



Univerza v Mariboru
Ekonomsko-poslovna fakulteta



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

Podjetništvo med priložnostjo in nujo

GEM Slovenija 2015



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



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

Podjetništvo med priložnostjo in nujo

GEM Slovenija 2015

Naslov monografije: Podjetništvo med priložnostjo in nujo: GEM Slovenija 2015

Avtorji: prof. dr. Miroslav Rebernik, prof. dr. Polona Tominc,
doc. 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: 2016

Oblikovanje: Nebia, d.o.o.

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

Naklada: 250 izvodov

ISSN 1854-8040

ISBN 978-961-6802-39-0



CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Univerzitetna knjižnica Maribor

334.7(497.4)"2015"

PODJETNIŠTVO med priložnostjo in nujo : GEM Slovenija
2015 / Miroslav Rebernik ... [et al.]. - Maribor : Ekonomsko-
-poslovna fakulteta, 2016. - (Slovenski podjetniški observato-
rij, ISSN 1854-8040)

250 izv.

ISBN 978-961-6802-39-0

1. Rebernik, Miroslav
COBISS.SI-ID 86200577

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, 2016.

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

KAZALO

UVODNI POVZETEK	9
Družbeni in osebni odnos do podjetništva	10
Podjetniška aktivnost	11
Demografske značilnosti slovenskega podjetništva	13
Podjetniške aspiracije	15
Kakovost podjetniškega ekosistema	17
EXECUTIVE SUMMARY	19
Societal and Personal Attitudes towards Entrepreneurship	20
Entrepreneurship Activity	22
Demographic Characteristics of Slovenian Entrepreneurship	24
Entrepreneurship Aspirations	26
Quality of Entrepreneurship Ecosystem	28
1 PREDSTAVITEV GLOBALNEGA PODJETNIŠKEGA MONITORJA – GEM	31
1.1 Kaj proučuje GEM in zakaj	31
1.2 Konceptualni okvir Globalnega podjetniškega monitorja	34
1.3 Podatkovne podlage za GEM	36
1.4 Dostopnost raziskav in podatkov GEM	38
2 GEM-OVA PREGLEDNICA ZNAČILNOSTI PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI	39
3 NAGNjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu in zaznavanje	
ODNOSA DO PODJETNIŠTVA V DRUŽBI	47
3.1 Opredelitev kazalnikov GEM	47
3.2 Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu	51
3.3 Samozaznavanje in dožemanje podjetništva z vidika posameznika	55
4 PODJETNIŠKA AKTIVNOST V LETU 2015	65
4.1 Faze podjetniške aktivnosti	65
4.2 Motivacija za podjetništvo	70
4.3 Zgodnja podjetniška aktivnost	74
4.4 Ustaljeni podjetniki	77
4.5 Podjetniška aktivnost zaposlenih	80
4.6 Celotna podjetniška aktivnost in učinkovitost podjetniškega procesa	82
4.7 Prenehanje poslovanja	84
5 DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA	91
5.1 Starost	91

5.2 Podjetništvo in mladi.	96
5.3 Spol	99
5.4 Izobrazba.	104
5.5 Dohodek	108
6 PODJETNIŠKE ASPIRACIJE	113
6.1 Usmerjenost v rast.	114
6.2 Inovacijska naravnost	121
6.3 Internacionalizacija	124
7 OCENA PODJETNIŠKEGA EKOSISTEMA.	129
7.1 Podjetniško okolje in podjetniška politika.	129
7.2 Kako GEM spremlja kakovost podjetniškega okolja	131
7.3 Ocena podjetniškega okolja v letu 2015	133
7.4 Najvišje in najnižje ocenjeni elementi podjetniškega ekosistema	135
7.5 Kako izboljšati slovenski podjetniški ekosistem?	141
SLOVENSKI IZVEDENCI V LETU 2015.	145
LITERATURA IN VIRI	147
KLJUČNE MERE GEM	155
RAZISKOVALNI TIMI IN SPONZORJI GEM V LETU 2015.	159
AVTORJI	171
PRIMERI TUJIH VLADNIH PROGRAMOV IN POLITIK	
Argentina: Mesta podpirajo podjetnike	45
Nemčija: Spodbujanje podjetništva z univerzitetnimi start-up podjetji	63
Irska: Spodbujanje ženskega podjetništva	89
Izrael: Promocija sektorja domačega tveganega kapit	111
Čile: Promocija podjetniške kulture.	127

KAZALO SLIK

Slika 1.1:	Značilne skupine gospodarstev in ključna razvojna usmerjenost (Kelley et al. 2011).....	33
Slika 1.2:	Konceptualni okvir GEM.....	35
Slika 2.1:	Primerjava Slovenije in povprečja držav EU s povprečjem vrednosti v inovacijskih gospodarstvih za izbrane kazalnike, GEM Slovenija 2015, APS.....	41
Slika 3.1:	Odstotek ljudi, ki menijo, da je podjetništvo primerna izbira karierne poti (v evropskih državah, ki sodelujejo v raziskavi GEM)	51
Slika 3.2:	Odstotek ljudi, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani (v evropskih državah, ki sodelujejo v raziskavi GEM)	52
Slika 3.3:	Odstotek ljudi, ki zaznavajo medijsko podporo podjetništvu v družbi (v evropskih državah, ki sodelujejo v raziskavi GEM)	53
Slika 3.4:	Egalitarizem – v evropskih državah, ki sodelujejo v raziskavi GEM.....	54
Slika 3.5:	Zaznavanje poslovnih priložnosti	56
Slika 3.6:	Zaznavanje poslovnih priložnosti v evropskih državah, ki sodelujejo v raziskavi GEM.....	57
Slika 3.7:	Podjetniške namere.....	58
Slika 3.8:	Podjetniške namere v evropskih državah, ki sodelujejo v raziskavi GEM	59
Slika 3.9:	Povezanost med zaznanimi podjetniškimi sposobnostmi in kompetencami ter podjetniškimi namerami v državah EU, ki sodelujejo v GEM.....	60
Slika 3.10:	Zaznano podjetniško znanje, izkušnje in sposobnosti v evropskih državah, ki sodelujejo v GEM	60
Slika 3.11:	Strah pred neuspehom v evropskih državah, ki so sodelovale v GEM.....	61
Slika 4.1:	Faze podjetniškega procesa	66
Slika 4.2:	Podjetništvo iz nuje in podjetništvo iz priložnosti v Sloveniji v letih od 2009 do 2015	72
Slika 4.3:	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v vseh sodelujočih državah GEM 2015	75
Slika 4.4:	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v evropskih državah GEM 2015.....	76
Slika 4.5:	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji v letih od 2009 do 2015	77
Slika 4.6:	Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v evropskih državah GEM.....	80
Slika 4.7:	Podjetniška aktivnost zaposlenih v zadnjih treh letih kot odstotek odrasle populacije	81
Slika 4.8:	Pregled podjetniške aktivnosti po fazah podjetniškega procesa v Sloveniji 2015 ..	83
Slika 4.9:	Puščanje podjetniškega voda v Sloveniji	84
Slika 4.10:	Opustitev poslovanja v državah GEM kot delež v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti.....	86
Slika 4.11:	Opustitev podjetniške aktivnosti v zadnjih 12 mesecih v evropskih državah v celotnem podjetniškem procesu	87

Slika 5.1:	Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in zaradi nuje po starostnih razredih	93
Slika 5.2:	Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost	94
Slika 5.3:	Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav.....	95
Slika 5.4:	Število in delež mladih v registrirani brezposelnosti.....	96
Slika 5.5:	Odstotek nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let	97
Slika 5.6:	Podjetniška aktivnost nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let	98
Slika 5.7:	Izobrazbena raven nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih skupinah od 18 do 34 let in od 35 do 64 let	99
Slika 5.8:	Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol.....	100
Slika 5.9:	Zgodnja podjetniška aktivnost med ženskami in moškimi.....	102
Slika 5.10:	Zgodnja podjetniška aktivnost med ženskami in moškimi v Evropi	103
Slika 5.11:	Zgodnja podjetniška aktivnost žensk zaradi nujnosti v Evropi.....	104
Slika 5.12:	Izobrazba novih in nastajajočih podjetnikov v obdobju 2011–2015	105
Slika 5.13:	Zgodnja podjetniška aktivnost visoko izobraženih glede na spol	106
Slika 5.14:	Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo	107
Slika 5.15:	Podjetniška aktivnost glede na dohodek	108
Slika 5.16:	Dohodkovni razredi in podjetništvo.....	109
Slika 6.1:	Pričakovanja podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva o rasti števila zaposlenih v Sloveniji in posameznih skupinah držav kot delež indeksa TEA (v %).....	116
Slika 6.2:	Pričakovanja podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva o rasti števila zaposlenih po posameznih državah GEM kot delež indeksa TEA (v %)	118
Slika 6.3:	Zgodnja podjetniška aktivnost, merjena z indeksom TEA, v inovacijskih gospodarstvih s strukturo aspiracij po dodatnih delovnih mestih v prihodnjih petih letih	119
Slika 6.4:	Zgodnja podjetniška aktivnost, merjena z indeksom TEA, v gospodarstvih Evropske unije s strukturo aspiracij po rasti, izraženih v dodatnih delovnih mestih v prihodnjih petih letih	120
Slika 6.5:	Inovacijska naravnost podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti (TEA) v letu 2015 v Sloveniji in v posameznih skupinah držav	122
Slika 6.6:	Inovacijska naravnost podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti v letu 2015 v Sloveniji in v državah EU, sodelujočih v raziskavi GEM ...	123
Slika 6.7:	Intenzivnost internacionalizacije podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti v letu 2015 za Slovenijo in za posamezne skupine gospodarstev	125
Slika 6.8:	Intenzivnost internacionalizacije podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti v letu 2015 po državah Evropske unije	126
Slika 7.1:	Sestavljeni kazalniki okvirnih pogojev za podjetništvo	135
Slika 7.2:	Ocene elementov vladnih politik v Sloveniji primerjalno z državami EU	136
Slika 7.3:	Ocene elementov izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v Sloveniji primerjalno z državami EU	137

Slika 7.4:	Ocene elementov kulturnih in družbenih norm v Sloveniji primerjalno z državami EU	138
Slika 7.5:	Ocena dostopa do fizične infrastrukture v Sloveniji v primerjavi z državami GEM leta 2015	140
Slika 7.6:	Prednosti in slabosti podjetniškega ekosistema v Sloveniji leta 2015	142

KAZALO TABEL

Tabela 1.1:	Podjetništvo med priložnostjo in nujo	33
Tabela 1.2:	Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav po tipih gospodarstva, GEM 2015, APS	36
Tabela 1.3:	Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2015, APS.....	37
Tabela 1.4:	Število sodelujočih nacionalnih izvedencev v sodelujočih državah po tipih gospodarstva, GEM 2015, NES	38
Tabela 2.1:	Večdimenzionalnost raziskovanja količine in kakovosti podjetniške aktivnosti – vidiki analize.....	40
Tabela 2.2:	GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2015 APS.....	42
Tabela 3.1:	Elementi nagnjenosti k podjetništvu in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi, GEM 2015, APS	49
Tabela 3.2:	Elementi nagnjenosti k podjetništvu in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi (ljudje, stari od 18 do 64 let, v odstotkih), GEM Slovenija 2015, APS.....	51
Tabela 4.1:	Pregled vključenosti prebivalstva v posamezne faze podjetniškega procesa, GEM Slovenija 2015, APS.....	67
Tabela 4.2:	Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po posameznih fazah in skupinah držav, GEM Slovenija 2015, APS	69
Tabela 4.3:	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in zaradi nuje po stopnjah razvitosti nacionalnih gospodarstev, GEM Slovenija 2015, APS.....	70
Tabela 4.4:	Ključne značilnosti celotne zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti in zaradi nuje, GEM Slovenija 2015, APS	72
Tabela 4.5:	Motivacijski indeks v vseh državah GEM, GEM Slovenija 2015, APS.....	73
Tabela 4.6:	Razmerje med nastajajočimi in novimi podjetniki v Sloveniji, GEM Slovenija 2015, APS.....	77
Tabela 4.7:	Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom, GEM Slovenija 2015, APS.....	78

