Švedska	70,07	36,65	36,5	8,5	51,58	70,90	60,30
Švica	43,67	41,59	29,0	7,1	42,30	65,81	50,43
Tajvan	33,47	29,00	37,4	25,6	75,22	62,57	83,50
Trinidad in Tobago	58,62	75,23	16,8	33,9	79,47	69,50	65,60
Velika Britanija	40,99	46,44	36,8	6,9	60,30	74,99	58,36
ZDA	50,85	53,34	29,7	12,1	64,73	76,87	75,83
netehtano povprečje	38,86	41,10	37,7	37,8	55,06	68,22	60,32

* Delež med tistimi, ki zaznavajo poslovne priložnosti.

** Delež med nepodjetniki.

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

Tabela 3.2: Elementi nagnjenosti do podjetništva in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi (v odstotkih delovno aktivnih prebivalcev), GEM 2014, APS

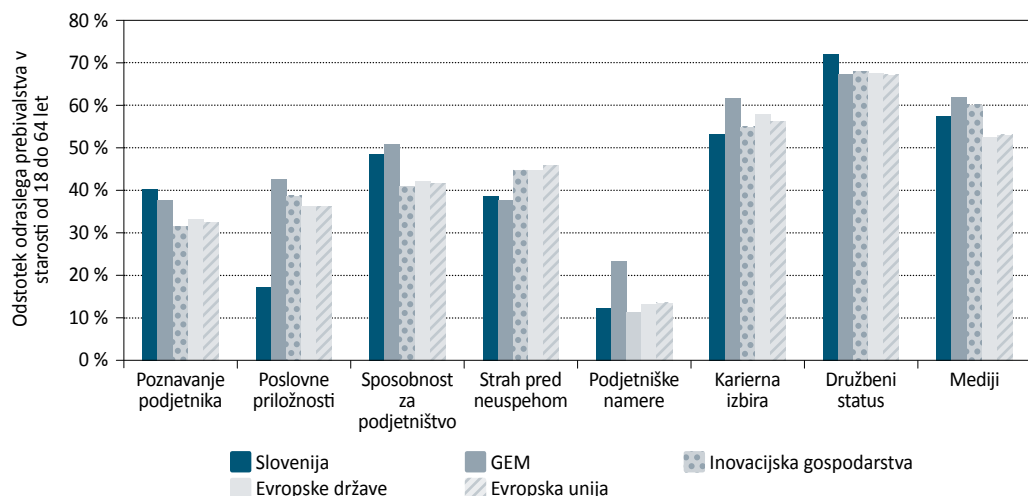
	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropske države	Evropska unija
Poznavanje uspešnega podjetnika	40,49	37,83	31,63	33,42	32,66
Zaznavanje poslovnih priložnosti	17,25	42,68	38,86	36,39	36,29
Znanje, izkušnje in veščine za podjetništvo	48,60	50,95	41,10	42,33	41,80
Strah pred neuspehom (% odraslega prebivalstva)	38,70	37,74	45,00	44,85	45,92
Podjetniške namere (% odraslega prebivalstva)	12,31	23,41	14,76	13,41	13,58
Karierna izbira*	53,39	61,86	55,06	58,07	56,36
Družbeni status*	72,31	67,45	68,22	67,71	67,32
Mediji**	57,56	62,17	60,32	52,73	53,21
Egalitarizem*	78,30	62,32	62,53	65,50	62,53

* V tem delu pridobivanja podatkov je sodelovalo 63 držav.

** Podatke je zagotovilo 62 držav.

V tabeli 3.2 primerjalno prikazujemo vrednosti kazalnikov od 1 do 8 in še kazalnik 10 glede egalitarizma za Slovenijo ter povprečje vrednosti kazalnikov za posamezne skupine držav, kar je prikazano še grafično na sliki 3.1.

Slika 3.1: Elementi nagnjenosti do podjetništva in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi (v odstotkih delovno aktivnih prebivalcev)



GEM Slovenija 2014, APS

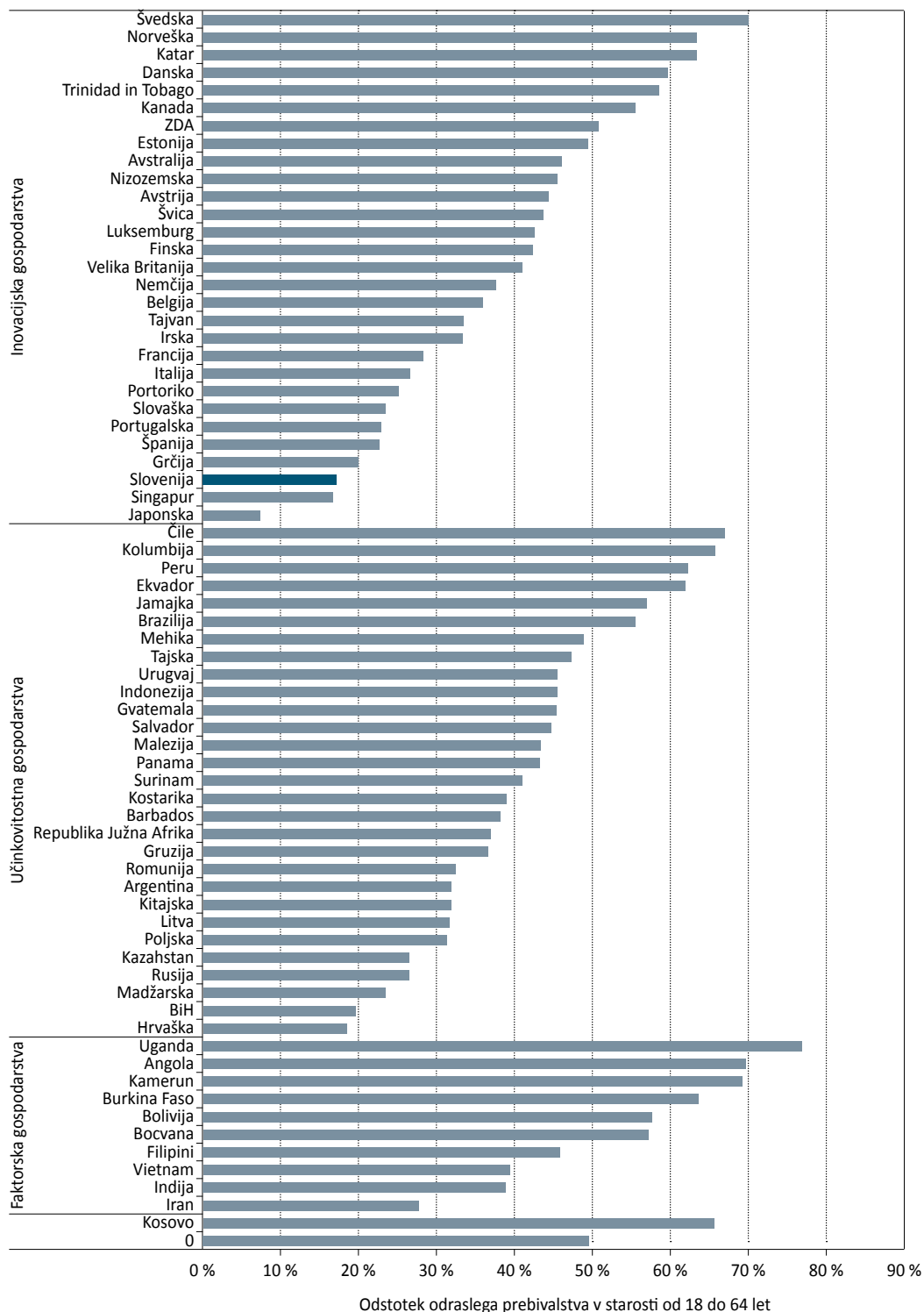
3.2 ZAZNAVANJE POSLOVNIH PRILOŽNOSTI, ZNANJE, IZKUŠNJE IN VEŠČINE ZA PODJETNIŠTVO TER STRAH PRED NEUSPEHOM

Zaznavanje obetavnih poslovnih priložnosti je ključni korak v podjetniškem procesu in v raziskavah s področja podjetništva zavzema pomembno mesto. Koncept podjetniške priložnosti je nasploh zelo značilen za sodobno literaturo o podjetništvu (Kirzner 2009; Shane in Venkataraman 2000; Shane 2003; Short et al. 2010). Že pred časom sta Sarasvathy in Venkataraman (2001) opisala koncept podjetniške priložnosti s štirimi komponentami: (i) nove ideje ali inovacije, (ii) zaznani subjektivni ali objektivni cilji, (iii) zaupanje v zmožnosti doseganja teh ciljev in (iv) doseganje ciljev z outputi podjetniške aktivnosti. Ta opis torej zajema dva različna koraka oziroma elementa v podjetniškem procesu, v katerem proces zaznavanja podjetniške priložnosti poteka pred procesom izkoriščanja poslovne priložnosti (Bhave 1994; Shane in Venkataraman 2000).

Zaznavanje podjetniških priložnosti po skupinah držav glede na gospodarsko razvitost prikazujemo na sliki 3.2.

Vidimo, da se v Sloveniji nadaljuje trend upadanja zaznavanja poslovnih priložnosti. Brez poslovne priložnosti, ki jo nekdo v svojem okolju zazna in skuša uresničiti, pa ni kakovostnih novih podjetij. Medtem ko je leta 2007 še skoraj polovica prebivalstva menila, da se bodo v njihovem okolju pojavile dobre poslovne priložnosti, je že leta 2009 ta odstotek padel na 30 %, v letu 2010 pa še nadaljnjih nekaj odstotnih točk, na 26,8 %. Po 20 % odraslih, ki so poslovne priložnosti v Sloveniji zaznali leta 2012, in 16 %, ki so jih zaznali leta 2013, je bilo v Sloveniji v letu 2014 takih 17,25 % odraslih.

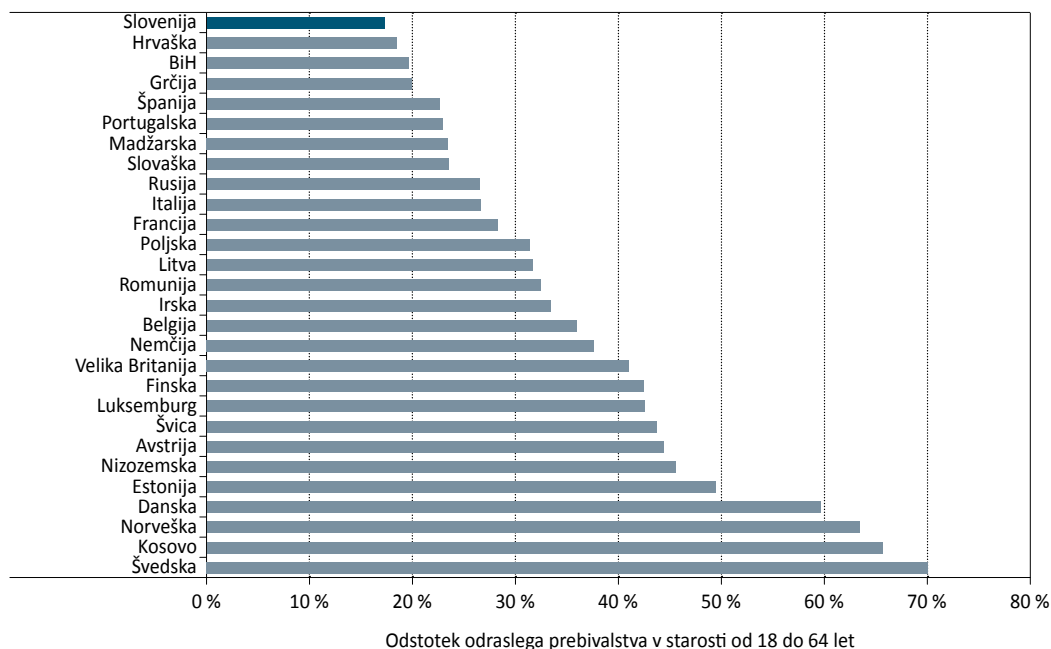
Slika 3.2: Zaznavanje poslovnih priložnosti



Kljub minimalnemu povečanju zaznavanja glede na preteklo leto pa nam primerjava z drugimi državami pokaže, da zaostajamo. Medtem ko so države, ki so v preteklih letih delale družbo Sloveniji na zadnjih mestih, napredovale, se je Slovenija pomaknila na sam rep evropske lestvice in med evropskimi državami zaseda zadnje mesto. Na predzadnjih mestih na repu lestvice delata družbo Sloveniji še Hrvaška (18,43 %) in BiH (19,95 %). Države PIGS v letu 2014 izkazujejo bolj optimistično sliko od Slovenije: Portugalska 22,87 %, Italija 26,57 %, Grčija 19,91 % in Španija 22,61 %. Slovenija je na repu lestvice tudi v svetovnem merilu, saj je delež odraslih, ki so zaznali poslovne priložnosti, nižji samo še v Singapurju in na Japonskem, ki tako kot leta 2013 zaseda zadnje mesto med 70 sodelujočimi državami GEM.

Med evropskimi državami je bil v letu 2014 delež zaznavanja poslovnih priložnosti ponovno najvišji v skandinavskih državah, na Švedskem (70,07 %), Norveškem (63,45 %) in Danskem (59,66 %), ter na Kosovu (65,62 % odraslih). Lestvico evropskih držav prikazujemo na *sliki 3.3*.

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



GEM Slovenija 2014, APS

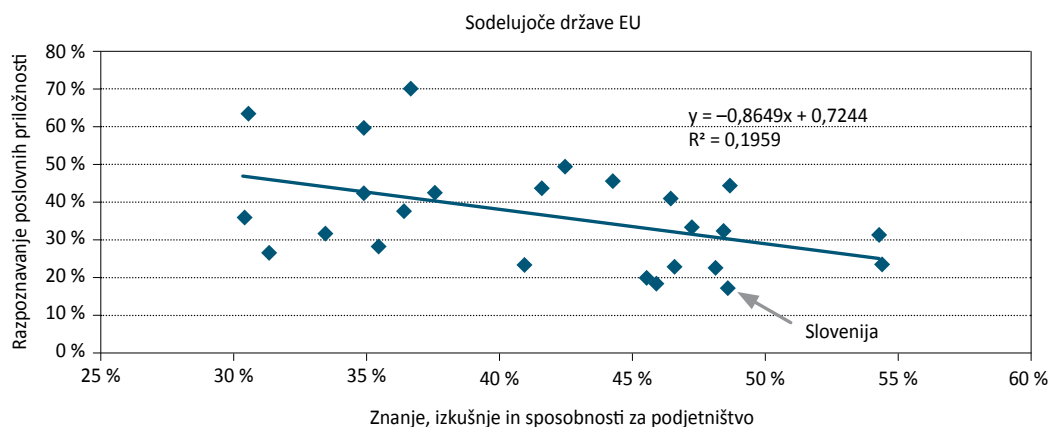
Kljub temu da imajo posamezniki v različnih družbeno-ekonomskih kontekstih v mislih različne poslovne priložnosti in različne podjetniške aktivnosti, ko ocenjujejo svoje znanje, izkušnje in veščine za podjetništvo, pa na splošno velja, da so zaznane zmogljivosti posameznikov (zaznane lastne izkušnje, znanje in veščine za podjetništvo) v povprečju višje od zaznanih priložnosti ter da so zaradi narave in zahtevnosti podjetništva zaznane zmogljivosti v povprečju višje v manj razvitih gospodarstvih kot v razvitih inovacijskih. V Evropi ob tem zaznavamo še dodatno zanimiv vzorec, in sicer da je v državah, ki doživljajo dolgoročne gospodarske težave, ta razlika najvišja. V Grčiji je prebivalcev, ki menijo, da imajo potrebno znanje, izkušnje in veščine za podjetništvo, 45,5 %, priložnosti pa jih zaznava le 19,9 %. Na Hrvaškem je to razmerje 45,9 %

proti 18,4 %, v Sloveniji 48,6 % proti 17,2 %, v Španiji 48,1 % proti 22,6 %, na Portugalskem 46,6 % proti 22,9 % in v BiH 47,3 % proti 19,6 %.

Po drugi strani je vzorec v skandinavskih državah ravno nasproten – ljudje veliko bolj zaznavajo poslovne priložnosti kot pa ocenjujejo svoje znanje, izkušnje in veščine za podjetništvo: na Švedskem 70,1 % prebivalcev zaznava poslovne priložnosti, 36,7 % pa je tistih, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje in veščine za podjetništvo, na Norveškem je to razmerje 63,5 % proti 30,5 %, na Danskem 59,7 % proti 34,9 % in na Finskem 42,4 % proti 34,9 %.

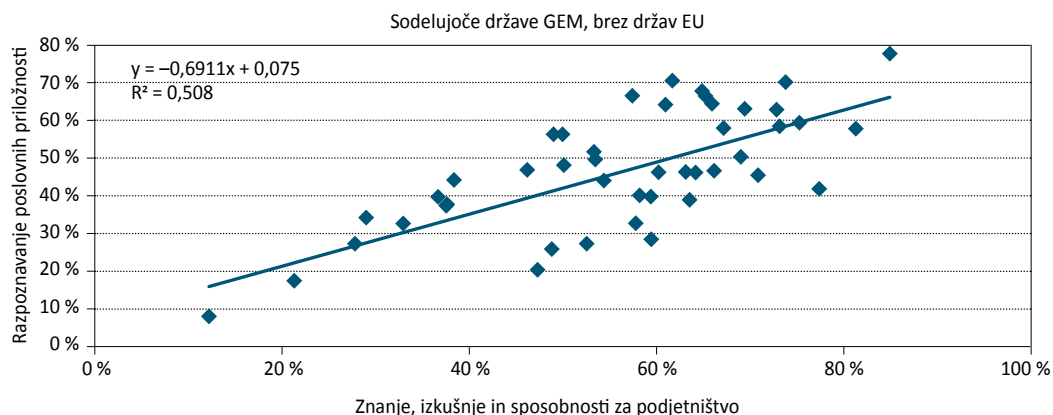
Ta razmerja so lepo vidna tudi na *sliki 3.4*, na kateri prikazujemo povezanost obeh agregatnih mer evropskih gospodarstev, ter na *sliki 3.5*, na kateri so vključene vse preostale sodelujoče države GEM.

Slika 3.4: Povezanost med deležem ljudi, ki razpoznavaajo poslovne priložnosti, ter deležem ljudi, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje, veščine in sposobnosti za podjetništvo, v državah Evropske unije, ki sodelujejo v raziskavi GEM



GEM Slovenija 2014, APS

Slika 3.5: Povezanost med deležem ljudi, ki razpoznavaajo poslovne priložnosti, ter deležem ljudi, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje, veščine in sposobnosti za podjetništvo, v državah GEM brez sodelujočih držav EU

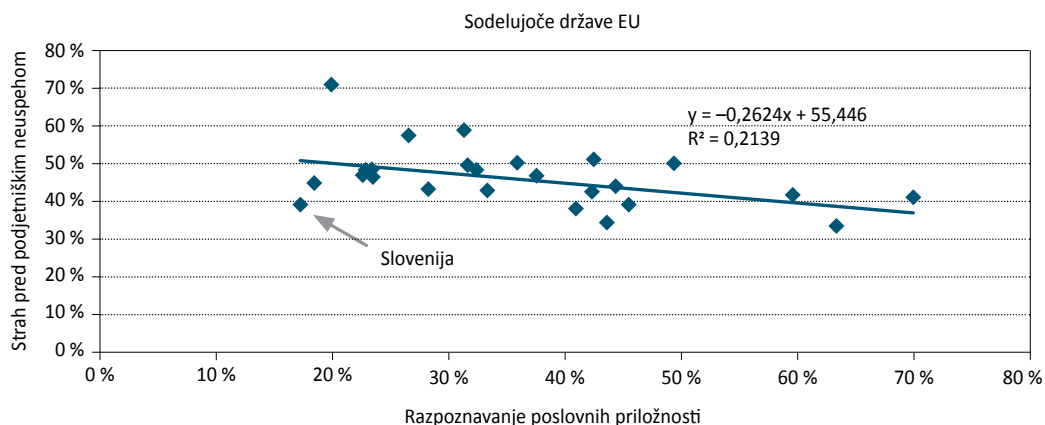


Kot opozarja GEM, nizka stopnja zaznanih priložnosti v državah, ki imajo težave z gospodarskim razvojem, ni le zelo pomemben podatek za vlade teh držav, ampak tudi za številne druge institucije, infrastrukturne ustanove ter seveda izobraževalni sektor, ki lahko pomagajo pri graditvi zmogljivosti posameznikov za prepoznavanje priložnosti. A to seveda terja tudi spremembo miselnosti v izobraževalnih sistemih, ki se bodo morali osredotočiti na razvoj podjetniških kompetenc (proaktivnost, inovativnost, odgovornost za izbiro) na individualni ravni.

Eden izmed dejavnikov, ki lahko preprečijo posameznikom, ki so zaznali podjetniške priložnosti, da bi jih tudi uresničili, je strah pred neuspehom. V večini manj razvitih držav z visoko stopnjo podjetniških namer in visoko stopnjo zaznavanja poslovnih priložnosti je v povprečju strah pred neuspehom najmanj prisoten. V Panami, Ugandi in Surinamu je tako manj kot 15 % odraslih strah morebitnega podjetniškega neuspeha. Na drugi strani lestvice so na vrhu tri evropske države, Grčija (71 %), Poljska (58 %) in Italija (57 %). Sploh so na prvih 16 mestih na lestvici (razen Vietnama in Tajske) same evropske države. Slovence je v povprečju nekoliko manj strah neuspeha; v letu 2014 je bilo 38,7 % odraslih prebivalcev takšnih, ki bi jih (po njihovem zatrjevanju) strah pred neuspehom odvrnil od podjetništva. Med evropskimi državami je ta delež primerljiv s tistim v Veliki Britaniji (prav tako 38,7 %), nižji pa je le še v Švici (34 %), na Norveškem (33 %) ter na Kosovu (29 %). Seveda imajo posamezniki ob vsem tem v mislih različne podjeme, različne vrste podjetniških priložnosti in različne motive za podjetništvo, kar se lahko odraža tudi v njihovih zaznavah poslovnih priložnosti ter kaže s strahom pred morebitnim neuspehom.

Analiza povezanosti med zaznanim strahom pred podjetniškim neuspehom in zaznavanjem obetavnih poslovnih priložnosti kaže, da v državah, v katerih je strah pred neuspehom v povprečju manj prisoten, ljudje v povprečju tudi v večji meri zaznavajo poslovne priložnosti. Ta povezanost je značilna tako za države EU kot za države zunaj EU, jakost povezave v EU pa je nekoliko močnejše izražena (korelacijski koeficient v državah EU je $-0,462$, upoštevajoč preostale države GEM pa $-0,356$, v obeh primerih je $p < 0,05$) in je lepo vidna tudi na *sliki 3.6*, na kateri prikazujemo povezanost obeh agregatnih mer.

Slika 3.6: Povezanost med deležem ljudi, ki razpoznavajo poslovne priložnosti, ter deležem ljudi, ki jih je strah podjetniškega neuspeha, v državah GEM



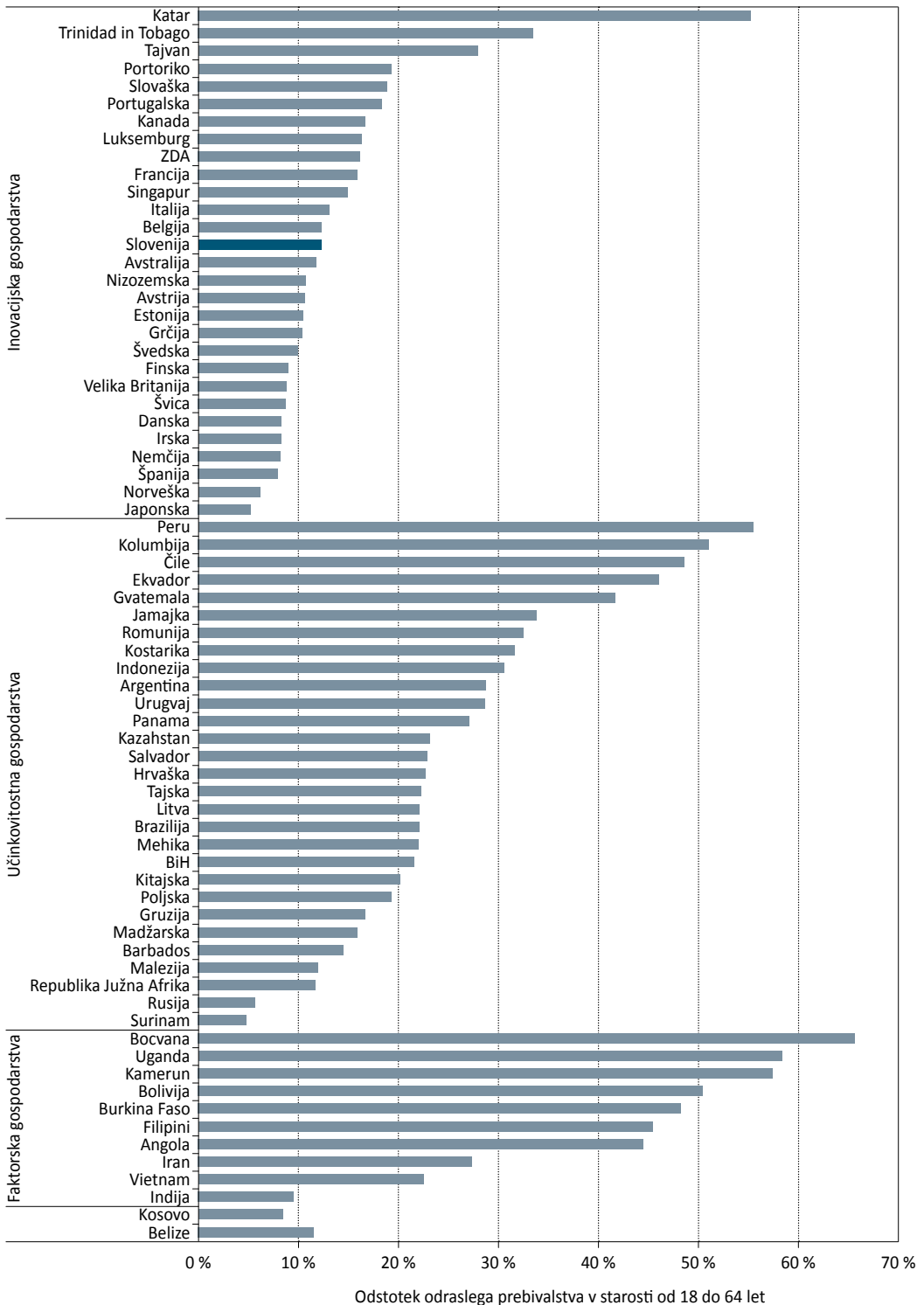
3.3 PODJETNIŠKE NAMERE

Podjetniške namere so v povprečju najvišje v faktorskih gospodarstvih in najnižje v državah z inovacijskim tipom gospodarstva. Na oblikovanje podjetniških namer vpliva splet dejavnikov ter dejavnikov na individualni ravni in na ravni gospodarstev. Najvišji delež odraslih, ki menijo, da bodo v prihodnjih treh letih začeli s podjetniško aktivnostjo, smo tako zaznali v Bocvani (66 %), Ugandi (59 %) in Kamerunu (58 %). To je razumljivo, saj v povprečju velja, da je zaznanih podjetniških namer več v manj razvitih državah, ker je tam na voljo zelo malo zaposlitvenih možnosti in je zato tudi bistveno več nujnostnega, preživetvenega podjetništva. Iz podobnih razlogov je med evropskimi državami delež najvišji v Romuniji (33 %) in na Hrvaškem (23 %). Najnižji delež posameznikov, ki nameravajo v prihodnjih treh letih ustanoviti podjetje, pa smo zaznali na Norveškem (6 %), v Španiji (8 %) in v Nemčiji (8 %).

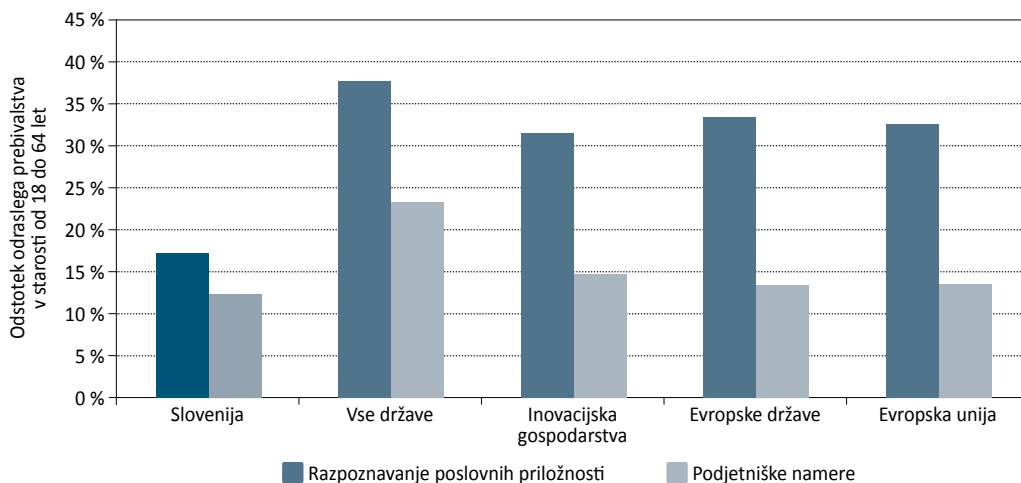
V Sloveniji je v letu 2014 podobno kot leto poprej samo nekaj več kot desetina (12,31 %) odraslih posameznikov razmišljala o tem, da bi v prihodnjih treh letih ustanovili podjetje. Ta delež uvršča Slovenijo na 13. mesto med evropskimi državami in na 48. mesto v svetovnem merilu med 70 sodelujočimi državami. Ob tako visoki brezposelnosti in pomanjkanju delovnih mest je tako nizek odstotek zelo skrb vzbujajoč, saj podjetništvo očitno še vedno ni dovolj atraktivna možnost, obstoječa podjetja pa ne bodo mogla vsrkati proste delovne sile. Številni posamezniki se bodo tako znašli ali na zavodih za zaposlovanje in plečih davkoplačevalcev ali pa si bodo, če so za to dovolj podjetni, poiskali svojo eksistenco v tujini. Kot analiziramo v nadaljevanju, bo brez sprememb v odnosu družbe do podjetništva to žal pač treba pričakovati.

V podjetniškem procesu sta zaznavanje poslovnih priložnosti ter oblikovanje podjetniških namer povezana dejavnika oziroma komponenti podjetniškega procesa. Kot smo že zapisali, so podjetniške namere lahko posledica odločitve o realizaciji zaznane poslovne priložnosti, lahko pa tovrstna odločitev posameznika sproži proces iskanja poslovnih priložnosti in možnosti za njihovo realizacijo (McMullen in Shepherd 2006; Holcombe 2003). V faktorskih gospodarstvih je pozitivna povezava med zaznavanjem podjetniških priložnosti in oblikovanjem podjetniških namer najmočnejša (korelacijski koeficient znaša 0,758, $p < 0,05$), značilna pozitivna povezava obstaja tudi v učinkovitostnih gospodarstvih (korelacijski koeficient znaša 0,658, $p < 0,01$), v inovacijskih tipih gospodarstev pa pozitivna povezava ni statistično značilna (korelacijski koeficient znaša 0,243, $p > 0,05$).

Slika 3.7: Podjetniške namere



Slika 3.8: Podjetniške namere in zaznavanje poslovnih priložnosti



GEM Slovenija 2014, APS

3.4 ZAZNAVANJE DRUŽBENEGA STATUSA PODJETNIKA, KARIERNA ZAŽELENOST PODJETNIŠKEGA POKLICA, ODNOS MEDIJEV DO PODJETNIŠTVA IN STOPNJA ZAZNAVANJA TEŽENJ PO EGALITARIZMU V DRUŽBI

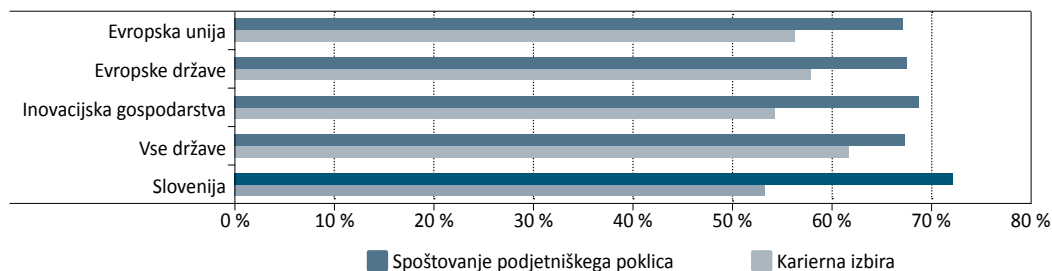
Pozitiven odnos do podjetništva v družbi lahko dodatno spodbuja in motivira posameznike k temu, da začnejo podjetniško pot. Podjetniške namere in nato dejanska podjetniška aktivnost so tako lahko povezane tudi z zaznamim položajem in ugledom uspešnega podjetnika v družbi, s kulturnimi in družbenimi normami in drugimi dejavniki okolja. Vedno gre torej za preplet individualnih in družbenih dejavnikov ter naključnih vplivov (Bosma in Schutjens 2011).

Največjo družbeno naklonjenost do podjetništva izražajo afriška gospodarstva, najmanj pa evropska, še zlasti tista v Evropski uniji. Podobno je tudi s spoštovanjem uspešnih podjetnikov in medijskim posredovanjem uspešnih podjetniških zgodb, pri čemer so prav tako na vrhu afriška in severnoameriška in na repu evropska gospodarstva. Največja razlika med svetovnimi regijami je v dojemanju, ali je ustanovitev novega podjetja zaželena poklicna izbira – to dojemanje je najvišje v afriških gospodarstvih, najnižje pa spet v gospodarstvih Evropske unije, ki se otepa z gospodarsko krizo in ne spreminja dovolj gospodarskega, družbenega in kulturnega okolja, ki podjetništvu ni naklonjeno. V svetovnem merilu se je Evropa ponovno pokazala kot območje, kjer podjetništvo ni dovolj prisotno, bodisi da gre za nizko podjetniško aktivnost bodisi za odnos družbe do podjetništva.

Zaznavanje podjetništva kot dobre poklicne izbire v sodelujočih državah glede na stopnjo razvitosti daje podobno sliko kot leto poprej. V povprečju je delež ljudi, ki menijo, da je v njihovi državi podjetništvo zaželena poklicna pot, v inovacijskih gospodarstvih 55 %, nekoliko višji pa v povprečju v učinkovitostnih (67 %) in faktorskih gospodarstvih (68 %). V faktorskih gospodarstvih v povprečju tudi največ ljudi meni, da uspešni podjetniki uživajo v družbi ugled in spoštovanje (76 %), hkrati pa jih v povprečju najvišji delež zaznava tudi pozitivno medijsko podporo (72 %).

V vseh letih raziskave GEM se soočamo z razkorakom med tem, da ljudje spoštujejo podjetniški poklic, in tem, da podjetništvo zaznavajo kot dobro poklicno izbiro. To velja za Slovenijo, v povprečju pa velja tudi v skupini inovacijskih gospodarstev in v skupini držav Evropske unije, ki sodelujejo v GEM. Razkorak med spoštovanjem podjetniškega poklica in zaznavanjem podjetništva kot dobre poklicne izbire je za vse obravnavane skupine držav in za Slovenijo prikazan na *sliki 3.9*.

Slika 3.9: Spoštovanje podjetniškega poklica in karierna izbira

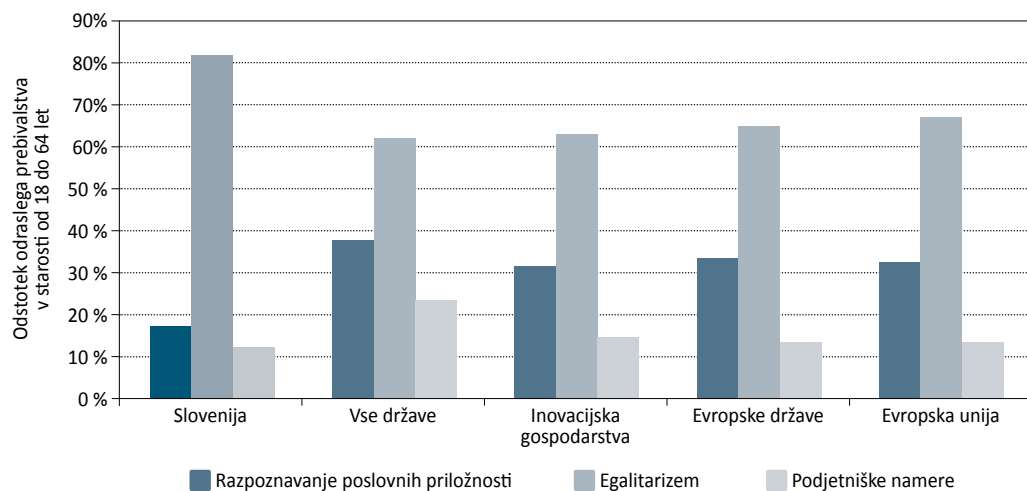


GEM 2014, APS

Slovensko prebivalstvo izrazito zaznava egalitaristične težnje v slovenski družbi. Prevladujoča miselnost v družbi o primernosti enake ravni življenjskega standarda za vse skupine prebivalstva je v Sloveniji zelo trdovratna. Na vprašanje, ali menijo, da bi bilo večini ljudi v Sloveniji ljubše, da bi imeli vsi približno enako raven standarda, jih je kar 82 % odgovorilo pritrdilno – ta delež je tako rekoč ustaljen že vrsto let. V državah Evropske unije, ki sodelujejo v raziskavi GEM, je delež ljudi, ki menijo, da bi bilo primerno, da bi vsi imeli enako raven življenjskega standarda, v povprečju 62,53 %. Najnižje stopnje egalitarizma izkazujejo v evropskem merilu Luksemburg (44,28 %), Švica (52,25 %) in Francija (52,66 %), višjo stopnjo od Slovenije pa samo Bosna in Hercegovina (86,92 %). Vse od leta 2002, odkar spremljamo podjetništvo s pomočjo GEM, je stopnja egalitarizma, ki jo zaznavamo v odgovorih na navedeno vprašanje, skrb vzbujajoče visoka. Težnja po enakosti dohodkov namreč deluje na podjetništvo kontraproduktivno, enako pa deluje tudi na zaznavanje poslovnih priložnosti ljudi. Tisti v Sloveniji, ki zaznavajo visoko stopnjo tako opredeljenega egalitarizma, v povprečju v svojem okolju tudi bistveno manj pogosto zaznavajo poslovne priložnosti: med tistimi, ki zaznavajo visoko stopnjo egalitarizma, jih zgolj 16 % v okolju hkrati zaznava tudi obetavne poslovne priložnosti. Med tistimi odraslimi, ki slovenske družbe ne razumejo egalitaristično, pa jih poslovne priložnosti zaznava skoraj četrtina (23,5 %).

Na *sliki 3.10* prikazujemo zaznani egalitarizem, podjetniške namere ter zaznane obetavne poslovne priložnosti v Sloveniji ter v posameznih skupinah držav. Iz grafičnega prikaza je lepo vidna značilnost Slovenije: najvišja zaznana stopnja egalitarizma ter hkrati najnižja stopnja zaznavanja podjetniških priložnosti ter podjetniških namer.

Slika 3.10: Razpoznavanje poslovnih priložnosti, egalitarizem ter podjetniške namere



GEM Slovenija 2014, APS



Programi Iniciative Start:up Slovenija in Slovenskega podjetniškega sklada

Leta 2011 so se vodilni subjekti inovativnega okolja v Sloveniji začeli povezovati v Iniciativo Start:up Slovenija, da bi oblikovali in okrepili nacionalne programe za spodbujanje podjetništva ter z mrežo partnerjev zagotovili celostno podporo za zagon in izgradnjo start-up podjetij po vsej Sloveniji. Vzpostavitev Iniciative je odgovor na vse večji zaostanek v evoluciji slovenskega start-up ekosistema.

Iniciativo vodita strateško povezana Tovarna podjetmov, podjetniški inkubator Univerze v Mariboru, in Tehnološki park Ljubljana. Poleg njih so v Iniciativo povezani še redni in pridruženi člani inovativnega podpornega okolja. Redni člani so Primorski tehnološki park iz Nove Gorice, Pomurski tehnološki park iz Murske Sobote, RCR Zasavje iz Zagorja ob Savi in Inkubator Savinjske regije iz Celja, pridruženi člani pa SAŠA inkubator iz Velenja, Podjetniški inkubator Spodnjega Podravja na Ptuj ter Klub mladih podjetnikov iz Novega mesta.

Iniciativa skupaj s Slovenskim podjetniškim skladom izvaja štiri ključne nacionalne programe za spodbujanje podjetništva in podjetnega udejstvovanja, ki so namenjeni trem ciljnim skupinam start-up podjetij. Prvo skupino predstavljajo start-up podjetja v najzgodnejši fazi razvoja, ko še razvijajo rešitev za zaznani problem. V drugo skupino spadajo start-up podjetja, ki za svojo

rešitev iščejo ujemanje s trgom, kar ugotavljajo s pomočjo poskusov prodaje prvega produkta. V tretjo ciljno skupino štejemo start-up podjetja, ki se pripravljajo na globalno rast. Za podjetja v najzgodnejši fazi razvoja je namenjena Start:up šola v kombinaciji s 54.000 EUR zagonske spodbude in medijsko odmevnim izborom Start:up leta. Start-up podjetja, ki že testirajo svoj produkt, se lahko vključijo v pospeševalnik Start:up Geek House v kombinaciji z možnostjo pridobitve 75.000 EUR konvertibilnega posojila. Start-up podjetjem, ki že tržijo produkte in se želijo usmeriti v globalno rast, pa je namenjen pospeševalniški program Go:Global Slovenija, ki je povezan s semensko investicijo Slovenskega podjetniškega sklada v višini 200.000 EUR. Četrti ključni nacionalni program je mednarodna podjetniška konferenca PODIM, na kateri se vsako leto srečajo ključni deležniki nacionalnega in čezmejnih start-up ekosistemov. Konferenca se umešča v regijo Alpe-Adria, ki leži na stičišču slovanskih, romanskih in germanskih trgov in predstavlja odlično izhodišče za njihovo osvajanje.

Rezultati Iniciative Start:up Slovenija so iz leta v leto boljši in bolj impresivni, v prvi vrsti zaradi nacionalnega, regijskega in mednarodnega povezovanja ter sodelovanja. Govorimo predvsem o sodelovanju in povezovanju pri uresničevanju ciljev pametne specializacije poslovnih subjektov in oblikovanju sistematično povezanih vrhunskih storitev za start-up podjetja. V Iniciativi so lansko leto zabeležili več kot 9.000 udeležencev na dogodkih, več kot 70 ljudi v sodelovalnih prostorih oziroma tako imenovanih »co-working«¹ prostorih partnerjev Iniciative, več kot 600 ljudi iz več kot 10 držav na regijski mednarodni konferenci PODIM, izvedenih več kot 500 podjetniških svetovanj podjetjem in podjetniškim ekipam, organiziranih več kot 320 dogodkov po celotni Sloveniji in več kot 400 članov, perspektivnih start-up podjetij, s katerimi redno in aktivno sodelujejo.

Za delovanje na lokalni ravni so v Iniciativi razvili tudi model Start:up mest, katerih namen je aktivacija talenta na lokalni ravni s povezovanjem ključnih lokalnih akterjev. Po drugi strani so uspešna podjetniška okolja vse bolj globalno povezana, zato se je tudi Iniciativa usmerila v mednarodno povezovanje. V okviru programa Start:up Alpe-Adria se tesno povezuje s sosednjimi državami in tudi z drugimi podjetniškimi vozlišči po celem svetu. K sodelovanju so pritegnili že več kot 50 uglednih partnerjev, ki so navedeni tudi na spletnih straneh www.startup.si. Iniciativa je odprta platforma, z izjavo podpore pa se ji lahko priključijo različne organizacije in posamezniki, ki želijo uresničevati vizijo dinamične, podjetniškim talentom prijazne države.

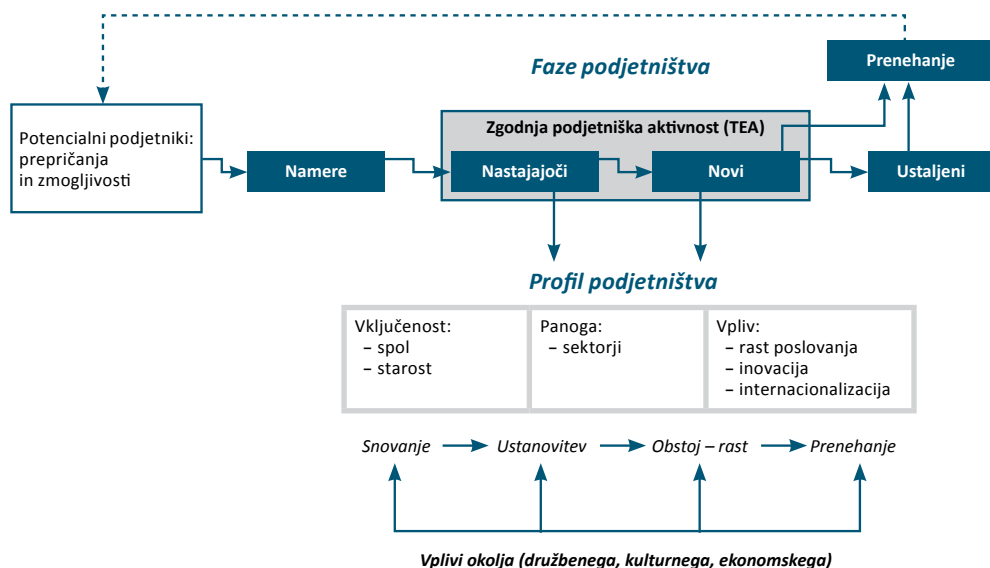
Več informacij: www.startup.si

4 Podjetniška aktivnost v letu 2014

4.1 FAZE PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI

Podjetniški proces se začne s posamezniki, ki imajo zmogljivosti in so prepričani, da lahko uresničijo svojo podjetniško idejo. Od vseh tistih, ki izkazujejo podjetniške namere, jih v fazo dejanske izvedbe podjetniške ideje preide le določen delež. Med tistimi, ki dejansko izvajajo podjetniške aktivnosti, ločimo nastajajoče in nove podjetnike; ti po določenem času poslovanja postanejo ustaljeni podjetniki ali pa prenehajo poslovati. Proces, ki ga proučuje GEM, je prikazan na *sliki 4.1* in sledi logiki življenjskega cikla, vključuje pa tako faze podjetniškega procesa kot tudi profil podjetništva.

Slika 4.1: Faze podjetniškega procesa in profil podjetništva



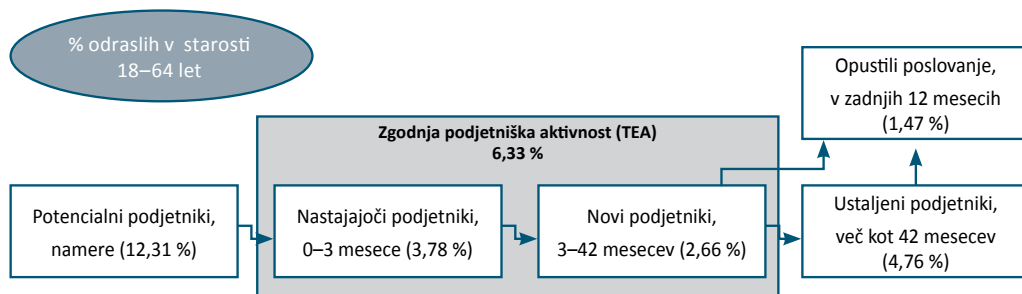
Podjetniška praksa se v zadnjih nekaj letih bistveno spreminja v smeri uporabe vitkih pristopov k oblikovanju poslovnih modelov (Ries 2011; Blank in Dorf 2012; Osterwalder et al. 2014). Ti modeli so povzročili bistvene spremembe v razumevanju, kako učinkovito preveriti ideje in

njihov razvoj v dobičkonosne podjeme. Toda tudi nova paradigma, paradigma vitkih pristopov, potrebuje podjetne posameznike, *potencialne podjetnike*, ki menijo, da imajo podjetniške sposobnosti za uresničitev podjema, ki prepoznavajo podjetniške priložnosti in sprejemajo tveganje ter možnost neuspeha. Na podjetniško obnašanje posameznikov v določeni družbi poleg individualnih dejavnikov vplivajo tudi okvirni pogoji za podjetništvo, ki vključujejo odnos družbe do podjetništva in statusa podjetnikov ter odnos do njih v medijih. Le del potencialnih podjetnikov tudi dejansko začne izvajati aktivnosti za ustanovitev podjetja. Te posameznike skupaj s tistimi, ki so podjetje že ustanovili pred manj kot tremi meseci, GEM imenuje *nastajajoči podjetniki*. Toda le določen delež nastajajočih podjetnikov preide v naslednjo fazo, med *nove podjetnike*, ki imajo podjetje več kot tri mesece in izplačujejo plače, vendar ne več kot tri leta in pol.

Kot smo že zapisali, je ena izmed ključnih mer, ki jih je vpeljal GEM, *indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA* (ang. *total early-stage entrepreneurial activity*). Indeks TEA prikazuje odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom starosti, ki se vključuje v podjetništvo bodisi kot nastajajoči ali kot novi podjetniki. Podjetniki, ki svoje podjetje razvijajo več kot tri leta in pol, spadajo med *ustaljene podjetnike*, ti pa imajo prav tako posebne značilnosti. Ena od podjetniških aktivnosti je tudi *prenehanje poslovanja podjetja*, ki poleg ustanavljanja podjetij pomembno prispeva k podjetniški dinamiki v gospodarstvu in ne pomeni nujno tudi nesposobnosti podjetja za konkurenčen nastop na trgu. Razlogi za prenehanje poslovanja so namreč različni in odvisni od posameznikovih preferenc, zato prenehanja poslovanja ne moremo vnaprej opredeliti kot neuspeh, dokler ne proučimo razlogov tistih, ki so v zadnjih dvanajstih mesecih poslovanje opustili. Seveda je lahko podjetje tudi propadlo, ker ni bilo uspešno na trgu, lahko pa je šlo za planirano prenehanje poslovanja, ker se je podjetnik upokojil, morda je podjetje zaprl, ker se je začel ukvarjati z neko drugo dejavnostjo, ali pa ga je prodal drugemu.

Raziskava GEM proučuje posamezne skupine posameznikov v podjetniškem procesu na osnovi številnih spremenljivk. Te so za leto 2014 zbirno prikazane na *sliki 4.2*.

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

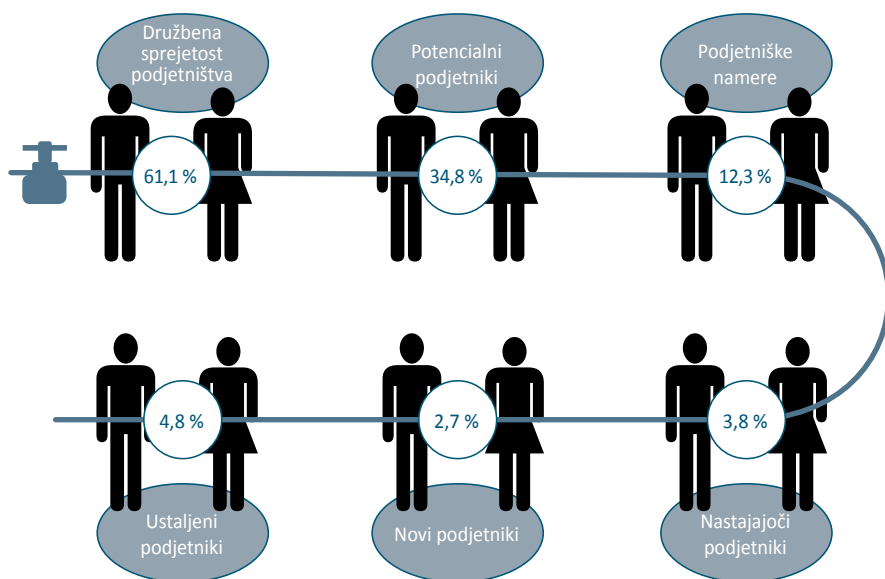


Kot je prikazano na *sliki 4.2*, je v Sloveniji v letu 2014 dobrih 12 % odraslih prebivalcev izrazilo podjetniške namere, torej da se nameravajo v prihodnjih treh letih začeti ukvarjati s podjetništvom (potencialni podjetniki). Visoke namere žal še ne pomenijo tudi visoke dejanske podjetniške aktivnosti, kar se kaže v tem, da je le 3,78 % posameznikov dejansko realiziralo svojo podjetniško namero in se lotilo aktivnosti za začetek poslovanja oziroma so že poslovali, a manj kot tri mesece (nastajajoči podjetniki). Še manj je tistih, ki jim uspe svoj podjem razvijati

dlje in kot novi podjetniki poslujejo več kot tri mesece in manj kot tri leta in pol. Leta 2014 jih je bilo v Sloveniji 2,66 %. Ustaljenih podjetnikov, torej tistih, ki preživijo še dlje, več kot 42 mesecev, je še manj in jih je bilo leta 2014 4,76 %. Poslovanje je v zadnjih 12 mesecih opustilo 1,47 % odraslega prebivalstva.

Za boljšo ponazoritev poteka podjetniškega procesa, ki upošteva tudi kontekst, znotraj katerega se oblikujejo podjetniške pobude in uveljavljajo podjetji, bomo uporabili tako imenovano analizo »podjetniškega voda« (ang. *entrepreneurial pipeline*; Collaborative Strategies 2014; Stevenson in Varela 2015), s katero lahko jasneje pokažemo na velike razlike v posameznih fazah in s tem na izgubo potencialnega podjetniškega izplena. S to analizo namreč lahko pokažemo, v kateri fazi ta »podjetniški vod« najbolj pušča, s čimer lahko dobimo pomembne informacije o tem, v katero fazo predvsem usmeriti pospeševalne napore in primerno prilagoditi podjetniško politiko. Končni cilj uporabe te analize je doseganje bolj celovitega, systemskega pristopa k podjetniškemu in s tem tudi h gospodarskemu razvoju. Rezultati takšne analize so torej v prvi vrsti namenjeni oblikovalcem ekonomske in še posebej podjetniške politike. Analiza po principu podjetniškega voda temelji na dveh izhodiščih: (1) da so potrebe podjetnikov in podjetij v vsaki fazi podjetniškega procesa drugačne, zato potrebujejo tudi različne podporne storitve, in (2) da prehod v naslednjo fazo življenjskega cikla zahteva pridobitev novih znanj in sposobnosti podjetnika ter primeren odziv podjetniške politike. Na *sliki 4.3* prikazujemo, kako se v Sloveniji zmanjšuje število posameznikov na poti od tega, da je zanje podjetništvo družbeno-kulturno sprejemljivo, do tega, da tudi dejansko postanejo podjetniki in se tudi obdržijo.

Slika 4.3: Puščanje podjetniškega voda v Sloveniji



Družbeno-kulturna sprejetost podjetništva se izračuna kot aritmetična sredina deležev odraslega prebivalstva, ki:

- dojemajo podjetništvo kot družbeno zaželeno poklicno izbiro,
- meni, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status,
- zaznava, da je v medijih mogoče pogosto zaslediti zgodbe o uspešnih novih podjetnikih.

Vidimo, da je delež odraslega prebivalstva, ki podjetništvo sprejema kot družbeno sprejemljivo dejavnost, sorazmerno primeren, saj znaša 61,1 %. Žal pa že v naslednjem koraku, ko ugotavljamo, kolikšen je *delež potencialnih podjetnikov*, ta delež upade na 34,8 %. Potencialne podjetnike ugotavljamo tako, da vzamemo aritmetično sredino deležev odraslega prebivalstva, ki:

- menijo, da imajo sposobnosti, znanje in izkušnje za podjetništvo,
- jih strah pred neuspehom ne bi odvrnil od podjetniške poti,
- poznajo uspešne podjetnike.

To pomeni, da bi bilo treba za to, da bi povečali ta potencial, poskrbeti za ustrezno izobraževanje ter ustvariti pogoje, da bi morebitni neuspeh, ki je sicer imanentna lastnost podjetniškega procesa, čim manj vplival na odločanje o podjetniški karieri.

Nadaljnje gibanje po »podjetniškem vodu« pokaže, da je tistih posameznikov, ki izjavljajo, da nameravajo v prihodnjih treh letih začeti ustanavljati lastni podjem oziroma lastno podjetje, samo še 12,3 %. Jasno je, da so povsod med njimi tudi takšni, ki zaradi različnih razlogov kljub svojemu namenu ne bodo nikoli ustanovili podjetja, a vendarle je upad na samo 3,8 % odraslega prebivalstva zelo skrb vzbujajoč. V nadaljevanju tega procesa vselej prihaja do nadaljnega upada aktivnosti, tako da smo imeli v letu 2014 samo 2,7 % odraslih prebivalcev, ki so imeli podjetje dlje kot 3 mesece (in manj kot tri leta in pol). To »polje smrtnosti«, ki predstavlja razmerje med nastajajočimi in novimi podjetji, je bilo v Sloveniji vselej široko in ga prikazujemo v *tabeli 4.1*. Stopnja transformacije iz nastajajočih v nova podjetja se v zadnjih letih močno slabša. Medtem ko je bilo leta 2011 razmerje med nastajajočimi in novimi podjetji 1,09, se je leta 2014 povečalo na 1,42.

Tabela 4.1: Razmerje med nastajajočimi in novimi podjetniki v Sloveniji, GEM Slovenija 2014, APS

Leto	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Indeks smrtnosti
2011	1,91	1,75	1,09
2012	2,95	2,53	1,17
2013	3,58	2,87	1,25
2014	3,78	2,66	1,42

Da so med posameznimi državami v celotnem podjetniškem procesu velike razlike, je prikazano v *tabeli 4.2*. V njej je zbirno prikazana vključenost prebivalstva v posamezne faze podjetniškega procesa, razdeljena glede na stopnjo gospodarske razvitosti na faktorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva. V tabeli so prikazani deleži nastajajočih in novih podjetnikov, ustaljenih podjetnikov, podjetnikov, ki so prenehali poslovati, celotne zgodnje podjetniške aktivnosti in motivacije za podjetništvo ter notranjih podjetnikov. Posamezne vsebine so podrobneje analizirane v naslednjih poglavjih.

Tabela 4.2: Pregled vključenosti prebivalstva v posamezne faze podjetniških aktivnosti, GEM 2014, APS

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje posla	Delež podjetnikov iz nje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Delež podjetnikov zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Podjetni zaposleni z vodilno vlogo v vsaj eni fazi, v zadnjih treh letih, kot % zaposlenih
Belize	4,25	3,02	7,14	3,74	4,69	82,94	47,61	8,47
Kosovo	2,46	1,79	4,03	2,06	6,07	59,90	29,13	0,60
faktorska gospodarstva								
Angola	9,52	12,36	21,50	6,50	14,76	72,14	43,41	12,48
Bolivija	21,51	7,07	27,40	7,59	6,85	76,66	51,70	3,50
Bocvana	23,13	11,13	32,79	4,95	15,08	67,21	54,71	8,31
Burkina Faso	12,72	9,75	21,71	17,68	10,77	75,25	52,84	0,61
Filipini	8,16	10,52	18,38	6,16	12,55	70,53	33,49	1,54
Indija	4,12	2,54	6,60	3,73	1,16	59,97	36,54	0,31
Iran	7,52	8,68	16,02	10,92	5,73	60,56	49,58	4,95
Kamerun	26,35	13,70	37,37	11,50	17,67	59,23	40,51	4,22
Uganda	8,92	28,13	35,53	35,94	21,17	80,84	54,25	7,99
Vietnam	2,00	13,30	15,30	22,15	3,55	70,26	53,27	0,75
netehtano povprečje	12,40	11,72	23,26	12,71	10,93	69,27	47,03	4,47
učinkovitostna gospodarstva								
Argentina	9,47	5,21	14,41	9,09	4,92	67,77	43,51	6,09
Barbados	8,48	4,23	12,71	7,09	3,66	73,83	53,13	1,66
BiH	4,48	2,94	7,42	6,67	4,47	48,45	25,16	5,47
Brazilija	3,66	13,79	17,23	17,51	4,14	70,60	57,81	2,70
Čile	16,61	11,05	26,83	8,79	8,32	80,99	62,18	9,52
Ekvador	24,54	9,92	32,61	17,67	8,13	70,07	34,95	1,75
Gruzija	4,10	3,23	7,22	7,28	2,50	50,57	30,95	1,51
Gvatemala	11,98	9,19	20,39	7,36	4,43	59,16	38,93	0,95
Hrvaška	5,95	2,02	7,97	3,61	3,84	51,29	28,67	8,40
Indonezija	4,38	10,12	14,20	11,90	4,12	78,57	37,95	1,24
Jamajka	7,94	11,90	19,27	14,44	6,27	65,57	33,51	1,53
Republika Južna Afrika	3,87	3,20	6,97	2,68	3,89	71,27	35,49	0,77
Kazahstan	8,10	6,19	13,72	7,43	2,93	69,10	33,68	2,41
Kitajska	5,45	10,17	15,53	11,59	1,44	65,72	45,41	0,98

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje posla	Delež podjetnikov iz nuje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Delež podjetnikov zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Podjetni zaposleni z vodilno vlogo v vsaj eni fazi, v zadnjih treh letih, kot % zaposlenih
Kolumbija	12,39	6,66	18,55	4,86	5,64	66,04	51,55	8,02
Kostarika	7,58	3,74	11,33	2,53	4,86	79,40	63,52	2,64
Litva	6,07	5,34	11,32	7,84	2,88	79,56	43,78	10,21
Madžarska	5,56	3,87	9,33	7,95	3,10	64,72	36,27	5,84
Malezija	1,36	4,55	5,91	8,46	2,01	82,46	63,99	0,00
Mehika	12,66	6,39	18,99	4,48	5,54	76,26	50,04	1,67
Panama	13,12	4,09	17,06	3,44	4,46	73,10	60,23	0,42
Peru	23,10	7,32	28,81	9,24	7,99	82,53	58,90	8,73
Poljska	5,77	3,58	9,21	7,30	4,17	59,17	47,11	6,63
Romunija	5,33	6,17	11,35	7,60	3,19	70,14	49,75	8,10
Rusija	2,39	2,35	4,69	3,95	1,18	58,70	41,56	0,84
Salvador	11,37	8,74	19,48	12,73	10,77	67,82	54,48	1,57
Surinam	1,93	,17	2,10	5,17	,21	73,16	39,83	1,42
Tajska	7,63	16,73	23,30	33,06	4,16	80,94	71,23	6,70
Urugvaj	10,51	5,75	16,08	6,74	4,39	82,36	27,28	10,81
netehtano povprečje	9,48	8,50	14,62	8,91	4,40	69,63	45,55	4,09
inovacijska gospodarstva								
Avstralija	7,60	5,71	13,10	9,64	3,76	82,35	66,27	12,48
Avstrija	5,80	3,06	8,71	9,86	2,71	81,69	37,37	10,04
Belgija	2,93	2,55	5,40	3,54	2,26	63,19	43,12	8,54
Danska	3,07	2,49	5,47	5,09	2,24	91,06	60,15	16,78
Estonija	6,34	3,54	9,43	5,70	2,02	74,48	41,15	5,40
Finska	3,45	2,29	5,63	6,60	2,31	81,06	63,12	6,43
Francija	3,69	1,71	5,34	2,94	1,74	82,00	69,15	6,31
Grčija	4,58	3,37	7,85	12,84	2,83	61,47	30,53	2,10
Irska	4,36	2,46	6,53	9,91	1,89	68,35	48,56	11,82
Italija	3,18	1,28	4,42	4,27	2,13	78,41	38,58	1,92
Japonska	2,71	1,26	3,83	7,18	1,08	76,15	68,24	1,69
Kanada	7,93	5,61	13,04	9,35	4,15	76,34	63,34	7,03
Katar	11,32	5,39	16,38	3,54	4,84	63,53	42,46	16,73
Luksemburg	4,94	2,33	7,14	3,70	2,57	85,37	59,81	10,67

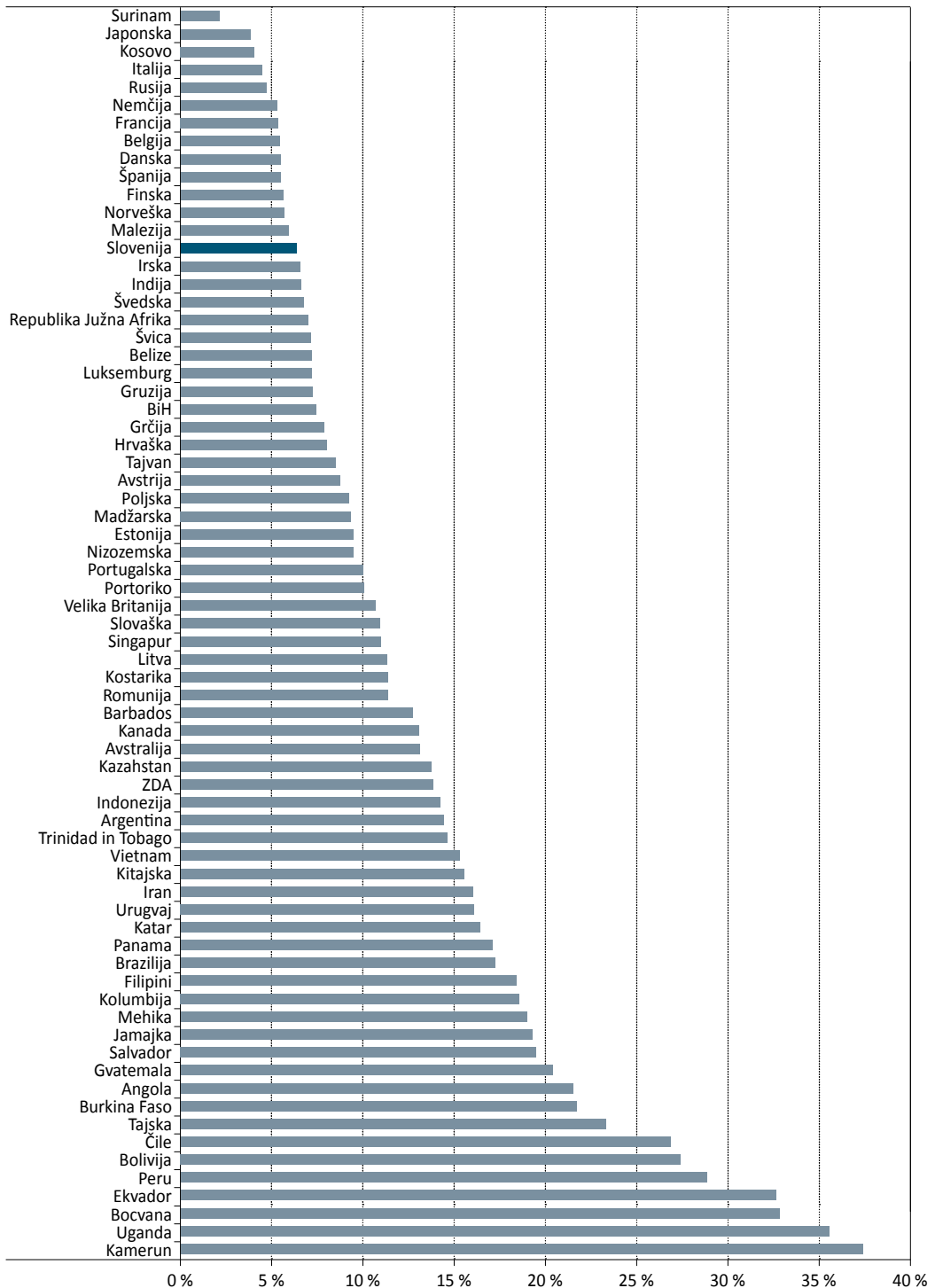
Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje posla	Delež podjetnikov iz nje v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Delež podjetnikov zaradi izboljšanja položaja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti	Podjetni zaposleni z vodilno vlogo v vsaj eni fazi, v zadnjih treh letih, kot % zaposlenih
Nemčija	3,05	2,25	5,27	5,15	1,67	75,75	53,74	6,56
Nizozemska	5,15	4,53	9,46	9,59	1,75	80,41	62,77	9,36
Norveška	2,75	2,95	5,65	5,35	1,85	86,73	69,03	9,89
Portoriko	8,80	1,29	10,04	1,27	3,61	79,05	51,08	5,46
Portugalska	5,83	4,40	9,97	7,58	2,97	71,33	49,31	6,23
Singapur	6,36	4,82	10,96	2,88	2,39	84,28	70,81	6,97
Slovaška	6,70	4,35	10,90	7,80	5,15	64,22	51,83	8,40
Slovenija	3,78	2,66	6,33	4,76	1,47	71,40	44,78	8,55
Španija	3,33	2,21	5,47	7,03	1,91	66,05	33,48	4,81
Švedska	4,86	1,90	6,71	6,46	2,08	84,16	56,16	8,14
Švica	3,38	3,81	7,12	9,10	1,50	74,88	58,14	9,35
Tajvan	4,41	4,13	8,49	12,19	5,12	86,74	66,04	9,85
Trinidad in Tobago	7,47	7,44	14,62	8,48	2,79	86,45	64,26	2,73
Velika Britanija	6,28	4,48	10,66	6,50	1,86	83,57	52,71	11,18
ZDA	9,67	4,25	13,81	6,95	4,01	81,53	66,93	10,45
netehtano povprečje	5,30	3,40	8,54	6,73	2,64	77,31	54,58	8,13

4.2 ZGODNJA PODJETNIŠKA AKTIVNOST

Dinamika rojevanja podjetij je odvisna od tega, koliko posameznikov se odloči in dejansko ustanovi podjetje in začne poslovati. Zgodnjo podjetniško aktivnost meri GEM z indeksom TEA, ki prikazuje, kolikšen delež odraslih je v posamezni državi vključen v zgodnje faze podjetniške aktivnosti. V svetu so razlike med posameznimi državami v deležu te aktivnosti zelo velike, kar je razvidno s *slike 4.4*. Največ celotne zgodnje podjetniške aktivnosti beležijo afriške države Kamerun (37,4 %), Uganda (35,5 %) in Bocvana (32,8 %), ki spadajo med fatorska gospodarstva, ter južnoameriške države Ekvador (32,6 %), Peru (28,8 %), Bolivija (27,4 %) in Čile (26,8 %). Obratno pa najnižje stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti izkazujejo Surinam (2,1 %), Japonska (3,83 %), Kosovo (4,03 %) in Italija (4,42 %). Slovenija je bila med 70 GEM-državami v letu 2014 na 14. mestu s 6,33 % celotne zgodnje podjetniške aktivnosti.

Primerjava podjetniške aktivnosti med državami je smotrna predvsem v skupinah, v katerih so podjetniški okviri med državami podobni, saj neposredna primerjava med državami z različnih delov sveta ne pove veliko o kakovostnih značilnostih podjetništva. Na *sliki 4.5* je prikazana celotna zgodnja podjetniška aktivnost v tistih evropskih državah, ki so vključene v raziskavo GEM.

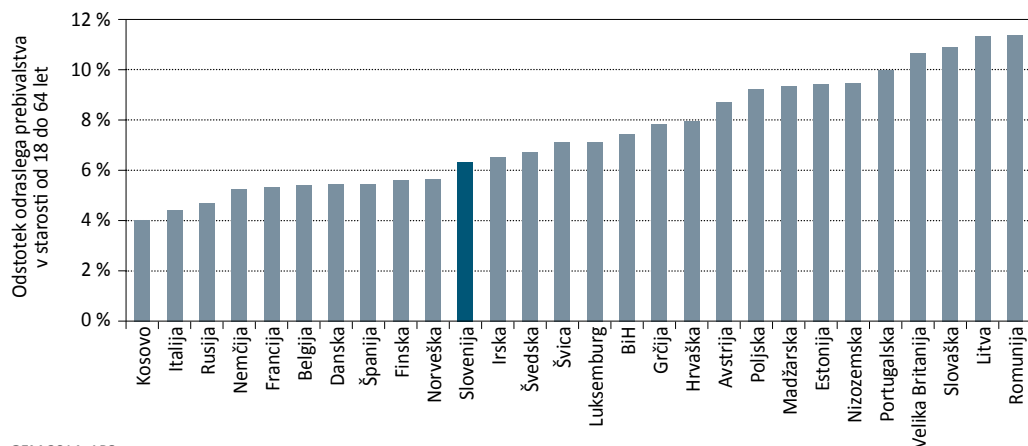
Slika 4.4: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v vseh sodelujočih državah GEM 2014



GEM 2014, APS

Med evropskimi državami izkazujejo najvišje vrednosti Romunija (11,35 %), Litva (11,32 %) in Slovaška (10,9 %), najnižje stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti pa izkazujejo Kosovo (4,03 %), Italija (4,42 %) in Rusija (4,69 %). Slovenija je na 18. mestu med 28 evropskimi državami, leta 2013 pa je bila na 19. mestu. Po deležu zgodnje podjetniške aktivnosti v Sloveniji zaostajamo za tremi sosednjimi državami, Madžarsko (9,33 %), Avstrijo (8,71 %) in Hrvaško (7,97 %). Višji delež imamo le od zahodne sosede Italije, ki pa je že nekaj let na repu evropske lestvice zgodnje podjetniške aktivnosti.

Slika 4.5: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Evropi



GEM 2014, APS

Za spremljanje dinamike zgodnje podjetniške aktivnosti so pomembni longitudinalni podatki. Na *sliki 4.6* prikazujemo celotno zgodnjo podjetniško aktivnost v Sloveniji v zadnjih šestih letih. Upadala je od leta 2009 do leta 2011, ko je bila najnižja (3,65 %), nato se je v naslednjih dveh letih skoraj podvojila (6,45 % leta 2013), za leto 2014 pa ponovno ugotavljamo rahlo znižanje celotne zgodnje podjetniške aktivnosti (6,33 %). Pri tem pa ni pomembno le, kako se je spreminjala v celoti, ampak so pomembni tudi motivi za podajanje v podjetniške aktivnosti.

Slika 4.6: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji od leta 2009 do leta 2014



GEM Slovenija 2014, APS

4.3 MOTIVACIJA ZA PODJETNIŠTVO

Kljub temu da se razlogi za vključevanje v podjetništvo ne smejo poenostavljati (Rouse in Daellenbach 1999), pa se je v zadnjih desetih letih uveljavila temeljna delitev motivov za podjetništvo na podjetništvo iz nuje in podjetništvo iz priložnosti (Williams in Williams 2014), kar je ne nazadnje tudi rezultat razvojnih naporov raziskave GEM. Podjetništvo zaradi priložnosti temelji na povlečnih dejavnikih, kar pomeni, da posamezniki identificirajo in izkoristijo poslovno priložnost z namenom, da bi postali neodvisni, imeli dohodek in poželi dobiček. Nasprotno pa podjetništvo iz nuje temelji na potisnih dejavnikih, to pa pomeni, da se posamezniki ne odločajo za podjetništvo zaradi izkoriščanja dobrih poslovnih priložnosti, ampak zato, da preživijo, saj v okolju za zaposlitev ni druge boljše možnosti (Acs 2006; Hechavarria in Reynolds 2009; Singer et al. 2015). V tabeli 4.3 je prikazana celotna podjetniška aktivnost zaradi priložnosti (TEA – priložnost) in zaradi nuje (TEA – nujnost) v letu 2014.

Tabela 4.3: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in zaradi nuje, GEM 2014, APS

Država	TEA – priložnost	TEA – nujnost	Država	TEA – priložnost	TEA – nujnost
Angola	15,51	5,26	Indija	3,96	2,09
Argentina	9,76	4,04	Indonezija	11,16	2,91
Avstralija	10,79	2,19	Iran	9,70	6,20
Avstrija	7,12	0,95	Irska	4,47	1,94
Barbados	9,39	1,85	Italija	3,46	0,60
Belgija	3,41	1,66	Jamajka	12,64	6,18
Belize	5,92	0,93	Japonska	2,91	0,72
BiH	3,60	3,77	Republika Južna Afrika	4,97	1,97
Bolivija	21,01	6,26	Kamerun	22,14	12,51
Bocvana	22,04	9,92	Kanada	9,95	2,04
Brazilija	12,17	4,99	Katar	10,40	3,52
Burkina Faso	16,34	4,84	Kazahstan	9,48	3,62
Čile	21,73	4,73	Kitajska	10,21	5,16
Danska	4,98	0,30	Kolumbija	12,25	6,18
Ekvador	22,85	9,60	Kosovo	2,42	0,89
Estonija	7,02	1,42	Kostarika	8,99	2,19
Filipini	12,96	5,40	Litva	9,01	2,22
Finska	4,57	0,88	Luksemburg	6,09	0,84
Francija	4,38	0,86	Madžarska	6,04	3,10
Grčija	4,83	2,73	Malezija	4,87	1,04
Gruzija	3,65	3,51	Mehika	14,48	4,26
Gvatemala	12,06	8,28	Nemčija	3,99	1,22
Hrvaška	4,09	3,71	Nizozemska	7,60	1,48

Država	TEA – priložnost	TEA – nujnost	Država	TEA – priložnost	TEA – nujnost
Norveška	4,90	0,20	Surinam	1,54	0,11
Panama	12,47	4,49	Španija	3,61	1,63
Peru	23,78	4,72	Švedska	5,65	0,53
Poljska	5,45	3,39	Švica	5,33	1,02
Portoriko	7,94	2,06	Tajska	18,86	4,15
Portugalska	7,11	2,73	Tajvan	7,36	1,13
Romunija	7,96	3,28	Trinidad in Tobago	12,64	1,76
Rusija	2,75	1,83	Uganda	28,72	6,71
Salvador	13,21	6,23	Urugvaj	13,24	2,57
Singapur	9,24	1,25	Velika Britanija	8,91	1,37
Slovaška	7,00	3,55	Vietnam	10,75	4,55
Slovenija	4,52	1,61	ZDA	11,26	1,86

Že tradicionalno izkazujejo višje stopnje podjetništva zaradi nuje revnejša, faktorska gospodarstva. Največ podjetništva zaradi nujnosti je v Afriki, in sicer v Kamerunu, Bocvani, Ekvadorju in Gvatemali. Ta gospodarstva imajo v primerjavi z inovacijskimi gospodarstvi veliko tudi celotne zgodnje podjetniške aktivnosti. Med takimi državami sta zlasti Kamerun in Bocvana. Pri tem je treba vedeti, da so pogoji za podjetništvo v teh gospodarstvih bistveno drugačni kot na primer v inovacijskih. Sicer pa je bilo najmanj podjetnikov, ki izkoriščajo znane poslovne priložnosti, v Surinamu, na Kosovu, v Rusiji in na Japonskem. Leta 2014 je bila Bosna in Hercegovina edina država GEM, kjer je bilo več podjetnikov iz nuje (3,77 %) kot iz priložnosti (3,6 %).

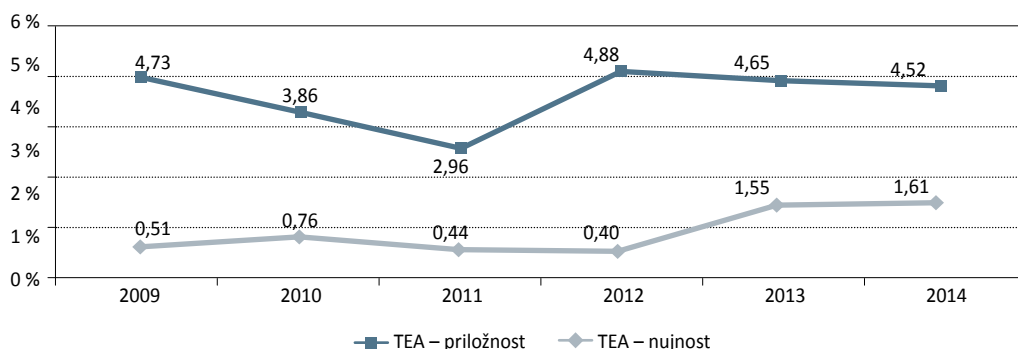
Najznačilnejše podatke o obeh vrstah motivov za podjetništvo v Sloveniji glede na izbrane skupine sodelujočih držav v preteklem letu prikazujemo v *tabeli 4.4*. Medtem ko smo imeli leta 2012 najnižjo stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti med državami GEM, smo leta 2014 padli na 21. mesto. Leto poprej smo bili na 15. mestu med 67 sodelujočimi državami, kar kaže na povečevanje podjetništva iz nuje v Sloveniji v svetovnem merilu.

Tabela 4.4: Ključne značilnosti zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti in zaradi nujnosti, GEM Slovenija 2014, APS

	TEA – priložnost	TEA – nujnost
Slovenija	4,52 %	1,61 %
Najvišja vrednost	Uganda 28,72 %	Kamerun 12,51 %
Najnižja vrednost	Surinam 1,54 %	Surinam 0,11 %
Rang Slovenije med vsemi državami GEM	56/70	21/70
Rang Slovenije med evropskimi državami GEM	18/28	14/28
Rang Slovenije med inovacijskimi državami GEM	22/29	13/29
Rang Slovenije med državami EU	18/25	12/25

V Sloveniji vsa leta beležimo višje stopnje podjetništva iz priložnosti kot podjetništva iz nuje, kar je prikazano na *sliki 4.7* za obdobje med letoma 2009 do 2014. Vendar se po letu 2012, ko je bil delež podjetnikov iz nuje v zadnjih šestih letih najnižji (0,40 %), hkrati pa delež podjetnikov iz priložnosti najvišji (4,88 %), v zadnjih dveh letih delež podjetnikov iz nuje bistveno povečuje, krati pa upada delež podjetnikov zaradi priložnosti. Če upoštevamo značilnosti okolja za podjetništvo in trga dela v Sloveniji, je takšen trend sprememb pričakovan. V vseh šestih proučevanih letih se namreč stopnja brezposelnosti v Sloveniji povečuje, hkrati pa se zmanjšuje tudi število zaposlenih oseb. Takšne neugodne razmere posameznike potiskajo v podjetništvo zaradi pomanjkanja delovnih mest. S tega vidika je vloga podpornega okolja predvsem v zagotavljanju ugodnih razmer za gospodarjenje in spodbujanje posameznikov, da najdejo poslovne priložnosti in se podajo na podjetniško pot.