Tabela 4.8: Podjetniška aktivnost zaposlenih v Sloveniji v letih od 2011 do 2015, GEM Slovenija 2015, APS.....	82
Tabela 4.9: Razlogi za prenehanje poslovanja, GEM Slovenija 2015, APS	87
Tabela 5.1: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2015, APS.....	93
Tabela 5.2: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2015, APS.....	95
Tabela 5.3: Odstotek podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2011–2015, GEM Slovenija 2015, APS.....	101
Tabela 6.1: Pričakovanja podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva o rasti števila zaposlenih v Sloveniji in posameznih skupinah držav kot delež indeksa TEA (v %), GEM Global report 2015.	117
Tabela 7.1: Ključni GEM-ovi okvirni pogoji za podjetništvo, GEM 2015, NES.....	132
Tabela 7.2: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji in EU, GEM Slovenija 2015, NES.....	133
Tabela 7.3: Deset najnižje in deset najvišje ocenjenih elementov podjetniškega ekosistema, GEM Slovenija 2015, NES	139

Uvodni povzetek

Podjetništvo še zdaleč ne pomeni zgolj ustanovitve podjetja in njegovega lastniškega vodenja, ampak predvsem ustvarjanje nečesa novega, za to pa so potrebne ustvarjalnost, inovativnost in podjetnost. Zato tudi podjetništvo srečamo na številnih področjih družbenega in ekonomskega življenja. Ker je posameznik temeljni nosilec podjetniške pobude, ga raziskovanje podjetništva ne more obiti, nujno pa je tudi proučevanje njegovega okolja, ki ga lahko pri tem spodbuja ali ovira. Podjetništva zato ne moremo spoznati tako, da bi prešteli podjetja in podjetnike, ampak tako, da spoznamo podjetniško okolje, temeljne značilnosti podjetniških aktivnosti, podjetnikove motivacije in ambicije. Globalni podjetniški monitor, največja svetovna raziskava na področju podjetništva, se s tem ukvarja že 17 let in omogoča temeljit vpogled v svet podjetništva. 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. Ker je pristop GEM enak po vsem svetu, omogoča podrobne mednarodne primerjave, še zlasti ker razpolaga z izjemno obsežnim naborom podatkov iz več kot 100 gospodarstev in je neprecenljiv vir za raziskovalce in njihove znanstvene prispevke, še zlasti pa zato, ker je tudi njegova mreža raziskovalcev podjetništva bogato prepletena. Ne nazadnje pa raziskava podjetništvo razume kot proces, ki teče vse od ugotavljanja podjetniškega potenciala in zaznavanja poslovnih priložnosti do ustanovitve podjetja, rednega poslovanja in prenehanja poslovanja.

Slovenija sodeluje v svetovnem timu Globalnega podjetniškega monitorja že vse od leta 2002. Za celotno obdobje je ohranjena longitudinalna kompatibilnost zbranih podatkov, raziskovalni model GEM pa se nenehno izpopolnjuje, ne da bi se s tem ogrozila primerljivost zbranih podatkov. Če GEM, v okviru katerega je prva raziskava stekla leta 1999, opišemo s številkami, potem to pomeni 17 let podatkov, več kot 200.000 intervjujev na leto, več kot 100 vključenih držav, doslej vključenih več kot 500 strokovnjakov za podjetniške raziskave, več kot 300 akademskih in raziskovalnih institucij in več kot 200 različnih financirerjev, ki so v teh letih podprli raziskovanje.

Globalni podjetniški monitor omogoča boljše razumevanje družbenih vrednot o podjetništvu in individualnih podjetniških značilnosti posameznika, kot so sposobnost zaznavanja priložnosti, dojemanje lastnih sposobnosti za podjetniško delovanje, strah pred neuspehom in podjetniške namere. Podjetniško aktivnost spremlja v celotnem življenjskem ciklu (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 posveča tudi podjetniškim aspiracijam in kakovosti podjetniškega ekosistema, saj ta pomembno pospešuje (ali zavira) podjetniške procese v družbi.

DRUŽBENI IN OSEBNI ODNOS DO PODJETNIŠTVA

Družbeni kontekst, v katerem deluje posameznik, pomembno zaznamujejo njegova dojemanja in vrednote. Kulturne in družbene norme v okolju lahko odločitev posameznika za podjetniško pot spodbujajo ali pa ga pri njenem uresničevanju zavirajo. Družbene vrednote, ki se odražajo v javnem mnenju ljudi, so odraz zgodovinsko pogojenih kulturnih in družbenih norm, sooblikujejo primernost in sprejemljivost ukrepov ekonomske politike in so pomemben sooblikovalec podjetniškega okolja. Hkrati sooblikujejo podjetniške ambicije ljudi ter družbeno naklonjenost podjetništvu in podjetnikom. Slovenija se uvršča približno na sredino lestvice v svetovnem in v evropskem merilu glede na delež ljudi, ki menijo, da je začeti s podjetništvom dobra izbira kariere (53,7 %). V Evropi je na prvem mestu Nizozemska s skoraj 80 %, zadnji pa sta Švica s 40 % in Finska s 33,2 %. Uspešni podjetniki so v slovenski družbi spoštovani, o čemer je prepričanih 70 % ljudi, kar uvršča Slovenijo na dokaj visoko 7. mesto v evropskem merilu, kjer je na prvem mestu Finska s skoraj 85 %. V svetovnem merilu svojim uspešnim podjetnikom največ spoštovanja izkazuje Izrael (86 %), najmanj pa Hrvaška (42,3 %).

Ljudje v Sloveniji v povprečju tudi nekoliko bolje kot leto poprej zaznavajo medijsko podporo uspešnim podjetniškim zgodbam, večinoma pa spoštovanje uspešnih podjetnikov in dojemanje, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira, ostaja na podobni ravni kot leto poprej. To velja tako za Slovenijo kot v povprečju za Evropo. Ker rezultati raziskave GEM kažejo, da bolj pozitivne družbene vrednote o podjetništvu pomenijo večinoma tudi več podjetniške aktivnosti med prebivalci, je nujno bolj odločno spreminjanje gospodarskega, družbenega in kulturnega okolja v smeri večje podpore in naklonjenosti podjetništvu v družbi. Mediji so lahko pri tem v izjemno podporo. Toda to je tudi izredno težko doseči, še zlasti to ni mogoče na kratek rok.

Ena od značilnosti slovenskih globoko zakoreninjenih družbenih norm je mnenje, da je prav, da bi imeli vsi ljudje v Sloveniji približno enako raven življenjskega standarda. Ta značilnost slovenske družbe, ki jo sicer zaznavamo že ves čas, kar poteka raziskava GEM, je Slovenijo v letu 2015 pripeljala na sam vrh lestvice vseh držav, ki so sodelovale v tem delu raziskave, tako v svetovnem kot v evropskem merilu. V Sloveniji je skoraj 82 % odraslih mnenja, da bi bilo večini ljudi ljubše, če bi imeli vsi podobno raven standarda. Sloveniji na lestvici sledijo Hrvaška (79,9 %), Tajska (79,5 %), Irska (78,9 %) in Avstralija (78,1 %). Na drugem koncu lestvice sta Malezija (31,2 %) in Iran (30,6 %). Najmanj egalitarizma te vrste v evropskem merilu izkazuje Luksemburg (43,2 %), le dobro polovico tega kot Slovenija.

Odločitev za podjetniško pot je večinoma osebna odločitev posameznika. V okviru raziskave GEM zato ocenjujemo tudi zaznavanje posameznikov o razpoložljivosti dobrih poslovnih priložnosti v okolju ter samooceno lastnosti oziroma značilnosti, pomembnih za uspešno ukvarjanje s podjetništvom, kot so znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo, ter zaznavanje strahu pred morebitnim podjetniškim neuspehom. Vse to lahko vpliva na podjetniške namere v prihodnosti, pri čemer imajo posamezniki v posameznih državah seveda v mislih različne podjeme, z različnimi značilnostmi. Tako kot v letu 2014 smo tudi v letu 2015 v Sloveniji beležili rahlo naraščanje zaznavanja poslovnih priložnosti. Po zgolj 16 % prebivalstva, ki so leta 2013

menili, da bodo v njihovem okolju dobre poslovne priložnosti, je leta 2014 ta odstotek narasel na 17,3 %, leta 2015 pa na 20,5 %. A tudi to rahlo povečanje glede na leto poprej Slovenije ni uvrstilo višje na lestvici; še vedno smo na repu, na 57. mestu med 60 sodelujočimi državami. To, kar je v Sloveniji videti kot napredek, se v svetovnem merilu ne kaže tako, saj se je večje zaznavanje priložnosti pojavilo tudi v drugih državah. Nižje od Slovenije sta se od evropskih držav uvrstili le še Bolgarija (15,8 %) in Grčija (14,2 %), delež zaznavanja poslovnih priložnosti pa je bil ponovno najvišji (celo nekoliko višji kot leto poprej) v skandinavskih državah, na Švedskem (70,2 %) in Norveškem (68,9 %). Velik vpliv na to ima urejen podjetniški ekosistem, saj obstaja izrazito pozitivna korelacija med »vladavino prava« in kakovostnim podjetništvom. Kjer je vladavina prava močnejša, je tudi več zaznavanja poslovnih priložnosti in več kakovostnega podjetništva.

V Sloveniji je leta 2014 samo nekaj več kot desetina (12,3 %) odraslih posameznikov razmišljala o tem, da bi v prihodnjih treh letih ustanovili podjetje; v letu 2015 jih je bilo še manj – samo 10,0 %. Ta delež uvršča Slovenijo na 17. mesto med evropskimi državami ter na 51. mesto v svetovnem merilu med 60 sodelujočimi državami. Najvišji delež odraslih, ki menijo, da bodo v prihodnjih treh letih začeli s podjetniško aktivnostjo, smo tako zaznali v Senegalu (73 %), Bocvani (65 %) in Burkina Fasu (64 %), kjer pa gre v veliki meri za podjetništvo iz nujnosti, saj za ustvarjanje dohodkov ni dovolj drugih možnosti. Iz podobnih razlogov je med evropskimi državami delež najvišji v Romuniji (31 %) in Makedoniji (24 %). Najnižji delež posameznikov, ki nameravajo v prihodnjih treh letih ustanoviti podjetje, pa smo zaznali na Norveškem (6 %) in v Španiji (6 %). Pri posameznikih v Sloveniji je relativno veliko zaupanje v lastne podjetniške sposobnosti in kompetence (51,5 %), kar Slovenijo uvršča na visoko 6. mesto med evropskimi državami. Glede izogibanja negotovosti, ki se kaže v strahu pred neuspehom, ugotavljamo, da je strah pred neuspehom v Evropi zasidran nekoliko bolj kot v povprečju v drugih razvitih gospodarstvih v svetu (v inovacijskih gospodarstvih). V Evropi v povprečju 45 % prebivalcev meni, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od podjetniške poti, v razvitih gospodarstvih inovacijskega tipa pa tako meni v povprečju 43,1 % ljudi. Slovenija v tem pogledu izraža več poguma in je pod evropskim povprečjem s 40,1 %, a se je ta delež povečal v primerjavi z letom 2014, ko je znašal 38,7 %. Vidimo torej, da ljudje v Sloveniji v povprečju menijo, da imajo znanje in sposobnosti za podjetništvo in se primerjalno z drugimi državami tudi manj bojijo neuspeha, a se zanj vendarle ne odločijo. Če posamezniki ne razmišljajo o tem, da bi bili podjetniki, seveda ne pomaga nobeno zatrjevanje o tem, kako je podjetništvo pomembno. Odločitev zanj je pač osebna odločitev in posamezniki še kako pretehtajo slabosti in koristi podjetniške poti.