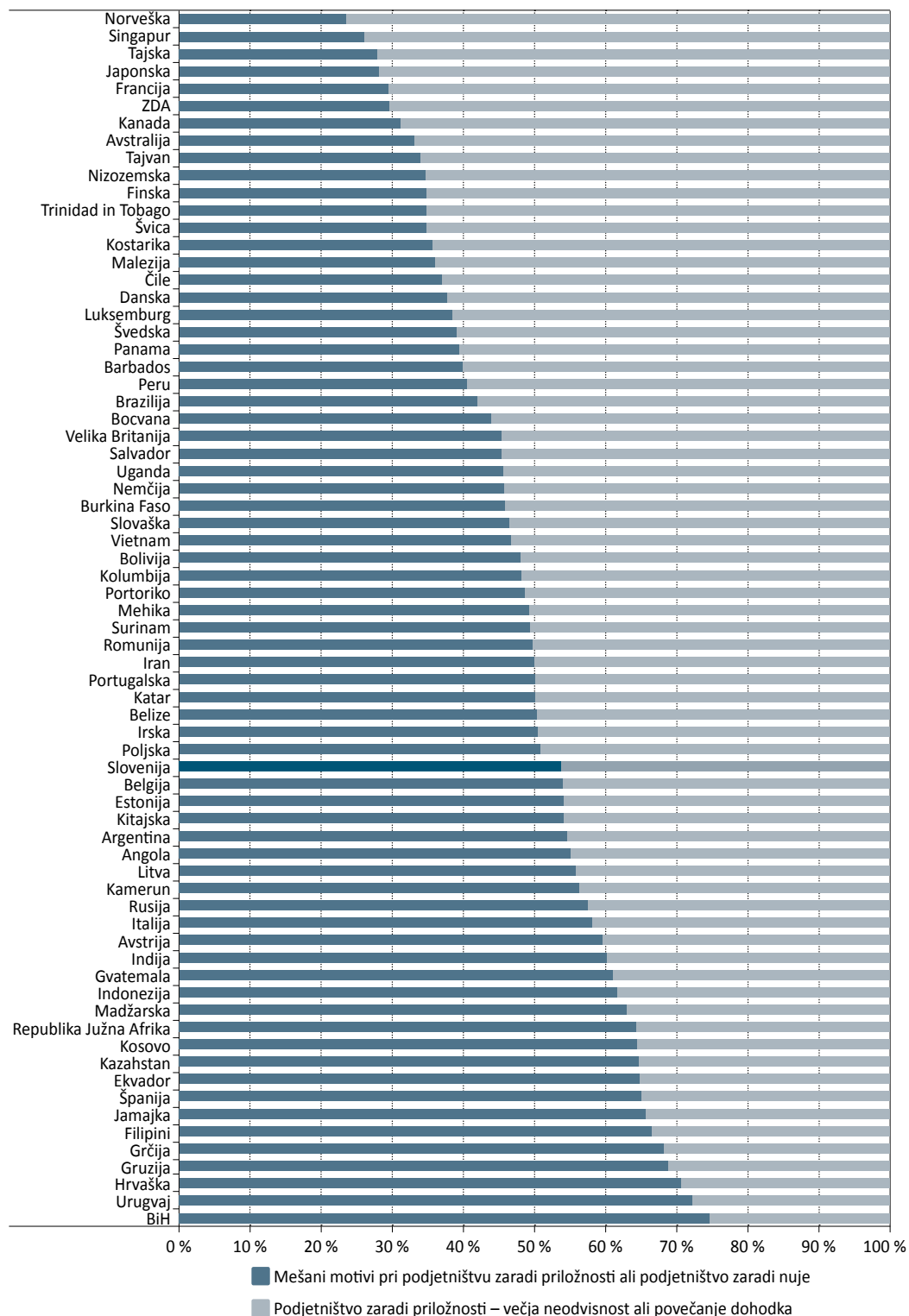
Slika 4.7: Podjetništvo iz nuje in podjetništvo iz priložnosti v Sloveniji od leta 2009 do leta 2014



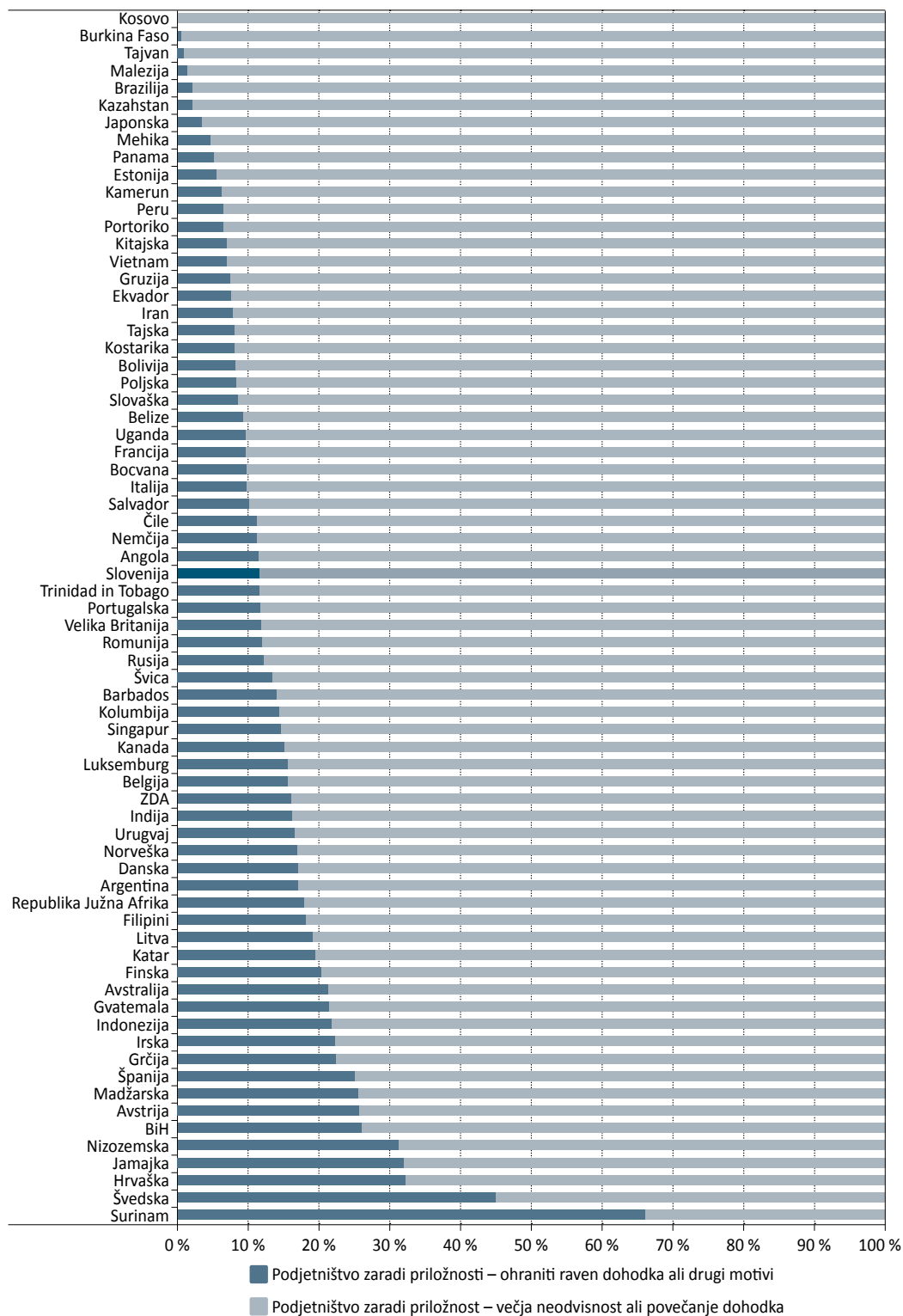
GEM Slovenija 2014, APS

Razlogi oziroma motivi, ki posameznike vodijo v podjetniško aktivnost, so različni, prikazani pa so na *slikah 4.8 in 4.9*. V okviru raziskave jih združujemo v smiselne skupine. Na *sliki 4.8* sta prikazani dve skupini, prvo sestavlja podjetništvo iz nuje ali mešani motivi pri podjetništvu iz priložnosti, drugo pa podjetništvo iz priložnosti, ki vključuje večjo neodvisnost ali povečanje dohodka. V Sloveniji se je glede na preteklo leto povečal delež tistih podjetnikov, ki se vključujejo v podjetništvo iz nuje ali imajo mešane motive pri podjetništvu iz priložnosti; takih je več kot polovica (53,8 %). Tistih, ki se v podjetništvo vključujejo zaradi priložnosti in želijo povečati svojo neodvisnost ali prihodke, je (46,2 %). Razmerje med tema dvema primerjanima skupinama motivov se je poslabšalo v prid motivov podjetništva iz nuje glede na leto prej, ko so še prevladovali motivi podjetništva zaradi priložnosti.

Slika 4.8: Motivacijska struktura vključevanja v podjetništvo



Slika 4.9: Motivacijska struktura podjetnikov zaradi priložnosti



Na *sliki 4.9* je prikazano, kateri specifični razlogi oziroma motivi vodijo podjetnike, ki se podajajo v podjetništvo zaradi priložnosti. Motivi so združeni v dve skupini, prvo sestavljajo želje po ohranjanju določene ravni dohodkov in nekateri drugi motivi, drugo pa želja po večji neodvisnosti ali povečanju dohodka. V vseh državah, razen v Surinamu, prevladuje druga skupina motivov. Takšen rezultat je dober, saj je prav podjetništvo, spodbujeno z željo po povečanju prihodkov in večanju neodvisnosti, tako, ki skuša dosegati višjo dodano vrednost, inovirati, biti dobičkonosno in uspeti. V Sloveniji je bilo leta 2014 88,5 %, leta 2013 pa 81,9 % podjetnikov z željo po povečanju dohodkov in neodvisnosti.

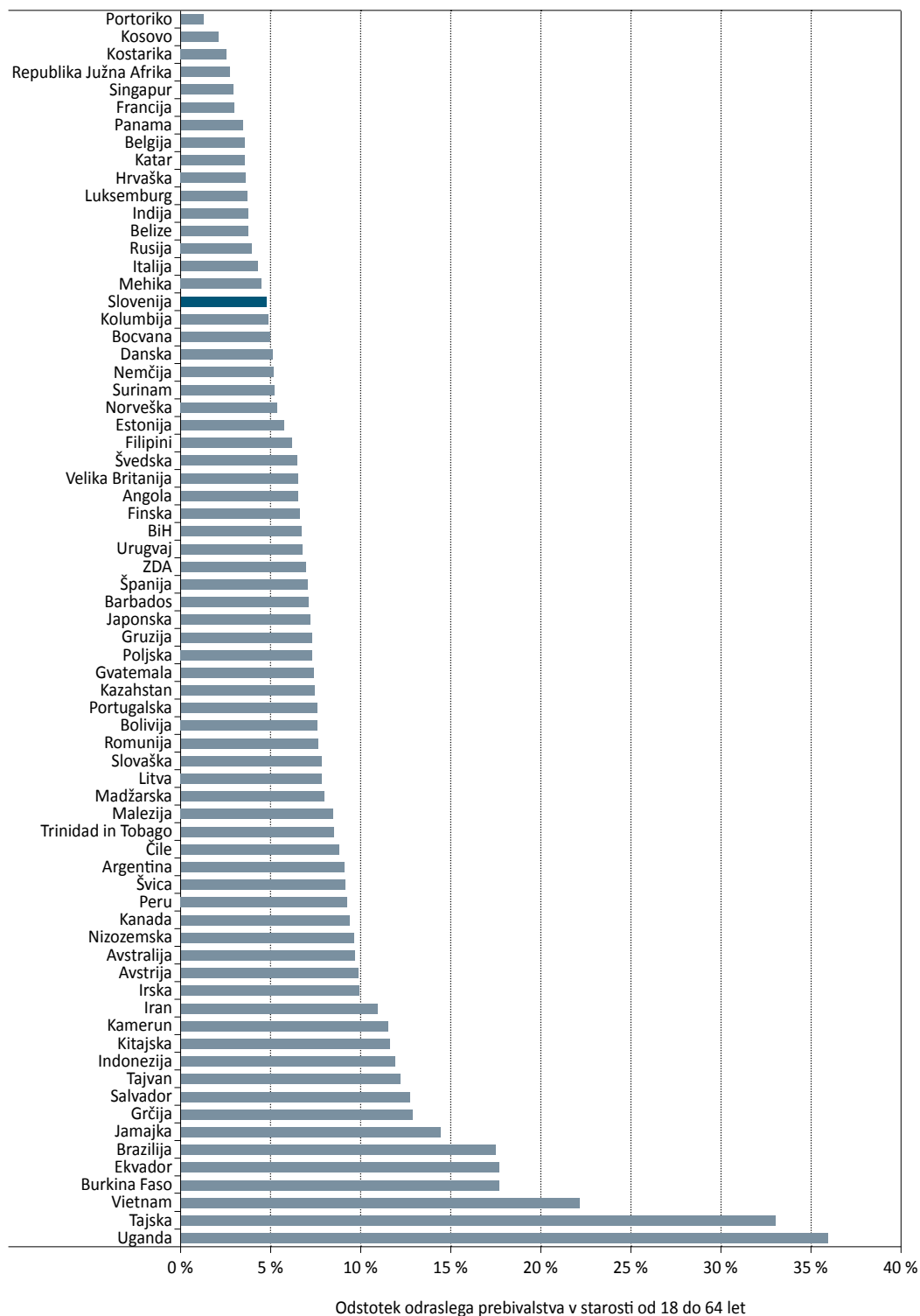
4.4 USTALJENI PODJETNIKI

Ustaljeni podjetniki, kot jih proučuje GEM, so tisti, ki so lastniki in managerji podjetij, ki poslujejo več kot tri leta in pol. V tem času podjetja uspešno razvijejo svoj produkt in ga tudi uspešno tržijo, njihova prepoznavnost na trgu je večja, blagovna znamka prepoznavna, zato se tudi značilnosti med ustaljenim in start-up podjetništvom razlikujejo. Toda za celovito delovanje gospodarstva sta nujno potrebni obe vrsti podjetništva. Med državami so bistvene razlike v deležu ustaljenih podjetnikov in deležu zgodnje podjetniške aktivnosti. V faktorskih gospodarstvih je delež zgodnje podjetniške aktivnosti praviloma velik, delež ustaljenih podjetij pa bistveno pade, predvsem zaradi nerazvitega podjetniškega ekosistema. Na *sliki 4.10* je prikazan delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v vseh državah GEM. Najmanj ustaljenih podjetnikov je v Portoriku (1,3 %), na Kosovu (2,1 %) in v Kostariki (2,5 %), največ pa jih najdemo v Ugandi (35,9 %), na Tajskem (33,1 %) in v Vietnamu (22,1 %), kar je zaradi narave podjetništva v teh državah tudi razumljivo.

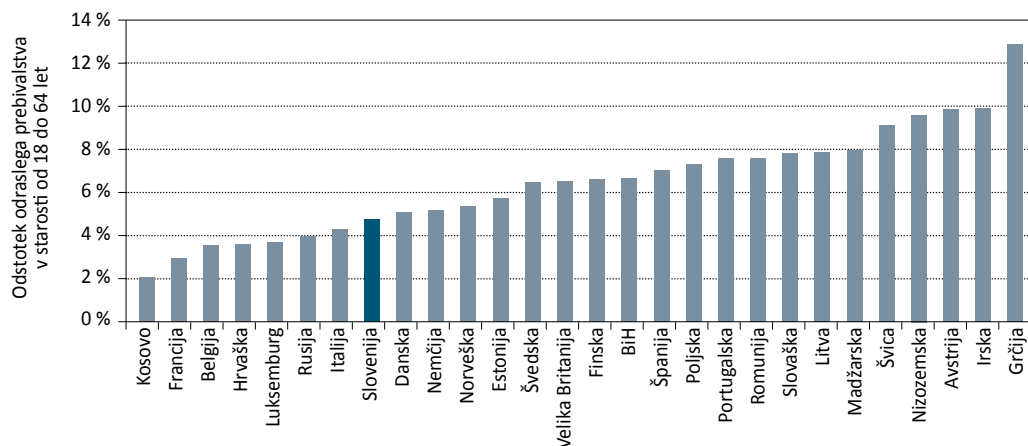
Slovenija je v svetovnem merilu po deležu ustaljenih podjetij na 54. mestu s 4,76 % ustaljenih podjetnikov v letu 2014, v primerjavi s preteklimi leti pa ta delež upada (5,68 % leta 2013 in 5,79 % leta 2012). Podatke o Sloveniji je smiselno primerjati predvsem s podatki v podobnih državah, to je evropskih, kar je prikazano na *sliki 4.11*. Tudi tu se približujemo repu evropskih držav. Medtem ko smo bili leta 2013 na 17. mestu, smo v letu 2014 padli na 21. mesto med 28 državami. Sicer najdemo v Evropi največ ustaljenih podjetnikov v Grčiji (12,8 %), na Irskem (9,9 %) in v Avstriji (9,9 %), najmanj pa na Kosovu (2,1 %), v Franciji (2,9 %) in Belgiji (3,5 %).

Pregled vključenosti odraslega prebivalstva v podjetništvo v času je prikazan na *sliki 4.12*. Po nekaj letih optimistične rasti je ponovno viden trend upadanja med novimi in ustaljenimi podjetniki. Prav delež ustaljenih podjetnikov se je znižal na raven v letu 2011, medtem ko je delež novih podjetnikov na ravni leta 2012. Trend rasti lahko opazimo le še pri skupini nastajajočih podjetnikov, vendar je bil tudi ta v zadnjem letu v manjšem zagonu kot v preteklih letih.

Slika 4.10: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v vseh državah GEM

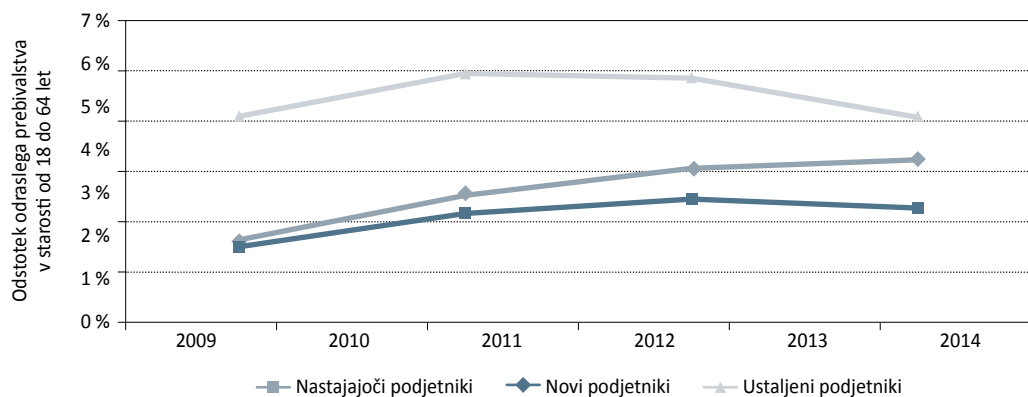


Slika 4.11: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v evropskih državah GEM



GEM 2014, APS

Slika 4.12: Vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo v Sloveniji v letih od 2011 do 2014



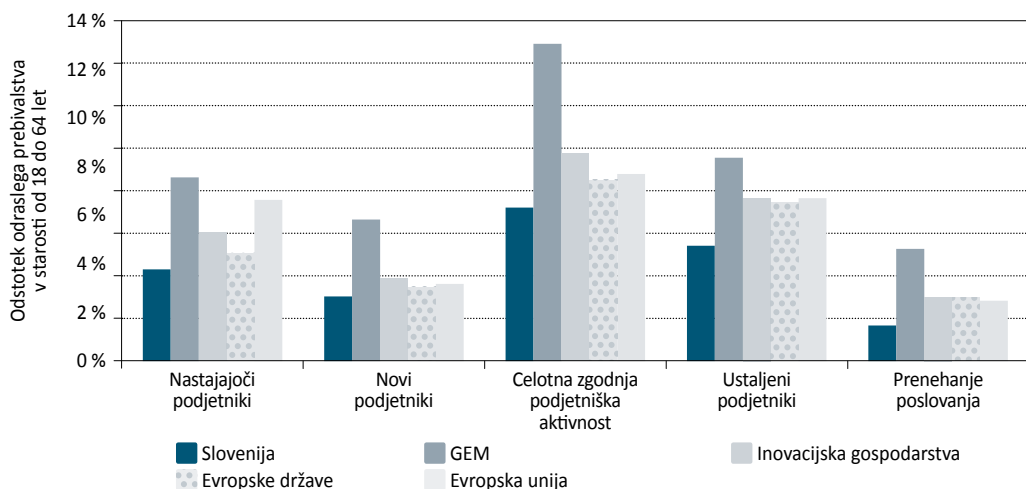
GEM Slovenija 2014, APS

Podjetniško aktivnost po posameznih fazah v Sloveniji in primerjalno z izbranimi skupinami držav prikazujemo v *tabeli 4.5* in na *sliki 4.13*. Kot je iz njiju razvidno, je v vseh proučevanih skupinah podjetnikov Slovenija pod povprečjem primerjanih skupin držav. Nastajajočih in novih podjetnikov je pol manj, kot je povprečje vseh držav GEM, posledično pa velja enako za celotno zgodnjo podjetniško aktivnost. Precejšnje razlike se kažejo tudi pri primerjavi enakih faz z inovacijskimi gospodarstvi, Evropsko unijo in vsemi evropskimi državami. Tudi primerjava ustaljenih podjetnikov kaže podobno sliko, saj jih je manj kot v drugih skupinah primerjanih držav. V Sloveniji je tudi poslovati prenehalo manj podjetnikov kot v drugih skupinah držav. V splošnem lahko ugotovimo, da so razlike med Slovenijo in povprečji inovacijskih gospodarstev, evropskih držav in držav EU večje kot leto prej, kar je skrb vzbujajoč trend. S *slike 4.13* je »podjetniška zaspanost« Slovenije dobro razvidna.

Tabela 4.5: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po posameznih fazah in skupinah držav, GEM 2014, APS

Faze podjetniške aktivnosti	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropska unija	Evropske države
nastajajoči podjetniki	3,78	7,57	5,3	6,65	4,48
novi podjetniki	2,66	5,84	3,4	3,18	3,1
celotna zgodnja podjetniška aktivnost	6,33	13,08	8,54	7,71	7,46
ustaljeni podjetniki	4,76	8,38	6,73	6,72	6,46
prenehanje poslovanja	1,47	4,63	2,64	2,49	2,64

Slika 4.13: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po posameznih fazah in skupinah držav

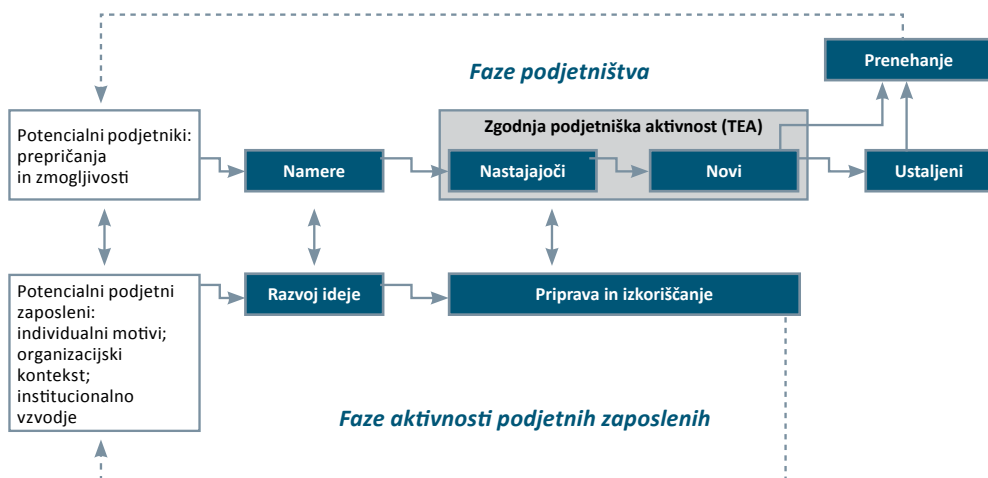


GEM Slovenija 2013, APS

4.5 PODJETNIŠKA AKTIVNOST ZAPOSLENIH

Od leta 2011 Globalni podjetniški monitor proučuje tudi notranje podjetništvo, ki se izkazuje prek podjetnih posameznikov. Ti namreč predstavljajo pomemben vidik podjetništva, saj izkoriščajo poslovne priložnosti ter prispevajo k ustanavljanju novih podjetij, k inovativnosti in ustvarjalnosti v obstoječih podjetjih. Podjetniška aktivnost zaposlenih je opredeljena z »zaposlenimi, ki razvijajo nove aktivnosti za glavnega delodajalca, kot so razvoj ali lansiranje novih izdelkov ali storitev ali odpiranje nove poslovne enote, ustanove ali podružnice« (Bosma et al. 2012) in vključuje široko in ozko opredelitev. Široka opredelitev pomeni vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost in vodilno vlogo v preteklih treh letih, ozka pa predstavlja aktualno vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost in vodilno vlogo (Bosma et al. 2012). Dodatno je podjetniška aktivnost zaposlenih razdeljena v dve fazi, kot sta prikazani na *sliki 4.14*, in sicer na fazo razvoja idej ter fazo priprave in izkoriščanja izdelka ali storitve.

Slika 4.14: Faze podjetniškega procesa notranjih podjetnikov



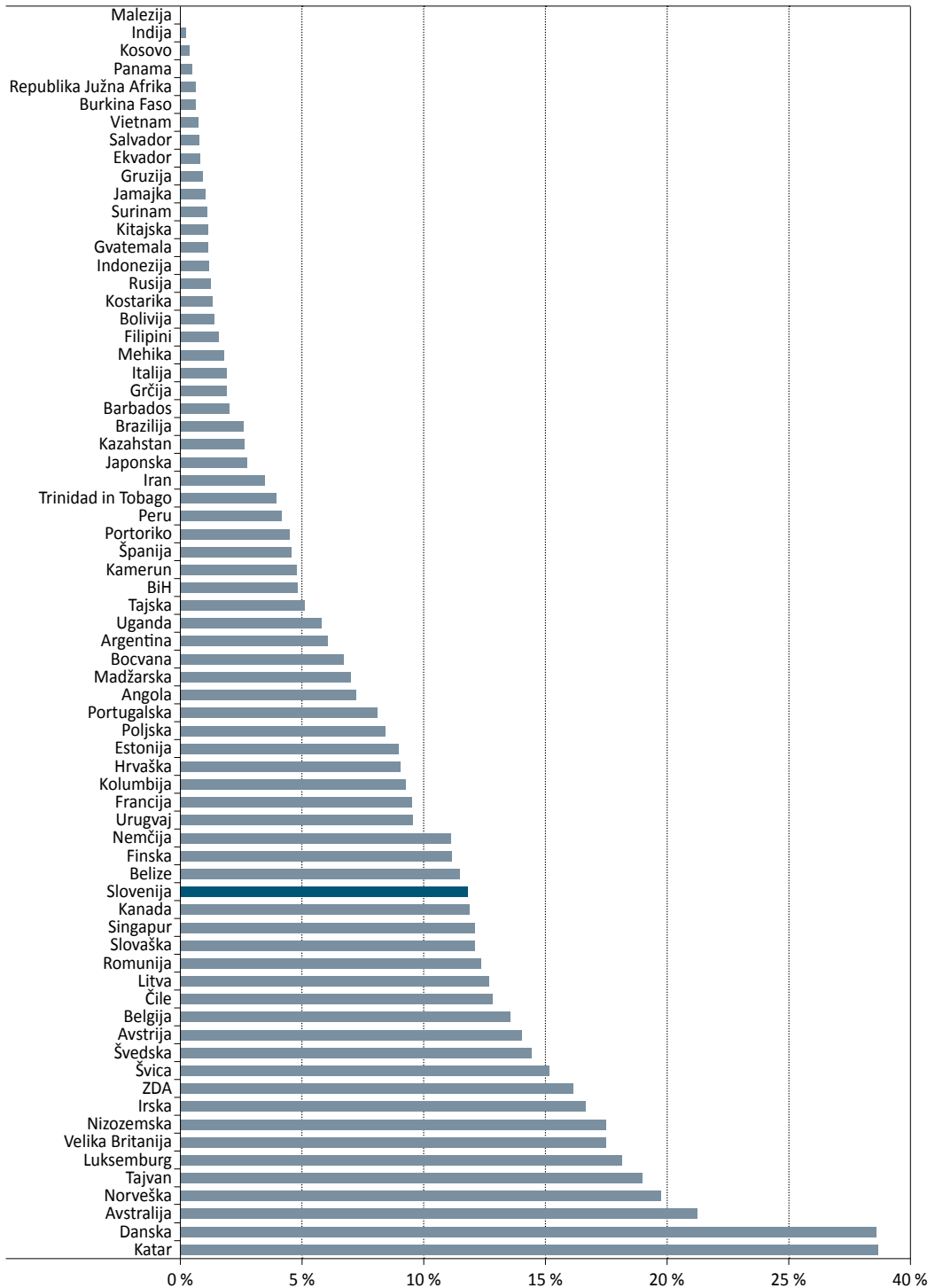
V Sloveniji spremljamo podjetniško aktivnost zaposlenih vsako leto od leta 2011 dalje in je pomemben pokazatelj inovacijskih aktivnosti, predvsem v ustaljenih podjetjih. V tabeli 4.6 je prikazan pregled teh aktivnosti v zadnjih štirih letih. Podjetnih zaposlenih, ki imajo vodilno vlogo pri podjetniških aktivnostih, je bilo v letu 2014 med vsemi zaposlenimi 6,9 % (ozka opredelitev). Ta delež se je glede na rast v preteklih treh letih lani pomembno zmanjšal. Upad kaže na zmanjšanje inovacijskih aktivnosti v ustaljenih podjetjih in angažiranja ustvarjalnega in inovacijskega potenciala zaposlenih, še zmeraj pa smo nad svetovnim povprečjem, ki znaša dobre 3 %.

Tabela 4.6: Podjetniška aktivnost zaposlenih v Sloveniji od leta 2011 do leta 2014, GEM Slovenija 2014, APS

Leto	Široka opredelitev podjetnih zaposlenih		Ozka opredelitev podjetnih zaposlenih	
	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih, kot % odrasle populacije	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih, kot % zaposlenih	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v času raziskave, kot % odrasle populacije	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v času raziskave, kot % zaposlenih
2011	5,1	9,3	4,1	7,4
2012	5,9	10,5	4,9	8,7
2013	6,1	11,5	5,2	9,8
2014	4,7	8,6	3,8	6,9

V letu 2014 so se vse države GEM ponovno vključile v proučevanje podjetniške aktivnosti zaposlenih, rezultati pa so prikazani na sliki 4.15. Največ podjetnih zaposlenih, ki so aktivno vključeni in imajo vodilno vlogo v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih, je v Katarju (11,5 %), na Danskem (11,4 %) in v Avstraliji (8,5 %), najmanj takih zaposlenih pa je v Maleziji (0 %), Indiji (0,1 %) in na Kosovu (0,2 %). Med evropskimi državami je nizka stopnja podjetniške aktivnosti zaposlenih tudi v Italiji (0,8 %) in Grčiji (0,8 %), visoka pa – kot rečeno – na Danskem, poleg tega pa še na Norveškem (7,9 %), v Luksemburgu (7,3 %) in Veliki Britaniji (7 %). V sosednjih državah je podjetniška aktivnost zaposlenih relativno visok na Madžarskem 2,8 %, Hrvaškem 3,6 % in v Avstriji 5,6 %.

Slika 4.15: Podjetniška aktivnost zaposlenih v zadnjih treh letih kot odstotek odrasle populacije



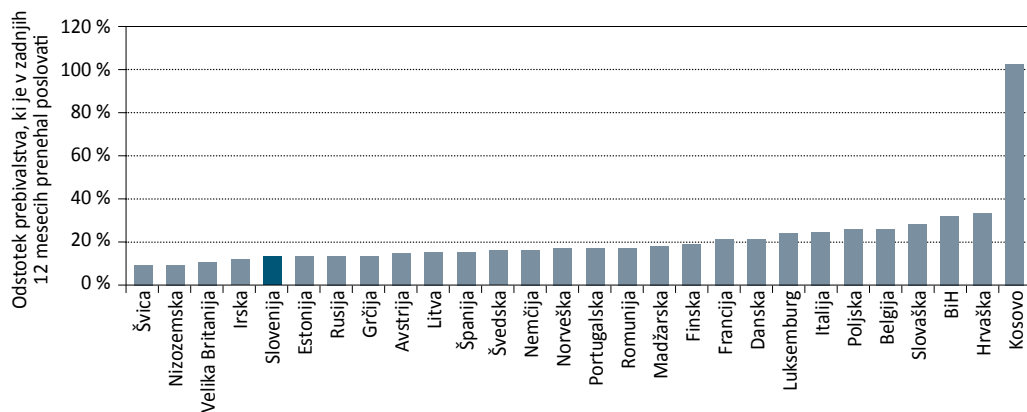
Aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih, kot % odrasle populacije

4.6 PRENEHANJE POSLOVANJA

Zadnja faza v življenjskem ciklu podjetja je prenehanje poslovanja, zato GEM proučuje tudi posameznike, ki so v zadnjih 12 mesecih prenehali poslovati. Dinamiko prenehanja poslovanja prikazujemo z »opustitvenim indeksom«. Indeks predstavlja delež prebivalstva, ki je v zadnjih 12 mesecih prenehalo poslovati, v celotni podjetniški aktivnosti. Prenehanje poslovanja skupaj z ustanavljanjem podjetij kaže na dinamiko v določenem gospodarstvu. Za vse države GEM je opustitveni indeks prikazan na *sliki 4.17* in je najnižji v Surinamu (2,9 %), na Kitajskem (5,4 %) in Tajskem (8,1 %). Največ posameznikov (v celotni podjetniški aktivnosti) je opustilo poslovanje na Kosovu (102,4 %), v Angoli (53,5 %) in na Filipinih (51,6 %).

Med evropskimi državami je najmanj posameznikov opustilo poslovanje (kot delež celotne podjetniške aktivnosti) v Švici (9,4 %), na Nizozemskem (9,5 %) in v Veliki Britaniji (10,9 %), kar je prikazano na *sliki 4.16*. Slovenija je glede na prenehanje poslovanja na repu evropskih držav, v preteklem letu pa je poslovanje opustilo 13,4 % posameznikov v celotni podjetniški aktivnosti.

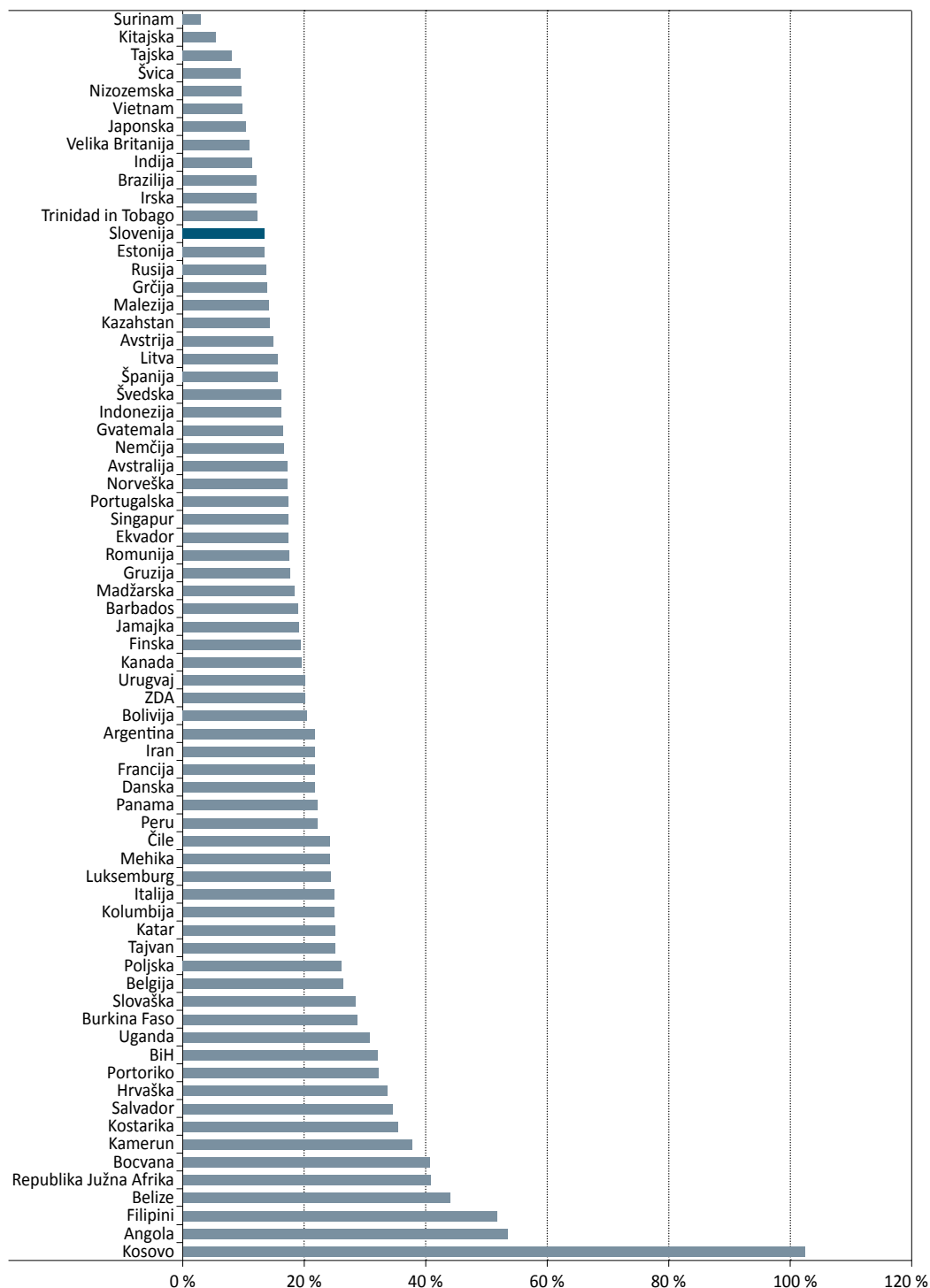
Slika 4.16: Opustitev poslovanja v zadnjih dvanajstih mesecih v evropskih državah v celotni podjetniški aktivnosti



GEM 2014, APS

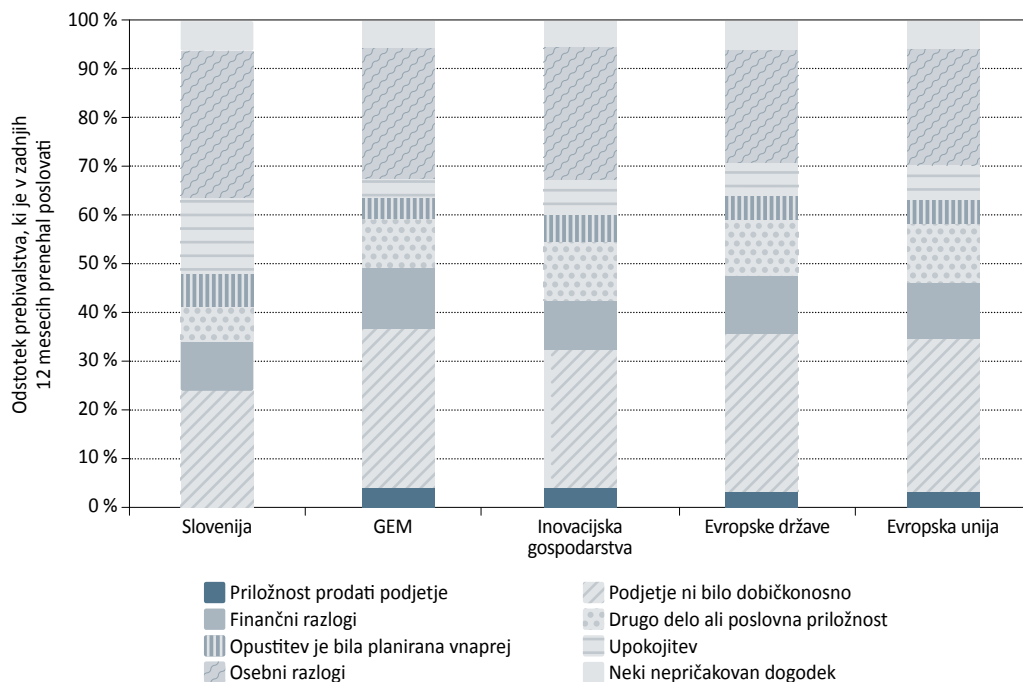
V raziskavi GEM proučujemo tudi razloge, zaradi katerih se posamezniki odločajo za prenehanje poslovanja. Obstaja cela vrsta razlogov za opustitev poslovanja, proučujemo pa osem različnih, med katerimi v vseh državah GEM prevladuje nedobičkonosnost podjetja (32,25 %). Ob tem so pomembni še osebni razlogi podjetnika in finančni razlogi, ki skupaj tvorijo skoraj tri četrtine vseh razlogov. Na *sliki 4.18* so prikazani razlogi za prenehanje poslovanja v Sloveniji in izbranih skupinah držav.

Slika 4.17: Opustitev poslovanja v državah GEM v celotni podjetniški aktivnosti



Odstotek prebivalstva, ki je v zadnjih 12 mesecih prenehal poslovati, v celotni podjetniški aktivnosti

Slika 4.18: Razlogi za prenehanje poslovanja



GEM Slovenija 2014, APS

V Sloveniji so razlogi za prenehanje poslovanja drugačni kot v drugih skupinah držav. Pri nas prevladujejo osebni razlogi (30,14 %), sledijo pa jim nedobičkonosno poslovanje podjetja (24,02 %), upokojitev (15,63 %) in finančni razlogi (10,24 %). Nihče v Sloveniji ni navedel, da bi v zadnjih 12 mesecih imel priložnost prodati podjetje, v evropskih državah pa je ta razlog navedlo 5,83 % vprašanih.



Konferenca PODIM

Začetki konference PODIM segajo v leto 1978, ko je bila pionirka na temo inoviranja kot ključnega elementa uspešnega podjetništva. Z leti se je velikokrat preoblikovala in se po petintridesetih izvedbah preobrazila v prepoznavno mednarodno podjetniško konferenco, letos pa jo bodo prvič soorganizirali tudi avstrijski in italijanski partnerji. S tem si konferenca utrjuje vodilno mesto v regiji Alpe-Adria. Konferenca ponuja dva dni intenzivnega izobraževalnega programa, ki združi vse ključne deležnike regijskega start-up podjetniškega ekosistema. Lani se je konference udeležilo več kot 600 udeležencev iz več kot 10 držav. Na konferenci ugledni tuji in domači gosti na vrsti okroglih miz, predavanj in delavnic tako z znanstvenega kot tudi praktičnega vidika predstavijo najsodobnejše znanje s področja gradnje novih start-up podjetij in inoviranja.