PODJETNIŠKA AKTIVNOST

GEM spremlja podjetniško aktivnost v vseh fazah podjetniškega procesa – od nastajanja podjetja pa vse do prenehanja poslovanja. Deleži podjetniške aktivnosti v posameznih fazah tega procesa se pomembno razlikujejo med posameznimi državami, ki so na različnih ravneh gospodarskega razvoja, saj so družbeni, kulturni, politični in gospodarski okviri, ki vplivajo na pojav podjetništva, med njimi bistveno drugačni. Med temi skupinami držav se razlikujeta tudi količina in kakovost podjetništva. Največ zgodnje podjetniške aktivnosti je v faktorskih gospodarstvih. Z dvigom razvitosti se praviloma zmanjšuje, povečuje pa se njena kakovost, z večanjem stopnje razvitosti pa prehaja od podjetništva iz nuje v podjetništvo zaradi izkoriščanja poslovnih priložnosti in je bolj usmerjeno v rast, inovacije in globalno poslovanje. Slovenija je glede podjetniške aktivnosti v vseh proučevanih fazah, od nastajajočih do ustaljenih podjetnikov, pod povprečjem. Kot že vsa leta doslej je največ zgodnje podjetniške aktivnosti v

Senegal (38,6 %) in Bocvani (33,2 %), ki spadata med faktorska gospodarstva, ter v Ekvadorju (33,6 %) in Libanonu (30,2). Najnižje stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti pa beležijo Bolgarija (3,5 %), Nemčija (4,7 %), Italija (4,9 %), Norveška (5,7 %) in Španija (5,7 %) ter Malezija z najnižjo stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti (2,9 %). Med deset držav z najnižjo stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti se je uvrstila tudi Slovenija (5,9 %), ki se je leta 2015 med 60 državami GEM uvrstila na nezavidljivo 53. mesto. Tako beležimo upadanje indeksa TEA že drugo leto – s 6,3 % v letu 2013. Tudi med 24 evropskimi državami iz raziskave GEM smo pri repu, in sicer na 19. mestu. V Evropi po indeksu TEA vodi Latvija (14,1 %), zadnja pa je Bolgarija (3,5 %).

Nekateri posamezniki se za podjetništvo odločijo zaradi nujnosti, da preživijo, drugi zato, da bi izkoristili obetavno poslovno priložnost. Leta 2012 je bilo v Sloveniji največ podjetnikov iz priložnosti in najmanj iz nuje, po letu 2013 pa zaznavamo bistven porast podjetništva iz nuje, hkrati pa tudi upad podjetništva iz priložnosti. Leta 2013 smo imeli v Sloveniji med vsemi nastajajočimi podjetniki 40 % takih, ki so šli v podjetništvo zaradi nujnosti, leta 2015 pa jih je bilo že občutno manj – le 29 %. To je podobno kot leta 2013, ko je vsako tretje podjetje nastalo zato, da bi lastniku in soustanoviteljem zagotovilo preživetje. Upad števila podjetnikov iz nuje je dobra novica zlasti zato, ker so takšni podjetniki v povprečju manj razvojno naravnani, manj zaposlujejo in so tudi manj konkurenčni. A to je dobra novica samo takrat, ko zraste število podjetnikov, ki vlagajo v razvoj in zaposlovanje, kar pa se lani žal ni zgodilo.

Motivacijski indeks, izračunan kot razmerje med deležem razvojno usmerjenih podjetnikov (torej tistih, ki izkoriščajo priložnosti in želijo povečati prihodke in neodvisnost) in deležem podjetnikov iz nuje, pokaže, da je v faktorskih gospodarstvih v povprečju 1,5-krat več razvojno usmerjenih podjetnikov kot podjetnikov iz nuje, v učinkovitostnih pa dvakrat toliko. Najboljše razmerje je v inovacijskih gospodarstvih, v katerih je 3,4-krat več razvojno usmerjenih podjetnikov kot podjetnikov iz nuje. V Sloveniji je to razmerje na ravni povprečja učinkovitostnih gospodarstev in bistveno pod povprečjem inovacijskih, saj imamo le 1,9-krat več razvojno usmerjenih podjetnikov kot podjetnikov iz nuje.

Spremljanje podjetniškega procesa od družbene sprejetosti podjetništva in izhodiščne skupine posameznikov, ki izkazujejo podjetniški potencial, pa vse do ustanovitve, delovanja in prenehanja poslovanja pokaže, da je imelo v letu 2015 pozitiven odnos do podjetništva 62,3 % odraslega prebivalstva, kar je dober odstotek več kot leto poprej. Posameznikov, ki so menili, da imajo potrebne sposobnosti, znanje in izkušnje za podjetništvo, so zaznavali poslovne priložnosti v okolju in jih strah pred neuspehom ne bi odvrnil od podjetniške poti, je bilo že precej manj – 36,4 %. Še dosti manj (9 %) je bilo tistih, ki zaznavajo poslovne priložnosti in so rekli, da nameravajo v prihodnjih treh letih postati podjetnik. Tistih posameznikov, ki so dejansko začeli realizirati svojo podjetniško namero (nastajajoči podjetniki), pa je bilo v Sloveniji bistveno manj, le 3,2 %. Novih podjetnikov, ki poslujejo več kot tri mesece in manj kot tri leta in pol, pa še manj, v letu 2015 le 2,8 %. Toda tudi vsi ti se ne obdržijo, saj je vseh tistih podjetnikov, ki svoje podjetje uspešno vodijo v začetnih turbulentnih letih in preidejo med ustaljene podjetnike (poslujejo več kot tri leta in pol), v Sloveniji le 4,2 %.

Takšno ugotavljanje prehajanja skozi faze podjetniškega procesa pokaže, da je treba storiti več za aktiviranje tistih posameznikov, ki izkazujejo potencial, so motivirani in v svojem okolju zaznavajo poslovne priložnosti, torej potencialno spadajo med priložnostno motivirane podjetnike. Zato menimo, da je treba na nacionalni ravni sprejeti ustrezne podporne ukrepe med potencialnimi podjetniki in tistimi, ki izkazujejo podjetniške namere, da bi jih ti tudi realizirali. Taka podpora jih mora motivirati, da se bodo dejansko odločili za podjetniško pot, z zagotavljanjem podpornega okolja za start-up podjetja, svetovanjem in izobraževanjem, enostavnim zakonodajnim okvirom in manj administrativnimi ovirami pa jim olajšati to pot.

Pomemben del podjetniškega procesa je tudi prenehanje poslovanja podjetja, kar še zdaleč ne pomeni, da je podjetnik doživel neuspeh, čeravno se seveda lahko zgodi tudi to. Prenehanje poslovanja lahko sicer izhaja iz pomanjkanja finančnih virov ali nezmožnosti preživetja podjetja na trgu, vendar gre pogosto tudi za različne načine izstopa podjetnika iz podjetja, kot so prodaja podjetja ali deleža v podjetju, upokojitev, žetvena strategija podjetnika in drugo. Lahko gre tudi za sledenje drugi poslovni priložnosti, ki je bolj dobičkonosna in bolje nagraduje podjetnikov talent in napor. Da prenehanja poslovanja ne enačimo z neuspehom, je pomembno predvsem z vidika podjetnikovega doživljanja prenehanja poslovanja kot neuspeha in motiviranosti za prihodnje podjetniške aktivnosti.

GEM proučuje dva vidika prenehanja poslovanja, in sicer (1) kolikšen delež prebivalcev je v zadnjem letu opustil poslovanje in (2) razloge, zaradi katerih se je to zgodilo. Največ posameznikov je poslovanje opustilo v faktorskih gospodarstvih Bocvane (14,7 %), Senegala (13,3 %) in Filipinov (12,2 %). To so hkrati tudi države, ki imajo najvišje stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti (indeks TEA), iz česar lahko sklepamo, da je podjetniška dinamika velika, ob tem pa Bocvana in Filipini beležijo tudi nizke stopnje ustaljenih podjetnikov, kar kaže, da je proces rojevanja in zapiranja podjetij hiter, to pa je povezano tudi z razvojno stopnjo gospodarstev in nestabilnostjo gospodarjenja. Nasprotno pa Portoriko (0,9 %), Malezija (1,1 %), Bolgarija (1,4 %) in Španija (1,6 %) v zadnjem letu beležijo najnižje stopnje opustitev poslovanja. Med evropskimi državami je največ podjetniško aktivnih posameznikov opustilo poslovanje na Slovaškem (36,5 %) in v Luksemburgu (31,8 %). V primerjavi s sosednjima državama Hrvaško (27,9 %) in Italijo (20,8 %) je bilo v Sloveniji opustitev poslovanja manj, in sicer 17,6 % podjetniško aktivnih posameznikov. Najmanj podjetniško aktivnih posameznikov je poslovanje opustilo v Švici (9,5 %), Estoniji (9,8 %) in Španiji (12,2 %). Nedobičkonosnost podjetja je bila najpogostejši razlog tako v Sloveniji (35,5 %) kot tudi v primerjanih skupinah držav. Drugi najpogostejši razlog je bila v Sloveniji upokojitev (23,1 %), v primerjanih skupinah držav pa je bil to bistveno manj pogost razlog za prenehanje poslovanja. Tema dvema razlogoma v Sloveniji sledijo finančni (14,9 %) in osebni (14,7 %) razlogi. Finančni razlogi so v Sloveniji nad povprečjem vseh primerjanih skupin držav, osebni razlogi pa so pod tem povprečjem.

DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA

Vzorci podjetniške aktivnosti po posameznih starostnih skupinah so relativno homogeni povsod po svetu. Najaktivnejša starostna skupina je v starostnem obdobju od 25 do 34 let. Medtem ko delež najaktivnejše skupine ostaja približno nespremenjen v vseh skupinah proučevanih držav (države GEM, inovacijska gospodarstva, evropske države in države Evropske unije), se je v zadnjem letu v Sloveniji njihov delež zelo povečal (s 33,8 % na 42,0 %). Gre za izrazito naraščajoč trend, saj spremljamo porast deleža te skupine mladih že tretje leto zapovrstjo. Ta vrednost tudi bistveno presega delež te starostne skupine v primerjanih skupinah držav. V Sloveniji pa je bilo v letu 2015 mogoče zaslediti nadaljnje upadanje deleža nastajajočih in novih podjetij v najmlajši starostni skupini, od 18 do 24 let (s 7,3 % na 5,5 %). Če smo bili še leta 2013 v tej starostni skupini primerljivi s primerjanimi skupinami proučevanih držav, sedaj ugotavljamo, da postaja razkorak vse večji. Gre za starostno skupino, ki zgodnjo podjetniško aktivnost odraža že zelo zgodaj, največkrat kar po zaključku srednješolskega in poklicnega izobraževanja. Kontinuiran padec te starostne skupine je po eni strani mogoče razlagati z aktivnejšim vključevanjem mladih v terciarne izobraževalne programe, delno pa lahko zmanjšanje pripišemo tudi demografskim spremembam, saj se trenutno generacije mladih v Sloveniji zmanjšujejo. Drugi vidik razlage temelji na presoji srednješolskega izobraževalnega sistema, ki še vedno naredi bistveno

premalo za to, da bi mlade opolnomočili in karierno usmerili k prevzemanju lastne iniciative v procesu zaposlovanja.

V letu 2015 smo opazili tudi znaten upad zgodnje podjetniške aktivnosti starostne skupine od 55 do 64 let, delež katere se je v primerjavi s letom poprej skoraj prepolovil (s 13,8 % na 7,4 %). Glede na dejstvo, da se bo zaradi prihodnjih demografskih gibanj število starejših v strukturi prebivalstva še naprej povečevalo, je še zlasti pomembno, da se tej starostni skupini nameni posebna pozornost z intenzivnejšim oblikovanjem takšnih programov vseživljenjskega učenja in neformalnih oblik usposabljanja, ki bi tej specifični skupini lahko pomagali k smelejšemu podjetniškemu angažmaju.