Udeleženci konference so predvsem start-up podjetniki, uveljavljeni podjetniki, notranji podjetniki, direktorji, managerji, vodilni v razvoju, raziskovalci in vladni predstavniki iz Slovenije in širše regije. Promocija konference PODIM poteka več mesecev pred samo prireditvijo in v tem času doseže več 10.000 ljudi iz navedenih ciljnih skupin. Na konferenci se zbere več kot 600 ljudi, ki predstavljajo najprodnornejši regijski podjetniški in inovacijski potencial.

Konferenca PODIM je tako namenjena vsem, ki želijo doživeti intenzivno dvodnevno podjetniško izkušnjo, in to tako z vidika razvoja svojega novega inovativnega podjetja kot tudi z vidika razvoja notranjega podjetništva v uveljavljenih podjetjih. Konferenco PODIM običajejo predvsem nosilci start-up podjetij v novih podjetjih, njihov namen pa je motivacija, pridobitev novega znanja,

mreženja z domačimi in tujimi gosti, identifikacija potencialnih sodelavcev in soustanoviteljev, ob tem pa tudi, da bi našli potencialne investicije in se ne nazadnje tudi zabavali. Konferenco obiščejo predstavniki velikih podjetij, ki morajo konstantno inovirati in biti v tem smislu podobna start-up podjetjem, predvsem ko govorimo o razvoju novih produktov. Na konferenci nosilci razvoja novih produktov v obstoječih podjetjih pridobijo sodobno znanje s področja notranjega podjetništva, prav tako pa je veliko priložnosti za mreženje in vzpostavljanje kontaktov s potencialnimi partnerji iz vrst start-upov in drugih inovativnih malih podjetij. Na konferenci so aktivno prisotni tudi investitorji, ki se konference udeležijo zato, da bi identificirali nove investicijske priložnosti, se mrežili s podjetniki in drugimi udeleženci konference. Vlagatelji so aktivno vključeni v dogajanje konference tako pri organiziranih predstavitev podjetniških idej kakor tudi kot mentorji, ocenjevalci start-up podjetij, nastopajoči ipd. Na konferenci intenzivno sodelujejo tudi deležniki inovativnega podpornega okolja, saj je eden od namenov konference združiti vse deležnike podpornega okolja, prav tako pa predstaviti svetovne usmeritve in dobre prakse, da bi jih vpeljali v lokalno okolje ter ga tako izboljšali. Konferenca je namenjena tudi vsem drugim, ki jih zanima sodobno inovativno podjetništvo in so podjetni po duši, od razvijalcev in tehničnih direktorjev ter razvojnih menedžerjev do raziskovalcev inovacij in podjetništva, podjetniških svetovalcev in svetovalcev o prenosu tehnologij, študentov in mladih raziskovalcev ter vseh, ki imajo ali iščejo dobre podjetniške ideje.

Nosilec konference PODIM je zavod IRP. Organizira jo skupaj s partnerji v okviru Iniciative Start:up Slovenija, Univerzo v Mariboru, Slovenskim podjetniškim skladom in Ministrstvom za gospodarski razvoj in tehnologijo. Letos bodo konferenco v okviru trilateralne pobude Start:up Alpe-Adria prvič soorganizirali tudi partnerji iz Italije in Avstrije, kar ji bo še utrdilo čezmejni značaj.

Več informacij: www.podim.org

5 Demografske značilnosti slovenskega podjetništva

5.1 STAROST

Družba žanje koristi od podjetniške aktivnosti vseh starostnih skupin. Mlajši podjetniki bodo tako najverjetneje imeli več svežih idej, saj zanje v razvitejših gospodarstvih pravimo, da so rojeni v digitalni dobi. V mnogih nacionalnih gospodarstvih imajo tudi višjo stopnjo izobrazbe kot njihovi starši. V mladosti imajo manj odgovornosti, kot so na primer skrb za družino, obveznosti zaradi obremenitve premoženja (npr. hipoteke) in drugih dejavnikov, zaradi katerih je posameznik bolj previden in manj pripravljen prevzemati tveganje. Po drugi strani pa starejši podjetniki lahko izkoriščajo svoje izkušnje, stike, mreže in finančne vire, ki so si jih pridobili v preteklosti, so pa načeloma manj naklonjeni novostim in spremembam. Ljudje, starejši od 50 let, so danes v številnih razvitejših gospodarstvih prav tako kot mlajše generacije seznanjeni s prednostmi in uporabno močjo informacijskih in komunikacijskih tehnologij in to znanje s pridom uporabljajo tudi pri svojih podjetniških podvigih (Amoros in Bosma 2014). Po podatkih OECD in Evropske komisije (OECD/European Commission 2014) so starejši ljudje (stari od 55 do 64 let) pogostejše kot povprečna odrasla populacija podjetniško aktivni v smislu samozaposlovanja. Leta 2012 je bilo v EU 6,5 milijona starejših ljudi samozaposlenih, kar predstavlja kar 21 % aktivnosti te starostne skupine na trgu dela. Kljub temu pa v študiji ugotavljajo, da se je njihov delež v primerjavi z letom 2002, ko je znašal kar 25,2 %, precej zmanjšal.

Spodjetniško aktivnostjo je torej moč začeti v katerem koli starostnem obdobju posameznikovega življenja. Podobno kot v preteklosti, ko se je kot najaktivnejša starostna skupina za zgodnjo podjetniško aktivnost v vseh državah, ki jih zajema raziskava GEM, v povprečju izkazovala skupina, stara od 25 do 35 let, tudi v Sloveniji v letu 2014 ugotavljamo podobno stanje. Teh podjetnikov je bilo lani 33,76 % (tabela 5.1), kar je najvišji odstotek v primerjavi z rezultati v drugih skupinah proučevanih držav. Po podatkih OECD/European Commission (2014), temelječih na združenih podatkih raziskave GEM, so med letoma 2008 in 2012 mladi (stari od 18 do 30 let) izkazovali nekoliko višjo zgodnjo podjetniško aktivnost v primerjavi z starejšimi starostnimi skupinami. Poudariti pa je treba, da je razlika med članicami EU precejšnja. Najvišji delež zgodnje podjetniške aktivnosti mladih je zabeležila Estonija, najnižjega pa Danska (OECD/European Commission 2014, 53). Sklepamo lahko, da so takšni rezultati tesno povezani s skrb vzbujajočim večanjem brezposelnosti mladih, ki s prevzemanjem lastne iniciative in podjetniško aktivnostjo rešujejo trenutno situacijo na trgu dela.

Podatki za Slovenijo v letu 2014 (*tabela 5.1*) kažejo skrb vzbujajoč padec deleža nastajajočih in novih podjetij v najmlajši starostni skupini, torej v skupini od 18 do 24 let. Teh je v Sloveniji skoraj pol manj kot v vseh sodelujočih državah GEM. Manj drastičen je zaostanek za deležem najmlajših podjetniško aktivnih v skupini primerljivih inovacijskih gospodarstev in držav EU. Kljub temu gre za signal, ki kaže, da mladih, ki zaključujejo poklicne stopnje izobrazbe in so v tem starostnem obdobju potencialni ustanovitelji lastnih podjetij, ne podpiramo in ne usposobimo dovolj, da bi bilo to udejstvovanje aktivnejše. Manko najmlajših kompenzira zgodnja podjetniška aktivnost starejših, še zlasti starostne skupine od 55 do 64 let, katere delež je v primerjavi z vsemi drugimi skupinami proučevanih držav v Sloveniji najvišji (13,76 %).

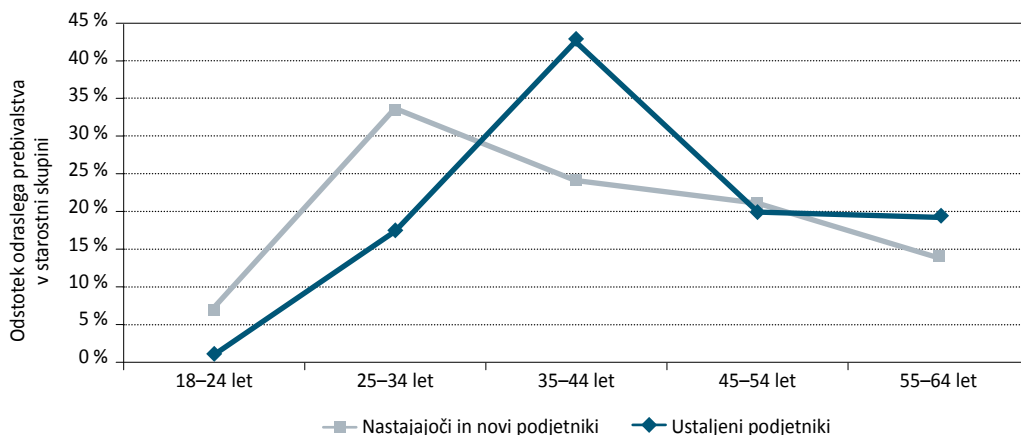
Tabela 5.1: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2014, APS

Starost podjetnikov	Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov*				
	Slovenija	GEM	inovacijska gospodarstva	evropske države	Evropska unija
18–24 let	7,32	15,01	11,64	12,34	12,11
25–34 let	33,76	31,69	29,76	30,8	29,96
35–44 let	24,11	25,88	27,61	27,33	27,87
45–54 let	21,06	18,35	19,85	19,24	19,12
55–64 let	13,76	9,07	11,13	10,29	10,94

*Izračunana so netehtana povprečja.

Med ustaljenimi podjetniki je v Sloveniji opazna bistvena razlika glede najaktivnejše starostne skupine podjetnikov v primerjavi s preostalimi proučevanimi skupinami držav. Kljub temu da je v teh skupinah držav najaktivnejša starostna skupina podjetnikov med 45. in 54. letom, v Sloveniji beležimo najvišji delež ustaljenih podjetnikov v starostni skupini od 35 do 44 let. Sledi ji sicer najaktivnejša starostna skupina podjetnikov v starostni skupini med 45. in 54. letom, skupaj pa predstavljata 62,51 % podjetniške aktivnosti ustaljenih podjetnikov. Tudi med ustaljenimi podjetniki je viden zaostanek najmlajše starostne skupine podjetnikov, kar je seveda posledica že ugotovljene nizke zgodnje podjetniške aktivnosti najmlajših. Podatek je bil kot skrb vzbujajoč izpostavljen tudi v študiji OECD in Evropske komisije, v kateri ugotavljajo, da je bilo v EU manj kot 2 % mladih v starostni skupini od 18 do 30 let v obdobju med letoma 2008 in 2012 lastnikov ustaljenih podjetij (OECD/European Commission 2014, 52).

Slika 5.1: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost



GEM Slovenija 2014, APS

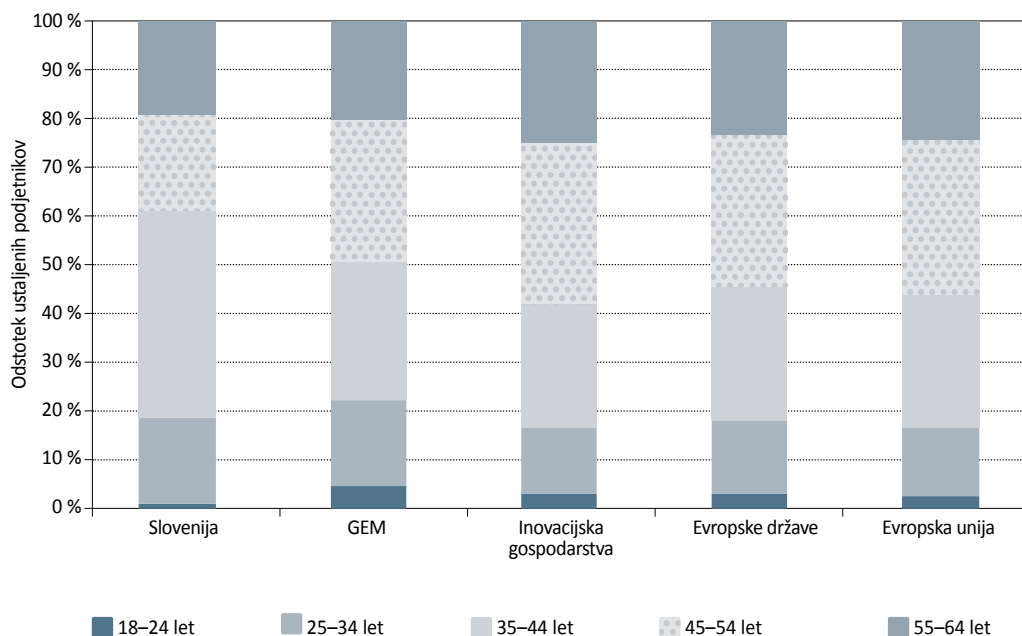
Najvišji delež slovenskih ustaljenih podjetnikov zasledimo v starostnem obdobju od 35 do 44 let (42,65 %). Dejstvo, da več kot 60 % ustaljenih podjetij vodijo podjetniki v zrelejših letih (starejši od 35 let), opominja, da bo v prihodnjih letih potreba po ustreznem pomlajevanju podjetniških ekip predstavljala velik izziv za slovenski podjetniški prostor. Zato je še kako pomembno, da mlajše generacije usposobimo in opolnomočimo za kakovosten prevzem podjetniških funkcij, pri čemer ne gre pozabiti tudi na dejstvo, da je precejšen del omenjenih podjetij v družinski lasti (60–80 %; Duh et al. 2007). Pred ta podjetja se zato postavlja še toliko zahtevnejša naloga prenosa lastništva na nove generacije, pri čemer pa Slovenija še vedno nima izdelane ustrezne sistematične podpore za take zahtevne projekte internega podjetniškega prestrukturiranja. Analiza podpornih storitev MSP-jem pri vprašanih reševanju nasledstvenih vprašanj je pokazala, da so zelo skromne in da gre predvsem za seminarje, delavnice, konference in svetovalne storitve (Duh in Belak 2010). Evropska komisija je v študiji o družinskih podjetjih v Evropi pripravila pregled ključnih informacij, znanj in primerov dobrih praks ter konkretnih ukrepov, ciljno oblikovanih za potrebe družinskih podjetij, ki naj bi jim sledile države članice (European Commission 2009).

Tabela 5.2: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2014, APS

Starost podjetnikov	Odstotek ustaljenih podjetnikov*				
	Slovenija	GEM	inovacijska gospodarstva	evropske države	Evropska unija
18–24 let	1,04	4,68	2,71	3,13	2,73
25–34 let	17,3	17,75	13,53	14,68	13,89
35–44 let	42,65	28,57	24,68	27,67	27,51
45–54 let	19,86	29,19	32,81	31,2	31,75
55–64 let	19,16	20,02	24,46	23,43	24,23

*Izračunana so netehtana povprečja.

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



GEM Slovenija 2014, APS

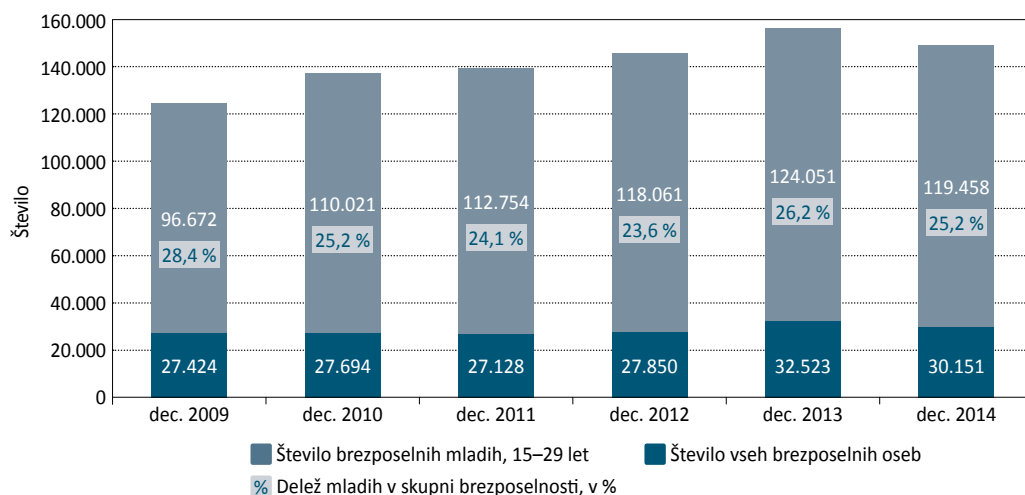
Prikaz (slika 5.2) ustaljenega podjetništva po starostnih skupinah kaže precej usklajeno strukturo po proučevanih skupinah držav. Kot že rečeno, Slovenija bistveno odstopa po deležu ustaljenih podjetnikov v starostni skupini od 35 do 44 let, v kateri v povprečju za kar 15,6 % presegamo deleže ustaljenih podjetnikov v preostalih proučevanih skupinah držav. Nizek delež mladih ustaljenih podjetnikov (še zlasti v Sloveniji, a tudi v preostalih proučevanih skupinah držav) gre pripisati številnim razlogom. Ovire na podjetniški poti so za mlajše namreč velikokrat izrazitejše v primerjavi s skupino odrasle populacije. Ob visoki stopnji brezposelnosti mladih, ki v Sloveniji trenutno presega 25 %, naj poudarimo, da lahko ustrezna politika s primernimi programi za spodbujanje podjetništva odigra pomembno vlogo pri reševanju tega zahtevnega izziva. Seveda ne gre za čudežno zdravilo, ki bo rešilo problematiko brezposelnih mladih, lahko pa olajša pot na trg dela ambicioznim posameznikom, tako da jim zagotovi dostop do nujno potrebnih sredstev za uspešno realizacijo podjetniških podvigov. Pri tem ne gre zgolj za finančne vire, pač pa predvsem za dostop do potrebnih informacij, svetovanje, coaching, mentorstvo, podporo v smislu infrastrukture za poslovni zagon in podobno (OECD/European Commission 2012).

5.2 PODJETNIŠTVO IN MLADI

Preden spregovorimo o podjetništvu mladih, moramo najprej osvetliti stanje te posebne ciljne skupine na trgu dela. Podaljšanje ekonomske krize z nazadovanjem gospodarskih aktivnosti in zaposlovanja so zelo pospešili tudi rast brezposelnosti mladih v Sloveniji. S tem ko se je brezposelnost mladih ustalila pri 25 %, se je Slovenija uvrstila med države z izrazitim problemom zagotavljanja dela mladim v EU. Skoraj polovica vseh mladih brezposelnih je brez delovnih

izkušenj oziroma iščejo prvo zaposlitev. Skrb vzbujajoče je tudi dejstvo, da narašča število dolgotrajno brezposelnih mladih, ne glede na raven pridobljene izobrazbe (delež dolgotrajno brezposelnih mladih se giblje na ravni okrog ene tretjine (33,3 % v septembru 2014)), še posebej pa je to značilno za mlade s terciarno izobrazbo. Terciarno izobraženi predstavljajo že več kot petino brezposelnih mladih, na podlagi preteklih let pa lahko pričakujemo, da bo njihov delež še naraščal. Po drugi strani so problematični tudi mladi, ki imajo samo dokončano osnovno šolo. Njihov delež se z leti počasi zmanjšuje, a je še vedno visok – septembra 2014 je bil 24,4 %, kar je pomenilo več kot 6.500 oseb. Za uspešen nastop na trgu dela bo treba mladim samo z osnovno šolo dvigniti njihovo izobrazbo vsaj na srednjo poklicno raven (ZRSZ 2014).

Slika 5.3: Število in delež mladih v registrirani brezposelnosti



Vir: ZRSZ 2014.

Na poslabšanje položaja mladih na trgu dela so vplivali naslednji dejavniki (ZRSZ 2014 in UMAR 2013):

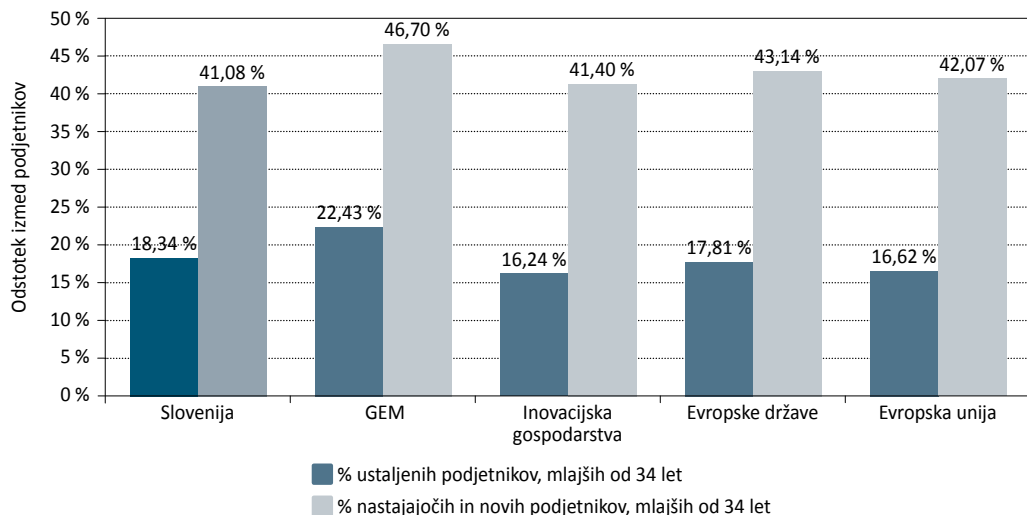
- velika razširjenost začasnih zaposlitev med mladimi in nepodaljševanje pogodb o zaposlitvi za določen čas, namen česar je bil zmanjševanje števila zaposlenih v podjetjih,
- skromno povpraševanje po delu oziroma število prostih delovnih mest, pri čemer imajo mladi zaradi pomanjkanja delovnih izkušenj pogosto manjše možnosti za zaposlitev,
- obseg in sistem študentskega dela,
- neusklajena struktura diplomantov terciarnega izobraževanja po področjih izobraževanja s potrebami trga dela in veliko povečanje števila diplomantov.

Slabšanje zaposlitvenih možnosti mladih zahteva oblikovanje posebej prilagojenih ukrepov za zaposlovanje mladih, ki bo zajemalo inovativne in učinkovite pristope ter ukrepe za izboljševanje položaja mladih na trgu dela. Podjetniška aktivnost te ciljne skupine je zato še toliko bolj pomembna, saj lahko predstavlja enega izmed možnih izhodov iz brezposelnosti.

Glede na nekoliko izboljšane napovedi o postopnem okrevanju slovenskega gospodarstva in umiritvi gospodarske rasti je bilo naslednje leto pričakovati stabilno oziroma manjše okrevanje tudi na trgu dela. Zaradi napovedi o nekoliko manjšem številu registriranih brezposelnih oseb v letu 2015 glede na leto 2014 pričakujemo tudi manjše število prijav v evidenco brezposelnosti oziroma ohranitev na ravni iz leta 2014 (ZRSZ 2014).

Na *sliki 5.4* prikazujemo odstotek nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let. Za leto 2014 ugotovljamo, da so podatki obeh proučevanih skupin za Slovenijo primerljivi s podatki v inovacijskih gospodarstvih, evropskih državah in državah Evropske unije. Vrednosti so nekoliko višje, kadar opazujemo rezultate vseh držav GEM, kar je razumljivo, saj združujejo nacionalna gospodarstva, ki se močno razlikujejo po razvitosti in strukturi posameznih oblik podjetniške aktivnosti.

Slika 5.4: Odstotek nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let



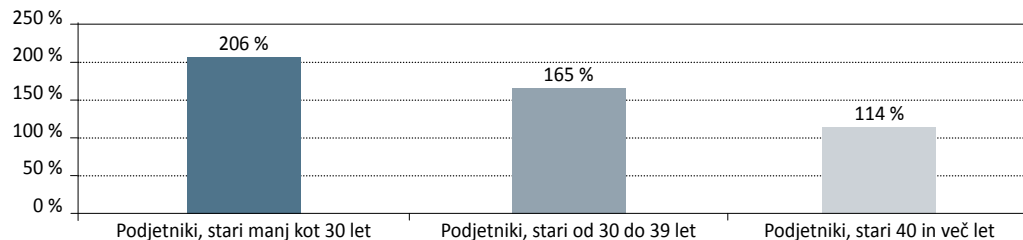
GEM Slovenija 2014, APS

Poglejmo, kako uspešna so podjetja, ki jih vodijo mladi. Glede na to, da veliko mladih vodi podjetja, ki delujejo v visokokonkurenčnih panogah z nizkimi ovirami za vstop novih konkurentov, preseneča spoznanje, da mnogo teh podjetij pravzaprav ne raste, ne preživi daljše obdobje in ne zagotavlja trajnega vira dohodka. To spoznanje odraža splošno znane težave malih podjetij, kadar proučujemo njihov potencial za rast in preživetje. Podjetja, ki jih vodijo mladi podjetniki, izkazujejo nižje stopnje preživetja od tistih, ki jih vodijo starejši (van Praag 2003), vendar pa imajo v povprečju podjetja mladih, ki preživijo, večji potencial rasti kot podjetja starejših podjetnikov. Podjetja, ki so preživela tri leta in so jih vodili podjetniki, mlajši od 30 let, so imela povprečno stopnjo rasti 206 % – kar je skoraj dvakratna stopnja rasti podjetij, ki so jih vodili podjetniki, stari nad 40 let (114 %). Podatek raziskave kaže na dejstvo, da so mladi podjetniki pripravljeni veliko tvegati, da pa so po drugi strani tudi tista skupina podjetnikov, ki za svoj uspeh prejemajo najvišje nagrade. Ukrepi vladnih politik morajo zato upoštevati to dejstvo, saj bodo programi, namenjeni tej ciljni skupini, najverjetneje imeli tudi največje učinke (OECD/ European Commission 2012, 9).

Na *sliki 5.6* je prikazana izobrazbena raven zgodnje podjetniške aktivnosti mladih podjetnikov v Sloveniji. V starostni skupini mlajših od 34 let ima kar 70,6 % novih in nastajajočih mladih podjetnikov več kot srednješolsko izobrazbo. Bistveno nižji je ta odstotek v starostni skupini zgodnjih podjetnikov, starejših od 35 let (samo 45,9 %). Podatek je spodbuden, saj kaže, da se mladi z višjo izobrazbo intenzivneje podajajo na pot podjetniškega udejstvovanja. Rezultat je skladen tudi s predhodno ugotovitvijo po višji pričakovani rasti zaposlovanja v teh podjetjih.

Predpostavimo namreč lahko, da več znanja in izkušenj, pridobljenih zlasti med izobraževalnim procesom, napoveduje smelejše in kakovostnejše podjetniške podvige, od katerih gre pričakovati tudi večje koristi za celotno nacionalno gospodarstvo.

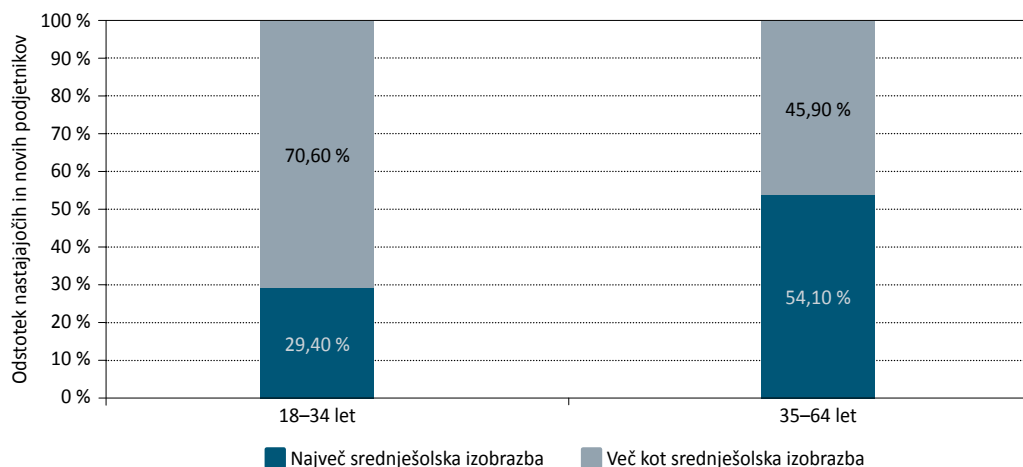
Slika 5.5: Povprečna stopnja rasti zaposlenih (v %) za podjetja, ki so preživel tri leta (EU)



Vir: Eurostat 2006 v OECD/European Commission 2012.

Opomba: V raziskavo so bila zajeta podjetja, ustanovljena leta 2002, ki so preživel obdobje do leta 2005; starost podjetnika je bila zabeležena leta 2002.

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



GEM Slovenija 2014, APS

Pri razvoju programov spodbujanja podjetništva med mladimi bi morali oblikovalci politik nameniti posebno pozornost naslednjim trem vidikom (OECD/European Commission 2012):

1. Dosedanje empirične raziskave kažejo, da je najustreznejši selektivni pristop. Na to nas navajajo predstavljeni rezultati študije rasti števila zaposlenih in stopnje preživetja podjetij, ki smo jih opazovali skozi perspektivo vodenja podjetij različnih starostnih skupin podjetnikov. Podpora naj bo torej usmerjena k tistim mladim posameznikom, ki bodo zagotovili najkakovostnejše projekte ter imeli tudi najvišjo raven začetnega kapitala v smislu človeških virov (specifična znanja in veščine). V nasprotnem primeru smo lahko priča nevarnosti, da bodo mladi potisnjeni v neuspeh, čeprav je treba poudariti, da so programi

podjetniškega usposabljanja mladih prvenstveno namenjeni njihovi izboljšani zaposljivosti, ne zgolj in samo samostojni podjetniški karieri oziroma samozaposlitvi.

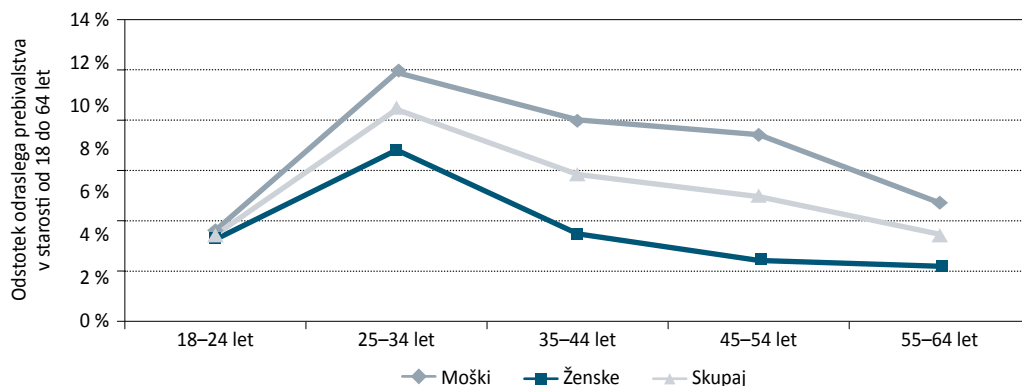
2. Težnja po dvigu poslovne uspešnosti start-upov mora biti tesno povezana tudi z drugimi pomembnimi instrumenti. Poudarimo naj potrebo po finančnih virih, ki jo ne samo mladi, pač pa podjetniki v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti tudi sicer izpostavljajo kot eno največjih ovir. Omenili smo, da so mladi uspešni v visoko konkurenčnih panogah, v katerih je potreba po finančnih virih še toliko večja. V Sloveniji je tovrstnih finančnih spodbud za mlade (še zlasti brezposelne, ki se šele podajajo na podjetniško pot) premalo. Prav tako še nismo razvili zadostne ponudbe alternativnih finančnih instrumentov in – kar je za rast in razvoj mladega podjetja ključno – podpornih programov, ki bi mladim podjetnikom ob finančni pomoči nudili tudi ustrezno strokovno pomoč za reševanje izzivov rastočega posla.
3. Pomembno je zagotoviti integrirane pakete pomoči in se ne zanašati zgolj na posamezne ozke podporne instrumente. Izobraževanje za podjetništvo lahko na primer vključuje razvoj podjetniških kompetenc in prispeva k dvigu podjetniških namer posameznika, temu pa mora nujno slediti podpora tudi v fazi zagona podjetja ter kasneje tudi pri izzivih, povezanih z obvladovanjem rastočega posla. V tem primeru bo verjetnost uspešne realizacije podjetniške ideje večja.

5.3 SPOL

Podjetniška aktivnost žensk se v različnih delih sveta precej razlikuje. Po podatkih Evropske komisije je bilo leta 2012 v Evropski uniji (EU-28) 31 % podjetnic. To pomeni, da je bilo v EU-28 med podjetniki okoli 10,3 milijona žensk in približno 22,8 milijona moških (European Commission 2014). Med ključnimi ovirami na poti ženskega podjetništva sta samopodoba podjetnic in to, kako ženske dojemajo izvedljivost podjetniške aktivnosti. Ženske v primerjavi z moškimi ocenjujejo podjetniško kariero kot manj zaželeno (33 % žensk v primerjavi 42 % moških) in tudi težje izvedljivo (26 % žensk v primerjavi s 35 % moških; OECD/European Commission 2014).

Kljub dolgoletnim ugotovitvam raziskave GEM, da se ženske vključujejo v podjetništvo starejše od moških, za leto 2014 ugotavljamo, da je najpogostejša starost tako podjetnic kot podjetnikov med 25. in 34. letom. Porazdelitev med spoloma je po posameznih starostnih strukturah precej usklajena, tako da v posamezni starostni skupini ni zaznati bistvenih odstopanj.

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



Delež zgodnje podjetniške aktivnosti žensk se je tudi v letu 2014 povečal v primerjavi s preteklima dvema letoma (in znaša 33,90 %), vendar še vedno ne dosega ravni iz leta 2011 (37,01 %; *tabela 5.3*). Premiki v smeri boljše izkoriščenosti podjetniškega potenciala žensk se torej nadaljujejo. Za Slovenijo (*slika 5.8*) so se na primer v letu 2014 uvrstile Irska (32,27 %), Poljska (32,26 %), Hrvaška (29,62 %), Bosna in Hercegovina (28,62 %) in – zanimivo – tudi Švedska (28,4 %). Med evropskimi državami je tako kot že nekaj let doslej tudi tokrat najvišji delež ženskega podjetništva beležila Švica (50,61 %), kar jo v svetovnem merilu enako kot leta 2013 uvršča na 6. mesto na lestvici 69 sodelujočih držav v raziskavi GEM. Najvišje uvrščene države po deležu zgodnje podjetniške aktivnosti žensk so Malezija (57,07 %), Filipini (56,73%) in Indonezija (53,4 %).

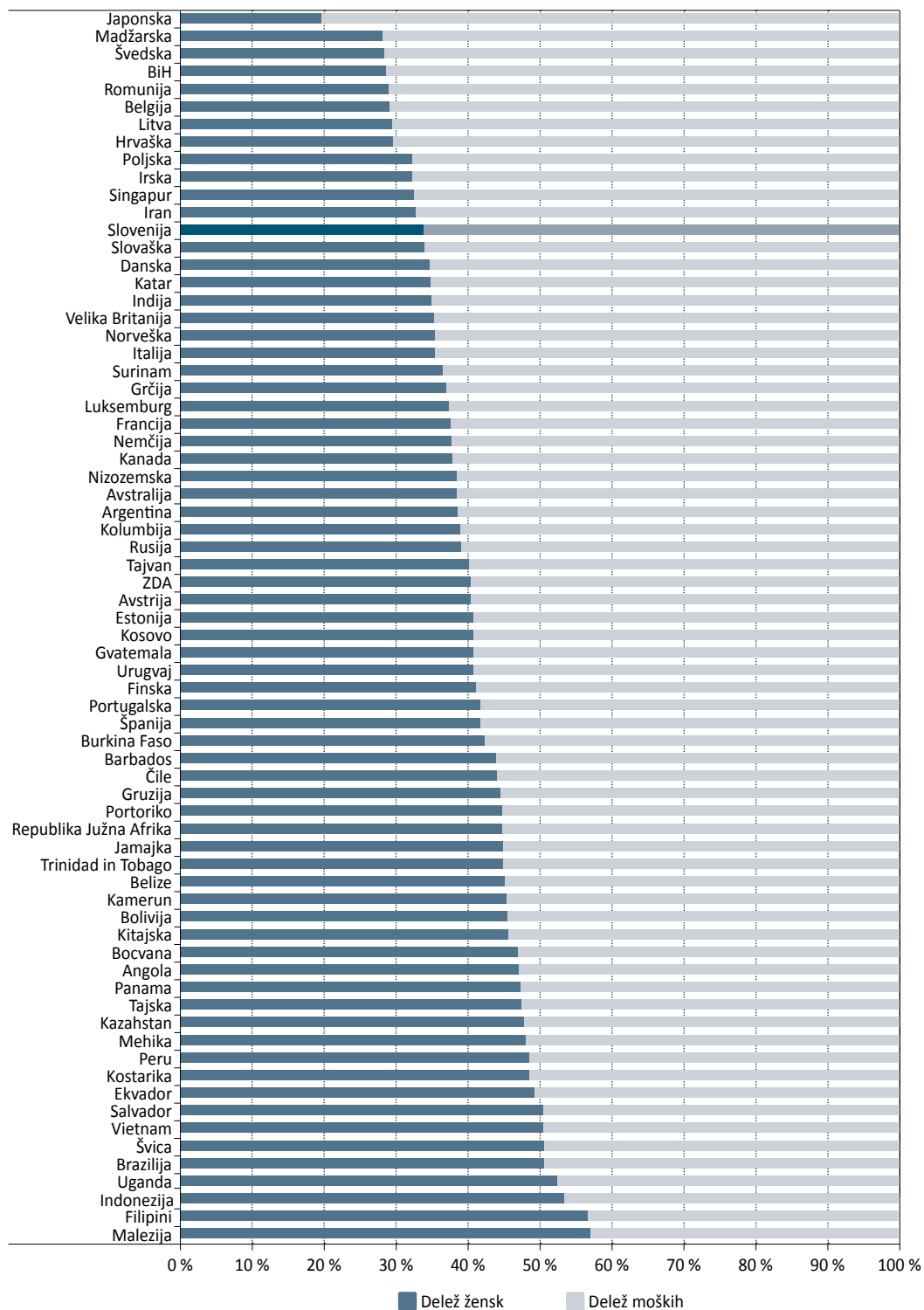
Primerjava zgodnje podjetniške aktivnosti žensk v Sloveniji s tisto v različnih skupinah držav (*tabela 5.3*) kaže, da zaostajamo za povprečjem vseh proučevanih skupin držav. Velja izpostaviti, da nam je uspelo zmanjšati zaostanek za povprečjem inovacijskih in evropskih držav GEM, ki je v letu 2013 znašal približno 4 %. Zaostanek ustaljene podjetniške aktivnosti žensk v primerjavi s proučevanimi skupinama držav ostaja podoben kot v preteklem letu.

Tabela 5.3: Odstotek podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2011–2014, GEM Slovenija 2014, APS

Odstotek podjetnic (izračunano je netehtano povprečje)	Slovenija	GEM	Evropska unija	Inovacijska gospodarstva	Evropske države
odstotek nastajajočih in novih podjetnic					
2011	37,01	36,66	33,85	36,03	34,46
2012	24,28	37,09	33,08	34,24	33,17
2013	31,44	38,78	34,86	35,49	35,34
2014	33,90	40,69	35,69	37,16	35,74
odstotek ustaljenih podjetnic					
2011	31,09	32,6	30,6	31,4	31,53
2012	25,14	33,68	30,18	31,78	31,37
2013	26,88	34,97	31,12	30,87	31,55
2014	29,55	36,22	33,17	34,08	33,10

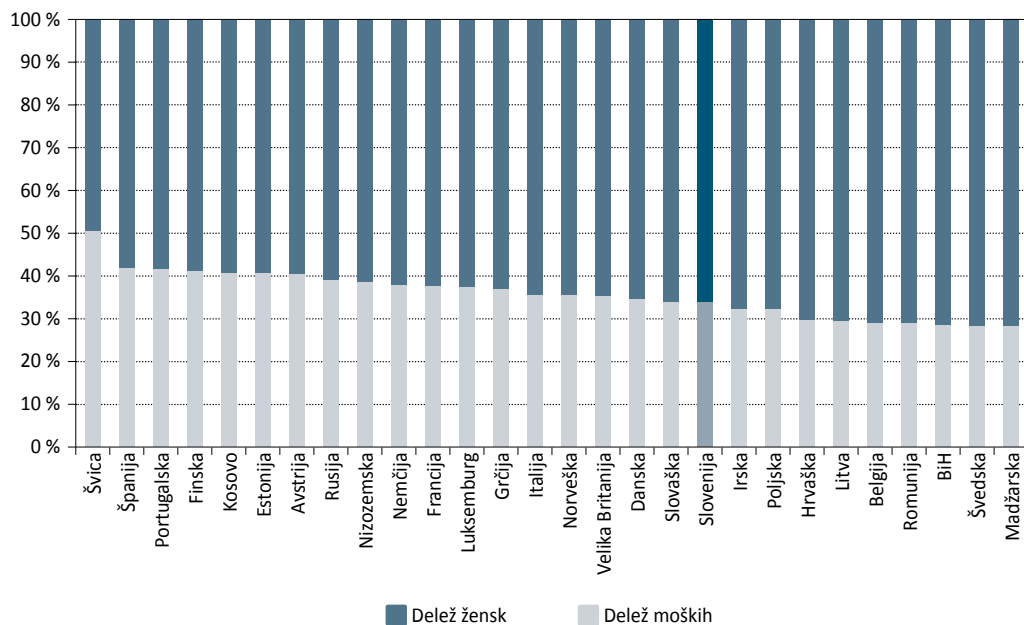
Med ustaljenimi podjetnicami je delež žensk 29,55-odstoten (*tabela 5.3*), kar pomeni sicer korak v smer povečevanja deleža žensk v primerjavi z letoma poprej, a še vedno izkazuje zaostanek za ravni ustaljene podjetniške aktivnosti žensk iz leta 2011 (31,09 %), ko je bila Slovenija po deležu ženskega podjetništva precej usklajena z evropskim povprečjem, ki je tudi tipično za države z inovacijskim gospodarstvom.

Slika 5.8: Zgodnja podjetniška aktivnost med moškimi in ženskami



Zgodnja podjetniška aktivnost med spoloma je za Evropo prikazana na *sliki 5.9*. Razen v Švici je bilo največ zgodnje podjetniške aktivnosti žensk v Španiji, na Portugalskem, Finskem in, zanimivo, na Kosovu. Najnižji delež novih in nastajajočih podjetnic so zabeležile Madžarska, Švedska ter Bosna in Hercegovina. Med 28 proučevanimi evropskimi državami je tako Slovenija zasedla 19. mesto.

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

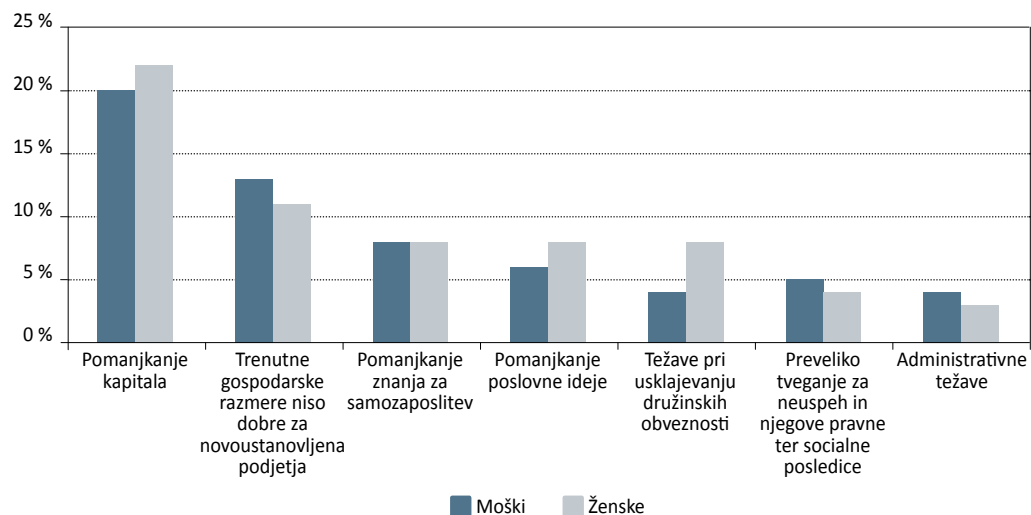


GEM Slovenija 2014, APS

Ženskam preprečujejo uspešno podjetniško udejstvovanje in samozaposlovanje številne ovire. Po podatkih Evropske komisije iz leta 2012 (European Commission 2012) so najpogostejše navajane ovire za samozaposlitev žensk in moških naslednje:

- pomanjkanje kapitala,
- trenutne gospodarske razmere za novoustanovljena podjetja niso dobre,
- pomanjkanje znanja za samozaposlitev,
- pomanjkanje poslovne ideje,
- težave pri usklajevanju družinskih obveznosti,
- preveliko tveganje za neuspeh ter njegove pravne in socialne posledice,
- administrativne težave.

Slika 5.10: Ovire za samozaposlitev moških in žensk v EU-28, 2012



Vir: European Commission 2012

Zaznane ovire za ustanavljanje podjetij glede na spol podjetnika so prikazane na *sliki 5.10*. Tako moški kot ženske so kot najpomembnejšo oviro za ustanovitev podjetja opredelili dostop do kapitala; ženske to oviro z 22 % navajajo nekoliko pogostejše kot moški (20 %). Približno z enako verjetnostjo kot ovire navajajo pomanjkanje znanja, tveganje za neuspeh in administrativne težave. Ženske so z višjo stopnjo verjetnosti opredeljevale težave pri usklajevanju samozaposlitve z družinskimi obveznostmi (8 % žensk proti 4 % moških) in pomanjkanje poslovne ideje (8 % žensk v primerjavi s 6 % moških). Ženske so z nekoliko nižjo stopnjo verjetnosti kot oviro za zagon podjetja navajale trenutno gospodarsko klimo (11 % žensk proti 13 % moških; OECD/ European Commission 2014, 41).

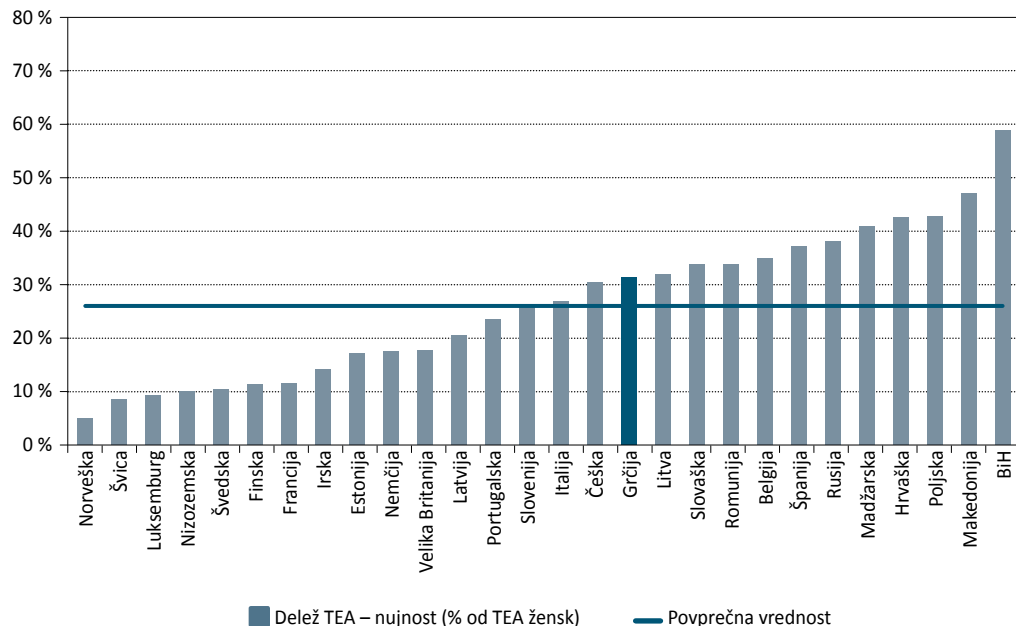
Vključenost žensk v podjetniško aktivnost ostaja v Evropi precej skromna. To še zlasti velja za Slovenijo. Skrb vzbujajoč je tudi podatek, da so pričakovanja po rasti števila zaposlenih zgodaj podjetniško aktivnih žensk v EU izjemno nizka. Po podatkih GEM manj kot 1 % žensk, ki so bile vključene v zgodnje faze podjetniške aktivnosti v EU med letoma 2008 in 2012 pričakuje, da bodo ustvarile več kot 6 delovnih mest v prvih petih letih poslovanja. Ta odstotek je več kot polovico manjši od odstotka pričakovanih moških (2,3 %; OECD/European Commission 2014, 45). Zato ostaja še kako aktualna ugotovitev globalnega poročila o ženskem podjetništvu (Kelley et al. 2013), ki kot ključne prioritete programov v pomoč podjetnicam za uspešnejše delovanje in rast njihovih podjetij navaja potrebo po:

- gradnji novih sodelovanj in iskanju vzvodov za uresničevanje idej in zamisli,
- razvijanju podjetniških sposobnosti in odnosa do podjetništva,
- omogočanju dostopa do sredstev, ki so potrebna za rast podjetij in generiranje zaposlovanja.

V zvezi z motivacijo za podjetništvo je za nacionalno gospodarstvo bistvenega pomena poznavanje deleža prevladujočega motiva za vključevanje v podjetništvo. Razvitejša gospodarstva beležijo višji delež podjetniške aktivnosti pri izkoriščanju zaznanih poslovnih priložnosti. Prav zato nas je zanimal tudi delež podjetniške aktivnosti zaradi nujnosti med ženskami v Evropi. Na *sliki 5.11* so prikazani rezultati, ki v primerjavi s podatki iz leta poprej nakazujejo poslabšanje situacije in višanje deleža zgodnje podjetniške aktivnosti žensk zaradi nujnosti v Sloveniji. Položaj žensk se je glede tega torej poslabšal. Kljub zabeleženemu dvigu

podjetniške aktivnosti namreč ugotavljamo, da se ta dvig kompenzira s podjetniško aktivnostjo iz nuje. Slovenijo najdemo na 17. mestu lestvice proučevanih držav z 31,3-odstotnim deležem podjetniške aktivnosti žensk zaradi nuje, kar je nad evropskim povprečjem, ki znaša 26,2 %.

Slika 5.11: Zgodnja podjetniška aktivnost žensk zaradi nujnosti v Evropi



GEM Slovenija 2014, APS

5.4 IZOBRAZBA

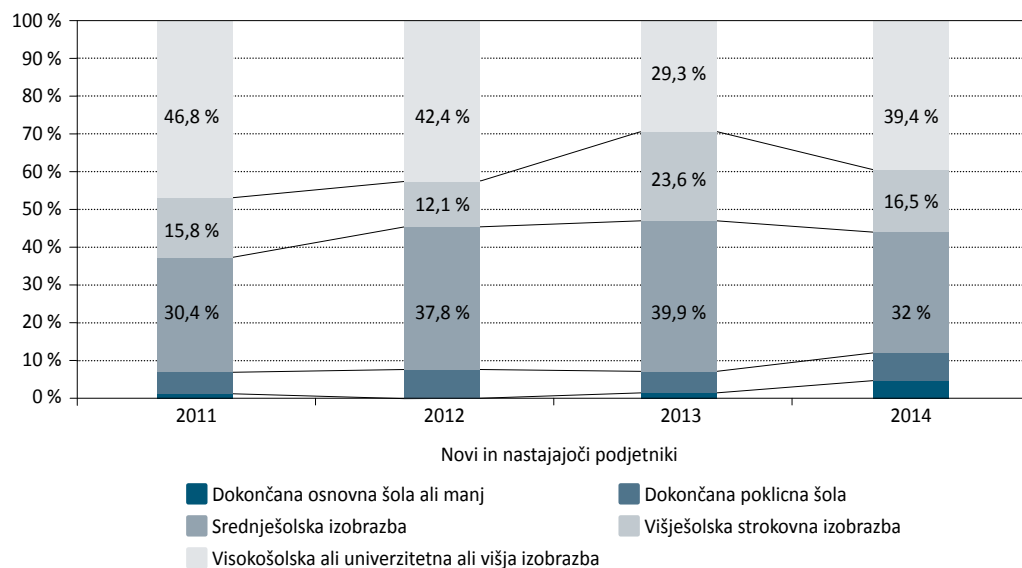
Podjetništvo je proces učenja (Širec in Rebernik, 2011, 131), podjetniške namere pa niso spontane narave, pač pa so ustvarjene (povzeto po Krueger 2000) in nanje je možno vplivati. Ključna predpostavka torej je, da se podjetniških spretnosti in veščin lahko naučimo, ker to niso že vnaprej določene osebne značilnosti (Oosterbeek et al. 2010, 442). Glede na prepričanje, da je mogoče (vsaj do neke mere) ljudi naučiti, da postanejo podjetni, je treba prepoznati priložnosti, ki se pri tem odpirajo, in postaviti cilje, ki bi jih lahko dosegli s takšno izobrazbo (Heinonen in Poikkijoki 2006, 83). Osrednja cilja sta pridobitev podjetniških kompetenc in pozitivnih podjetniških namer (European Commission 2012a, 8).

Podjetništvo skupaj s samoiniciativnostjo spada med ključne kompetence vseživljenjskega učenja (Evropski parlament in Evropski svet 2006). Gre za sposobnosti, s pomočjo katerih se realizirajo ideje. Za podjetništvo so potrebne kompetence, kot so ustvarjalnost, inovativnost, zaznavanje priložnosti in sprejemanje tveganja ter sposobnost načrtovanja in vodenja virov in projektov za doseganje ciljev. Državljeni EU omenjene kompetence, ki jih lahko imenujemo tudi podjetniško obnašanje, potrebujejo za osebno izpolnitev, socialno vključenost, aktivno državljanstvo in zaposljivost v družbi znanja (European Commission 2012a, 7). Izobraževalni sistem je tisti, ki naj bi zagotovil doseganje opisanega cilja, vendar ne more nadomestiti

potrebnega spodbudnega okolja za podjetništvo. To je lahko razlog, ki odvrča mlade ne samo od ustanavljanja podjetij, ampak tudi od njihovega zanimanja za podjetniško izobraževanje, izziv pa predstavlja tudi kultura, ki ne prepozna prave vrednosti podjetnikov in njihovih podjetniških prizadevanj ter jih tudi ne nagrajuje, kot bi jih morala, torej kot ustvarjalce delovnih mest in dohodka. Da bi podjetništvo postalo gonilo rasti evropskega gospodarstva, potrebuje Evropa tudi temeljito, daljnosežno kulturno spremembo (European Commission 2013, 4), za razvoj podjetniške kulture pa so potrebni ukrepi v celotnem izobraževalnem sistemu (NIRAS Consultants 2008, 14). Izobraževalne ustanove je treba spodbuditi, da postanejo bolj podjetne, s čimer bi zagotovili, da razvijejo podjetniške in inovativne kulture ter delujejo v tem duhu, in to prek svojih poslanstev, vodenja, interesnih skupin, učnih načrtov in učnih rezultatov (European Commission 2013, 6). Podjetniško izobraževanje je ključnega pomena tako za oblikovanje podjetniške miselnosti pri mladih kot tudi za zagotavljanje potrebnih spretnosti in znanj, ki so ključnega pomena za razvoj podjetniške kulture in pozitivnega odnosa do podjetništva (European Commission 2012b, 5).

Podatki o izobrazbi zgodaj podjetniško aktivnih posameznikov za leto 2014 so, po zadnjih dveh letih zaskrbljenosti, tokrat spodbudni (*tabela 2.2* v 2. poglavju), saj se po dveh letih upadanja deleža nastajajočih in novih podjetnikov z visokošolsko izobrazbo ta delež v zadnjem opazovanem letu izboljšuje. Z 39,4 % zgodaj podjetniško aktivnih posameznikov, ki imajo dokončano visokošolsko, univerzitetno ali višjo izobrazbo, se delež najperspektivnejše skupine zgodnjih podjetnikov znova približuje ravni iz leta 2011, ko je znašal kar 46,8 %.

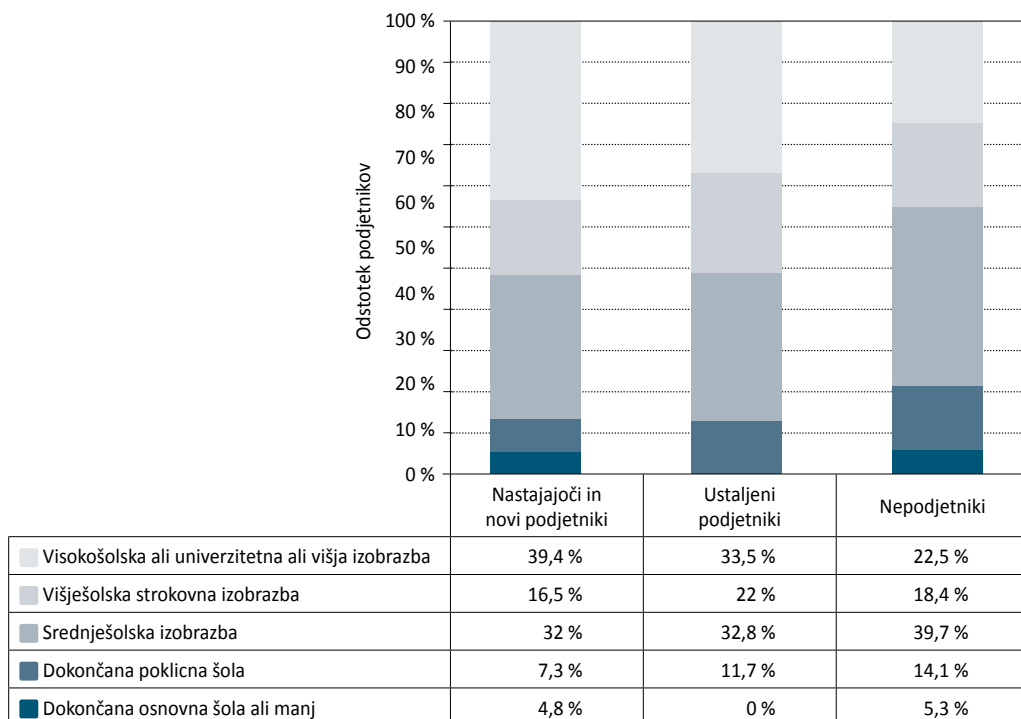
Slika 5.12: Izobrazba novih in nastajajočih podjetnikov v obdobju 2011–2014



GEM Slovenija 2014, APS

Zaznati je tudi dvig izobrazbene ravni ustaljenih podjetnikov, kar je prav tako pozitiven signal, saj višja izobrazbena raven podjetnikov signalizira potencialno kakovostnejšo podjetniško aktivnost, ki se posledično odraža tudi v dvigu celotne gospodarske aktivnosti. V skupini nepodjetnikov tovrstnih premikov v primerjavi z letom prej ni zaslediti in ostajajo na približno enaki ravni v vseh izobrazbenih razredih.

Slika 5.13: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo



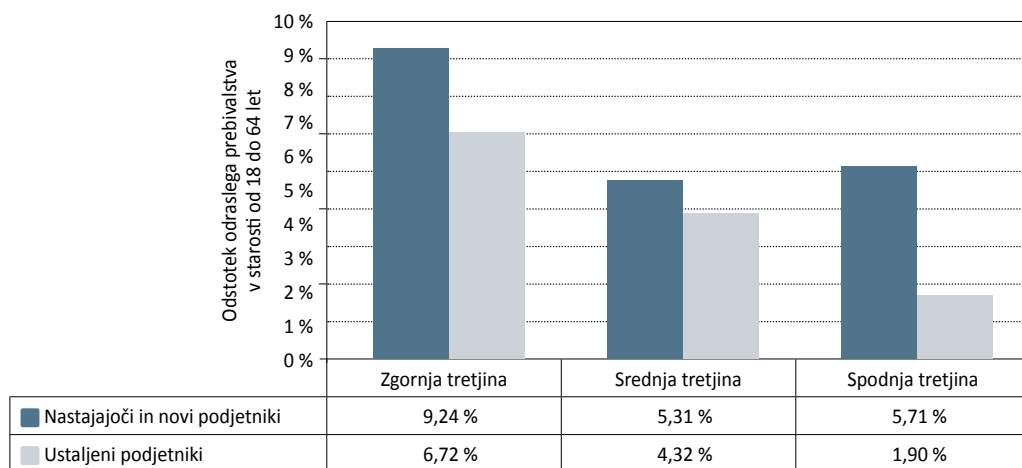
GEM Slovenija 2014, APS

Zaradi velikega pomena kakovostnega in v razvoj usmerjenega podjetništva, katerega nosilci so visoko izobraženi posamezniki, naj poudarimo, da je treba v slovenskem izobraževalnem sistemu zgraditi podjetništvo kot skupno kompetenco vseh učencev, dijakov in študentov, obenem pa tistim, ki imajo večje ambicije, omogočiti, da si zunaj obveznih učnih in študijskih vsebin pridobijo želena podjetniška znanja in veščine. Podjetniško izobraževanje je torej treba vtkati v pedagoški proces na vseh izobraževalnih ravneh in še zlasti s pomočjo akreditiranih študijskih programov na ravni terciarnega izobraževanja. Čeprav dosednji rezultati kažejo na pozitiven razvoj podjetniškega izobraževanja v slovenskem izobraževalnem prostoru, žal na visokošolskih ustanovah še vedno v veliki meri poučujejo predvsem o podjetništvu, premalo pa za podjetništvo. Slednje pomeni sodobno aktualizacijo tega znanja, ki bi slušateljem omogočilo, da bi lahko sami začeli podjetniško kariero, ali pa jih navdušilo, da se tega lotijo kdaj pozneje, bodisi samostojno bodisi v podjetju, v katerem se bodo zaposlili. Tudi akademska klima na univerzah, generalno gledano, še vedno ni naklonjena podjetništvu in izkazuje premalo razumevanja, da podjetniško izobraževanje ni namenjeno samo peščici posameznikov, ki bodo v prihodnosti ustanovili in vodili lastno podjetje, ampak da je jedro podjetniškega izobraževanja predvsem v graditvi veščin, ki bodo študentom omogočile, da se bodo na svoji karierni poti uveljavili kot inovativne, ustvarjalne in podjetne osebe (Rebernik et al. 2014). Podjetništvo lahko namreč opredelimo istočasno kot znanost in umetnost. Pri tem se polje znanosti nanaša na veščine, kompetence in znanje, povezano z rastjo in ustvarjanjem novih podjetij, polje umetnosti pa na domišljijo (ang. *mindset of imagination*), predanost (ang. *commitment*) in strast, povezano z inovacijo (Torrence 2013, 7).

5.5 DOHODEK

Zadnji kriterij demografskih značilnosti podjetniške aktivnosti predstavlja raven dohodkov gospodinjstev podjetnikov in podjetnic. Primerjavo med letoma 2014 in 2013 prikazujemo v GEM-ovi preglednici značilnosti podjetništva v Sloveniji v drugem poglavju (*tabela 2.2*). Gospodinjstva so glede na dohodek razdeljena na tretjine (zgornja, srednja in spodnja tretjina).

Slika 5.14: Podjetniška aktivnost glede na dohodek



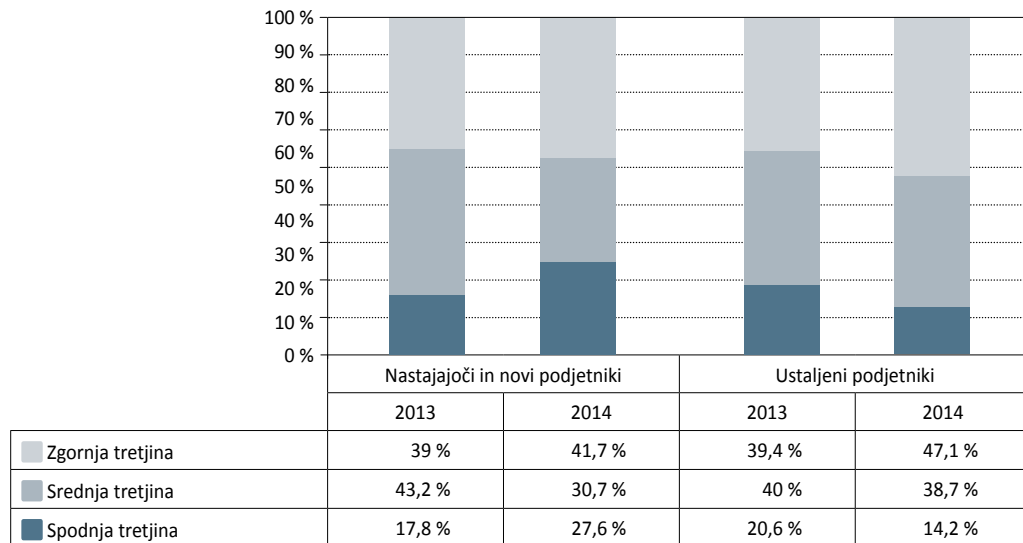
GEM Slovenija 2014, APS

Odraslo prebivalstvo zgornjega dohodkovnega razreda (*slika 5.14*) je prispevalo največji delež tako zgodnje kot tudi ustaljene podjetniške aktivnosti. Iz tega dohodkovnega razreda je bilo leta 2014 podjetniško aktivnih skoraj 16 % odraslega prebivalstva. V primerjavi z dobrimi 8 % v letu 2013 je zaznati precejšen porast podjetniške aktivnosti najbogatejših posameznikov. V srednjem dohodkovnem razredu je bilo podjetniško aktivnih slabih 10 % prebivalstva, v spodnjem dohodkovnem razredu pa slabih 8 % prebivalstva. Opazen je bistven dvig zgodnje podjetniške aktivnosti spodnjega dohodkovnega razreda, ki s 5,7 % celo presega raven aktivnosti predstavnikov srednjega razreda. Gre za odstopanje v primerjavi s preteklimi podatki, ki navaja k predpostavki, da je tovrstno aktivnost v zadnjem letu zaradi izjemno neugodnih razmer na trgu dela in visoke stopnje brezposelnosti spodbudilo podjetništvo zaradi nuje. Seveda je protiutež temu podatku izjemno visoka raven (9,2 %) zgodnje podjetniške aktivnosti tistih, ki imajo najvišje dohodke, saj predpostavljamo, da gre za posameznike, ki lahko z višjo ravniyo razpoložljivih finančnih virov tudi lažje dostopajo do različnih alternativnih oblik financiranja, nujno potrebnih za udejanjanje smejejših podjetniških podvigov.

Na *sliki 5.15* prikazujemo deleže nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov glede na posamezni dohodkovni razred. Primerjava z letom 2013 (*tabela 2.2*) kaže znaten padec deleža novih in nastajajočih podjetnikov med uvrščenimi v srednji dohodkovni razred (s 43,2 % na 30,7 %) in že omenjeni porast skupine posameznikov iz spodnjega dohodkovnega razreda. Gre za izrazit pokazatelj »izginjanja« tako imenovanega srednjega sloja prebivalstva, ki nakazuje na večanje razlik med skupinama bogatih na eni strani in revnejših slojev prebivalstva na drugi. Med ustaljenimi podjetniki po drugi strani beležimo povečan delež tistih iz zgornje dohodkovne

ravni (z 39,4 % leta 2013 na 47,1 % v letu 2014) in znaten padec tistih z najnižje dohodkovne ravni (z 20,6 % leta 2013 na 14,2 % v letu 2014). Upadel je tudi delež ustaljenih podjetnikov s srednje dohodkovne ravni (s 40 % leta 2013 na 38,7 % v letu 2014).

Slika 5.15: Dohodkovni razredi in podjetništvo



GEM Slovenija 2014, APS



Ustvarjalnik, pospeševalnik mladinskega podjetništva

Ustvarjalnik je pospeševalnik mladinskega podjetništva, pravijo mu tudi »podjetniški peskovnik«. Mlade uči, kako se je mogoče preživljati s svojimi veščinami, in jih spodbuja, da iz svojega hobija, talenta ali veščine ustvarijo lastno podjetje. Ustvarjalnik je socialno podjetje, ki po srednjih šolah po vsej državi organizira podjetniške krožke. Na njih se dijaki srečujejo enkrat tedensko in v letu dni izpeljejo svoj prvi podjetniški projekt. V Ustvarjalniku se mladi prav s tem, ko izpeljejo svoj prvi projekt, naučijo, kako uresničiti svoje ideje. Tako se naučijo sami najti priložnosti, posledično pa so bistveno bolj zaposljivi od svojih vrstnikov in se ne bojijo negotove prihodnosti.

Od svojih začetkov leta 2005 je Ustvarjalnik izvajal svoje programe že na več kot tretjini vseh srednjih šol v Sloveniji. Vsako leto je na poletnih taborih, konferencah, delavnicah in izmenjavah angažiral več kot 1.000 dijakov. Ti so doslej razvili več kot 30 poslovnih projektov, od katerih jih nekaj še uspešno deluje. Dve ekipi sta za razvoj projektov pridobili celo vlagatelje, še dve pa bosta svoje projekte razvijali naprej pod okriljem pospeševalnikov v ZDA.

Ustvarjalnikovo dejavnost tvorijo trije ključni programski stebri. Prvi steber predstavlja celoletni podjetniški program, ki je jedro njihovega delovanja. Tvorijo ga podjetniški krožki, na katerih se mladi prvič srečajo s podjetništvom. Mlade najprej soočijo z izzivi zunaj učilnice: fotografirati se morajo z znano osebnostjo, prodati morajo neki izdelek ... Kasneje to znanje

uporabijo pri razvoju svojega prvega podjetja, ki ga ustanovijo v okviru krožka. Drugi steber predstavlja mentorstvo posameznikom in ekipam. Mladim pomagajo pridobiti prve poslovne izkušnje in jih tudi razbremeniti skrbi, če bi na svoji poti naredili kakšno napako, ker so napake vir učenja in sestavni del dolgoročnega uspeha. Ustvarjalnikovi mentorji ekipam in mladim podjetnikom pomagajo do poslovnega uspeha s svojimi nasveti, kontakti in usmeritvami. Tretji steber pa predstavlja tako imenovani Peskovnik, ki nudi vse, kar je potrebno za začetek posla. Mladi lahko pri njih dobijo prostor za delo, dostop do ponudnikov storitev, kot so domene, gostovanje itd. Leta 2015 se je Ustvarjalnik preselil v nove prostore v Ljubljani.

Ustvarjalnik se je že začel uspešno širiti tudi v tujino, saj so tako v Italiji kot na Hrvaškem začeli izvajati pilotne krožke, nekateri udeleženci teh krožkov pa so že prejeli povabila, da svoje podjetniško izobraževanje nadaljujejo v ZDA. Lani so v delovanju Ustvarjalnika prepoznali potencial tudi investitorji iz ZDA, predvsem na področju spopadanja z brezposelnostjo med mladimi po vsem svetu, zato so jih podprli z željo, da bi se model čim prej razširil po svetu. Investitorje so spoznali s pomočjo »Unreasonable Institute«, ki jih je sprejel v svoj program. Po besedah Matije Goljarja je v Ustvarjalnik sredstva vložilo več vlagateljev, ki jih kot vodilni investitor vodi Ron Boehm iz sklada BOMA Invest. Pri investiciji sodeluje tudi Peter Ribarič iz Silicijevih vrtičkov. S prejemom investicije so »odrasli« v resno podjetje, saj bodo s pridobljenimi sredstvi pokrili stroške profesionalizacije ekipe in razširitve delovanja. »S svojim delovanjem smo prepričali svetovno znane strokovnjake s področja izobraževanja in podjetništva, da so s finančnim vložkom podprli razvoj mladinskega podjetništva v Sloveniji. Gre za prelomno investicijo: prvi neposreden tuji vložek v slovenski podjetniški ekosistem,« je za enega slovenskih medijev izjavil Matija Goljar.

V Ustvarjalniku model delovanja intenzivno razvijajo. Pri tem jim s povratnimi informacijami pomagajo mladi sami, prav tako pa tudi člani strokovnega odbora, in sicer Eric Glustrom, ustanovitelj iniciative Educate! z univerze Watson, Danielle Strachman, vodja Fundacije Petra Thiela, ki vsako leto vложи 100.000 dolarjev v 20 mladih s podjetniško idejo, Banks Benitez, avtor metodologije Unreasonable Institute, in Boštjan Špetič iz Zemante.

Več informacij: <http://www.ustvarjalnik.org/>

6 Podjetniške aspiracije

Raziskava GEM zajema in analizira podatke o podjetniški aktivnosti, pri čemer je zagon novega podjetja zagotovo zelo pomembna komponenta, ki pa brez rasti in razvoja podjetja za razvoj gospodarstva nima zadostne vrednosti. Ključna cilja vsakega gospodarstva sta namreč predvsem zagotavljanje delovnih mest in ustvarjanje dodane vrednosti. Rastoča podjetja sicer predstavljajo le manjši delež v številu subjektov v populaciji podjetij, vendar pa so daleč največji vir novih delovnih mest. Tako na primer Bravo-Biosca s sodelavci (2013) navaja podatek, da v Veliki Britaniji hitro rastoča podjetja, ki jih je v populaciji podjetij z 10 in več zaposlenimi le 6,4 %, zagotavljajo kar 64 % vseh delovnih mest. Kljub zelo jasnim podatkovnim podlagam, ki kažejo na pomen hitro rastočih podjetij, pa ta podjetja žal niso deležna ustrezne pozornosti vladnih politik, saj pomen podjetništva, še posebej zelo ambicioznega, v družbi velikokrat ni povsem jasno in pravilno razumljen. Vzrok za to je delno v slabi empirični pojasnitveni vplivov, delno pa v nerazumevanju oziroma nepoznavanju strokovnih ugotovitev raziskav v strokovni in laični javnosti.

Zato smo si v okviru raziskave GEM zadali izziv, da z merjenjem aspiracij podjetnikov po ustvarjanju novih delovnih mest, po uporabi sodobnih tehnologij ter aspiracij po usmerjenosti v internacionalizacijo poslov boljše pojasnimo ekonomski pomen podjetnikov in njihov prispevek h gospodarski dinamiki družbe ter jih predstavimo javnosti. Te oblike podjetniških aspiracij so namreč pozitivno povezane z gospodarskim razvojem (Wennekers et al. 2010). V okviru tega poglavja se osredotočamo na podjetnike oziroma njihove podjeme v zgodnjih fazah podjetništva.

6.1 USMERJENOST V RAST

Podjetnikove aspiracije po rasti podjetja oziroma podjema v zgodnjih fazah podjetništva predstavljajo ključno dimenzijo pri pojasnjevanju njegovega ekonomskega vpliva na družbo. Razlike v aspiracijah podjetnikov med državami se praviloma odražajo tudi v številu ustvarjenih delovnih mest v teh državah (Stam et al. 2012). Rast podjetja, ki je povezana z ustvarjanjem novih zaposlitev, je namreč ključnega pomena za gospodarski razvoj in ustvarjanje blaginje. Ustvarjanje novih delovnih mest je še posebej pomembno v času krize, ko je postalo primarni cilj praktično vseh vlad, zato je proučevanje in razumevanje rasti zelo pomembno.

Podjetnikovo usmerjenost v rast analiziramo na osnovi njegovih ocen o tem, koliko novih delovnih mest bo njegovo podjetje zagotovilo v naslednjih petih letih. S tem pomembno dopolnjujemo informacije, ki nam jih podaja indeks TEA; ta kaže količino podjetniške aktivnosti, ko želimo razumeti in pojasniti vpliv posameznih podjetnikov na ekonomijo. Namere za rast

so namreč v populaciji podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva v posameznih družbah zelo različne in jih je dobro natančneje poznati in razumeti.

V okviru raziskave GEM zato vprašamo podjetnike v zgodnjih fazah podjetništva, koliko novih delovnih mest bodo predvidoma ustvarili v prihodnjih petih letih. Odgovor dobimo tako, da jih povprašamo, koliko ljudi zaposluje njihovo podjetje (brez lastnikov) v času anketiranja in kolikšno bo to število po njihovem mnenju čez pet let. Podjetnikove ambicije po rasti so opredeljene kot razlika med obema vrednostma in so tako podjetnikova subjektivna ocena o tem, koliko novih delovnih mest bo podjetje zagotovilo v prihodnjih petih letih obstoja. Podjetnikove ocene lahko temeljijo na strokovnih ocenah o potencialu posla za rast ali pa predstavljajo le njihove želje po rasti, v poslu samem pa nimajo trdnih podlag. Zato se moramo seveda zavedati omejitev pri raziskovanju aspiracij po rasti, saj imajo podjetniki ob stopanju na podjetniško pot z novim podjemom velikokrat zelo nerealna pričakovanja in želje po rasti svojih podjetij v prihodnosti (Rebernik et al. 2011), kar pomeni, da se veliko pričakovanj o rasti v praksi dejansko ne realizira. Je pa zagotovo pomembno, da imajo podjetniki želje po rasti, saj velja, da se dejanska rast podjetja realizira zelo redko, če podjetnik nima teh ambicij (Stam et al. 2012). Zato lahko predpostavljamo, da bo v državah z višjo ugotovljeno stopnjo aspiracij podjetnikov po rasti njihovih podjetij ustvarjenih tudi relativno več novih delovnih mest.

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

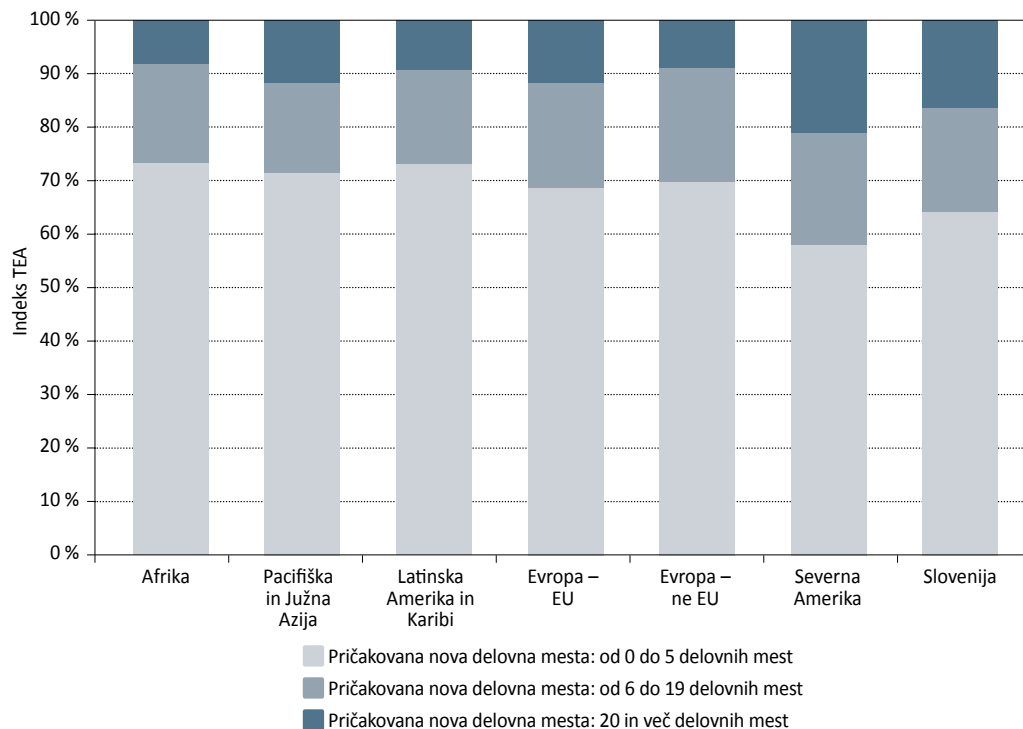
- majhno rast števila novih delovnih mest (od 0 do 5 novih delovnih mest v petih letih),
- srednjo rast števila novih delovnih mest (od 6 do 19 novih delovnih mest v petih letih) in
- veliko rast števila novih delovnih mest (nad 20 novih delovnih mest v petih letih).

Iz prikaza na *sliki 6.1* lahko razberemo, da so pričakovanja podjetnikov glede rasti števila zaposlenih po posameznih globalnih geografskih regijah precej različna. Struktura različnih pričakovanj o rasti števila zaposlenih je prikazana v stolpcih, ki prikazujejo strukturo pričakovanj o majhni, srednji oziroma veliki rasti števila zaposlenih. To je v odstotkih natančneje prikazano v *tabeli 6.1*, v kateri je prikazan tudi odstotek tistih podjetnikov znotraj TEA, ki niso odgovorili oziroma odgovora niso vedeli.

Podjetniki v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti v Afriki imajo zelo nizka pričakovanja o zaposlovanju, saj na primer na tej celini le 6,7 % podjetnikov začetnikov načrtuje več kot 20 novih zaposlitev. Je pa po drugi strani pomembna primerjava s podatkom o zgodnji podjetniški aktivnosti, pri čemer pa Afrika z indeksom TEA 26,0 zelo prednjači, na primer pred Severno Ameriko (13,4), evropskimi državami članicami EU (7,8) in še posebej pred Slovenijo (6,3). Toda podjetniki so v naštetih globalnih regijah in tudi v Sloveniji pri svojih podjemih bistveno bolj ambiciozno usmerjeni v rast zaposlovanja, saj v Severni Ameriki kar 18,2 % podjetnikov začetnikov načrtuje več kot 20 novih zaposlitev, v Evropski uniji 9,3 % in v Sloveniji 13,0 %.

Iz podatkov v *tabeli 6.1* tudi izhaja, da v evropskih državah, ki niso članice EU, 6,6 % zgodnjih podjetnikov predvideva rast v višini 20 in več zaposlitev, pri čemer pa imajo žal hkrati tudi nizek indeks TEA (6,0).