V letu 2015 je bil v Sloveniji opazen znaten porast zgodnje podjetniške aktivnosti mlajših od 34 let (z 41,8 % na 47,5 %), kar je najvišji delež v primerjavi s proučevanimi skupinami držav. Ravno obratno pa je razmerje v skupini ustaljenih mladih podjetnikov. Teh je v Sloveniji z 11,1 % najmanj v primerjavi s proučevanimi skupinami držav, opazen pa je tudi precejšen upad mladih ustaljenih podjetnikov v primerjavi s letom 2014 (z 18,3 % na 11,1 %). Spodbuden je sicer porast deleža nastajajočih podjetnikov, ki pa tudi v letu 2015 še ni dosegel ravni iz leta 2013, ko je znašal 9,9 %. Zlasti za skupino mlajših posameznikov ima v teh najzgodnejših fazah ustanavljanja podjetja in razvoja podjetniške ideje pomembno vlogo primerno razvit start-up podjetniški ekosistem. Start-up podjetja se namreč za svoj uspešen razvoj povezujejo z različnimi zasebnimi in javnimi deležniki start-up ekosistema, ki jim lahko pomagajo pri razvoju produkta, financiranju zagona in rasti podjetja, pri razvoju trga oziroma jim zagotavljajo druge potrebne vire ali pogoje za razvoj podjetja.

Posamezniki z višjo izobrazbo in več delovnih izkušenj imajo na splošno več znanja in sposobnosti, potrebnih za ustanavljanje in vodenje rastočih podjetij. V starostni skupini mlajših od 34 let jih ima v Sloveniji kar 64,9 % več kot srednješolsko izobrazbo. Precej nižji je ta odstotek v starostni skupini zgodnjih podjetnikov, starejših od 35 let (samo 44,6 %). Glede na uvodoma izpostavljene izsledke dosedanjih raziskav je podatek seveda spodbuden. Pričakujemo namreč lahko, da se bodo višje izobraženi mladi podajali na pot zahtevnejših podjetniških podvigov, še zlasti inovacijsko gnanih podjetij s potencialom za globalno rast. Seveda je za udejanjanje zahtevnejših oblik podjetniške aktivnosti treba razviti in ponuditi programe, ki bodo takšne oblike podjetništva najprej omogočale in tudi podpirale. Najpomembnejša je identifikacija zelo ambicioznih posameznikov, h katerim je v naslednjem koraku smiselno usmeriti programe in podporo. V to skupino spodbud sodijo zlasti mentorski programi in podporne mreže, finančne spodbude, izobraževalni programi in podobno.

Število žensk med podjetniki ostaja v Sloveniji še naprej majhno. V letu 2015 je po dveh letih spodbudne rasti žal znova zaznati padec deleža zgodnje podjetniške aktivnosti žensk (s 33,9 % na 27,9 %), kar je druga najslabša vrednost v zadnjih petih letih. Kljub spodbudnima dvema letoma v smeri izboljševanja izkoriščenosti podjetniškega potenciala žensk se je negativen trend v letu 2015 nadaljeval. Zmanjšal se je tudi delež ustaljenih podjetnic, in sicer s predlanskih 29,6 % na 26,3 %. Slovenija se je tako znova uvrstila na rep držav po vključenosti žensk v zgodnjo podjetniško aktivnost. Slabše so se uvrstile le še Tunizija (26,2 %), Egipt (24,9 %) in – zanimivo – Nizozemska (24,2 %). Med evropskimi državami je najvišji delež ženskega podjetništva beležila Grčija (44,2 %), kar pa jo v svetovnem merilu uvršča šele na 20. mesto na lestvici 60 držav, ki so sodelovale v raziskavi GEM. Podatek jasno kaže, da so ženske v Evropi nasploh bistveno manj podjetniško aktivne v primerjavi z ženskami v drugih delih sveta. Najvišje uvrščene države po deležu zgodnje podjetniške aktivnosti žensk so Vietnam (57,2 %), Filipini (56,7 %) in Tajska (53,8 %). Med evropskimi državami naj omenimo še presenetljiv padec zgodnje podjetniške aktivnosti žensk v Švici, ki je vrsto let izkazovala več kot 50-odstotno zastopanost zgodaj podjetniško aktivnih žensk.

Kar se tiče izobrazbe, se je v letu 2015 delež najvišje izobraženih zgodaj podjetniško aktivnih posameznikov ponovno zmanjšal (z 39,4 % na 31,4 %), povečala pa sta se deleža zgodaj podjetniško aktivnih z višješolsko strokovno (22,9 %) in srednješolsko izobrazbo (37,2 %). Slednji so bili v letu 2015 tudi najmočnejše zastopana skupina zgodnjih podjetnikov. Izgubljanje potenciala najvišje izobraženih posameznikov z dokončano visokošolsko, univerzitetno ali višjo izobrazbo pomeni izgubo najperspektivnejše skupine, od katere si lahko obetamo udejanjanje najkakovostnejših podjetniških podvigov, tako imenovanih podjetnikov z visokim vplivom, ki bi lahko največ prispevali h kreiranju podjetij s potencialom ustvarjanja novih delovnih mest in visoke dodane vrednosti. Ob tem se v Sloveniji izkazuje tudi velik izobrazbeni razkorak med spoloma. Med zgodaj podjetniško aktivnimi ženskami jih ima v Sloveniji kar 72 % višjo ali visoko izobrazbo. Med moškimi zgodnjimi podjetniki je takšnih le 47 %. Res pa je, da so redke tiste države, v katerih je delež višje in visoko izobraženih zgodaj podjetniško aktivnih moških višji od deleža žensk (izstopajo na primer Luksemburg, Švica in Romunija).

Pomembna demografska značilnost podjetniške aktivnosti je tudi raven dohodkov gospodinjstev, iz katerih prihajajo podjetniki in podjetnice. Tudi v letu 2015 je odraslo prebivalstvo iz zgornjega dohodkovnega razreda pričakovano prispevalo največji delež tako zgodnje kot tudi ustaljene podjetniške aktivnosti (skupaj 16,2 %). Slabih 7 % prebivalstva je bilo v letu 2015 podjetniško aktivnih iz srednje dohodkovne ravni in manj kot 5 % iz najnižjega dohodkovnega razreda. V obeh nižjih dohodkovnih kategorijah gre tako za opazen upad podjetniške aktivnosti prebivalstva v primerjavi z letom 2014. Razlogov za takšne rezultate je več, med njimi nižja izobrazbena raven in slabša finančna moč dohodkovno šibkejših gospodinjstev.

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, vendar pa številna podjetja zelo hitro nehajo poslovati oziroma sploh ne zaposlujejo in rastejo. Potencial za doseganje večjega števila delovnih mest in visoke dodane vrednosti, ki nakazujejo na kakovost podjetniške aktivnosti, je odvisen od inovativnosti podjetja in predvsem podjetniških aspiracij podjetnika, ki jih ocenjujemo na osnovi podjetnikove ocene o želeni rasti zaposlenih, oceni inovativnosti izdelka in njegove usmerjenosti na mednarodne trge. Podjetnikovo usmerjenost v rast analiziramo na osnovi njegovih ocen o tem, koliko dodatnih delovnih mest bo njegovo podjetje zagotovilo v naslednjih petih letih. S tem pomembno dopolnjujemo informacije, ki nam jih podaja indeks TEA; ta indeks kaže količino podjetniške aktivnosti, ko želimo razumeti in pojasniti vpliv posameznih podjetnikov na gospodarstvo. 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, še posebej če želimo pomagati oblikovalcem vladnih politik in ukrepov, ki spodbujajo te namere oziroma olajšujejo njihovo udejanjanje v praksi. Podjetnikove ocene lahko temeljijo na strokovnih ocenah o potencialu posla za rast ali pa predstavljajo le njegove želje po rasti, v poslu samem pa nimajo trdnih podlag. Iz tega sledi, da se moramo zavedati omejitvev 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.

Ugotavljamo, da razlike v podjetniških aspiracijah po rasti števila zaposlenih med Slovenijo in skupinami držav (GEM, inovacijska gospodarstva, evropske države in Evropska unija) niso tako

velike, kot so razlike v njihovem indeksu TEA. Tako v Sloveniji 20,5 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti (ali 1,2 % delovno aktivnega prebivalstva) pričakuje, da bodo v petih letih dodatno zaposlili več kot 6 sodelavcev. Podobno povprečno stopnjo pričakovanj o dodatnem zaposlovanju opazamo tudi pri drugih skupinah držav. Po ambicijah podjetnikov po rasti se slovenski podjetniki tako med vsemi državami, vključenimi v raziskavo GEM, uvrščajo v zlato sredino. Zanimivo pa je, da zelo velik delež podjetnikov sploh ne načrtuje rasti delovnih mest in da v naslednjih petih letih sploh ne bodo dodatno zaposlovali. Delež takšnih podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva je v Sloveniji 46,5-odstoten in je podoben kot v drugih razvitih državah.

Če ločeno analiziramo le skupino držav Evropske unije, po deležu podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti z visoko stopnjo aspiracij po rasti pozitivno izstopajo predvsem Romunija (40 % podjetnikov oziroma 4,3 % delovno aktivnega prebivalstva), Irska (33 % podjetnikov oziroma 3,1 % delovno aktivnega prebivalstva), Madžarska (31 % podjetnikov oziroma 2,5 % delovno aktivnega prebivalstva), Latvija (31 % podjetnikov oziroma 4,4 % delovno aktivnega prebivalstva), Hrvaška (30 % podjetnikov oziroma 2,3 % delovno aktivnega prebivalstva) in Estonija (30 % podjetnikov oziroma 3,9 % delovno aktivnega prebivalstva). V Sloveniji je v letu 2015 izražalo visoke stopnje aspiracij po rasti zaposlovanja 21 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti, kar je predstavljalo 1,2 % delovno aktivnega prebivalstva. Na drugem koncu lestvice so podjetniki v Grčiji, kjer le 4 % takih, ki bodo predvidoma v naslednjih petih letih ustvarili 6 ali več delovnih mest, v Italiji je takšnih 5 %, v Bolgariji 7 % in v Španiji 9 %.

Področje inovacijske naravnosti podjetništva proučujemo s pomočjo vprašanja, ali (potencialni) kupci že poznajo soroden izdelek oziroma storitev, ki ga trži nastajajoče ali novo podjetje. Ob tem nas zanima tudi podjetnikova ocena, ali na tržišču obstajajo konkurenčna podjetja, ki ponujajo 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. Kot pri vrsti drugih kazalnikov lahko tudi glede inovativnosti opazimo, da delež podjetij, ki imajo inovativni značaj, v povprečju narašča z gospodarsko razvitostjo.

V Sloveniji kar 48 % podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva meni, 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 s 66 % Italija, sledijo s 65 % Luksemburg, 61 % Poljska, 56 % Belgija, 55 % Irska, 54 % Velika Britanija in s 53 % Estonija. Nekoliko manjše aspiracije od Slovenije pa so v letu 2015 izražale Švedska (45 %), Romunija (44 %), Nizozemska (42 %) in Finska (42 %). Najslabše rezultate so raziskovalci izmerili na Hrvaškem (28 %) in v Bolgariji (14 %).

Slovenija je bila visoko tudi po kazalniku usmeritve v nove tržne niše, saj 53 % 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 irski (75 %), luksemburški (62 %), nemški (58 %), belgijski (56 %) in estonski (56 %) podjetniki TEA. Podoben rezultat kot slovenski so izkazali britanski (53 %), švedski (51 %), portugalski (51 %) in latvijski (51 %) podjetniki TEA, bistveno nižjega pa bolgarski (29 %) in poljski (33 %).