Slika 6.1: Pričakovanja podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva glede rasti števila zaposlenih po posameznih globalnih geografskih regijah in Sloveniji kot delež indeksa TEA (v %)



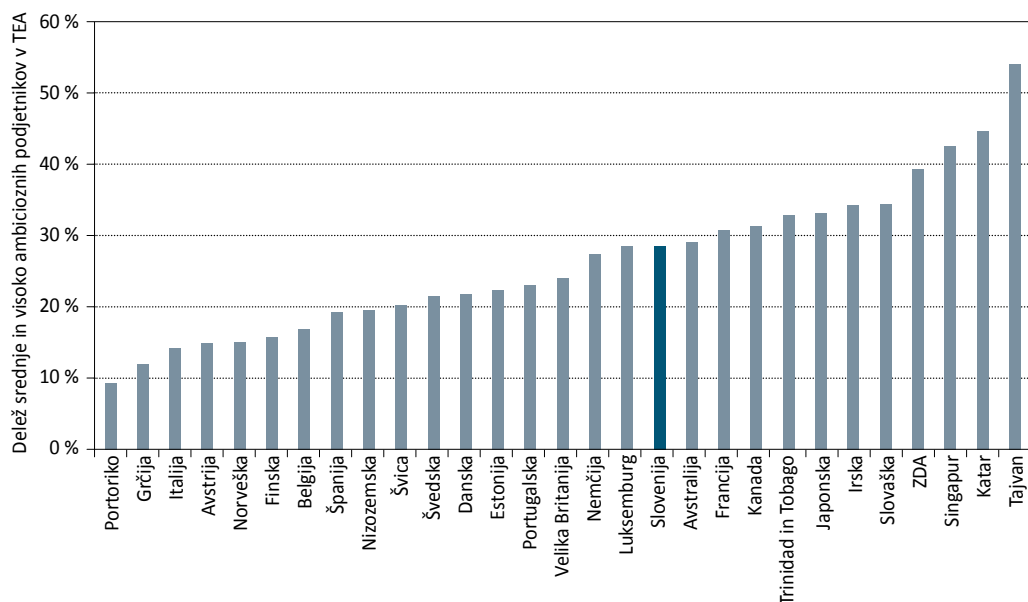
GEM Slovenija 2014, APS

Tabela 6.1: Pričakovanja podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva glede rasti števila zaposlenih po posameznih globalnih geografskih regijah in Sloveniji kot delež indeksa TEA (v %), GEM 2014, APS

Pričakovano število novih delovnih mest	Globalna geografska regija						
	Afrika	Pacifiška in Južna Azija	Latinska Amerika in Karibi	Evropa – EU	Evropa – ne EU	Severna Amerika	Slovenija
pričakovana nova delovna mesta: od 0 do 5 delovnih mest	61,0 %	58,3 %	59,8 %	54,3 %	52,6 %	50,2 %	51,2 %
pričakovana nova delovna mesta: od 6 do 19 delovnih mest	15,3 %	13,7 %	14,4 %	15,5 %	16,1 %	17,9 %	15,6 %
pričakovana nova delovna mesta: 20 in več delovnih mest	6,7 %	9,5 %	7,5 %	9,3 %	6,6 %	18,2 %	13,0 %
ni odgovora oziroma ne ve odgovora	83,0 %	81,5 %	81,7 %	79,1 %	75,3 %	86,3 %	79,8 %
indeks TEA 2014	26,0	13,0	17,6	7,8	6,0	13,4	6,3

Podatki raziskave GEM v letu 2014 kažejo, da so podjetniške aspiracije slovenskih podjetnikov po rasti v letu 2014 zanihale navzdol. V letu 2014 je bil tako delež nastajajočih in novih podjetij, ki načrtujejo 6 in več novih zaposlitev v prihodnjih petih letih, 29 % in se je v primerjavi z letom 2013 znižal za 6 odstotnih točk (s 35 %). Še vedno pa se Slovenija uvršča v skupino držav z relativno visokimi ambicijami podjetnikov po rasti in se med inovacijskimi gospodarstvi uvršča v zlato sredino (*slika 6.2*). Slovenski podjetniki očitno verjamejo v svoje sposobnosti in se spogledujejo predvsem z obetavnimi tržnimi nišami in tujimi trgi, kar v zadnjem času tudi prispeva h krepitvi gospodarske rasti v Sloveniji. Sicer pa so bile najvišje uvrščene države med inovacijskimi gospodarstvi v letu 2014 Tajvan, Katar, Singapur, ZDA, Slovaška in Irska. Najnižja pričakovanja v smislu rasti števila novih delovnih mest so beležili Portoriko, Grčija, Italija, Avstrija, Norveška, Finska, Belgija, Španija, Nizozemska, Švica, Švedska, Danska, Estonija, Portugalska, Velika Britanija, Nemčija, Luksemburg, Slovenija, Avstralija, Francija, Kanada, Trinidad in Tobago, Japonska, Irska, Slovaška, ZDA, Singapur, Katar, Tajvan.

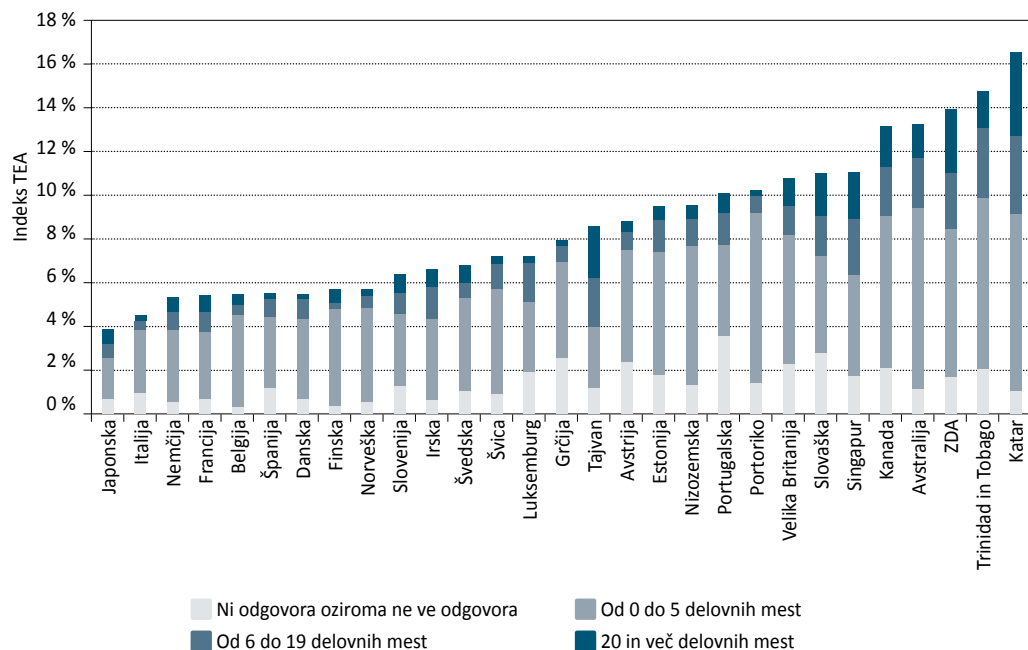
Slika 6.2: Delež zgodnjega podjetništva s srednjo in visoko stopnjo ambicioznosti pri zaposlovanju (več kot pet novih zaposlitev v prihodnjih petih letih)



GEM Slovenija 2014, APS

Na *sliki 6.3* prikazujemo pričakovanja podjetnikov v nastajajočih in novih podjetjih (TEA) glede rasti števila zaposlenih po posameznih državah iz skupine inovacijskih gospodarstev, vključenih v raziskavo GEM. Struktura njihovih odgovorov je prikazana znotraj indeksa TEA, pri čemer smo dodali tudi tiste podjetnike, ki niso odgovorili ali pa odgovora niso vedeli, tako da vsi odgovori predstavljajo celoten indeks TEA. Države smo razvrstili od tistih z najnižjim do tistih z najvišjim indeksom TEA, kar na *sliki 6.3* ponazarja višina stolpca.

Slika 6.3: Zgodnja podjetniška aktivnost, merjena z indeksom TEA, v inovacijskih gospodarstvih s strukturo aspiracij po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih



GEM Slovenija 2014, APS

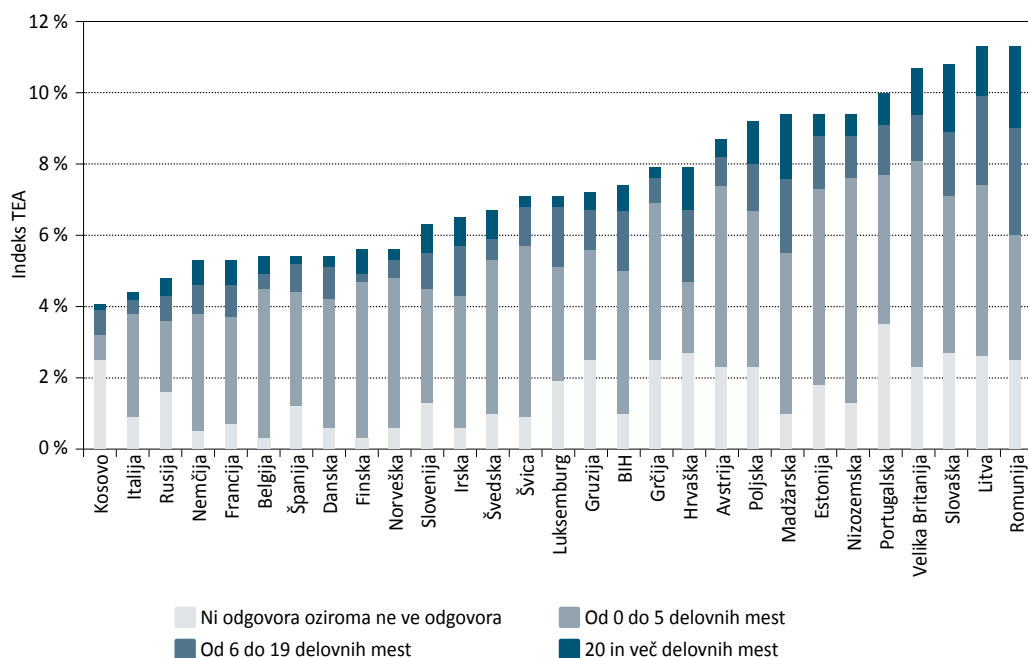
Če podrobneje analiziramo skupino inovacijskih gospodarstev, vključenih v raziskavo GEM, lahko ugotovimo, da imajo podjetniki v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti v določenih državah zelo nizka pričakovanja o zaposlovanju, saj jih v naslednjih letih zelo malo načrtuje ustvariti 6 in več delovnih mest, in sicer 9 % v Portoriku, 12 % v Grčiji, 14 % v Italiji in 15 % na Norveškem.

Velik delež podjetnikov s srednjo in visoko stopnjo aspiracij po rasti lahko zasledimo v neevropskih državah, in sicer na Tajvanu (54 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti oziroma 4,6 % delovno aktivnega prebivalstva), v Singapurju (43 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti oziroma 4,7 % delovno aktivnega prebivalstva), Katarju (45 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti oziroma 7,3 % delovno aktivnega prebivalstva) in v ZDA (39 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti oziroma 5,4 % delovno aktivnega prebivalstva). Vse navedene države poleg visokega deleža podjetnikov z visokimi pričakovanji glede rasti zaposlovanja (6 in več pričakovanih novih delovnih mest) sočasno izkazujejo tudi visok delež zgodnje podjetniške aktivnosti, merjene z indeksom TEA, kar kaže na izjemno gospodarsko dinamiko teh inovativnih gospodarstev. Med državami iz skupine inovacijskih gospodarstev se med evropskimi državami najboljše uvrščata Slovaška (34 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti oziroma 3,8 % delovno aktivnega prebivalstva) in Irska (34 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti oziroma 2,2 % delovno aktivnega prebivalstva).

Če pa ločeno analiziramo le skupino evropskih držav (slika 6.4), po deležu podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti s srednjo in visoko stopnjo aspiracij po rasti pozitivno izstopajo predvsem Romunija (47 % podjetnikov oziroma 5,3 % delovno aktivnega prebivalstva),

Madžarska (41 % podjetnikov oziroma 3,9 % delovno aktivnega prebivalstva) in Hrvaška (41 % podjetnikov oziroma 3,2 % delovno aktivnega prebivalstva). V Sloveniji je v letu 2014 izražalo srednje oziroma visoke stopnje aspiracij po rasti zaposlovanja 29 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti, kar je predstavljalo 1,8 % delovno aktivnega prebivalstva. V skupini evropskih držav (slika 6.4) zelo nizka pričakovanja po rasti zaposlovanja izkazujejo podjetniki v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti v Grčiji (13 % jih bo predvidoma v naslednjih petih letih ustvarilo 6 ali več delovnih mest). Na Norveškem in v Italiji je takšnih le 14 %, v Avstriji pa samo 15 %.

Slika 6.4: Zgodnja podjetniška aktivnost, merjena z indeksom TEA, v evropskih gospodarstvih s strukturo aspiracij po rasti števila novih delovnih mest v prihodnjih petih letih

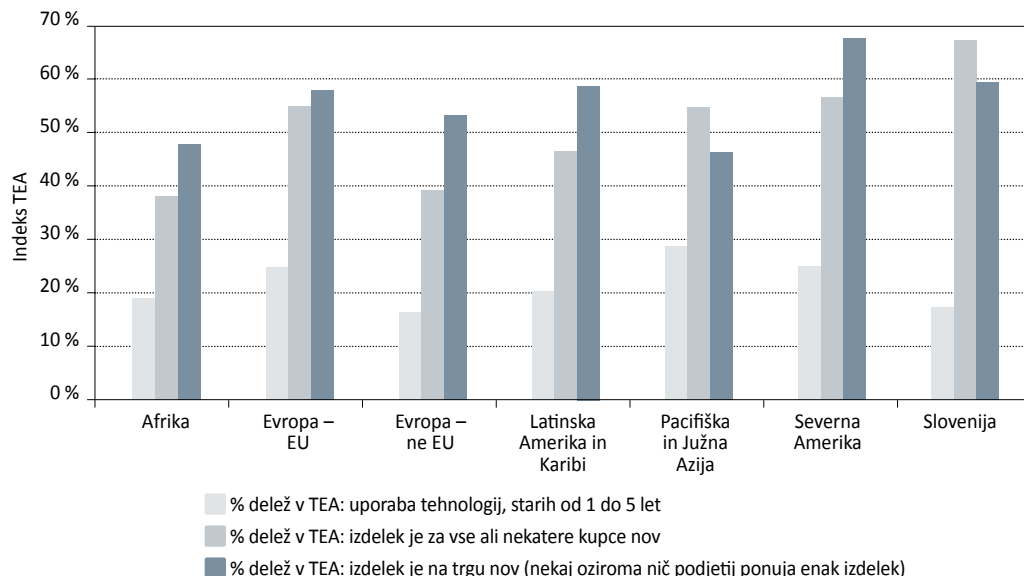


GEM Slovenija 2014, APS

6.2 INOVACIJSKA NARAVNANOST

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

Slika 6.5: Inovacijska naravnost podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti (TEA) v letu 2014 po posameznih globalnih geografskih regijah in v Sloveniji



GEM Slovenija 2014, APS

Na *sliki 6.5* je prikazan delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti (TEA) v letu 2014 po posameznih globalnih geografskih regijah in v Sloveniji; ti podjetniki izražajo inovativen značaj, merjen z:

- deležem podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti TEA, ki ocenjujejo, da imajo izdelek ali storitev, ki je nov(a) za nekatere ali celo vse potencialne kupce, in
- deležem podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti TEA, ki ocenjujejo, da so na trgu novi, saj takšen izdelek ali storitev na trgu ponuja le malo drugih podjetij ali celo nobeno.

Dodali smo tudi podatek o deležu podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti TEA, ki ocenjujejo, da uporabljajo relativno nove tehnologije, to je tiste, ki so stare od 1 in 5 let.

Kot pri vrsti drugih kazalnikov lahko tudi glede inovativnosti opazimo, da delež podjetij, ki imajo inovativen značaj, v povprečju narašča z gospodarsko razvitostjo. Če primerjamo globalne geografske regije, lahko najvišjo stopnjo inovativnosti izmerimo v gospodarstvih Severne Amerike, in sicer po obeh kriterijih, čeprav imajo same zelo velik lastni notranji trg z relativno zelo visoko kupno močjo v primerjavi z drugimi geografskimi regijami.

Pacifiška in Južna Azija izražata drugačen vzorec, in sicer relativno visoko stopnjo inovativnosti novih izdelkov oziroma storitev, po drugi strani pa ne tako visoke usmeritve v nove trge, kar lahko najverjetneje pripišemo izjemni velikosti njihovega lastnega notranjega trga. Afrika je po obeh merilih inovativnosti zelo nizko, pri čemer povprečno višino kazalnika dodatno dviga pozitiven vpliv rezultata Južne Afrike.

Iz globalnega poročila GEM 2014 izhaja, da so določene države, ki se trudijo izboljšati oba vidika inovativnosti. Kot dober primer se izpostavlja Čile, kjer zelo visok delež podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva izraža, da imajo izdelek ali storitev, ki je nov za nekatere ali celo vse potencialne kupce (89 %), hkrati pa jih 59 % izraža, da so njihovi izdelki ali storitve na trgu novi, saj je na trgu zelo malo ali celo nič konkurentov.

Tudi Slovenija se po merilu inovativnosti uvršča zelo visoko, saj kar 58 % podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva izraža, da imajo izdelek ali storitev, ki je nov za nekatere ali celo vse potencialne kupce. Po tem kazalniku so visoko tudi druge države iz EU, in sicer najvišje z 71 % Luksemburg, sledijo z 69 % Italija, 64 % Poljska, 63 % Slovaška. Samo malo slabše od Slovenije so se v letu 2014 odrezale Danska (57 %), Francija (51 %) in Irska (50 %).

Če primerjamo vrednost za Slovenijo v letu 2014 z vrednostma v letih 2013 in 2012, lahko ugotovimo, da se je izmerjena raven inovativnosti izdelkov oziroma storitev podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti bistveno izboljšala. Delež podjetnikov, ki poročajo, da so njihovi izdelki za vse ali vsaj za nekatere kupce novi, se je namreč povečal za kar 10 odstotnih točk glede na leto 2013 in 9 glede na leto 2012 (z 58 % v letu 2014, 48 % v letu 2013 in 49 % v letu 2012).

Prav tako je Slovenija visoko po kazalniku usmeritve v nove trge, saj 51 % podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva izraža, da so njihovi izdelki ali storitve na trgu novi, saj da je na trgu zelo malo ali celo nič konkurentov. Še višjo stopnjo novosti svojih izdelkov oziroma storitev za trg izražajo švedski (62 %), danski (61 %), francoski (61 %), hrvaški (59 %), estonski (57 %), irski (55 %), avstrijski (53 %) in nemški (52 %) podjetniki TEA. Podoben rezultat kot slovenski so izkazali belgijski (51 %), grški (51 %) in nizozemski (51 %) podjetniki TEA, presenetljivo nizkega pa italijanski (29 %) in finski (33 %).

Na *sliki 6.5* prikazujemo tudi delež nastajajočih in novih podjetnikov, ki menijo, da uporabljajo relativno nove tehnologije – takšne, ki niso starejše od pet let. Delež takšnih zgodnjih podjetnikov je leta 2014 v Sloveniji znašal 15 %, kar je identično kot leta 2013, vendar bistveno manj kot leta 2012 (25 %). Po tem kazalniku so bistveno boljše od Slovenije globalne regije Severna Amerika (21 %), Pacifiška in Južna Azija (25 %) in tudi države EU (21 %). Slabši rezultat kot Slovenija je beležila le globalna regija drugih evropskih držav, ki niso članice EU (14 %).

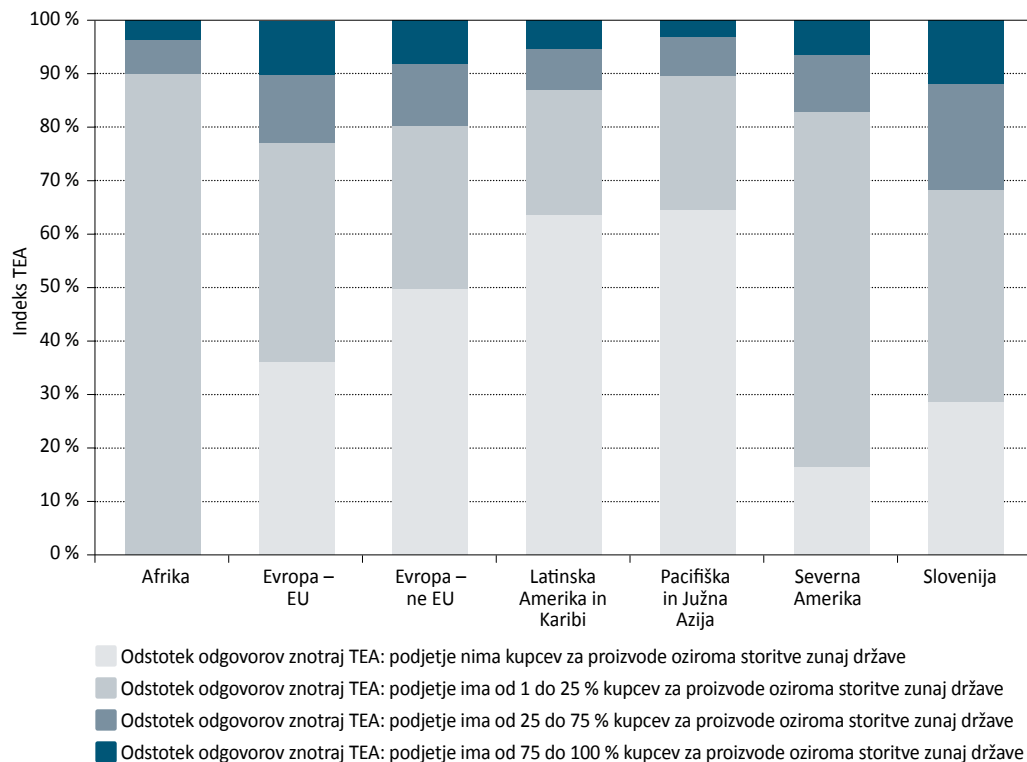
6.3 INTERNACIONALIZACIJA

Praktično vsako gospodarstvo je ne glede na svojo velikost tudi del globalnega gospodarstva, zato je pomembno, da poskušamo meriti in razumeti, kako lahko internacionalizacija poslovanja podjetij prispeva k rasti podjetij in posledično celotnega gospodarstva. GEM loči štiri razrede intenzivnosti internacionalizacije, in sicer glede na kriterij deleža kupcev izdelkov oziroma storitev podjetij zunaj njihove države:

- prvi razred: podjetje nima kupcev za proizvode oziroma storitve zunaj države,
- drugi razred: podjetje ima od 1 do 25 % kupcev za proizvode oziroma storitve zunaj države,
- tretji razred: podjetje ima od 25 do 75 % kupcev za proizvode oziroma storitve zunaj države in
- četrti razred: podjetje ima od 75 do 100 % kupcev za proizvode oziroma storitve zunaj države.

S stopnjo internacionalizacije zgodnje podjetniške aktivnosti, ki je tesno povezana z rastjo in konkurenčnostjo podjetij, torej merimo podjetniške aspiracije nastajajočih in novih podjetnikov po izvozu izdelkov ali storitev. Ocena zajema tako neposredni izvoz kakor tudi morebitno internetno prodajo v tujini ter nakupe tujcev v proučevani državi. Na *sliki 6.6* je prikazana intenzivnost internacionalizacije v Sloveniji in v posameznih globalnih geografskih regijah.

Slika 6.6: Intenzivnost internacionalizacije podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti (TEA) v letu 2014 po posameznih globalnih geografskih regijah in v Sloveniji

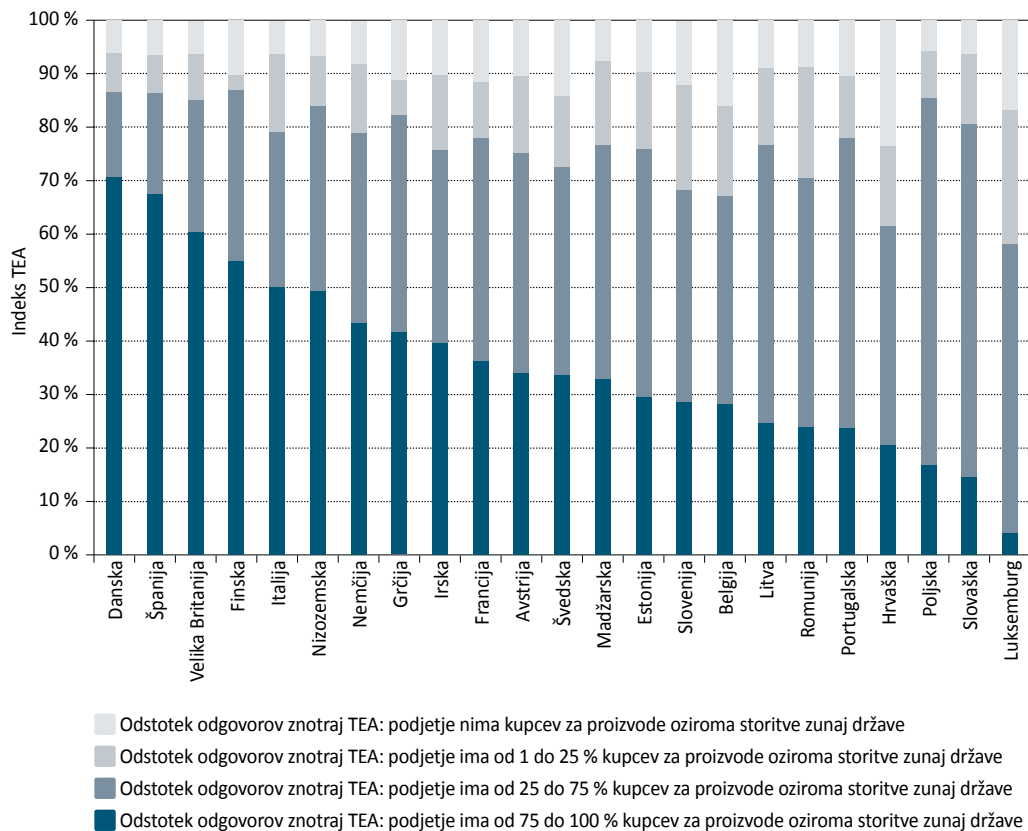


GEM Slovenija 2014, APS

Nacionalna gospodarstva, zajeta v globalno geografsko regijo Afrika, izkazujejo najnižje stopnje internacionalizacije (skoraj 70 % podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti TEA nima kupcev za svoje proizvode oziroma storitve zunaj države). Izjema je le Južna Afrika s 26 % podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti, ki imajo več kot 25 % kupcev v tujini.

Najvišja stopnja internacionalizacije (več kot 25 % kupcev v tujini) med podjetniki v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti je bila izmerjena v nekaterih državah Evropske unije (slika 6.7), in sicer: v Luksemburgu 42 % podjetij, na Hrvaškem 38 %, v Belgiji 33 % in v Sloveniji 32 %. Podobno velja za evropske države, ki niso članice EU, med katerimi je v internacionalizacijo najbolj usmerjeno Kosovo s 33 % podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti, ki imajo več kot 25 % kupcev v tujini, sledi Švica z 31 % podjetnikov, usmerjenih v izvoz svojih izdelkov oziroma storitev. Visoko stopnjo internacionalizacije med globalnimi geografskimi regijami dosega tudi Severna Amerika s 17 % podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti, ki imajo več kot 25 % kupcev v tujini, pri Pacifiški in Južni Aziji in Afriki pa je takih podjetnikov le 10 %.

Slika 6.7: Intenzivnost internacionalizacije podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti (TEA) v letu 2014 po državah Evropske unije



GEM Slovenija 2014, APS

Analiza za Slovenijo kaže, da je leta 2014 delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov oziroma storitev prihaja iz tujine, znašal 32 % (26 % leta 2013). To pomeni, da se je v letu 2014 ta delež, ki je leta 2013 znašal 26 %, leta 2012 32 % in leta 2011 23 %, izenačil na najvišjo raven v zadnjih štirih letih. To je vsekakor spodbuden pozitiven premik, ki nakazuje, da se podjetniki v Sloveniji zavedajo pomena mednarodnih trgov. Ti so za majhne države še kako pomembni, saj brez internacionalizacije ni mogoče dosegati primerne velikosti podjetja in s tem tudi ne zadostne ekonomije obsega in razpona. Je pa seveda jasno, da bo ob približno enaki stopnji razvitosti v velikih državah sorazmerno manj internacionaliziranih podjetij, saj je možno tudi na domačem tržišču dosegati dovolj prostora za rast.



Slovenski forum inovacij

Slovenski forum inovacij je osrednja nacionalna prireditev, posvečena inovativnosti. Njen namen je predstaviti najboljše in najbolj perspektivne inovativne proizvode, storitve in poslovne modele oziroma poslovne procese. Slovenski forum inovacij je dvodnevna prireditev, na kateri se predstavijo najboljše inovacije v slovenskem prostoru in tako kar najbolje prikažejo inovacijsko moč Slovenije. Tovrstni dogodki so najboljša praksa v svetu za predstavitev inovativnih idej in izumov ter navezavo stikov za nadaljnji razvoj. Poleg javne predstavitve inovacij, ki poteka na stojnicah, podprtih s sodobno multimedijско tehnologijo, je organizirana še cela vrsta izobraževalnih predavanj, kakor tudi prostor za bilateralna srečanja med inovatorji in potencialnimi investitorji, partnerji ter svetovalci. Na forumu se torej vsako leto že tradicionalno zbere inovativni potencial Slovenije, na njem pa se predstavijo inovacije, ki imajo tržni potencial, odpirajo nova delovna mesta in povečujejo konkurenčnost gospodarstva ter blaginjo slovenske družbe. Forum, ki je izjemnega nacionalnega pomena, organizira javna agencija SPIRIT Slovenija s finančno podporo Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo.

Lansko leto je forum potekal že devetič in znova dokazal, da v Sloveniji inovativnega duha nikakor ne primanjkuje. Na dogodku se je predstavilo 47 izbranih inovacij, ki jih je strokovna komisija izbrala med 144 prijavi; poslali so jih podjetja, inovatorji in podjetniki posamezniki, raziskovalno-razvojne inštitucije ter študenti in dijaki. Med prijavi izstopa število prijavljenih inovativnih izdelkov, ki jih je bilo kar 85, sledijo jim inovativne storitve (35) in inovativni poslovni

modeli (24), pri čemer v zadnjih letih inoviranje storitev in poslovnih modelov pridobiva pomen. Inovacije oziroma inovacije prihajajo iz zelo raznolikih vsebinskih področij, največ s področja izobraževanja, ekologije, informatike, medicine, logistike, športa, energetike. Ob tem velja poudariti, da se iz leta v leto povečuje delež prijav, ki izkazujejo interdisciplinarno naravo. Lani so največ prijav oddala mikro, mala in srednja podjetja, in sicer 71, sledili so jim inovatorji posamezniki ali skupine inovatorjev s 44 prijavami, 15 prijav so oddale razvojno-raziskovalne organizacije, 8 dijaki, študenti in mladi raziskovalci, 6 pa velika podjetja.

Prijavljene inovativne proizvode, storitve in poslovne modele oziroma poslovne procese že tradicionalno ocenjuje nacionalna ocenjevalna komisija, sestavljena iz več deset uglednih slovenskih strokovnjakov, ki celovito pokrivajo različna področja ocenjevanja. Komisija najboljše inovacije izbere na podlagi združene ocene treh ocenjevalcev, ki ovrednotijo tehnične, inovacijske, vsebinske, podjetniško-poslovne vidike, vidike odličnosti ustvarjalnih industrij in vidike pravic intelektualne lastnine.

Prireditve sama je tudi odlična priložnost za promocijo celovitega inovacijskega podpornega okolja, zato je agencija SPIRIT pripravila celovit prikaz celotnega razvojnega procesa od zamisli do inovacije ter predstavila značilnosti posameznih faz in ključne podporne mehanizme v posamezni fazi. Med seboj povezane razvojne faze so poimenovali »Pot podjetniške zamisli«. Pot je sestavljena iz štirih razvojnih korakov, ki obeležujejo bolj ali manj težavno pot inovatorja od trenutka, ko se mu je porodila nova ideja za izdelek oziroma storitev, do uspešnega trženja inovacije. Pri tem so posamezni koraki dobro razvidni in povezani z institucijami, ki se tudi fizično predstavljajo na forumu, na katerem lahko obiskovalci dobijo več informacij ter tudi kak praktični nasvet.

Ker je za razvoj in rast inovativnega okolja pomembno tudi ozaveščanje poslovne in širše slovenske javnosti o pomenu inovacij in ustvarjanja dodane vrednosti, predstavlja Slovenski forum inovacij pomemben element za gospodarski preboj Slovenije.

Več informacij: <http://www.foruminovacij.si/>

7 Podjetniški ekosistem (okvirni pogoji za podjetništvo)

Z naraščajočo globalizacijo in ekonomijo, temelječo na znanju, se tradicionalna industrijska politika vse bolj usmerja k sodobni podjetniški politiki. V nasprotju s tradicionalnimi instrumenti politike, ki so bili usmerjeni predvsem v ohranjanje velikih podjetij, se sodobni instrumenti osredotočajo na nastajajoča, nova in mala podjetja ter se izvajajo na vseh vladnih ravneh (Gilbert et al. 2004, 313). Podjetniška politika tako predstavlja povezan in prodoren politični pristop, ki zajema vse vidike družbe, ne zgolj ekonomske politike (Audretsch et al. 2007), ter se osredotoča na podjetnega posameznika in promocijo podjetništva v vlogi glavnega motorja ekonomskega razvoja (Lundström in Stevenson 2005). Če so za managersko ekonomijo značilni velika podjetja, ekonomija obsega, kapital in (nizko kvalificirana) delovna sila, so za podjetniško ekonomijo značilna manjša, inovativna podjetja, znanje in nov tip kapitala – podjetniški kapital, ki pomeni zmožnost najti in izkoristiti poslovne priložnosti. Zato bo morala ekonomska politika najti prave ukrepe, ki bodo spodbujali nastajanje in izkoriščanje podjetniškega kapitala, in se od omejevanja preusmeriti k omogočanju, od poudarjanja outputov k razvoju inputov in se z nacionalne ravni podati na regionalno in lokalno raven, kjer nastajajo nova podjetja (Thurik 2008). Jasno je, da ima vladna politika močan vpliv na podjetniško aktivnost. Jasno je tudi, da ta vpliv ni nujno pozitiven, saj lahko usmerja podjetnike v dejanja, ki imajo negativne socialno-ekonomske posledice (Minniti 2008, 781). Ekonomsko utemeljitev političnih intervencij lahko najdemo predvsem v odpravi tržnih nepravilnosti oziroma nepopolnosti (Audretsch et al. 2007). Pri tem imajo pomembno vlogo institucije, s katerih vlogo v družbi sta se ukvarjala že North (1990), ki je menil, da so institucije (in politika, ki jih oblikuje) odločilnega pomena pri določanju podjetniškega vedenja, ter Baumol (1990), ki je poudarjal, da pravila igre, ki veljajo v posamezni družbi, usmerjajo podjetnike v produktivne, špekulativne ali destruktivne podjetniške aktivnosti.

Podjetniška politika tako mora razumeti, da podjetniška aktivnost ni samo stvar posameznika in njegove morebitne ljubiteljske naklonjenosti izkoriščanju poslovnih priložnosti, tveganju in sprejemanju odgovornosti, ampak je naloga države tudi to, da ustvari temeljne pogoje za uspešno poslovanje. Podjetniška aktivnost tako ni rezultat samo posameznikovih sposobnosti, nagnjenosti in ambicij, ampak je v enaki meri tudi rezultat okolja, v katerem posameznik živi in deluje. Zaradi vpliva politike na oblikovanje podjetniškega vedenja je pomembno natančno poznavanje podjetniške stvarnosti in zakonitosti, ki jo obvladujejo, sicer ekonomska politika ne more biti uspešna.

Raziskava GEM že od vsega začetka podjetniško dinamiko povezuje s pogoji, ki pospešujejo (ali zavirajo) ustanavljanje novih podjetij. V metodologiji GEM so ti pogoji znani kot okvirni pogoji za podjetništvo (ang. *entrepreneurial framework conditions*, EFC; tabela 7.1). Gre za

pogoje, ki so bistveni del sestavljanke pri razumevanju ustanavljanja in rasti podjetij. Stanje teh pogojev neposredno vpliva na obstoj podjetniških priložnosti, na podjetniško zmogljivost ter preference posameznikov, kar posledično določa podjetniško dinamiko (Singer et al. 2015, 14). Že izhodiščna zasnova GEM-ovega konceptualnega modela proučevanja podjetništva (Reynolds et al. 1999, 10) zato upošteva povezavo med okvirnimi pogoji za podjetništvo, podjetniško dinamiko in gospodarsko rastjo. Šele takrat, ko so vzpostavljeni temeljni pogoji, je možno uveljavljati dejavnike, ki prispevajo k večji učinkovitosti gospodarstva. Čeprav se je GEM-ov model skozi čas nekoliko prilagodil, je omenjena ključna značilnost ostala (*slika 1.4*).

Tabela 7.1: Ključni GEM-ovi okvirni pogoji za podjetništvo, GEM 2014, NES

1 Finančna podpora.	Razpoložljivost različnih finančnih virov – lastniški in dolžniški viri financiranja – za MSP, vključno z garancijami in subvencijami.
2 Vladne politike.	Obseg, v katerem javne politike podpirajo podjetništvo. Ta okvirni pogoj ima dve komponenti: 2a Vladne politike – podpora. Podjetništvo kot pomembno gospodarsko vprašanje (ocena vladne podpore za MSP). 2b Vladne politike – regulativa. Davki in predpisi so ali za vse velikostne skupine podjetij enaki ali spodbujajo nova podjetja in MSP-je (ocena vladne regulative, npr. davki in drugi predpisi za MSP).
3 Vladni programi.	Prisotnost in kakovost vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva (spodbuda za MSP), na vseh vladnih ravneh (nacionalni, regionalni, občinski).
4 Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo.	Obseg, v katerem je usposabljanje pri ustanavljanju ali vodenju MSP vključeno v izobraževanje ter usposabljanje na vseh ravneh. Ta okvirni pogoj ima dve komponenti: 4a Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo – v OŠ in SŠ. Razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v osnovi in srednji šoli. 4b Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo – po SŠ. Razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo po srednji šoli (poklicno izobraževanje, fakultete, poslovne šole itd.).
5 Prenos raziskav in razvoja.	Obseg, v katerem nacionalne raziskave in razvoj vodijo do novih poslovnih priložnosti in so na voljo MSP (obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso).
6 Poslovna in strokovna infrastruktura.	Kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo MSP (lastninske pravice, poslovna infrastruktura, računovodske, pravne in druge storitve, ki podpirajo ali spodbujajo MSP).
7 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu.	Ta okvirni pogoj ima dve komponenti: 7a Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – dinamičnost. Stopnja spremembe trga iz leta v leto. 7b Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – odprtost, bremena. V kolikšni meri lahko nova podjetja prosto vstopijo na obstoječa tržišča.
8 Fizična infrastruktura.	Enostaven dostop do razpoložljive fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij (npr. komunikacije, komunalne storitve, ceste, zemljišče ali prostor) po ceni, ki ne diskriminira MSP.
9 Kulturne in družbene norme.	Obseg, v katerem kulturne in družbene norme spodbujajo ali zavirajo dejavnosti, ki vodijo do novih poslov, metod ali dejavnosti, ki lahko potencialno povečajo osebno premoženje in dohodek.

Upoštevat je treba, da imajo različne države in regije različno strukturo in kakovost posameznih okvirnih pogojev za podjetništvo oziroma drugačna »pravila igre«, kar pomembno vpliva na inpute in outpute podjetniške aktivnosti. Potrebne podatke za oceno stanja okvirnih pogojev

smo pridobili z anketiranjem nacionalnih izvedencev, ki so podali svoja mnenja in sodbe o podjetniškem ekosistemu v njihovem nacionalnem gospodarstvu. Ugotavljamo, da je v večini gospodarstev, ki so leta 2014 sodelovala v raziskavi GEM, najbolj ocenjena komponenta dostop do fizične in poslovne infrastrukture, medtem ko se najnižja ocena nanaša na primarno in sekundarno izobraževanje za podjetništvo, vladne politike v smeri ureditve regulative in dostopa do finančnih sredstev. Z geografskega vidika imajo afriška gospodarstva najnižje ocene pri skoraj vseh devetih okvirnih pogojih, severnoameriška gospodarstva pa najvišje. Z vidika gospodarskega razvoja pa višje ocene dosegajo bolj razvita gospodarstva, kar potrjuje dejstvo, da gradnja podpornega podjetniškega ekosistema zahteva čas, vire in politično zavezo (Singer et al. 2015, 14).

7.1 METODOLOGIJA SPREMLJANJA STANJA PODJETNIŠKEGA OKOLJA (NES)

Da bi v GEM-u zajeli interakcije med posamezniki in njihovim okoljem, uporabljamo dve orodji: za zbiranje podatkov o namerah, odnosu in aktivnosti posameznikov (APS) ter stališča nacionalnih izvedencev o komponentah okvirnih pogojev za podjetništvo (NES). Anketiranje nacionalnih (v nekaterih državah tudi regionalnih) izvedencev izvajajo nacionalni GEM-timi vsako leto v enakem obdobju. Za pridobivanje stališč in mnenj se uporablja standardizirani spletni GEM-ov vprašalnik, ki je preveden v jezike udeleženk GEM. Raziskava NES tako ostaja edini vir, ki zagotavlja harmonizirane in mednarodno primerljive podatke o dejavniki okolja, pomembnih pri ustanavljanju in rasti podjetij.

Vprašalnik je leta 2014 vključeval 52 trditev, ki so tako kot tudi leta poprej opisovala devet predstavljenih okvirnih pogojev za podjetništvo (posamezni okvir je sestavljen iz bloka trditev). Za ponazoritev, kako so sestavljeni okvirni pogoji za podjetništvo, bomo predstavili prvega, to pa je finančna podpora. Ta okvirni pogoj sestavlja blok šestih trditev, ki se nanašajo na informacije o dostopu do različnih virov financiranja (lastniški in dolžniški viri financiranja, državne subvencije, poslovni angeli ter izdaja delnic). Podobno velja za vse preostale okvirne pogoje. V drugem delu vprašalnika so izvedenci izrazili svoje mnenje o dejavniki, ki zavirajo in pospešujejo podjetništvo v posameznem nacionalnem gospodarstvu, ter o ukrepih, s katerimi bi bilo podjetništvo po njihovem mnenju mogoče spodbuditi. V tretjem delu vprašalnika smo pridobili standardne socialno-demografske informacije o značilnostih in delovnih izkušnjah posameznega izvedenca. Več o anketiranju nacionalnih izvedencev oziroma o podatkovnih podlagah GEM je mogoče prebrati v prvem poglavju.

V Sloveniji smo v skladu s kriteriji vzorčenja, ki jih uporabljamo v raziskavi, zajeli 36 nacionalnih izvedencev (po štiri strokovnjake v vsakem od devetih okvirnih pogojev). Izvedenci so trditve ocenjevali na petstopenjski Likertovi lestvici, pri čemer ocena 1 pomeni, da je trditev po njihovem mnenju popolnoma napačna, ocena 5 pa, da je trditev po njihovem mnenju popolnoma resnična. Izjave so oblikovane tako, da ocene nad 3 pomenijo pozitivno rangiranje, ocene pod 3 pa negativno. Odgovori nacionalnih izvedencev iz vseh držav udeleženk so bili ustrezno harmonizirani, opravljena je bila analiza zanesljivosti ter z metodo glavnih komponent pridobljena večdimenzionalna mera – skupna povprečna ocena posameznega okvirnega pogoja za podjetništvo v posamezni državi. Povprečne ocene nekaterih okvirnih pogojev so s faktorsko analizo sestavljene iz dveh kazalnikov, kar pomeni, da lahko ocenjujemo skupaj 12 skupin teh pogojev. Mnenja in sodbe nacionalnih izvedencev je tako mogoče povzeti z uporabo različnih statističnih analiz, na osnovi odprtih odgovorov pa prikazati slabosti in prednosti okolja za razvoj podjetništva ter podati njihova priporočila.