Tretje področje podjetniških aspiracij se nanaša na izvoz izdelkov ali storitev, pri tem pa ta zajema tako neposredni izvoz kakor tudi morebitno internetno prodajo v tujini ter nakupe tujcev v

proučevani državi. Analiza za Slovenijo kaže, da je leta 2015 delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov oziroma storitev prihaja iz tujine, znašal skoraj 34 %. Ta delež je bil v letu 2015 največji v zadnjih petih letih, saj je leta 2014 znašal 32 %, leta 2013 26 %, leta 2012 32 % in leta 2011 23 %. 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 mogoče tudi na domačem tržišču dosegati dovolj prostora za rast.

Najvišje stopnje internacionalizacije med državami Evropske unije (več kot 25 % kupcev v tujini) med podjetniki v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti so bile izmerjene v Luksemburgu (40 % podjetij), na Hrvaškem (38 %), v Sloveniji (34 %), na Irskem (28 %), na Portugalskem (26 %) in v Nemčiji (25 %). Če opazujemo vse države članice EU, ki so sodelovale v raziskavi GEM, je povprečna stopnja internacionalizacije, merjene z deležem več kot 25 % kupcev v tujini, znašala 21 %. Za inovacijska gospodarstva je ta stopnja znašala 20 %, za vse države, vključene v raziskavo GEM, pa 15 %.

KAKOVOST PODJETNIŠKEGA EKOSISTEMA

V zadnjih nekaj letih se koncept podjetniškega ekosistema pojavlja kot temeljno izhodišče pri oblikovanju in izvajanju podjetniške politike v mestih, regijah ali na nacionalni ravni. Podjetja se pač ne razvijajo v vakuumu, ampak v interakcijah z dobavitelji, odjemalci, financerji in drugimi deležniki podjetniškega ekosistema, ki lahko pomembno prispevajo k uspešnemu razvoju in rasti podjetja.

Tudi raziskava GEM podjetniško dinamiko povezuje s pogoji, ki pospešujejo (ali zavirajo) ustanavljanje novih podjetij. Družbeni, kulturni, politični in ekonomski kontekst je predstavljen z okvirom splošnih nacionalnih pogojev (ang. *national framework conditions*), ki vplivajo na napredek družbe glede na tri faze gospodarskega razvoja (faktorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva) in z okvirom podjetniških pogojev (ang. *entrepreneurial framework conditions*), ki na podjetniško aktivnost vplivajo še bistveno bolj neposredno. Podjetniški ekosistem tako predstavlja kombinacijo pogojev, ki oblikujejo kontekst, v katerem poteka podjetniška aktivnost. GEM spremlja naslednje podjetniške pogoje: finančno podporo, vladne politike, vladne programe za podjetništvo, podjetniško izobraževanje in usposabljanje, prenos raziskav in razvoja, dostop do poslovne in strokovne infrastrukture, dinamiko notranjega trga, dostop do fizične infrastrukture ter kulturne in družbene norme.

V svetovnem merilu so najvišje ocene med okvirnimi pogoji za podjetništvo prejeli fizična infrastruktura (vrednost nad 6 na lestvici od 1 do 9), dinamika notranjega trga, poslovna in strokovna infrastruktura ter kulturne in družbene norme. Najnižje ocene (z vrednostmi pod 4) so dobili podjetniško izobraževanje v osnovni in srednji šoli, prenos raziskav in razvoja ter regulativa vladnih politik.

Po mnenju izvedencev Slovenija za povprečjem držav EU še vedno najbolj zaostaja pri kulturnih in družbenih normah, ki podpirajo (ali zavirajo) podjetniško aktivnost. Ta okvirni pogoj za podjetništvo med državami EU nižje ocenjujejo samo še izvedenci na Hrvaškem in na Madžarskem. Sledijo vladne politike na področju regulative, odprtost notranjega trga, izobraževanje za podjetništvo ter dostop do poslovne in strokovne infrastrukture. Nad povprečjem EU pa smo se leta 2015 najbolj uvrstili pri oceni dinamike notranjega trga.

Primerjava povprečnih ocen okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji s preteklimi leti kaže, da se nam po mnenju izvedencev izboljšujeta podpora vladnih politik ter dostop do finančnih virov za podjetništvo. Bolje so ocenjeni tudi vladni programi, dostop do fizične infrastrukture ter do poslovne in strokovne infrastrukture. Največji padec od leta 2013 pa je mogoče zaznati ravno pri izobraževanju in usposabljanju za podjetništvo.

Sicer pa izvedenci v vseh letih, odkar v okviru projekta GEM proučujemo podjetniško okolje v Sloveniji, menijo, da so prvo najpomembnejše področje, na katerem bi morali ukrepati, vladne politike, in sicer predvsem izboljšati regulativo, ki se dotika vsakodnevnega poslovanja podjetij, medtem ko se ocene, ki se nanašajo na področje vladne podpore, v zadnjih letih izboljšujejo. Drugo najpomembnejše področje je izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, sledijo pa kulturne in družbene norme. V raziskavi so zato omenjeni okvirni pogoji za podjetništvo podrobneje analizirani, da pokažemo, katere sestavine v posameznem okviru so tiste, ki največ prispevajo k slabi oceni.

Tudi letos so v povprečju vsi elementi vladnih politik tako v Sloveniji kot tudi na ravni držav EU negativno rangirani (ocene pod 5). V Sloveniji so izvedenci še posebej slabo ocenili tisti del, ki se nanaša na področje davkov in davčne regulative (povprečna ocena samo 2,5). To po mnenju izvedencev (62,8 % navedb) zaradi previsokih davkov in nestimulativne davčne zakonodaje ter zaradi birokratskih ovir in pretirane regulacije na vseh področjih obenem z netransparentno in premalo fleksibilno zakonodajo tudi najbolj zavira podjetništvo v Sloveniji. Na splošno velja, da so izvedenci GEM vsa leta kritični do kakovosti izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo, posebej na osnovnem nivoju izobraževanja. Tudi 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, izvedenci že vsa leta ocenjujejo kot kritičen. Ustvarjanje ugodne in spodbudne podjetniške klime je zagotovo dolgoročen proces, vendar je ključnega pomena pri spodbujanju podjetniške aktivnosti. Pomembno se povezuje ravno s podjetniškim izobraževanjem in usposabljanjem, zato kot prioriteto velja, da se z vsebinami in metodami poučevanja spodbujajo ustvarjalnost, inovativnost in podjetniška miselnost ter da se podjetništvo kot vrednota vgradi v izobraževalne sisteme na vseh nivojih.

Izvedence smo vprašali tudi o priporočilih, da bi bila podjetniška aktivnost v Sloveniji večja kot doslej. Pričakovano je, da se priporočila nanašajo na iste okvirne pogoje za podjetništvo, ki so bili v letu 2015 na splošno najslabše ocenjeni. Izvedenci tako menijo, da so prvo najpomembnejše področje, na katerem bi morali ukrepati, ravno vladne politike (51,4 % navedb), drugo je področje izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo (48,6 %), tretje pa področje kulturnih in družbenih norm (37,1 %). Priporočila vladni politiki se tako v največji meri nanašajo na fiskalno politiko in debirokratizacijo postopkov. Pri izobraževanju se najpogosteje priporoča sistematična uvedba programov za razvoj kompetenc ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetnosti na vseh ravneh izobraževanja, še posebej na ravni osnovnih in srednjih šol ter tudi na neekonomskih smereh študija, povezovanje teorije s prakso in uvedba mentorskih programov. Zavedanje, da imata podjetniško izobraževanje in usposabljanje velik pomen pri spodbujanju podjetništva, je pomemben korak k temu, da se na dolgi rok spodbudi podjetniška miselnost. Podjetniški ekosistem, ki mora podpirati v razvoj usmerjeno podjetništvo, pri tem zagotovo igra najpomembnejšo vlogo.



Executive Summary

Entrepreneurship does not mean simply establishing as well as owning and operating a business. It primarily means to create something new. To do so, one needs creativity, innovativeness and an entrepreneurial mindset. That is why entrepreneurship is present in many spheres of social and economic life. Because individuals are the driving force behind entrepreneurial initiatives, they cannot be left out of any research on entrepreneurship, nor can be research exclude their environment, which may either encourage or hinder their efforts. Therefore, we cannot learn about entrepreneurship by merely counting the number of businesses and entrepreneurs. We can learn about entrepreneurship by examining the entrepreneurship ecosystem, fundamental characteristics of entrepreneurship activities, as well as motivations and ambitions of entrepreneurs. The Global Entrepreneurship Monitor, the world's most comprehensive research into entrepreneurship, has been focusing on these aspects for the past 17 years and has provided detailed insights into the world of entrepreneurship. By studying the interrelatedness of entrepreneurship and economic development, this survey shows the current state of affairs in individual countries. At the same time, it suggests ways to foster the development of entrepreneurship and, consequently, increase economic prosperity with the help of entrepreneurship. As GEM methodology is the same all over the world, detailed international comparisons can be made, especially because the survey comprises an extensive collection of data from more than 100 economies. It is an invaluable source of information for the researchers and their scientific contributions. Moreover, GEM has a wide and well-established network of researchers focusing on entrepreneurship. Finally, the GEM survey understands entrepreneurship as a process which begins with the discovery of entrepreneurship potential and the perception of business opportunities, continues with the establishment of a business and its operations, and ends with business discontinuation.

Slovenia has been part of the GEM team since 2002. During this time, the longitudinal compatibility of the gathered data has been maintained. Although GEM methodology has evolved, it does not endanger the comparability of the already obtained data. In numbers, GEM, having started in 1999, represents 17 years of accumulated data, more than 200,000 interviews, more than 100 participating countries, more than 500 experts in entrepreneurship research involved in the survey, more than 300 academic and research institutions, and more than 200 providers of finance who have supported GEM since its very beginning.

GEM provides a good understanding of societal values regarding entrepreneurship and individual entrepreneurship characteristics of individuals, such as their perception about business opportunities, the perception of their own capabilities to act entrepreneurially, their fear of failure, and their entrepreneurship intentions. Entrepreneurship activity is monitored throughout its various phases (nascent, new, and established businesses as well as business discontinuation), its impact (high growth, innovativeness, internationalization) and its types (early-stage entrepreneurship activity, social entrepreneurship activity, employee entrepreneurship activity). Significant attention is also focused on entrepreneurship aspirations and the entrepreneurship ecosystem as these areas can significantly encourage or hinder entrepreneurship processes in a society.

SOCIETAL AND PERSONAL ATTITUDES TOWARDS ENTREPRENEURSHIP

The social context in which individuals operate is strongly characterized by their perceptions and values. Cultural and social norms of the environment can either encourage or hinder an individual's decision to become entrepreneurially active. Social values reflected in public opinion are a result of historically grounded cultural and social norms, and they co-create the suitability and acceptability of economic policy measures. These values are thus an important co-creator of the entrepreneurial ecosystem. At the same time, they help shape entrepreneurship ambitions and affect a society's positive attitudes towards entrepreneurship and entrepreneurs. Slovenia ranks in approximately the middle of the league table in both global and European contexts regarding the percentage of people who perceive entrepreneurship as a good career choice (53.7%). The top-ranking economy in Europe is the Netherlands, with almost 80%, while Switzerland (40%) and Finland (33.2%) are ranked last. In Slovenia, 70% of people think that successful entrepreneurs have a high status in society; this percentage ranks Slovenia at a relatively high 7th place among European countries, while Finland ranks first with almost 85%. Globally, successful entrepreneurs are most respected in Israel (86%) and the least respected in Croatia (42.3%).

On average, Slovenian working-age adults perceived a bit higher positive media attention for successful entrepreneurship stories in 2015 than in the preceding year. The high status of successful entrepreneurs in society and, on the other hand, the perception of entrepreneurship as a good career choice remained approximately the same as in the previous year. These results are the same for both Slovenia and for Europe alike. GEM research has shown that positive societal values concerning entrepreneurship in general also mean more entrepreneurship activity among the adult population. Thus, it is necessary to change the economic, social, and cultural environment more decisively in terms of more support for and propensity towards entrepreneurship in society. Media can offer significant support in this respect. However, it is very hard to achieve and definitely cannot be achieved in a short period of time.