7.2 STANJE SLOVENSKEGA PODJETNIŠKEGA EKOSISTEMA V LETU 2014

Podjetništvo je vselej tesno vpeto v konkretno družbeno okolje, ki se razlikuje med državami in celo med posameznimi regijami. Dosedanje empirične raziskave dokazujejo močno pozitivno korelacijo med urejenim poslovnim okoljem (institucionalnimi pogoji) in podjetniško aktivnostjo, ki jo spodbuja izkoriščanje obetavne poslovne priložnosti (Kelley et al. 2011). Različna »pravila igre« v družbi imajo namreč še posebej velik vpliv na podjetnike z visokimi aspiracijami tako na strani ponudbe podjetniškega talenta kot tudi na strani povpraševanja po njem in s tem posledično na rezultate podjetniške aktivnosti.

Skupna povprečna vrednost ocenjenih trditev na lestvici od 1 do 5 v vsaki posamezni skupini okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji so prikazane v *tabeli 7.2*. Označena sta najbolje in najslabše ocenjena okvirna pogoja, prikazana pa je tudi primerjava s povprečjem držav Evropske unije.

Tabela 7.2: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji, GEM 2014, NES

1 Finančna podpora, 2a Vladne politike – podpora, 2b Vladne politike – regulativa, 3 Vladni programi, 4a Izobraževanje – v OŠ in SŠ, 4b Izobraževanje – po SŠ, 5 Prenos RR, 6 Poslovna/strokovna infrastruktura, 7a Notranji trg – dinamičnost, 7b Notranji trg – odprtost, bremena, 8 Fizična infrastruktura, 9 Kulturne in družbene norme												
	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Slovenija	2,33	2,13	1,92	2,43	1,77	2,34	2,29	2,71	3,04	2,56	3,56	2,06
Povprečje EU	2,68	2,66	2,44	2,84	2,12	2,82	2,57	3,25	2,99	2,80	3,91	2,65

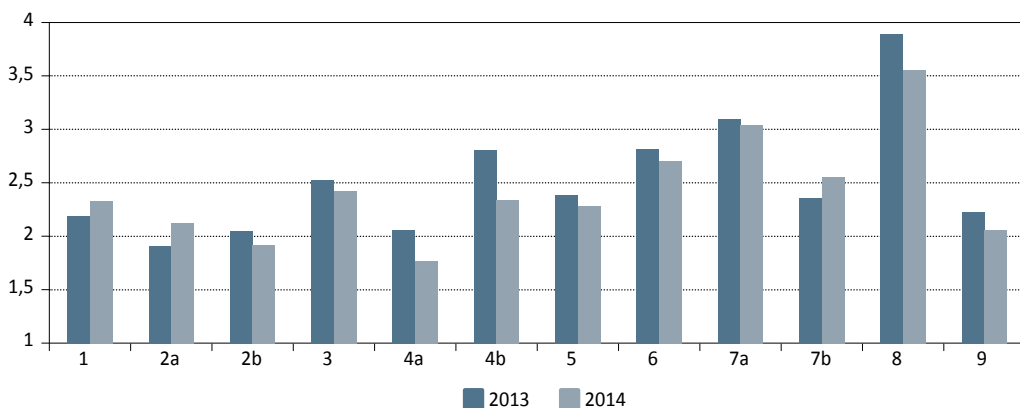
Vidimo lahko, da je bil v letu 2014 ponovno najbolje ocenjen dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij, najslabše pa okvir, ki zajema razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah. Primerjava z drugimi skupinami držav tudi sicer kaže na to, da je podjetniško izobraževanje na osnovni ravni slabo ocenjeno. Izjema so le nekatere države (Danska, Singapur, Filipini in Nizozemska). Gre za pomembno informacijo oblikovalcem podjetniške politike, saj ocena kaže na to, v kolikšni meri primarno in sekundarno izobraževanje spodbuja ustvarjalnost, samoučinkovitost in osebno pobudo, zagotavlja ustrezna navodila o tržnih načelih ter namenja ustrezno pozornost podjetništvu in ustanavljanju podjetij. To tudi zahteva spremembo miselnosti v akademskem okolju, ki bi se moralo osredotočati na razvoj podjetniških kompetenc (proaktivnost, inovativnost, odgovornost za izbiro) na individualni ravni. Po navedbah Slovenskega podjetniškega observatorija (Rebernik et al. 2014) izobraževanje za podjetništvo v prvi vrsti pomeni razvoj določenih osebnostnih lastnosti oziroma kakovosti in ni nujno direktno povezano z vzpostavljanjem novih podjetij (Evropska komisija 2006, 82). Z izobraževanjem za podjetništvo posamezniki razvijejo poslovna znanja, pridobijo spretnosti in spremenijo odnos do podjetništva. Prav tako razvijejo svojo ustvarjalnost, iniciativnost, vztrajnost, sposobnost za skupinsko delo, razumevanje tveganja in občutek odgovornosti. Gre za razvoj podjetniškega načina razmišljanja, ki podjetnikom omogoča spreminjati zamisli v dejanja (Evropska komisija 2013, 6). Pozitiven korak v tej smeri je zagotovo akcijski načrt Evropske komisije *Podjetništvo 2020*. Načrt med drugim predvideva izobraževanje za podjetništvo in podjetniško prakso na

formalni ravni (širjenje in višanje kakovosti podjetniškega učenja ter visokošolsko izobraževanje za podjetništvo).

Nizke ocene so leta 2014 slovenski izvedenci namenili tudi vladnim politikam, in sicer v tistem delu, ki se nanaša na regulativo ter prenos raziskav in razvoja v podjetniško prakso, kar prav tako velja za večino drugih držav udeleženk GEM. Glede najbolje ocenjenega okvirnega pogoja v primerjavi z drugimi državami ponovno nismo izjema, saj so tudi slovenski izvedenci najbolj ocenili dostop do fizične infrastrukture (ocena blizu 4). Med vsemi državami GEM izstopajo Nizozemska, Danska in Japonska s še nekoliko višjimi povprečnimi vrednostmi tega okvirnega pogoja.

Na splošno so izvedenci vselej precej kritični do nacionalnega podjetniškega ekosistema, čeprav po večini priznavajo njegovo veljavo. V Sloveniji sta bila na primer ponovno samo dva okvirja ocenjena s povprečno oceno nad 3. Prav tako so v primerjavi z letom 2013 slovenski izvedenci kar 9 okvirov od skupno 12 ocenili z nižjimi povprečnimi ocenami, kar je razvidno tudi s *slike 7.1*.

Slika 7.1: Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji v letih 2013 in 2014



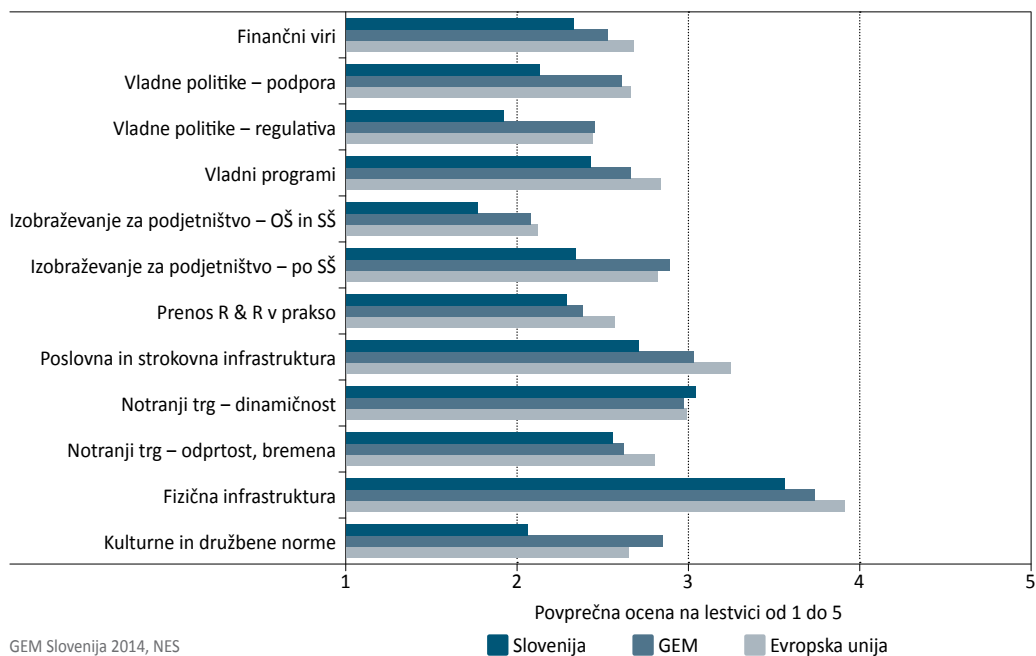
Legenda:

1 Finančna podpora, 2a Vladne politike – podpora, 2b Vladne politike – regulativa, 3 Vladni programi, 4a Izobraževanje – v OŠ in SŠ, 4b Izobraževanje – po SŠ, 5 Prenos RR, 6 Poslovna/strokovna infrastruktura, 7a Notranji trg – dinamičnost, 7b Notranji trg – odprtost, bremena, 8 Fizična infrastruktura, 9 Kulturne in družbene norme

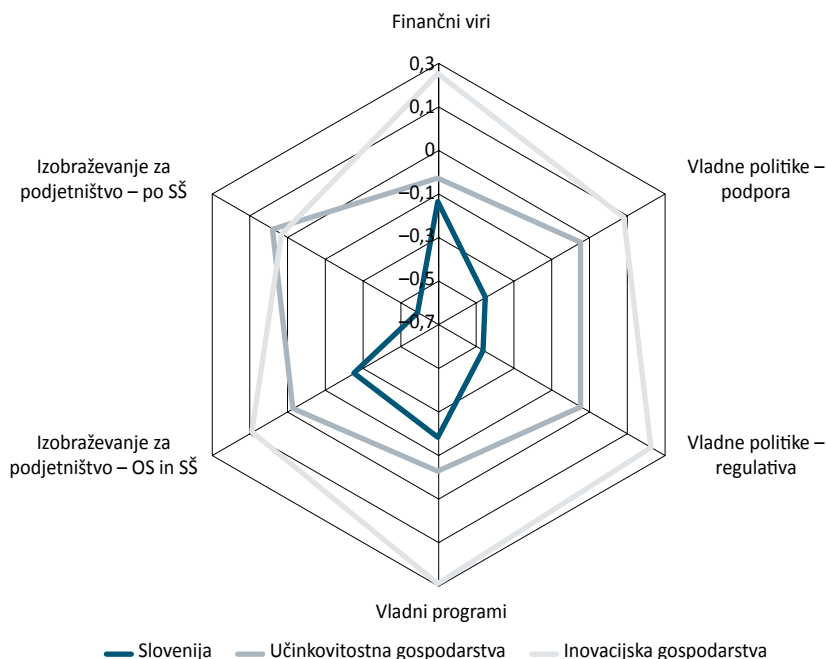
GEM Slovenija 2013 in 2014, NES

Primerjava ocen okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji s povprečjem ocen okvirnih pogojev držav Evropske unije kaže, da še vedno zaostajamo na vseh področjih razen pri dinamiki notranjega trga (*slika 7.2*).

Slika 7.2: Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo – Slovenija, GEM in Evropska unija



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

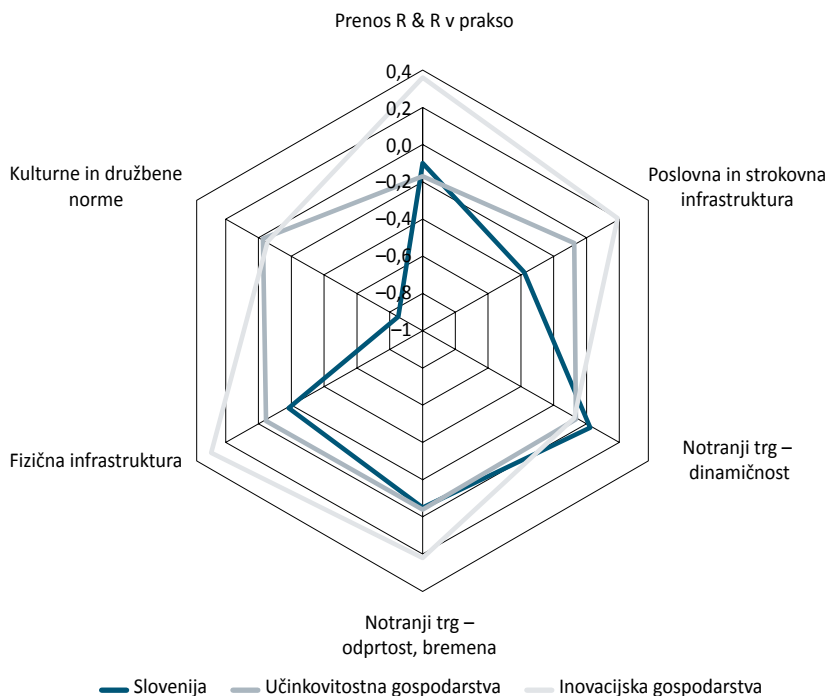


Opomba: Vrednosti kazalnikov temeljijo na povprečju Z-vrednosti (standardizirane vrednosti) za Slovenijo ter za gospodarstva glede na učinkovitostno ali inovacijsko fazo razvoja.

Po mnenju izvedencev za povprečjem držav EU najbolj zaostajamo pri kulturnih in družbenih normah, ki podpirajo oziroma zavirajo podjetniško aktivnost. Nižje ocene od Slovenije pri tem okvirnem pogoju dosegajo le Romunija, Italija, Grčija in Velika Britanija. Temu okvirnemu pogoju sledijo poslovna in strokovna infrastruktura ter vladne politike. Podobno sliko dobimo tudi primerjalno z vsemi državami, ki so v letu 2014 sodelovale v raziskavi GEM.

Z vidika gospodarskega razvoja višje povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo dosegajo razvitejša gospodarstva, kar je skladno s konceptualnim modelom GEM in dejstvom, da imajo okvirni pogoji za podjetništvo v različnih državah različne prioritete in različen vpliv, odvisno od dosežene stopnje gospodarske razvitosti. Globalno so med skupinami držav največje razlike opazne pri okvirih finančni viri, vladni programi, vladne politike – regulativa ter prenos R & R in fizična infrastruktura, medtem ko nekateri drugi okvirni pogoji ne izkazujejo tako izrazitih razlik. Za vizualizacijo obstoječih razlik so na slikah 7.3 in 7.4 prikazane standardizirane Z-vrednosti za Slovenijo ter na njihovi osnovi tudi povprečja za skupini učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstev.

Slika 7.4: Sestavljeni kazalniki okvirnih pogojev za podjetništvo (druga skupina pogojev)



GEM Slovenija 2014, NES

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

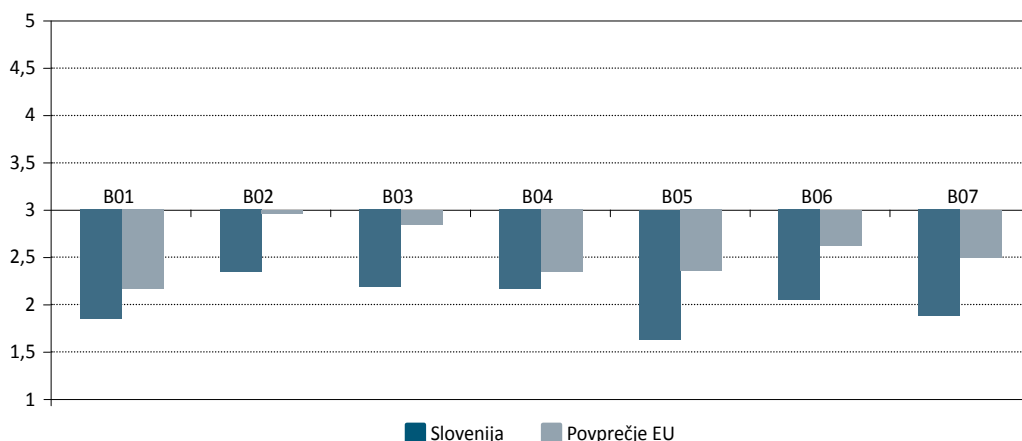
Zanimivo je, da se izrazita razlika med Slovenijo in drugimi skupinami držav pokaže pri podjetniškem izobraževanju po srednji šoli, pri čemer učinkovitostna gospodarstva beležijo celo višjo povprečno oceno od inovacijskih. Podobno je tudi pri kulturnih in družbenih normah, ki so jih bolje ocenili izvedenci v slabše razvitih državah, kar je pričakovano, saj je podjetništvo

v manj razvitih državah pogosto nujno za preživetje in pogosto tudi manj zahtevno kot v najrazvitejših državah. Pri obeh omenjenih okvirnih pogojih so razlike v vrednostih med Slovenijo in prikazanima skupinama držav največje.

7.3 NAJNIŽE IN NAJVIŠE OCENJENI OKVIRNI POGOJI ZA PODJETNIŠTVO

Da bi lahko bolje razumeli razloge za kritične ocene slovenskih izvedencev, je potrebna podrobnejša analiza podatkov, pridobljenih z vprašalnikom NES. Rezultati proučevanja podjetniškega okolja leta 2014 potrjujejo ugotovitve iz prejšnjih let, da so eden najšibkejših členov pri razvoju podjetništva v Sloveniji vladne politike in vladni programi. Ker pa so vladni programi in podjetniška politika kompleksno področje, je treba ugotoviti, katere sestavine politik in programov so tiste, ki največ prispevajo k tako slabi oceni. Na *sliki 7.5* zato prikazujemo posamezne elemente vladnih politik v Sloveniji, tudi zato, da pokažemo, kam bi z vidika spodbujanja podjetništva v Sloveniji morala vlada predvsem usmeriti svoje razmišljanje.

Slika 7.5: Ocene elementov vladnih politik v Sloveniji primerjalno z državami EU



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 druga 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.

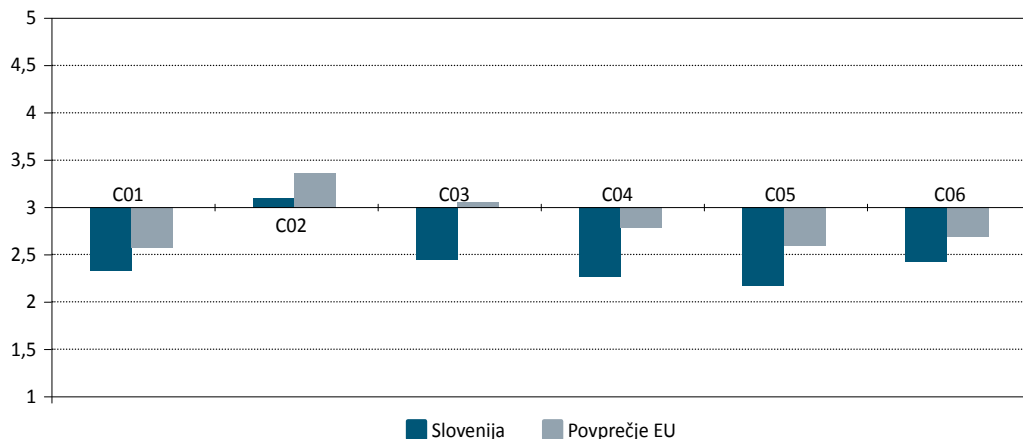
GEM Slovenija 2014, NES

Zanimivo je, da so v povprečju vsi elementi vladnih politik tako v Sloveniji kot tudi na ravni držav Evropske unije negativno rangirani (ocene pod 3). Če pogledamo najprej sklop, ki se nanaša na področje regulative (B04–B07), vidimo, da pri vseh trditvah zaostajamo za povprečjem držav EU, najbolj pri tisti, ki se nanaša na višino davčnih bremen za nova in rastoča podjetja. Oblikovalci

ekonomske politike se zato morajo zavedati, da je za uspešno delovanje gospodarstva treba prisluhniti podjetjem in jim omogočati, da se dolgoročno razvijajo, rastejo, postanejo in ostanejo uspešna, ne pa jih obremenjevati z vedno višjimi davki. Njihovo delovanje ima tudi multiplikativni gospodarski učinek za družbo kot celoto, kar izhaja tudi iz zadnjih ugotovitev Slovenskega podjetniškega observatorija za leto 2014 (Rebernik et al. 2015). Slabo so slovenski izvedenci ocenili tudi državno birokracijo ter pridobivanje potrebnih dovoljenj. Povprečju držav EU se tako najbolj približamo pri trditvi, da lahko v Sloveniji nova podjetja dobijo večino potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni. Tudi sklop elementov, ki se nanaša na področje vladne podpore (B01–B03) prikazuje podobno sliko. Za povprečjem držav Evropske unije najbolj zaostajamo pri trditvah, ki se nanašata na prioriteto politike v občinah in upravnih enotah ter na nacionalno državno politiko pri podpori novih in rastočih podjetij.

Na *sliki 7.6* prikazujemo posamezne elemente vladnih programov v Sloveniji, ki se nanašajo na podporo novih in nastajajočih podjetij in pri katerih prav tako opazamo znatno zaostajanje za povprečjem držav EU; izvedenci so v svojih državah to stanje prav tako večinoma ocenili zelo kritično.

Slika 7.6: Ocene elementov vladnih programov v Sloveniji primerjalno z državami EU



Legenda:

- C01 V Sloveniji lahko nova in rastoča podjetja pridobijo različne vrste vladne podpore pri eni agenciji, na enem mestu.
- C02 V Sloveniji znanstveni parki in poslovni inkubatorji zagotavljajo učinkovito podporo za nova in rastoča podjetja.
- C03 V Sloveniji imamo primerno število vladnih programov za nova in rastoča podjetja.
- C04 V Sloveniji so ljudje, ki delajo za vladne institucije, strokovno usposobljeni in uspešni pri podpiranju novih in rastočih podjetij.
- C05 V Sloveniji lahko skorajda vsak, ki potrebuje pomoč od vladnih programov za nova in rastoča podjetja, najde, kar potrebuje.
- C06 V Sloveniji so vladni programi, ki podpirajo nova in rastoča podjetja, uspešni.

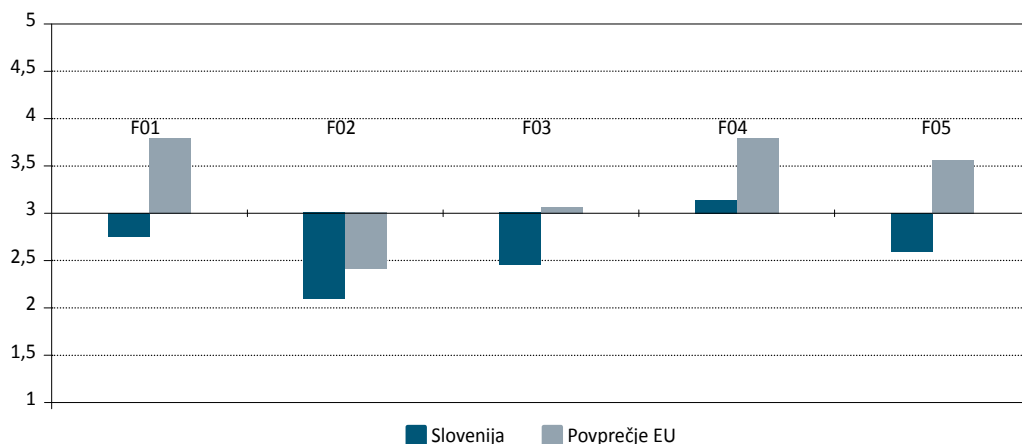
GEM Slovenija 2014, NES

Tudi v okviru vladnih programov so izvedenci posamezne sestavine v povprečju ocenili slabo, izjeme pri tem so bili samo znanstveni parki in poslovni inkubatorji, ki zagotavljajo učinkovito podporo za nova in rastoča podjetja. Povprečje držav EU pri tem vprašanju znaša 3,39, Slovenija pa s povprečno oceno 3,11 le nekoliko zaostaja, kar kaže na dobro delujočo start-up sceno, ki pa se še vedno prevečkrat sooča s težavami v zvezi z državno birokracijo in z neučinkovitostjo birokratskega aparata. Največjo razliko pa opazimo pri trditvi, da imamo v Sloveniji primerno

število vladnih programov za nova in rastoča podjetja. Tu so bili slovenski izvedenci s povprečno oceno 2,44 precej bolj kritični, medtem ko je povprečje držav EU pozitivno rangirano (3,06). Zaostanek za povprečjem držav EU je bolj izrazit tudi pri trditvi o strokovni usposobljenosti ljudi, ki delajo za vladne institucije, ter pri trditvi, da lahko skorajda vsak, ki potrebuje pomoč od vladnih programov za nova in rastoča podjetja, najde, kar potrebuje.

Za povprečjem držav EU občutno zaostajamo tudi pri posameznih elementih poslovne in strokovne infrastrukture, kar prikazujemo na *sliki 7.7*.

Slika 7.7: Ocene elementov poslovne in strokovne infrastrukture v Sloveniji primerjalno z državami EU



Legenda:

- F01 V Sloveniji je dovolj kooperantov, dobaviteljev in svetovalcev, ki podpirajo nova in rastoča podjetja.
- F02 V Sloveniji nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške uporabe kooperantov, dobaviteljev in svetovalcev.
- F03 V Sloveniji nova in rastoča podjetja z lahkoto najdejo dobre kooperante, dobavitelje in svetovalce.
- F04 V Sloveniji nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre in strokovne pravne ter računovodske storitve.
- F05 V Sloveniji nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre bančne storitve (transakcijski računi, plačilni promet s tujino, kreditne garancije in podobno).

GEM Slovenija 2014, NES

V okviru poslovne in strokovne infrastrukture se v letu 2014 prav tako kažejo nekoliko večji zaostanki slovenskih ocen za povprečjem držav EU. Analiza posameznih vprašanj razkriva, da so zaostanki največji pri trditvi, da imamo v Sloveniji dovolj kooperantov, dobaviteljev in svetovalcev, ki podpirajo nova in rastoča podjetja ter da v Sloveniji nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo bančne storitve. Povprečne ocene evropskih izvedencev so pozitivno rangirane z ocenami okrog 3,5, slovenski izvedenci pa so ti dve trditvi ocenili z nižjimi povprečnimi ocenami. Višjo podporo v EU beležijo tudi pravne in računovodske storitve (3,61); slovenski izvedenci so tej trditvi dodelili povprečno oceno 3,11. V Evropi in tudi v Sloveniji so si izvedenci skoraj enotni v trditvi, da nova in rastoča podjetja težko krijejo stroške uporabe kooperantov, dobaviteljev in svetovalcev.

Čeprav izvedenci kritično ocenjujejo podjetniško okolje v Sloveniji, rezultati standardiziranega vprašalnika kažejo na relativno velik razpon ocen, ki so jih dodelili posameznim trditvam. Razpon ocen se giblje od 1,5 do 3,94. V *tabeli 7.3* smo zbrali pet najnižje in pet najvišje ocenjenih trditev v Sloveniji leta 2014 ter jih primerjali s povprečnimi ocenami držav EU.

Tabela 7.3: Pet najnižje in pet najvišje ocenjenih trditev za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2014, NES

Oznaka trditve	Trditev	Slovenija	Države EU (N = 24)				
		povprečna ocena		najnižja povprečna ocena	povprečna ocena	najvišja povprečna ocena	
Pet najnižje ocenjenih trditev: V Sloveniji ...							
A06	... je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic.	1,5	1,5	Slovenija	2,24	3,28	Švedska
B05	... višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja.	1,61	1,51	Hrvaška	2,34	3,27	Luksemburg
D02	... poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno poznavanje načel tržnega gospodarstva.	1,67	1,6	Italija	2,13	3,08	Nizozemska
I03	... nacionalna kultura spodbuja podjetniško prevzemanje tveganja.	1,67	1,67	Slovenija	2,26	2,89	Nizozemska
D03	... poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij.	1,78	1,37	Grčija	1,97	2,94	Danska
Pet najvišje ocenjenih trditev: V Sloveniji ...							
H02	... dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) za nova ali rastoča podjetja ni predrag.	3,94	2,86	Romunija	4,00	4,79	Nizozemska
H03	... potrebuje novo ali rastoče podjetje za dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) približno teden dni.	3,85	2,69	Italija	3,99	4,74	Nizozemska
H04	... nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške osnovnih potrebščin (plin, voda, elektrika, kanalizacija).	3,57	2,78	Romunija	3,85	4,68	Nizozemska
H01	... fizična infrastruktura (ceste, zgradbe, komunikacije, zbiranje odpadkov) zagotavlja dobro podporo za nova in rastoča podjetja.	3,47	2,64	Italija	3,74	4,88	Nizozemska
H05	... lahko novo ali rastoče podjetje pridobi dostop do priključkov na plin, vodo, elektriko in kanalizacijo v približno mesecu dni.	3,25	3,06	Romunija, Hrvaška	3,93	4,84	Nizozemska

Ugotavljamo, da so slovenski izvedenci podobno kot leta 2013 vseh pet najvišjih ocen dodelili trditvam iz sklopa, ki se nanaša na fizično infrastrukturo. Tako kot tudi pretekla leta je to najbolje ocenjen okvirni podjetniški pogoj med vsemi dvanajstimi. Najboljše ocene med državami EU je pri vseh trditvah iz tega sklopa dosegla Nizozemska, najslabše ocene pa si delijo Romunija, Italija in Hrvaška. Najnižjih pet ocen so slovenski izvedenci ponovno, podobno kot leto poprej, razdelili med okvirne pogoje finančna podpora, vladne politike – regulativa, izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo na osnovnem nivoju ter kulturne in družbene norme. Pri trditvi, da je za nova in rastoča podjetja dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic, ter pri trditvi, da nacionalna kultura spodbuja podjetniško prevzemanje tveganja, smo postavili neslaven rekord: najnižje povprečne ocene med državami članicami EU.

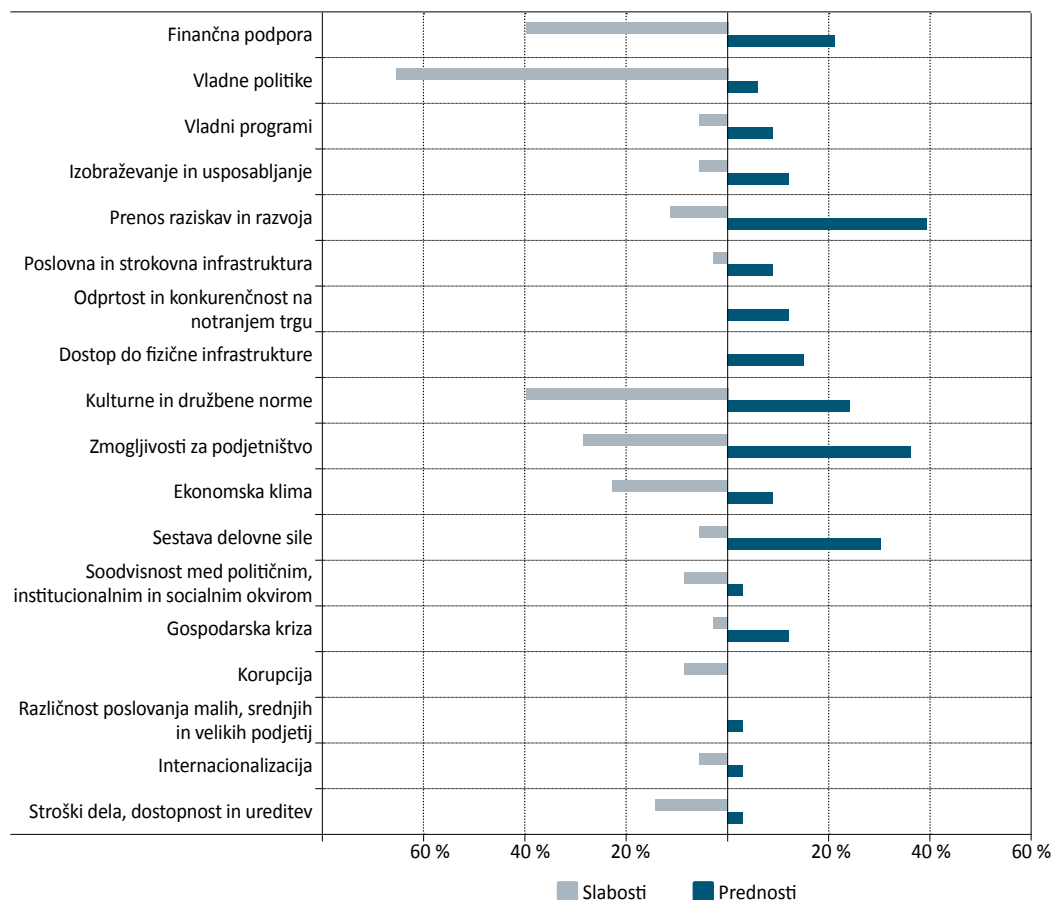
7.4 PREDNOSTI IN SLABOSTI PODJETNIŠKEGA EKOSISTEMA TER PRIPOROČILA ZA NJEGOVO IZBOLJŠANJE

O okolju za nastanek in razvoj podjetništva lahko sodimo tudi na osnovi mnenj, ki so jih izvedenci podali z odgovori na odprta vprašanja o dejavnikih, ki zavirajo in pospešujejo podjetništvo v posameznem nacionalnem gospodarstvu (*slika 7.8*), ter o ukrepih, s katerimi bi bilo podjetništvo po njihovem mnenju mogoče spodbuditi.

Po mnenju izvedencev so dejavniki, ki najbolj zavirajo podjetniško aktivnost v Sloveniji, vladne politike (65,71 %), sledi šibka finančna podpora (40 %) ter kulturne in družbene norme (prav tako 40 %). Z nekoliko nižjim odstotkom sledijo zmogljivosti za podjetništvo (28,57 %) ter neugodna ekonomska klima (22,86 %) z realno manj poslovnimi priložnostmi, manjšim številom uspešnih podjetij, zmanjšano kupno močjo in s tem tudi možnostjo, da bi določena ideja, čeprav morda dobra, lahko uspela. Med najpomembnejšimi prednostmi, ki jih ima Slovenija in bi jih lahko izkoristila za pospeševanje podjetništva, izvedenci najpogosteje navajajo prenos raziskav in razvoja (39,39 %), zmogljivosti za podjetništvo (36,36 %) ter ugodno sestavo delovne sile (30,30 %).

Predlogi oziroma priporočila izvedencev o ukrepih za pospeševanje podjetništva v Sloveniji se v največji meri nanašajo na zagotavljanje ustrezne finančne podpore za nova in rastoča podjetja (48,48 %). Največ jih predlaga lažji dostop do virov financiranja, pa tudi zagotovitev pravih virov oziroma finančnih stimulacij za financiranje vseh faz razvoja podjetja. Zanimivo je, da izvedenci priporočajo tudi ukinitvev podjetniških subvencij, ki v večini primerov niso pravi motiv za vstop v podjetništvo, in poudarjajo potrebo po večjem posluhu poslovnih bank. Sledi področje izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo (42,42 %), pri čemer izvedenci poudarjajo zlasti pomen zgodnjega izobraževanja ter sistematično uvedbo izobraževanja za podjetništvo na vse ravni izobraževalnega sistema. V okviru, ki se nanaša na vladne programe (33,33 %), izvedenci predlagajo konsistentno in stabilno državno politiko ter s tem povezano ustrezno in stabilno podjetniško okolje. Predlagajo dosledno izvajanje zapisanih prednostnih nalog na področju podjetništva, sodelovanje med izvajalci in pripravljavci programov podjetniških aktivnosti ter sistematično povezavo ukrepov za spodbujanje podjetništva tako na nacionalni kot regionalni ravni. Predlogi nacionalnih izvedencev vladni politiki (30,3 %) se tako kot že nekaj let zapored v prvi vrsti nanašajo na spodbudnejšo davčno zakonodajo in tudi na prilagoditev zakonodaje na nekaterih drugih področjih, da bi bolje podpirala razvoj novih in visokotehnoloških podjetij in na katerih bi lahko temeljil nadaljnji ekonomski razvoj Slovenije. Sledijo priporočila po debirokratizaciji na vseh ravneh in privatizaciji državnih podjetij za doseganje večje konkurenčnosti na trgu. Veliko priporočil izvedencev se nanaša tudi na področje kulturnih in družbenih norm (24,24 %). Premiki na tem področju zahtevajo svoj čas,

Slika 7.8: Prednosti in slabosti podjetniškega ekosistema po mnenju izvedencev v Sloveniji leta 2014



GEM Slovenija 2014, NES

jih je pa mogoče doseči z neprestanim poudarjanjem primerov dobre prakse, popularizacijo podjetništva in destigmatizacijo poslovnega neuspeha, menijo izvedenci. Če splošno socialno in kulturno okolje ni naklonjeno podjetništvu, potem bodo pač le redki posamezniki razmišljali o podjetništvu in iskali poslovne priložnosti.

Slovenski izvedenci v letu 2014

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja	Ustanova
dr. Boštjan Antončič	redni profesor	Ekonomska fakulteta, UL
Neda Bogdanović Golič	vodja Centralne projektne pisarne	ELES d.o.o.
dr. Maja Bučar	redna profesorica	Fakulteta za družbene vede, UL
mag. Violeta Bulc	direktorica	Vibacom d.o.o.
Edita Cetinski Malnar	novinarka, urednica oddaje Prava ideja	RTV Slovenija
dr. Štefan Furlan	podjetnik	Optilab d.o.o.
Viljenka Godina	direktorica	Ekonomski institut Maribor d.o.o.
mag. Mojca Gornjak	pooblaščenka uprave	Moja naložba pokojninska družba d.d.
mag. Samo Hribar Milič	predsednik in generalni direktor	Gospodarska zbornica Slovenije
dr. Timotej Jagrič	redni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM
dr. Andreja Jaklič	redna profesorica	Fakulteta za družbene vede, UL
dr. Marko Jaklič	redni profesor	Ekonomska fakulteta, UL
Davor Jakulin	podjetnik	ATech elektronika d.o.o.
dr. Matjaž B. Jurič	redni profesor	Fakulteta za računalništvo in informatiko, UL
dr. Milan Jurše	redni profesor	Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM
Kristina Kočet Hudrap	direktorica	Tiko Pro d.o.o.
Tanja Kožuh	direktorica	Primorski tehnološki park d.o.o.
mag. Iztok Lesjak	direktor	Tehnološki park Ljubljana
mag. Mojca Letnik	članica uprave, direktorica	Saubermacher Slovenija d.o.o.
dr. Borut Likar	redni profesor	Fakulteta za management, UP
mag. Samo Lubej	direktor	Finančni center d.o.o.
mag. Marija Lubšina Novak	ravnateljica	Osnovna šola Brežice
dr. Maja Makovec Brenčič	redna profesorica	Ekonomska fakulteta, UL
Jure Mikuž	direktor	RSG Kapital d.o.o.
mag. Igor Pavlin	sekretar	Sekcija slovenskih franšiznih družb pri Trgovinski zbornici Slovenije
dr. Zdenka Petermanec	ravnateljica	Univerzitetna knjižnica Maribor

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja	Ustanova
Jana Petkovšek Štakul	novinarka in urednica Gazele	Družba Dnevnik d.d.
mag. Andreja Preskar	ravnateljica	Srednja ekonomska šola Ljubljana
dr. Viljem Pšeničny	dekan	Doba Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije Maribor
Željko Radilović	direktor	Preskok d.o.o.
Vladimir Rukavina	direktor	Narodni dom Maribor
Marlen Skarlovnik	vodja sektorja za podjetništvo	Direktorat za podjetništvo, konkurenčnost in tehnologijo, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo
dr. Metka Stare	znanstvena svetnica	Fakulteta za družbene vede, UL
dr. Špela Stres	vodja Centra za inovacije in prenos tehnologij	Institut Jožef Stefan
Aleš Špetič	podjetnik	Zemanta, CubeSensors, ...
dr. Maks Tajnikar	redni profesor	Ekonomska fakulteta, UL
dr. Cvetka Tinauer	direktorica	EBA d.o.o.
mag. Maja Tomanič Vidovič	direktorica	Slovenski podjetniški sklad
dr. Jaka Vadnjal	dekan	GEA College d.d.
mag. Emil Žunec	vodja sektorja za logistiko	Pošta Slovenije d.d.

Literatura in viri

1. Acs, Z. J. in Szerb, L. (2012). *Global Entrepreneurship and Development Index 2012*. Edward Elgar Publishing.
2. Acs, Z. J. (2006). How is Entrepreneurship Good for Economic Growth?, *Innovations*, 1(1): 97–107.
3. Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179–211.
4. Ajzen, I. in Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prantice-hall.
5. Amoros, J. E. in Bosma, N. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor, 2013 Global Report*. Babson Park MA, Santiago, Chile: Babson College, Universidad del Desarrollo.
6. Audretsch, D. B., Grilo, I. in Thurik, R. (2007). Explaining Entrepreneurship and the Role of Policy: A Framework. V: D. B. Audretsch, I. Grilo in A. R. Thurik (ur.), *Handbook of Research on Entrepreneurship Policy*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 1–17.
7. Bandura, A. (1982). The Assessment and Predictive Generality of Self-Percepts of Efficacy, *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 13(3): 195–199.
8. Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive, *Journal of Political Economy*, 98: 893–921.
9. Bhawe, M. P. (1994). A Process Model of Entrepreneurial Venture Creation, *Journal of Business Venturing*, 9(3): 223–242.
10. Blank, S. in Dorf, B. (2012). *The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company*. K&S Ranch.
11. Bosma, N., Jones, K., Autio, E. in Levie, J. (2008). *GEM 2007 Executive Report*. Babson College, London Business School and GERA.
12. Bosma, N., Wennekers, S. in Amoros, J. E. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor, 2011 Extended Report*. Babson College; Universidad de Desarrollo, Universiti Tun Abdul Razak: Wellesley MA, Santiago, Chile, Kuala Lumpur, Malaysia.
13. Bosma, N. S. in Schutjens, V. (2011). Understanding Regional Variation in Entrepreneurial Activity and Entrepreneurial Attitude in Europe, *The Annals of Regional Science*, 47(3): 711–742.
14. Bravo-Biosca, A., Criscuolo, C. in Menon, C. (2013). *What Drives the Dynamics of Business Growth?* OECD, France.