One of the deeply rooted Slovenian social norms is the prevailing opinion that all people in Slovenia should have approximately the same standard of living. This characteristic of Slovenian society, which has been recorded ever since Slovenia first took part in GEM research, placed Slovenia in 2015 at the very top of the league table of all countries participating in this part of research in both the global and European contexts. Almost 82% of working-age adults in Slovenia believe that most people would prefer for everyone to have approximately the same standard of living. Slovenia is followed by Croatia (79.9%), Thailand (79.5%), Ireland (78.9%), and Australia (78.1%). Globally, the lowest ranking countries on this parameter are Malaysia

(31.2%) and Iran (30.6%). In the European context, the lowest level of such egalitarianism is present in Luxembourg (43.2%), which is about half of the Slovenian percentage.

The decision for entrepreneurship as a career path is mainly one's own personal decision, which is why GEM research investigates self-perceptions of individuals about entrepreneurship. This includes the perception of good business opportunities in the environment, the perception of one's capabilities for successful entrepreneurship (i.e., knowledge, experience and skills), and the fear of failure. All of this can have an impact on individuals' entrepreneurship intentions—that is, on their readiness to start some sort of new venture. Similar to 2014, in 2015 Slovenia recorded a slight increase in perceived business opportunities. Whereas in 2013, the percentage of working-age adults perceiving good business opportunities was merely 16%, it increased to 17.3% in 2014 and to 20.5% in 2015. Nevertheless, this increase did not rank Slovenia any higher compared to previous years; we are still at the very bottom, in 57th place among the 60 economies participating in the 2015 research. What can be perceived as an improvement in Slovenia is actually not an improvement on a global scale as the increased perception of business opportunities was present in other countries, too. The only two European countries which ranked lower than Slovenia were Bulgaria (15.8%) and Greece (14.2%), while the rate of perceived opportunities was again the highest (and even higher than a year before) in the Scandinavian countries: 70.2% in Sweden and 68.9% in Norway. This is a result of a good entrepreneurship ecosystem, as there is a very strong positive correlation between the 'rule of law' and good quality entrepreneurship. The rate of perceived business opportunities and the level of good quality entrepreneurship are higher in countries with a strong 'rule of law'.

In 2014, slightly more than one-tenth of the adult population in Slovenia (12.3%) stated that they intended to start a new business over the next three years; in 2015, this rate was even lower at only 10.0%, ranking Slovenia 17th among the European countries and 51st globally among 60 GEM participating economies. The highest rate of working-age adults intending to start a new business within the next three years was recorded in Senegal (73%), Botswana (65%), and Burkina Faso (64%). However, the intentions to start a business in these three countries are mainly necessity-driven because of the lack of other options for making a living. In Europe, the highest rate of such adults was in Romania (31%) and Macedonia (24%). The lowest rate of individuals planning to start a new business in the next three years was recorded in Norway (6%) and Spain (6%). Slovenians have a relatively high belief in their entrepreneurship capabilities (51.5%), which ranks Slovenia 6th among European countries. Regarding uncertainty avoidance, which is evident in the fear of failure, it was established that this fear is more strongly embedded in Europe than the average of other developed economies around the world (innovation-driven economies). On average, 45% of working-age adults in Europe believe that fear of failure would discourage them from entrepreneurship, while 43.1% of the adult population in the innovation-driven group believed this. Concerning this belief, Slovenia fell below the European average in 2015 with 40.1%. However, this rate was an increase from 2014, when it was 38.7%. We can thus see that people in Slovenia believe, on average, to have the knowledge and skills for entrepreneurship and that they are less afraid to fail compared to other countries, although they do not decide to become entrepreneurially active. If individuals do not think about becoming entrepreneurs, no statements about the importance of entrepreneurship will help. The decision to become an entrepreneur is very personal, and individuals are very careful to consider both the benefits and the drawbacks of pursuing an entrepreneurial career path.

ENTREPRENEURSHIP ACTIVITY

GEM surveys entrepreneurship activity in all its types and phases, from the creation of new ventures to the discontinuation of businesses. The rates of entrepreneurship activity per individual phase of this process differ notably among individual countries at different levels of economic development. This is a result of significant differences in their social, cultural, political, and economic frameworks, which all have a strong impact on entrepreneurship. A significant difference also occurs regarding both the quantity and quality of entrepreneurship among these groups of economies. Factor-driven economies have the highest rate of early-stage entrepreneurship activity. As the level of economic development increases, the rate of this type of entrepreneurship activity decreases. On the other hand, the quality of entrepreneurship activity increases with the increased economic development as it shifts from necessity-driven to opportunity-driven development, thereby becoming more oriented towards growth, innovativeness, and internationalization. Slovenia ranks below the average concerning all phases of entrepreneurship activity under observation (i.e., early-stage entrepreneurs and established business owners). As in previous years, the highest rates of early-stage entrepreneurship activity were in Senegal (38.6%) and Botswana (33.2%), which are factor-driven economies, and in Ecuador (33.6%) and Lebanon (30.2%). The lowest rates of early-stage entrepreneurship activity were recorded in Bulgaria (3.5%), Germany (4.7%), Italy (4.9%), Norway (5.7%), and Spain (5.7%) as well as in Malaysia, whose rate was the lowest (2.9%). Slovenia was also among the 10 countries with the lowest early-stage entrepreneurship activity rates (5.9%), which ranked it at an unenviable 53rd place among the 60 GEM economies. We therefore recorded a drop in the Slovenian TEA index, from 6.3% in 2013, for the second consecutive year. Regarding the European economies in GEM research, Slovenia also ranks at the bottom (i.e., 19th place). The highest ranking TEA index country in Europe is Latvia (14.1%) whereas the lowest ranking one is Bulgaria (3.5%).

Some individuals decide to pursue entrepreneurship out of necessity, in order to survive, whereas others become entrepreneurially active to take advantage of a business opportunity. In 2012, the number of opportunity-driven entrepreneurs in Slovenia was the highest while the number of necessity-driven ones was the lowest. However, after 2013, a significant increase occurred in the rate of necessity-driven entrepreneurship and a decrease in the rate of opportunity-driven entrepreneurship. Although 40% of all early-stage entrepreneurs in Slovenia in 2013 were necessity-driven entrepreneurs, their rate in 2015 was substantially lower at only 29%. This situation is similar to the one in 2013, when every third business was established to provide the owner or the co-founders with the means to make a living. A decrease in the number of necessity-driven entrepreneurs is good news, particularly because such entrepreneurs are, on average, less development-oriented; they employ less and are also less competitive. But this is good news only when there is an increase in the number of entrepreneurs who invest in development and in new jobs, none of which actually happened in Slovenia in 2015.

The motivational index, which is calculated as the ratio of improvement-driven opportunity entrepreneurs (i.e., those who exploit business opportunities and wish to improve their income or independence) to necessity-driven entrepreneurs, shows that there are 1.5 times more improvement-driven opportunity entrepreneurs than necessity-driven ones in factor economies. In efficiency-driven economies, this ratio is two to one. The best proportion is recorded in the innovation-driven economies, where there are 3.4 times more improvement-driven opportunity entrepreneurs than necessity-motivated ones. The motivational index for Slovenia is approximately the same as is the average of the efficiency-driven economies and

much lower than the average of the innovation-driven economies as there are only 1.9 times more improvement-driven opportunity entrepreneurs than necessity-motivated ones.

The survey of the entrepreneurship process from the social acceptance of entrepreneurship and the starting group consisting of individuals exhibiting entrepreneurship potential to the actual business establishment, business operations, and business discontinuation shows that, in 2015, 62.3% of working-age adults in Slovenia had a positive attitude towards entrepreneurship, which is a bit more than one percentage point higher than in 2014. However, the rate of those individuals who believed they had the required skills and knowledge to start a business, who saw good opportunities to start a business in the area in which they lived, and who indicated that fear of failure would not prevent them from setting up a business was much lower at only 36.4%. There were even fewer of those who perceived business opportunities and who intended to start a business within the next three years (9%). The rate of those individuals who had actually started to realize their entrepreneurial intention (nascent entrepreneurs) was substantially lower, at just 3.2%. In 2015, the rate of owner-managers of new businesses (i.e., those who had been in business for more than three months, but not more than 42 months) was only 2.8%. However, not all of these entrepreneurs remain in business. In Slovenia, only 4.2% of entrepreneurs successfully managed a business through the initial turbulent years and became owner-managers of established businesses (i.e. were in business for more than 42 months).

The findings related to the transition between these different phases of entrepreneurship activity show that it is necessary to do more to activate those individuals who exhibit entrepreneurial potential, are motivated, and perceive business opportunities to start a firm in the area where they live as these individuals can be classified as opportunity-motivated entrepreneurs. That is why we believe that adequate supportive measures should be adopted at the national level to aid potential entrepreneurs and those individuals who exhibit entrepreneurship intentions to realize these intentions. Such support should motivate these individuals to actually decide to pursue entrepreneurship. Therefore, a supportive framework for start-ups as well as adequate consultancy and education accompanied by a simple legal infrastructure and less bureaucracy would definitely facilitate their path.

Business discontinuance is an important part of the entrepreneurship process. However, it does not always suggest a failure, although failure may be one of the causes of it. The discontinuation of a business may stem from a lack of finances or profitability, but there may be other reasons for business exits, such as selling the business or selling a stake in the business, retirement, and pre-planned exit (i.e., harvesting strategy). It might also be due to the pursuit of another business opportunity that is more profitable and rewarding in terms of the entrepreneur's invested talent and effort. It is important not to equate business discontinuation with business failure mainly from the viewpoint of the entrepreneur's perceptions of business discontinuation as failure and from the viewpoint of their motivation to engage in entrepreneurship activities in the future.

GEM studies two aspects of business discontinuance: (1) the rate of adult population who discontinue their business and (2) the reasons for discontinuance. The highest rate of working-age adults who discontinued their business in 2015 occurred in the factor-driven economies of Botswana (14.7%), Senegal (13.3%), and the Philippines (12.2%). These are also the countries with the highest rates of early-stage entrepreneurship activity (TEA), which points to high entrepreneurship dynamics in these countries. Both Botswana and the Philippines recorded low rates of owner-managers of established businesses, indicating that the process of establishing and discontinuing businesses is fast and, in turn, is related to the level of economic development in these countries and the instability of management. On the

other end of the league table, Puerto Rico (0.9%), Malaysia (1.1%), Bulgaria (1.4%), and Spain (1.6%) recorded the lowest business discontinuation rates. In Europe, the highest percentage of entrepreneurially active individuals who discontinued their businesses was found in Slovakia (36.5%) and Luxembourg (31.8%). Compared to our neighbouring countries—that is, Croatia (27.0%) and Italy (20.8%)—the business discontinuation rate in Slovenia was lower as only 17.6% of entrepreneurially active individuals discontinued their businesses. The lowest rates of entrepreneurially active individuals who discontinued their businesses were in Switzerland (9.5%), Estonia (9.8%), and Spain (12.2%). The most frequent reason for business discontinuation in both Slovenia (35.5%) and comparable groups of countries was unprofitable business. The second most frequent reason in Slovenia was retirement (23.1%), which was not the case in comparable groups of countries, where this reason was far less common. In Slovenia, the next two most common reasons for business exits were problems with finances (14.9%) and personal reasons (14.7%). Financial reasons were above the average of all comparable groups of countries, whereas personal reasons were below this average.

DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF SLOVENIAN ENTREPRENEURSHIP

The age pattern of entrepreneurship activity is relatively homogenous all over the world. The highest participation rate is among the 25- to 34-year-olds. Although the rate of the most active age group remains relatively the same in all analysed groups of countries (GEM countries, innovation-driven economies, European countries, and EU countries), this rate increased substantially in Slovenia in 2015 from the year before (from 33.8% to 42.0%). This increasing trend is quite considerable, and it has been observed for the third year in a row. This percentage also significantly exceeds the percentage of this age group in other analysed groups of countries. In 2015, the number of nascent and new businesses in Slovenia decreased in the youngest age group (i.e., 18- to 24-year-olds), dropping from 7.3% to 5.5%. If we were comparable to other analysed groups of countries for this age group in 2013, we can today establish that the gap is becoming wider. This age group exhibits early-stage entrepreneurship activity quite early, most often just after the completion of secondary or vocational education. A continuous decrease of this age group can be explained by the more active involvement of young people in tertiary education programmes and partially by demographic changes in Slovenia due to a smaller population of young people in recent years. On the other hand, the causes for a smaller number of entrepreneurially active 18- to 24-year-olds can be sought in Slovenian secondary education, which does not make enough effort to empower young people and does not foster their personal initiative and self-sufficiency regarding their future careers.

In 2015, there was a considerable decrease in early-stage entrepreneurship activity among 55- to 64-year-olds, the share of which almost halved in comparison with the year before (from 13.8% to 7.4%). Considering the fact that future demographic trends for Slovenia indicate an increasing proportion of the older population, it is of great importance to focus on this age group in particular through the more intensive creation of life-long education and informal training programmes which could help this age group become more boldly engaged in entrepreneurship.

In 2015, Slovenia saw a substantial growth in early-stage entrepreneurship activity among individuals younger than 34 years old (from 41.8% to 47.5%), which is the highest rate compared to other analysed groups of countries. However, the trend regarding the group of young owner-managers of established businesses was quite the opposite. In Slovenia, the rate

of these entrepreneurs was 11.1%, which is the lowest compared with the analysed groups of countries. In addition, there was a noticeable decrease in the number of young owner-managers of established businesses compared to 2014 (from 18.3% to 11.1%). On the other hand, the increase in the rate of nascent entrepreneurs is encouraging, although in 2015 it did not reach the 2013 level (i.e., 9.9%). An adequately developed start-up entrepreneurship ecosystem plays a particularly significant role for groups of young individuals in these earliest phases of business establishment and the development of their entrepreneurial ideas. Thus, in order to develop successfully, start-ups need to connect with different public and private stakeholders in the start-up ecosystem who can help them develop their product, finance the launch and growth of their business, develop their market, and provide the other resources or conditions necessary for the development of a company.

Individuals with higher education levels and more work experience have, in general, more of the knowledge and skills required to start and manage a growing business. In Slovenia, as much as 64.9% of individuals under 34 years old have more than just a secondary education. This rate is much lower in the group of early-stage entrepreneurs aged 35 or more (only 44.6%). Considering the identified research results, we can regard this information as encouraging—that is, we can expect highly educated young individuals to engage in more demanding entrepreneurial ventures, particularly in internationalization-oriented innovation-driven businesses. Of course, carrying out more demanding forms of entrepreneurship activities requires developing and offering programmes which would first enable and then also support such entrepreneurship activities. It is crucial to identify highly ambitious individuals to whom such programmes and support would then be provided. These initiatives should include mentoring programmes and support networks, financial incentives, education programmes, and the like.

The number of female entrepreneurs in Slovenia is still relatively low. In 2015, a drop in the rate of early-stage female entrepreneurship activity was unfortunately recorded after two years of encouraging growth (from 33.9% to 27.9%), which is the second lowest rate in the last five years. Despite the two encouraging years showing an improvement in the exploitation of the potential of women in entrepreneurship, the negative trend continued in 2015. In addition, there was a drop in the rate of female owner-managers of established businesses from 29.6% in 2013 to 26.3% in 2015. Slovenia thus ranked at the bottom of the league table regarding the involvement of women in early-stage entrepreneurship activity. The only three countries with lower rates were Tunis (26.2%), Egypt (24.9%), and—surprisingly—the Netherlands (24.2%). The highest rate of female early-stage entrepreneurship activity in Europe was in Greece (44.2%), ranking it 20th among the 60 GEM countries in 2015. This clearly shows that women in Europe are far less entrepreneurially active than women in other parts of the world. The highest ranking countries in terms of early-stage female entrepreneurship activity were Vietnam (57.2%), the Philippines (56.7%), and Thailand (53.8%). Focusing on the European countries, there was a surprising drop in early-stage female entrepreneurship activity in Switzerland, which had previously exhibited a more than 50% participation of women in early-stage entrepreneurship.

Concerning education levels, the proportion of individuals engaged in early-stage entrepreneurship activity with the highest levels of education dropped again in 2015 (from 39.4% to 31.4%). On the other hand, the rates of those with higher professional education (22.9%) and secondary education (37.2%) rose. The latter were the strongest group of early-stage entrepreneurs in 2015. The loss of the potential of individuals with higher professional education, university education, or postgraduate education means the loss of the most promising group of people who could implement entrepreneurship activities of the highest quality—that is, high-impact entrepreneurs who could contribute the most to the

creation of businesses with high-growth potential and high added value. In Slovenia, there is also a wide gap in attained education levels with respect to genders. As many as 72% of women engaged in early-stage entrepreneurship activity have post-secondary or university-level education whereas only 47% of men engaged in early-stage entrepreneurship activity have the same levels of education. However, it should be pointed out that in only a few countries is the rate of highly educated male early-stage entrepreneurs higher than that of female early-stage entrepreneurs (e.g., Luxembourg, Switzerland, and Romania).

The level of income of households from which entrepreneurs originate is an important demographic characteristic. In 2015, the adult population with high household income had the highest share in both early-stage entrepreneurship activity and established entrepreneurship (overall 16.2%). About 7% of the population from the middle household income group and a bit less than 5% of the population from the low household income group were entrepreneurially active. Both of these income groups exhibited a noticeable decrease in working-population entrepreneurship activity compared to 2014. A number of factors can explain this trend, including a lower level of education and the less favourable financial situation of low-income households.

ENTREPRENEURSHIP ASPIRATIONS

GEM research records and analyses data about entrepreneurship activity and the launch of new businesses are important components in these analyses. However, the launch of a business is not relevant for the economy if not followed by growth and development. In other words, the key goals of any economy are to provide jobs and create added value. However, many businesses discontinue their operations too soon or they do not employ new workers and grow. The potential for high job creation and the achievement of added value (as indicators of the quality of entrepreneurship activity) depend on the innovativeness of the business and even more on the entrepreneurship aspirations of entrepreneurs. The study of these aspirations is based on the entrepreneur's estimations concerning the desired growth in the number of employees, their assessment regarding the innovativeness of their product, and their orientation towards foreign markets (internationalization). The entrepreneur's growth orientation is measured according to their estimations about the number of new jobs that their business will provide five years from now. This information significantly adds to the information obtained from the TEA index (as the indicator of the quantity of entrepreneurship activity) when we wish to understand and explain the influence that individual entrepreneurs have on the economy. Indeed, growth aspirations of early-stage entrepreneurs differ significantly in different societies and should be well studied and understood, particularly if we aim to help those who create government policies and introduce measures that support these aspirations or facilitate their implementation in practice. Entrepreneurs' aspirations can be based on professional estimations about business growth potential or they may just represent their desire for growth, but have few firm foundations in the business itself. We should therefore be aware of the limitations when researching entrepreneurship growth aspirations because entrepreneurs very often do not have realistic expectations about the future growth of their businesses when they first embark on entrepreneurial activities in their new venture.

The differences in growth expectations between Slovenia and other groups of countries (GEM, innovation-driven economies, European countries, and the European Union) are not as big as the differences in their respective TEA indexes. In Slovenia, 20.5% of early-stage entrepreneurs

(i.e., 1.2% of working-age adults) expect to employ more than 6 new employees in the next five years. These growth aspirations rank Slovenian entrepreneurs in the middle of the league of all countries participating in GEM. However, it is interesting that a very large proportion of entrepreneurs does not plan to create any new jobs or hire any new employees in the next five years. The share of such entrepreneurs among all early-stage entrepreneurs in Slovenia in 2015 was 46.5%, which is similar to other developed countries.

If we focus on the EU countries only, the highest rates of growth aspirations among early-stage entrepreneurs were in Romania (40% of entrepreneurs or 4.3% of working-age adults), Ireland (33% of entrepreneurs or 3.1% of working-age adults), Hungary (31% of entrepreneurs or 2.5% of working-age adults), Latvia (31% of entrepreneurs or 4.4% of working-age adults), Croatia (30% of entrepreneurs or 2.3% of working-age adults), and Estonia (30% entrepreneurs or 3.9% of working-age adults). In 2015, 21% of early-stage entrepreneurs in Slovenia (1.2% of all working-age adults) reported high growth expectations. At the other end of the league table we find Greece, where only 4% of entrepreneurs expected to create 6 or more jobs in the next five years; in Italy, the rate was 5%, in Bulgaria 7%, and in Spain 9%.

Innovation orientation of entrepreneurship is analysed with the question whether (potential) buyers already know a similar product or service offered by the nascent or new business. We are also interested in knowing the entrepreneurs' assessment of whether competitive businesses on the market offer the same or similar products or services. The research of innovativeness of early-stage entrepreneurship activity has some limitations, which have to be taken into consideration. On the one hand, we deal with subjective perceptions of entrepreneurs; on the other hand, there is the possibility of biased estimations by entrepreneurs due to differences in the development of the economies in which they operate. For example, a product or a service could be considered very innovative in a factor-driven economy, which may not be true in an innovation-driven economy where similar or perhaps even more innovative products or services already exist. As is the case with all other indicators, the proportion of innovative new ventures increases with the level of economic development.

In Slovenia, as many as 48% of all early-stage entrepreneurs stated in 2015 that their product or service is new to some or even to all potential customers. Other EU countries were also ranked high concerning this indicator, the highest ranking being Italy (66%), followed by Luxembourg (65%), Poland (61%), Belgium (56%), Ireland (55%), the United Kingdom (54%), and Estonia (53%). A bit lower aspirations than those in Slovenia were expressed by entrepreneurs in Sweden (45%), Romania (44%), the Netherlands (42%), and Finland (42%). The lowest results were recorded in Croatia (28%) and Bulgaria (14%).

Slovenia ranked high regarding the orientation towards new market niches as 53% of all early-stage entrepreneurs stated that their products or services are new on the market because there are few or even no competitors offering the same product or service. Even higher levels of product or service novelty were reported by Irish (75%), Luxembourgish (62%), German (58%), Belgian (56%), and Estonian (56%) TEA entrepreneurs. Similar opinions to those stated by Slovenian entrepreneurs were expressed by British (53%), Swedish (51%), Portuguese (51%), and Latvian (51%) TEA entrepreneurs. Substantially lower opinions regarding the same indicator were conveyed by Bulgarian (29%) and Polish (33%) entrepreneurs.

The third area of entrepreneurship aspirations addresses the export of products and services and comprises direct export, potential internet sale abroad, and purchases by foreigners coming to the studied country. The analysis for Slovenia shows that, in 2015, nearly 34% of early-stage entrepreneurs stated that more than 25% of their customers live outside Slovenia—the highest

percentage in the past five years. In 2014, it was 32%, in 2013 26%, in 2012 32%, and in 2011 23%. This is an encouraging trend as it shows that Slovenian entrepreneurs are aware of the significance of foreign markets. Foreign markets are especially important for small economies as it is impossible to achieve adequate business growth and adequate economies of scale and scope without internationalization. However, it is clear that, in big countries with approximately the same level of economic development, there will be a proportionately smaller number of internationalized businesses because it is possible to have enough space for growth on the domestic market itself.