15. Collaborative Strategies (2009). *The Pipeline of Entrepreneurs and Enterprises*. Dostopno na: [<http://www.pipelineofentrepreneurs.com/page6.php>].
16. Douglas, E. J. in Shepard, D. A. (2002). Self-Employment as a Career Choice: Attitudes, EI and Utility Maximization, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3): 81–90.
17. Duh, M. in Belak, J. (2010). Ustvarjanje pogojev za nastanek, razvoj in nasledstvo družinskih podjetij. V: K. Širec et al. (ur.), *Vrzeli slovenskega podjetniškega okolja*, Slovenski podjetniški observatorij 2009/10, Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM, 61–81.
18. Duh, M., Tominc, P. in Rebernik, M. (2007). Succession Issues within Family Enterprises in Slovenia, *Društvena istraživanja* (Journal for General Social Issues), 16(4/5): 751–779.
19. European Commission (2009). *Overview of Family Business (2009): Overview of Family-Business-Relevant Issues: Research, Networks, Policy Measures and Existing Studies*. Final Report of the Expert Group. Dostopno na: [<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/family-business/#h2-conclusions>].
20. European Commission (2012). *Entrepreneurship in the EU and Beyond*, Flash Eurobarometer 354. Dostopno na: [http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_354_nat_be_en.pdf].
21. European Commission (2012a). *Effects and Impact of Entrepreneurship Programmes in Higher Education*. Dostopno na: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/files/education/effects_impact_high_edu_final_report_en.pdf].
22. European Commission (2012b). *Entrepreneurship Education at School in Europe*. Dostopno na: [http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/thematic_reports/135EN.pdf].
23. European Commission (2013). *Youth Employment*. Dostopno na: [<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1036>].
24. European Commission (2014). *Statistical Data on Women Entrepreneurs in Europe*. Directorate-General for Enterprise and Industry. Dostopno na: [<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/7481>].
25. Eurostat (2006). The Profile of the Successful Entrepreneur — Results of the Survey »Factors for Success«, *Statistics in Focus 29/2006*.
26. Evropska komisija (2006). *Entrepreneurship Education in Europe: Fostering Entrepreneurial Mindsets through Education and Learning*. Dostopno na: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/doc/oslo_report_final_2006_en.pdf.
27. Evropska komisija (2013). *Entrepreneurship 2020 Action Plan*. Dostopno na: [<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:EN:PDF>].
28. Evropski parlament in Evropski svet (2006). *Key Competences for Lifelong Learning*. Dostopno na: [http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/lifelong_learning/c11090_en.htm].
29. Fairlie, R. W. (2012). *2011 Kauffman Index of Entrepreneurial Activity*, Report. Kauffman – The Foundation of Entrepreneurship.
30. Gilbert, B. A., Audretsch, D. B. in McDougall, P. P. (2004). The Emergence of Entrepreneurship Policy, *Small Business Economics*, 22(3/4): 313–323.

31. Hechavarria, D. M. in Reynolds, P. D. (2009). Cultural Norms and Business Start-Ups: The Impact of National Values on Opportunity and Necessity Entrepreneurs, *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(4): 417–437.
32. Heinonen, J. in Poikkijoki, S. A. (2006). An Entrepreneurial-Directed Approach to Entrepreneurship Education: Mission Impossible?, *Journal of Management Development*, 25(1): 80–94.
33. Hoffmann, A., Larsen, M. in Oxholm, A. S. (2006). *Quality Assessment of Entrepreneurship Indicators*, ver. 2. Copenhagen, Denmark: FORA. Dostopno na: [http://ice.foranet.dk/upload/quality_assessment_of_entrepreneurship_indicators_002.pdf].
34. Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
35. Holcombe, R. (2003). The Origins of Entrepreneurial Opportunities, *Review of Austrian Economics*, 16(1): 25–43.
36. Kelley, D. J., Brush, C. G., Greene in P. G., Litovsky, Y. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor: 2012 Women's Report*. US: Babson College, Massachusetts, Snatiago, Chile: Universidad Del Desarrollo. Malaysia: Universiti Tun Abdul Razak, London, UK: GERA. Dostopno na: [<http://www.gemconsortium.org/docs/download/2825>].
37. Kelley, D., Bosma, N. in Amoros, J. E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor: 2010 Global Report*. Babson College, Babson Park, MS, US; Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile; London Business School, London, UK in GERA.
38. Kirzner, I. M. (2009). The Alert and Creative Entrepreneur: A Clarification, *Small Business Economics*, 132(2): 145–152.
39. Krueger, N. F. Jr. (2000). The Cognitive Infrastructure of Opportunity Emergence, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(3): 5–24.
40. Linan, F. in Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure EI, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3): 593–617.
41. Lundström, A. in Stevenson, L. (2005). *Entrepreneurship Policy – Theory and Practices*. ISEN International Studies in Entrepreneurship. New York: Springer.
42. McMullen, J. S. in Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial Action and the Role of Uncertainty in the Theory of the Entrepreneur, *Academy of Management Review*, 31: 132–152.
43. MDDSZ in ZRSZ (2013). *Mladi in trg dela*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje. Dostopno na: [http://www.ess.gov.si/_files/4809/mladi_in_trg_dela.pdf].
44. Minniti, M. (2008). The Role of Government Policy on Entrepreneurial Activity: Productive, Unproductive, or Destructive?, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(5): 779–790.
45. Mueller, S. L. in Thomas, A. S. (2000). Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness, *Journal of Business Venturing*, 16: 51–75.
46. NIRAS Consultants, FORA, ECON Pöyry za European Commission (2008). *Survey of Entrepreneurship in Higher Education in Europe*. Dostopno na: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/highedsurvey_en.pdf].
47. North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.

48. OECD, European Commission (2012). *Policy Brief on Youth Entrepreneurship. Entrepreneurial Activities in Europe*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Dostopno na: [http://www.oecd.org/cfe/leed/Youth%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN_FINAL.pdf].
49. OECD, European Commission (2014). *The Missing Entrepreneur 2014. Policies for Inclusive Entrepreneurship in Europe*. Dostopno na: [http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/the-missing-entrepreneurs-2014_9789264213593-en].
50. Oosterbeek, H., van Praag, M. in Ijsselstein, A. (2010). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation, *European Economic Review*, 54: 442–454.
51. Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A. in Papadakos, T. (2014). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want*. John Wiley & Sons.
52. Porter, M. J., Sachs, J. in McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. V: M. J. Porter, P. K. Sachs, J. W. Cornelius, J. Mc Arthur, K. Schwab (ur.), *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, New York: Oxford University Press, 16–25.
53. Rebernik, M., Tominc, P., Crnogaj, K., Širec, K., Bradač Hojnik, B. in Rus, M. (2014). *Spregledan podjetniški potencial mladih*. GEM Slovenija 2013. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
54. Rebernik, M., Močnik, D. in Bradač Hojnik, B. (2015). *Slovenska podjetja in okoljski vidiki poslovanja*. Slovenski podjetniški observatorij 2014. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
55. Rebernik, M., Širec, K. in Močnik, D. (2014). *Stanje slovenskega podjetništva in izzivi izobraževanja za podjetnost*. Slovenski podjetniški observatorij 2013. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
56. Rebernik, M., Tominc, P. in Crnogaj, K. (2011). *Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva*. GEM Slovenija 2010. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM.
57. Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P. in Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003, *Small Business Economics*, 24(3): 205–231.
58. Reynolds, P., Hayand, M. in Camp, S. M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor, 1999 Executive Report*. Paul D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.
59. Ries, E. (2011). *The Lean Startup*. Crown Publishing Group.
60. Rouse, M. J. in Daellenbach, U. (1999). Rethinking Research Methods for the Resource-Based View: Isolating Sources of Sustainable Competitive Advantage, *Strategic Management Journal*, 20(5): 487–494.
61. Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. 3rd ed. New York: Harper and Brothers, 1950.
62. Shane, S. A. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual Opportunity Nexus*. Cheltenham, U.K.: Edward Elgar.

63. Shane, S. A. in Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research, *Academy of Management Review*, 25: 217–226.
64. Shapero, A. (1984). The Entrepreneurial Event. V: C. A. Kent (ur.), *The Environment for Entrepreneurship*, Lexington, Mass.: Lexington Books.
65. Shapero, A. in Sokol, L. (1982). Social Dimension of Entrepreneurship. V: C. A. Kent, D. L. Sexton, K. H. Vesper (ur.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs (NJ): Prentice-Hall.
66. Shinnar, R. S., Giacomini, O. in Janssen, F. (2012). Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3): 465–493.
67. Singer, S., Amoros, E. in Moska, D. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor: 2014 Global Report*. Entrepreneurship Research Association (GERA).
68. Stam, E., Bosma, N., Van Witteloostuijn, A., De Jong, J., Bogaert, S., Edwards, N. in Jaspers, F. (2012). *Ambitious Entrepreneurship. A review of the Academic Literature and New Directions for Public Policy*. AWT Report. 41. The Hague: AWT.
69. Stevenson, L. in Varela, R. (2015). *Creating Space for Entrepreneurship To Become a Driver of Growth in Barbados – A Policy Imperative*. Policy brief GEM Caribbean.
70. Širec, K. in Rebernik, M. (2011). Izobraževanje za podjetnost in podjetništvo, *Didactica Slovenica (Pedagoška obzorja)*, 26(4): 129–145.
71. Thurik, A. R. (2008). *The »Managed« and the »Entrepreneurial« Economy*. World Entrepreneurship Forum, 2008 Ed. Erasmus University Rotterdam, EIM/Panteia Zoetermeer, Max Planck Institute of Economics Jena, Free University Amsterdam.
72. Torrance, W. E. F. (2013). *Entrepreneurial Campuses: Action, Impact, and Lessons Learned from the Kauffmann Campus Initiative*, Ewing Marion Kauffman Foundation. Dostopno na: [http://www.kauffman.org/~media/kauffman_org/research%20reports%20and%20covers/2013/08/entrepreneurialcampusesessay.pdf].
73. UMAR (2013). *Ekonomski izzivi 2013*. Ljubljana: UMAR. Dostopno na: [http://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/izzivi/2013/EI13_splet.pdf].
74. van Praag, M. (2003). Business Survival and Success of Young Small Business Owners: An Empirical Analysis, *Small Business Economics*, 21: 1–17.
75. Venkataraman, S. in Sarasvathy, S. D. (2001). *Strategy and Entrepreneurship: Outlines of an Untold Story*. Darden Business School Working Paper No. 01-06.
76. Wennekers, S., Van Stel, A., Carree, M. in Thurik, A. R. (2010). The Relationship Between Entrepreneurship and Economic Development: Is it U-Shaped?, *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 6(3): 167–237.
77. Williams, N. in Williams, C. C. (2014). Beyond Necessity Versus Opportunity Entrepreneurship: Some Lessons from English Deprived Urban Neighbourhoods, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(1): 23–40.
78. World Economic Forum (2014). *Global Competitiveness Report 2014-2015*. Geneva: World Economic Forum.
79. ZRSZ (2014). *Strokovna izhodišča za leto 2015*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje. Dostopno na: [http://www.ess.gov.si/_files/6551/strokovna_izhodišča_za_leto_2015.pdf].

Ključne mere GEM

Navajamo ključne mere, ki jih uporablja GEM, skupaj z njihovimi delovnimi definicijami. Ni nujno, da so bile vse uporabljene v letu 2014, saj se nekatere nanašajo na posebej izbrana tematska področja, ki jih lani nismo podrobneje proučevali.

Mera	Opis
<i>Odnos do podjetništva in njegovo dožemanje (Entrepreneurial attitudes and perceptions)</i>	
Zaznane priložnosti (Perceived opportunities)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki na območju, na katerem živijo, vidijo dobre priložnosti za ustanovitev podjetja.
Zaznane zmogljivosti (Perceived capabilities)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki verjamejo, da imajo potrebne veščine in znanje, da bi ustanovili podjetje.
Podjetniške namere (Entrepreneurial intention)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki so latentni podjetniki, saj nameravajo v roku treh let ustanoviti podjetje.
Stopnja strahu pred neuspehom (Fear of failure rate)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom (posamezniki, ki so vključeni v katero koli podjetniško aktivnost, so izključeni), ki navajajo, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja.
Podjetništvo kot zaželena podjetniška izbira (Entrepreneurship as desirable career choice)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi podjetništvo zaželena poklicna izbira.
Visok status uspešnega podjetništva (High-status successful entrepreneurship)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki se strinjajo s trditvijo, da so v njihovi državi uspešni podjetniki spoštovani in ugledni.
Pozornost medijev do podjetništva (Media attention for entrepreneurship)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi v javnih medijih pogosto videti zgodbe o uspešnih novih podjetjih.
Motivacijski indeks (Entrepreneurial motivation index)	Razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti.

Mera	Opis
Podjetniška aktivnost (Entrepreneurial activity)	
Stopnja nastajajočega podjetništva (Nascent entrepreneurship rate)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so trenutno nastajajoči podjetniki, tj. so aktivno vključeni v ustanavljanje podjetja, ki bo v celoti ali delno v njihovi lasti; podjetje lastnikom še ni izplačevalo plač, nadomestil ali drugih prihodkov dlje kot tri mesece.
Stopnja novega podjetništva (New business ownership rate)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so trenutno lastniki in managerji novega podjetja, to pomeni, da so lastniki in hkrati vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodke več kot tri mesece, a manj kot 42 mesecev.
Zgodnja podjetniška aktivnost (Early-stage entrepreneurial activity – TEA)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in managerji) novega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja ustaljenega podjetništva (Established business ownership rate)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so trenutno podjetniki staljenega podjetja; to pomeni, da so lastniki in hkrati vodijo podjetje, ki jim je izplačevalo plače, nadomestila ali druge prihodke več kot 42 mesecev.
Stopnja celotne podjetniške aktivnosti (Overall entrepreneurial activity rate)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so bodisi vključeni v zgodnje podjetniške aktivnosti ali pa so lastniki in managerji staljenega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Stopnja prenehanja poslovanja (Business discontinuation rate)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so v zadnjih 12 mesecih prenehali poslovati, ker so podjetje prodali ali zaprli ali pa kako drugače prekinili svoj lastniško-managerski odnos s podjetjem. Opozorilo: to NI merilo stopnje propada podjetij.
Opustitveni indeks (Entrepreneurship exit rate)	Odstotek podjetnikov, ki so v preteklem letu opustili poslovanje, v primerjavi s celotno podjetniško aktivnostjo.
Podjetniška aktivnost zaradi nuje: relativni delež (Necessity-driven entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek posameznikov, ki so vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost (kot je opredeljena zgoraj) zaradi nuje, ker za delo niso imeli druge možnosti.
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 trenutne prihodke.
Podjetniške aspiracije (Entrepreneurial aspirations)	
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity – HEA)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj, <i>ter</i> pričakujejo, da bodo čez pet let zaposlovali najmanj 20 ljudi.
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo: relativni delež (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki pričakujejo, da bodo čez pet let zaposlovali najmanj 20 ljudi.
Zgodnja podjetniška aktivnost, pričakovano samostojna ali z nizko rastjo zaposlovanja (Solo/Low job expectation early-stage entrepreneurial activity-SLEA)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj, <i>ter</i> pričakujejo, da bodo čez pet let zaposlovali manj kot 5 ljudi. Na osnovi podatkov 2009–2011.

Mera	Opis
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano srednjo/visoko rastjo zaposlovanja (Medium/high job expectation early-stage entrepreneurial activity – MHEA)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in managerji novega podjetja), kot je opredeljeno zgoraj, ter pričakujejo, da bodo čez pet let zaposlovali 5 ali več ljudi. Na osnovi podatkov 2009–2011.
Zgodnja podjetniška aktivnost, usmerjena k novim izdelkom in trgom: relativni delež (New product-market oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki navajajo, da je njihov izdelek ali storitev nov za vsaj nekaj kupcev in da ni veliko podjetij, ki bi ponujala enak izdelek ali storitev. Na osnovi podatkov 2009–2011.
Zgodnja podjetniška aktivnost v tehnoloških sektorjih: relativni delež (Early-stage entrepreneurial activity in technology sectors: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki so aktivni v »visokotehnoloških« ali »srednjetehnoloških« sektorjih, kot jih klasificira OECD.
Mednarodno usmerjena zgodnja podjetniška aktivnost: relativni delež (International oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (kot so definirani zgoraj), ki navajajo, da je vsaj 25 % njihovih kupcev iz drugih držav. Na osnovi podatkov 2009–2011.
Podjetniška aktivnost zaposlenih (Entrepreneurial employee activity)	
Podjetniška aktivnost zaposlenih (Entrepreneurial Employee Activity – EEA)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so trenutno vključeni v razvoj nove podjetniške dejavnosti za svojega delodajalca in imajo pri tem udejstvovanju vodilno vlogo.
Podpora delodajalca podjetniški aktivnosti zaposlenih (Employer's support for entrepreneurial employee activity)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki navajajo, da njihov delodajalec zaposlenim pri novih idejah zagotavlja vsaj nekaj podpore.
Socialna podjetniška aktivnost (Social entrepreneurial activity)	
Socialna podjetniška aktivnost (Social Entrepreneurial Activity – SEA)	Odstotek populacije odraslih med 18. in 64. letom, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in managerji) novega podjetja, ki ima zastavljen socialni cilj.

Raziskovalni timi in sponzorji GEM v letu 2014

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Angola	Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI) Centro de Estudos e Investigação Científica (CEIC) of the Universidade Católica de Angola (UCAN)	Augusto Medina	BFA – Banco de Fomento Angola, S.A.R.L. International Development Research Centre (IDRC)	SINFIC, Sistemas de Informação Industriais, S.A.
		Douglas Thompson		
		Nuno Gonçalves		
		Manuel Alves da Rocha		
		Salim Abdul Valimamade		
Argentina	IAE Business School	Silvia Torres Carbonell	Buenos Aires City Government – Economic Development Ministry	MORI Argentina
		Aranzazu Echezarreta		
		Juan Martin Rodriguez		
Avstralija	Queensland University of Technology	Paul Steffens	QUT Business School Australian Department of Industry	Q&A Market Research Pty Ltd
		Per Davidsson		
Avstrija	FH Joanneum GmbH - University of Applied Sciences	Thomas Schmalzer	Federal Ministry of Science, Research and Economy	OGM
		Rene Wenzel	Federal Ministry of Transport, Innovation and Technology	
		Vito Bobek	Federal Ministry of Finance	
		Lisa Mahajan	Provincial Government of Upper Austria	
			Austrian Chamber of Commerce	
			Styrian Chamber of Commerce	
			Austrian Council for Research and Technological Development	
			Austrian Economic Service	
Barbados	The Cave Hill School of Business, The University of the West Indies	Marjorie Wharton	International Development Research Centre (IDRC) First Citizens Bank Ltd	Systems Consulting Ltd
		Donley Carrington		
		Jeannine Comma		
		Jason Marshall		
		Camara Lee		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Belgija	Vlerick Business School	Hans Crijns	STORE (Flemish Research Organisation for Entrepreneurship and Regional Economy) EWI (Department of Economy, Science and Innovation)	TNS Dimarso
		Niels Bosma		
		Tine Holvoet		
Belize	The Economic Development Council	Amparo Masson	Compete Caribbean and the Government of Belize	Sacoda Serv Ltd
		Melanie Gideon		
		Yashin Dujon		
		Duane Belisle		
		Kim Aikman		
		Dale Young		
		Jefta Ochaeta		
		Philip J. Castillo		
Bocvana	University of Botswana	C.R. Sathymoorthi	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Botswana Team
		B. Kealesitse		
		J. Pansiri		
		R. Makgosa		
		S. Biza-Khupe		
		T. Mphela		
		R. Morakanyane		
		T. Ditshweu		
		T. Tshoko		
		L. Setswalo		
		I. Radikoko		
Bolivija	School of Production and Competitiveness, Bolivian Catholic University	Veronica Querejazu	Inter-American Development Bank (IDB)	Encuestas & Estudios
		David Zavaleta		
		Gonzalo Chavez		
		Diego Velarde		
		Bernardo Fernandez		
		Jose Peres		
		Claudia Arce		
		Maria Eugenia Quiroga		
		Lourdes Quispe		
Bosna in Hercegovina	Centre for Entrepreneurship Development Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	Bahrija Umihanić	Centre for Entrepreneurship Development Tuzla Oxfam BH telecom	IPSOS d.o.o. Sarajevo
		Mirela Omerović		
		Rasim Tulumović		
		Majda Mujanović		
		Sladana Simić		
		Aziz Šunje		
		Ranko Markuš		
		Zdenko Klepić		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Brazilija	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	Simara Maria de Souza Silveira Greco	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE	Zoom Serviços Administrativos Ltda
		Adriano Luiz Antunes	Fundação Getúlio Vargas - FGV-EAESP	
		Kristie Seawright	Universidade Federal do Paraná - UFPR	
		Marco Aurélio Bedê	Instituto de Tecnologia do Paraná - TECPAR	
		Mariano Mato Macedo		
		Mario Tamada Neto		
		Morlan Luigi Guimarães		
		Tales Andreassi		
Burkina Faso	CEDRES/LaReGEO	Florent Song-Naba	International Development Research Centre (IDRC)	CEDRES/ LaReGEO
		Balibié Serge Bayala		
		Mamadou Toé		
		Guimaré Régis Gouem		
		Djarius Bama		
Čile	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós	Telefónica Chile: Movistar Innova & Wayra	Questio, Estudios de Mercado y Opinion Limitada
		Carlos Poblete	SOFOPA (Federation of Chilean Industry)	
		Carlos Albornoz	InnovaChile Corfo	
		Gianni Romani	Ministerio de Economía	
Danska	University of Southern Denmark	Thomas Schott	Foundation for Entrepreneurship	Epinion
		Torben Bager		
		Kim Klyver		
		Majbritt Rostgaard Evald		
		Kent Wickstrøm Jensen		
		Mick Hancock		
		Shahamak Rezaei		
		Maryam Cheraghi		
		Susanne Feldt Jørgensen		
		Shayegheh Ashourizadeh		
Ekvador	ESPOL- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio	Banco del Pacífico	Survey Data
		Guido Caicedo	CLARO	
		Xavier Ordeñana	Dyvenpro	
		Andrea Gabriela Samaniego Diaz	ESPOL	
		Ramon Villa	Mexichem Group	
		Edgar Izquierdo	Telconet	
El Salvador	Escuela Superior de Economía y Negocios	Manuel Sanchez Masferrer	Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN)	Marketing Power SA
		Ramon Candel		
Estonija	Estonian Development Fund	Tõnis Arro	Estonian Development Fund	Saar Poll
		Tõnis Mets	University of Tartu	
		Tiit Elenurm		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Filipini	De La Salle University	Aida Licaros Velasco	International Development Research Centre (IDRC)	TNS Philippines
		Emilina Sarreal		
		Brian Gozun		
		Junette Perez		
		Gerardo Largoza		
		Mitzie Conchada		
Finska	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen	Ministry of Employment and the Economy Turku School of Economics, University of Turku	IROResearch Oy
		Jarna Heinonen		
		Tommi Pukkinen		
		Pekka Stenholm		
		Sanna Suomalainen		
Francija	EMLYON Business School	Alain Fayolle	EMLYON Business School	Institut Think
		Emeran Nzali		
		Danielle Rousson		
Grčija	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides	National Bank of Greece SA	Datapower SA
		Aggelos Tsakanikas		
		Ioannis Giotopoulos		
Gruzija	Caucasus School of Business at Caucasus University	Boris Lezhava	GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit)	ACT (Analysis and Consulting Team)
		Paata Brekashvili		
		Irena Melua		
Gvatemala	Universidad Francisco Marroquín	Hugo Maúl	Francisco Marroquín University -UFM- School of Economic Sciences -UFM- Kirzner Entrepreneurship Center	Khanti Consulting
		Mónica de Zelaya		
		Carolina Uribe		
		David Casasola		
		Fritz Thomas		
		Jaime Díaz		
		Lisardo Bolaños		
		Gustavo Saenz		
Hrvaška	J. J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer	Ministry of Economy	Puls d.o.o., Zagreb
		Nataša Šarlija	Ministry of Entrepreneurship and Crafts	
		Sanja Pfeifer	CEPOR SME & Entrepreneurship Policy Centre	
		Suncica Oberman Peterka	J. J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics Croatian Bank for Development and Reconstruction	

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Indija	Entrepreneurship Development Institute of India (EDI), Ahmedabad Institute of Management Technology (IMT), Ghaziabad Indian School of Business (ISB), Hyderabad	Sunil Shukla	Centre for Research in Entrepreneurship, Education and Development (CREED), Entrepreneurship Development Institute of India (EDI) Institute of Management Technology (IMT) Institute of Management Technology (IMT) Wadhvani Centre for Entrepreneurship Development (WCED), ISB Wadhvani Centre for Entrepreneurship Development (WCED), ISB	IMRB International
		Pankaj Bharti		
		Amit Kumar Dwivedi		
		Bibek Banerjee		
		Noel Saraf		
		Safal Batra		
		Krishna Tanuku		
		Santosh Srinivas		
		Vijay Vyas		
		Kumar Ashish		
Indonezija	Parahyangan Catholic University (UNPAR) Bandung	Catharina Badra Nawangpalupi	International Development Research Centre (IDRC)	PT Spire Indonesia
		Gandhi Pawitan		
		Agus Gunawan		
		Maria Widyarini		
		Triyana Iskandarsyah		
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan	Labour Social Security Institute (LSSI)	Elham Kaboli
		Nezameddin Faghih		
		Ali Akbar Moosavi-Movahedi		
		Leyla Sarfaraz		
		Asadollah Kordrnaieij		
		Jahangir Yadollahi Farsi		
		Mahmod Ahamadpour Daryani		
		S. Mostafa Razavi		
		Mohammad Reza Zali		
		Mohammad Reza Sepehri		
		Ali Rezaean		
		Thomas Schøtt		
Irska	Fitzsimons Consulting Dublin City University Business School	Paula Fitzsimons	Enterprise Ireland Forfás Department of Jobs, Enterprise and Innovation	IFF Research
		Colm O'Gorman		
Italija	University of Padua	Moreno Muffatto	Università degli Studi di Padova Università Politecnica delle Marche Grafica Veneta Spa	Doxa
		Patrizia Garengo		
		Donato Iacobucci		
		Alessandra Micozzi		
		Michael Sheriff		
		Saadat Saeed		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Jamajka	University of Technology, Jamaica	Michelle Black	International Development Research Centre (IDRC)	Market Research Services Ltd
		Paul Golding		
		Orville Reid		
		Krystal Ming		
		Claudette Williams-Myers		
Japonska	Musashi University	Noriyuki Takahashi	Venture Enterprise Center	Social Survey Research Information Co Ltd (SSRI)
		Takeo Isobe		
		Yuji Honjo		
		Takehiko Yasuda		
		Masaaki Suzuki		
Republika Južna Afrika	Development Unit for New Enterprise (DUNE), Faculty of Commerce, University of Cape Town	Mike Herrington	Department of Economic Development and Tourism of the Western Cape Government	Nielsen South Africa
		Tonia Overmeyer		
		Jacqui Kew		
Kamerun	FSEGA - University of Douala	Maurice Fouda Ongodo	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Cameroon Team National Institute of Statistics ETS K & K Business Solutions
		Ibrahima		
		Jean Hebert Etoundi		
		Pierre Emmanuel Ndebi		
		Sabine Patricia Mougou		
		Um Ngouem Thérèse		
		She Etoundi		
Kanada	The Centre for Innovation Studies (THECIS)	Peter Josty	Futurpreneur	Opinion Search Inc.
	University of Calgary	Cooper Langford	Government of Alberta	
	University of Calgary	Chad Saunders	Government of Nova Scotia	
	Memorial University	Blair Winsor	Government of Ontario	
	Memorial University	Jacqueline S Walsh	Government of Quebec	
	Ryerson University	Charles Davis	International Development Research Centre (IDRC)	
	Ryerson University	Dave Valliere	Ryerson University	
	Ryerson University	Howard Lin	Simon Fraser University/CPROST	
	Ryerson University	Neil Wolff		
	Université du Québec à Trois-Rivières	Etienne St-Jean		
	University of Manitoba	Nathan Greidanus		
	University of New Brunswick	Yves Bourgeois		
	University of Prince Edward Island	Allison Ramsay		
	University of Alberta	Karen Hughes		
	CPROST, Simon Fraser University	Adam Holbrook		
	CPROST, Simon Fraser University	Brian Wixted		
	Cape Breton University	Harvey Johnstone		
	Cape Breton University	Kevin Mckague		
	University of Regina	Chris Street		
	Thompson Rivers University	Murat Eroglu		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Katar	Research and Policy Unit, Silatech Qatar University	Tarek Coury	Silatech	Social & Economic Survey Research Institute (SESRI) at Qatar University
		Nader Kabbani		
		Paul Dyer		
		Mahmoud M. Abdellatif Khalil		
		Marios Katsiolouides		
		Rana Hindy		
		Thomas Chidiac		
Kazahstan	Nazarbayev University Graduate School of Business	Ramon O'Callaghan	JSC Economic Research Institute Nazarbayev University Graduate School of Business	JSC Economic Research Institute
		Venkat Subramanian		
		Dmitry Khanin		
		Robert Rosenfeld		
		Chet Borucki		
		Leila Yergozha		
		Maksat Mukhanov		
		Nurlan Kulbatyrov		
		Tair Kuanyshev		
Kitajska	Tsinghua University	Gao Jian	School of Economics and Management, Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.
		Qin Lan		
		Jiang Yanfu		
		Cheng Yuan		
		Li Xibao		
Kolumbija	Universidad del Norte Universidad ICESI Universidad de los Andes Pontificia Universidad Javeriana Cali	Liyis Gómez	Universidad del Norte Universidad ICESI- IDRC(Canada) Universidad de los Andes Pontificia Universidad Javeriana Cali	Centro Nacional de Consultoría
		Tatiana Hernandez		
		Eduardo Gómez		
		Natalia Hernandez		
		Rodrigo Varela Villegas		
		Jhon Alexander Moreno		
		Monica Bedoya		
		Rafael Augusto Vesga		
		Fabián Osorio		
		Fernando Pereira		
		Ana Maria Fierro		
Kosovo	Universum College	Alejtin Berisha	Universum College Ministry of Trade and Industry of the Republic of Kosovo SPARK	Universum College, Kosovo
		Durim Hoxha		
		Mergim Cahani		
		Uran Rraci		
		Uranik Begu		
Kostarika	Asociacion Incubadora Parque Tec Universidad de Costa Rica Cámara de Industrias de Costa Rica	Marcelo Lebendiker	Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE)	Ipsos SA
		Rafael Herrera		
		Guillermo Velasquez		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Kuvajt	Ministry of State for Youth Affairs	Fawaz Salem AlHusainan	Kuwait Government	IPSOS Middle East and North Africa
		Hessa AlOjayan		
		Fahad ALMudhaf		
		Fatima ALSalem		
Latvija	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga Baltic International Centre for Economic Policy Studies (BICEPS)	Marija Krumina	TeliaSonera AB	SKDS
		Anders Paalzow		
		Alf Vanags		
Litva	International Business School at Vilnius University	Mindaugas Lauzikas	International Business School at Vilnius University	RAIT Ltd
		Erika Vaininiene		
		Aiste Miliute	Lithuanian Research Council	
		Skaiste Varniene	Enterprise Lithuania	
Luksemburg	STATEC, National Statistical Office	Peter Höck	Chambre de Commerce Luxembourg	TNS ILRES
		Cesare Riillo	Ministère de l'Économie et du Commerce extérieur	
		Leila Ben Aoun	STATEC, National Statistical Office	
		Francesco Sarracino		
		Chiara Peroni		
Madžarska	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb	OTKA Research Foundation Theme number K 81527	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet
		József Ulbert	Regional Studies PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics	
		Attila Varga	Business Administration PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics	
		Gábor Márkus	Management and Business	
		Attila Petheő	Administration PhD Programme of the Corvinus University of Budapest	
		Dietrich Péter	Doctoral School of Regional and Economic Sciences, Széchenyi István University	
		Zoltán J. Ács	Global Entrepreneurship and Research Foundation	
		Terjesen Siri		
		Saul Estrin		
		Ruta Aidis		
Malezija	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier	Universiti Tun Abdul Razak	Rehanstat
		Mohar bin Yusuf		
		Leilanie Mohd Nor		
		Dewi Amat Sapuan		
		Garry Clayton		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Mehika	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Mario Adrián Flores	Tecnológico de Monterrey Campus León Tecnológico de Monterrey Campus Guadalajara	Alduncin y Asociados
		Daniel Moska		
		Isaac Lucatero		
		Marcia Campos		
		Elvira E. Naranjo		
		Natzin López		
		José Manuel Aguirre		
		Lucía Alejandra Rodríguez		
		Claudia Félix		
Nemčija	Leibniz Universität Hannover Institute for Employment Research (IAB) of the German Federal Employment Agency (BA)	Rolf Sternberg	German Federal Employment Agency (BA)	Umfragezentrum Bonn – Prof. Rudinger GmbH (uzbonn GmbH) Gesellschaft für empirische Sozialforschung und Evaluation
		Udo Brix		
		Arne Vorderwülbecke		
Nizozemska	Panteia/EIM	Jolanda Hessels	The Ministry of Economic Affairs of the Netherlands	Panteia
		Tommy Span		
		Peter van der Zwan		
		Sander Wennekers		
		André van Stel		
		Roy Thurik		
		Philipp Koellinger		
		Ingrid Verheul		
		Niels Bosma		
Norveška	Bodø Graduate School of Business	Gry Agnete Alsos	Innovation Norway Kunnskapsfondet Nordland AS Bodø Graduate School of Business	Polarfakta
		Erlend Bullvåg		
		Tommy Høyvarde Clausen		
		Espen Isaksen		
		Bjørn Willy Åmo		
		Aurora Dyrnes		
Panama	City of Knowledge's Innovation Center IESA Management School (Panama Campus)	Manuel Lorenzo	City of Knowledge Foundation	IPSOS
		Manuel Arrocha		
		Analisa Algandona		
		Andrés León		
		Federico Fernández Dupouy		
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship Imasen	Imasen
		Oswaldo Morales		
		Keiko Nakamatsu		
		Armando Borda		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Poljska	University of Economics in Katowice Polish Agency for Enterprise Development	Przemysław Zbierowski	University of Economics in Katowice	Realizacja sp. z o.o.
		Anna Tarnawa	Polish Agency for Enterprise Development	
		Paulina Zadura-Lichota	Polish Agency for Enterprise Development	
		Dorota Węclawska	Polish Agency for Enterprise Development	
		Mariusz Bratnicki	University of Economics in Katowice	
		Katarzyna Bratnicka		
Portoriko	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Marines Aponte	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Gaither International
		Aida Lozada	Banco Popular de Puerto Rico	
		Marta Alvarez		
Portugalska	Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Augusto Medina	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)	GfKMetris (Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, S.A.)
		Douglas Thompson		
		Rui Monteiro		
		Nuno Gonçalves		
		Luís Antero Reto		
		António Caetano		
		Nelson Ramalho		
Romunija	Faculty of Economics and Business Administration, Babeş-Bolyai University	Lehel - Zoltán Györfy	OTP Bank Romania	Metro Media Transilvania
		Tünde Petra Szabó	Asociația Pro Oeconomica	
		Annamária Dézsi-Benyovszki	Babes-Bolyai University of Cluj-Napoca	
		Ștefan Pete	Metro Media Transilvania, Studii Sociale, Marketing și Publicitate S.R.L.	
		Ágnes Nagy		
		Dumitru Matîș		
		Eugenia Matîș		
Rusija	Graduate School of Management SPbSU	Olga Verkhovskaya	Charitable Foundation for Graduate School of Management Development	Levada-Center
		Maria Dorokhina		
		Galina Shirokova		
Singapur	Nanyang Technological University	Olexander Chernyshenko	Nanyang Technological University NTU Ventures Pte Ltd	Joshua Research Consultants Pte Ltd
		Ho Moon-Ho Ringo		
		Chan Kim Yin		
		Rosa Kang		
		Lai Yoke Yong		
		Marilyn Ang Uy		
		David Gomulya		
		Calvin Ong He Lu		
		Jiang Weiting		
		Lee Seong Per		
Slovaška	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova	National Agency for Development of Small and Medium Enterprises	AKO
		Zuzana Kovacicova	Central European Foundation (CEF)	
		Marian Holienka	SLOVINTEGRA Energy, s.r.o	
		Jan Rehak	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	
		Jozef Komornik		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Slovenija	Faculty of Economics and Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik	SPIRIT Slovenia	RM PLUS
		Polona Tominc	Slovenian Research Agency	
		Katja Crnogaj	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management	
		Karin Širec		
		Barbara Bradač Hojnik		
		Matej Rus		
Surinam	Arthur Lok Jack Graduate School of Business, University of the West Indies	Miguel Carillo	Inter American Development Bank	Sacoda Serv Ltd
		Henry Bailey		
		Marvin Pacheco		
Španija	UCEIF Foundation-CISE GEM Spain Network	Ricardo Hernández y Ana Fernández-Laviada	Santander Bank GEM Spain Network Fundación Rafael Del Pino	Instituto Opinómetro S.L.
		Federico Gutiérrez- Solana Salcedo		
		Iñaki Peña		
		Maribel Guerrero		
		José Luis González		
		Manuel Redondo García		
		Inés Rueda Sampedro		
Regionalni timi	Ustanova	Direktor		
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro		
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata		
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino		
Cantabria	Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada		
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín		
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno		
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans	Carlos Guallarte		
C. Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras		
Extremadura	Fundación Xavier de Salas– Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón		
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)	Ana Vázquez Eibes		
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE), Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López		
Madrid Ciudad	Agencia de Desarrollo Económico »Madrid Emprende« Ayuntamiento de Madrid	Iñaki Ortega Cachón		
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón y Alicia Rubio		
Navarra	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart		
País Vasco	Deusto Business School	Iñaki Peña y Maribel Guerrero		

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

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

Avtorji

MIROSLAV REBERNIK



Dr. Miroslav Rebernik je redni profesor za ekonomiko poslovnih sistemov in podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Bil je gostujoči profesor na Portland State University in dobitnik Fulbrightove raziskovalne štipendije na Babson College. Sodeloval je na številnih domačih in tujih strokovnih in znanstvenih konferencah, je avtor več knjig in poglavij v številnih monografijah, ki so izšle doma in v tujini, vodil je mnoge 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 SME Policy Relevant Research in od lani European ENSR Fellow. Sodeluje v uredniških in recenzijskih odborih revij Journal of Entrepreneurial Venturing, Economic Review: Journal of Economics and Business, Journal of Global Entrepreneurship Research ter Proceedings of Rijeka Faculty of Economics: Journal of Economics and Business. Je vodja raziskovalnega tima Globalni podjetniški monitor Slovenija ter sourednik Slovenskega podjetniškega observatorija.

POLONA TOMINC



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

KATJA CRNOGAJ



Dr. Katja Crnogaj je asistentka za podjetništvo in ekonomiko poslovanja na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Sodeluje v pedagoškem procesu dodiplomskih in podiplomskih študijskih programov, kot raziskovalka Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij pa pri številnih domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je članica raziskovalnega tima Globalni podjetniški monitor in Slovenski podjetniški observatorij ter članica komisije za področje ekonomije v projektu Mladi za napredek Maribora. Aktivno sodeluje v raziskovalnem programu Podjetništvo za inovativno družbo. V doktorski disertaciji je proučevala vpliv izbranih institucionalnih in individualnih dejavnikov na podjetniško aktivnost ter njihovo povezavo z gospodarskim in družbenim napredkom. Raziskovalno se ukvarja tudi s podjetniškimi merami, mednarodnim podjetništvom, podjetniškim povezovanjem ter drugimi področji podjetništva in ekonomike podjetja.

KARIN ŠIREC



Dr. Karin Širec je izredna profesorica za področje podjetništva in ekonomike poslovanja. Leta 1995 je diplomirala na Ekonomsko-poslovni fakulteti v Mariboru in na isti fakulteti leta 1999 tudi magistrirala. Po končanem študiju se je kot mlajša svetovalka zaposlila v podjetju Finea Consulting, d. o. o. Od leta 1996 je zaposlena na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru, kjer je leta 2007 tudi doktorirala. Je članica raziskovalne skupine Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij, v okviru katere sodeluje pri dveh longitudinalnih raziskavah s področja podjetništva, in sicer pri Slovenskem podjetniškem observatoriju in Globalnem podjetniškem monitorju. Hkrati je tudi slovenska predstavnica mednarodne raziskovalne skupine za raziskovanje ženskega podjetništva Diana. Sodelovala je na številnih domačih in tujih strokovnih in znanstvenih konferencah. Je avtorica več znanstvenih in strokovnih člankov, ki posegajo na raziskovalna področja ekonomike podjetja, podjetništva, teorije proizvodnih virov, podjetniških teorij in teorij, ki temeljijo na znanju. Je predstavnica Slovenije pri European Council for Small Business, predstojnica magistrske študijske usmeritve Podjetništvo in inoviranje na EPF in članica senata EPF.

BARBARA BRDAČ HOJNIK



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

MATEJ RUS



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



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

SPiRiT
SLOVENIJA | **I FEEL**
SLOVE*NIA*

Javna agencija Republike Slovenije za
spodbujanje podjetništva, inovativnosti,
razvoja, investicij in turizma



JAVNA AGENCIJA ZA RAZISKOVALNO DEJAVNOST
REPUBLIKE SLOVENIJE

Inštitut za podjetništvo
in management
malih podjetij



9 789616 180235 2