The EU countries with the strongest international orientation of early-stage entrepreneurs (i.e., those having more than 25% of customers from other countries) were Luxembourg (40% of companies), Croatia (38%), Slovenia (34%), Ireland (28%), Portugal (26%), and Germany (25%). If we observe all EU member states which participated in GEM research, the average level of internationalization in 2015 was 21%; the average rate for innovation-driven economies was 20%, and the overall average for all countries participating in GEM was 15%.

QUALITY OF ENTREPRENEURSHIP ECOSYSTEM

In the past few years, the concept of an entrepreneurship ecosystem has become the foundation for the formation and implementation of entrepreneurship policy in towns and regions as well as at national level. The companies do not develop in a vacuum; rather, they interact with their suppliers, customers, providers of funds, and other stakeholders of the entrepreneurship ecosystem which can significantly contribute towards the successful development and growth of the company.

GEM research also correlates entrepreneurship dynamics with the conditions which encourage (or hinder) the creation of new businesses. Social, cultural, political, and economic context is represented through national framework conditions which affect the advancement of a society through three phases of economic development (i.e., factor-driven, efficiency-driven, and innovation-driven economies) as well as through entrepreneurship framework conditions which have an even more direct influence on entrepreneurship. The entrepreneurship ecosystem is thus a combination of different conditions which shape the context in which entrepreneurship activities occur. GEM examines the following framework conditions: entrepreneurship financing, government programmes for entrepreneurship, entrepreneurship education and training, R&D transfer, access to commercial and professional infrastructure, internal market dynamics, access to physical infrastructure, and social and cultural norms.

Globally, the highest ratings among all framework conditions for entrepreneurship (values above 6 on a scale ranging from 1 to 9) were given to physical infrastructure, commercial and professional infrastructure, and social and cultural norms. The lowest ratings (with values below 4) were given to entrepreneurship education at school stage, R&D transfer, and government policies related to taxes and bureaucracy.

According to Slovenian experts, Slovenia still lags behind the EU average the most in terms of cultural and social norms which encourage (or hinder) entrepreneurship activity. Only the experts in Croatia and Hungary rated this entrepreneurship framework condition lower than Slovenian experts. Government policies related to taxes and bureaucracy, internal market burdens or entry regulation, entrepreneurship education, and access to commercial and professional infrastructure ratings were also below the EU average. However, internal market dynamics were rated above the EU average in 2015. The comparison of the 2015 entrepreneurship framework

conditions' average ratings with previous years shows that Slovenian experts perceived an improvement in government policies supporting entrepreneurship and in the availability of financial resources for entrepreneurs. Higher ratings than in previous years were also given to governmental programmes, access to physical infrastructure, and access to commercial and professional infrastructure. Entrepreneurship education and training, on the other hand, experienced the biggest drop in rating since 2013.

In all the years in which the research of the entrepreneurship environment in Slovenia has been carried out within GEM, Slovenian experts have pointed out that government policies should receive the most attention. In other words, improvements should be made concerning the regulatory policy governing enterprises' everyday business operations. On the other hand, the ratings of government policies supporting entrepreneurship have improved over the past years. The second most important condition is entrepreneurship education and training, which is followed by cultural and social norms. We therefore analyse these entrepreneurship framework conditions in detail to show which aspects within individual conditions contribute to low ratings the most.

In 2015, all elements of government policies in Slovenia and at the EU level received negative rates (values below 5). Slovenian experts were particularly critical towards taxes and tax-related government regulations (the average rate was only 2.5). According to the experts (62.8% of statements), an excessive amount of taxes and non-stimulating tax legislation, excessive bureaucracy and excessive government regulations in all areas, and non-transparent and inflexible legislation are factors hindering entrepreneurship in Slovenia the most. Throughout the years, Slovenian GEM experts have been critical of the quality of entrepreneurship education and training, particularly within basic education. Slovenian experts have also been very critical of the extent to which cultural and social norms encourage or hinder entrepreneurship activities which could lead to new business transactions, methods or activities that have the potential to increase personal property and income. The creation of a positive and encouraging entrepreneurship climate is definitely a long-term process, but is nevertheless crucial for the encouragement of entrepreneurship activity. It is strongly linked to entrepreneurship education and training. Creativity, innovativeness, and an entrepreneurial mindset should be made a priority and be encouraged through subject contents and teaching methods. Entrepreneurship as a value should also be integrated into education systems at all levels.

We also asked the experts about their recommendations to increase entrepreneurial activity in Slovenia. As expected, their recommendations were linked to those entrepreneurship framework conditions which received the lowest rates in 2015. According to the experts, the first and most important area where actions should be taken is government policy (51.4% of responses), followed by entrepreneurship education and training (48.6%) and cultural and social norms (37.1%). Thus, the recommendations for the Slovenian government refer mainly to fiscal policy and the elimination of complicated bureaucratic procedures. Concerning education, the experts advocated for the systematic introduction of programmes for the development of innovativeness and creativity competencies and entrepreneurial spirit at all levels of education, particularly at primary and secondary education levels as well as in higher education programmes other than economics and business study programmes. There should also be a connection between theory and practice, and mentoring programmes should be set up. The awareness that entrepreneurship education and training are essential for fostering entrepreneurship is a major step towards the development of the entrepreneurial mindset in the long run. The entrepreneurship ecosystem, which should support development-oriented entrepreneurship, undoubtedly plays a vital role in this process.

1 Predstavitev Globalnega podjetniškega monitorja – GEM

1.1 KAJ PROUČUJE GEM IN ZAKAJ

Takoj ko podjetništva ne razumemo v njegovem najožjem smislu, torej kot zgolj ustanovitve podjetja in njegovega lastniškega vodenja, ampak v celoti kot ustvarjanje nečesa novega, kot ustvarjalnost, inovativnost in podjetnost, vidimo, da prežema vse pore osebnega in družbenega življenja. Vidimo tudi, da je osrednji akter posameznik s svojimi izkušnjami, vrednotami, sposobnostmi in ambicijami. Prav tako nas to napoti na razmislek o okolju, v katerem se posamezniki odločajo za podjetniško pot. Zato je še kako pomembno, da tudi proučevanje podjetništva ni zgolj štetje podjetij in njihovih značilnosti, najsi gre za njihovo ekonomsko učinkovitost, organiziranost ali panožno razmestitev, temveč za globlji razmislek o razmerah, v katerih se lahko podjetnost in ustvarjalnost razvijata in uveljavljata. Gre pa tudi za razmislek o ovirah, ki preprečujejo inovativnim in podjetnim posameznikom in podjetniškim skupinam, da bi razvijali svoje ideje in ustvarjali izdelke in storitve. Spoznavanje teh značilnosti in proučevanje dejavnikov, ki vplivajo nanje in preko podjetniškega sektorja tudi na dogajanja v družbi, je osrednje področje proučevanja Globalnega podjetniškega monitorja. Gre za največjo raziskavo o podjetništvu na svetu, ki je ves čas od leta 1999 ohranila longitudinalno kompatibilnost zbranih podatkov in stalno dopolnjevala svoj raziskovalni model, ne da bi s tem ogrozila primerljivost zbranih podatkov. Če ga opišemo s številkami, potem GEM, v okviru katerega je prva raziskava stekla leta 1999, pomeni 17 let podatkov, več kot 200.000 intervjujev na leto, več kot 100 vključenih držav, doslej vključenih več kot 500 strokovnjakov za podjetniške raziskave, več kot 300 akademskih in raziskovalnih institucij in več kot 200 različnih financerjev, ki so v teh letih podprli raziskovanje.

Temeljno poslanstvo GEM je bilo že ob njegovi zasnovi usmerjeno v mednarodno primerjavo razlik v odnosu do podjetništva, aktivnosti in v aspiracijah posameznikov. Še tako dobro poznavanje podjetništva in njegovega okolja v domači državi namreč nima velike vrednosti,

če ne vemo, kakšno je stanje v drugih državah. GEM pripomore k temu razumevanju tako, da odkriva dejavnike, ki določajo naravo in raven podjetniške aktivnosti, ter identificira potrebne politične ukrepe za krepitev podjetništva.

Kaj torej dela Globalni podjetniški monitor tako poseben? Predvsem GEM zbira primarne podatke in se v tem tudi razlikuje od drugih svetovnih raziskav in njihovih indeksov, poleg tega pa se osredotoča na individualnega podjetnika, na posameznika. Večina podjetij namreč začne z enim samim posameznikom ali skupino posameznikov. Ker je pristop GEM enak po vsem svetu, omogoča podrobne mednarodne primerjave, še zlasti ker razpolaga z izjemno obsežnim naborom podatkov iz več kot 100 gospodarstev in je neprecenljiv vir za raziskovalce in njihove znanstvene prispevke, še zlasti pa zato, ker je tudi njegova mreža raziskovalcev podjetništva bogato prepletena. Ne nazadnje pa raziskava podjetništvo razume kot proces, ki teče vse od ugotavljanja podjetniškega potenciala in zaznavanja poslovnih priložnosti do ustanovitve podjetja, rednega poslovanja in prenehanja poslovanja. GEM lahko spremlja tudi neformalno podjetniško dejavnost, ki je uradna statistika ne zajame, kar je še zlasti primer v razvijajočih se gospodarstvih.

Ne glede na trenutno razvitost posamezne države je njena gospodarska blaginja vselej močno odvisna od podjetniškega sektorja, vendar k tej blaginji različni tipi podjetništva prispevajo različno. Največji učinek ustvarijo hitro rastoča podjetja, ki svojo rast gradijo na inovativnosti, ki zaposlujejo in ustvarjajo visoko dodano vrednost. V raziskavi OECD Calvino in sodelavci (2015) ugotavljajo, da so inovacije ključno gonilo gospodarskega napredka in v razvitem svetu jim je mogoče pripisati več kot polovico rasti produktivnosti. Zato ni 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 se vanj podali, ker so hoteli izkoristiti obetavno podjetniško priložnost. Jasno je, da oboji prispevajo h kakovostnejšemu življenju in razvoju družbe, vendar ne v enaki meri. Največ prispevajo ambiciozni in usposobljeni posamezniki, ki so zmožni in voljni graditi podjetja, ki bodo zaposlovala, inovirala, rasla in se uspešno vključevala v mednarodne gospodarske tokove.

Kot smo že poudarjali (Rebernik et al. 2015), je pomembno poznati načine, ki so jih izbrale posamezne države, da bi ustvarile učinkovite pogoje za razvoj kakovostnega podjetništva, 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 mogoče črpati različna spoznanja, ki lahko prispevajo k ustvarjanju ustreznih pogojev za razvoj podjetništva in z njim celotne družbe.

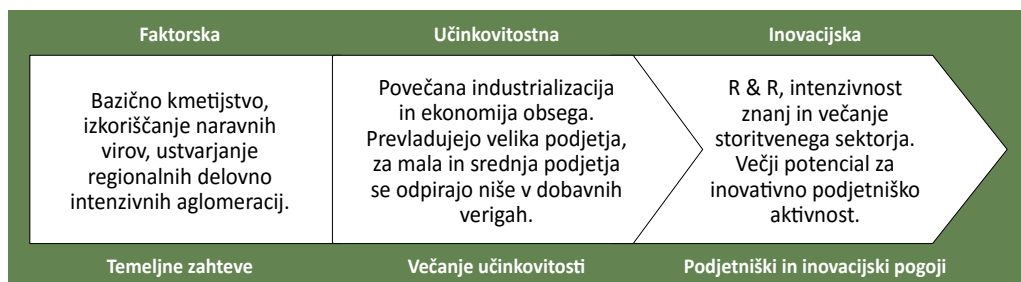
Države, ki jih spremlja GEM, se pomembno razlikujejo po številnih kulturnih in družbenih značilnosti ter seveda po stopnji gospodarske razvitosti. Da bi razlikovali med posameznimi skupinami različno razvitih držav, se v GEM uporablja Porterjeva (Porter et al. 2002) tipologija, ki glede na doseženo razvojno 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 2015 sodelovale v GEM, glede na njihov ekonomski razvoj in geografsko umestitev je prikazana v *tabeli 1.1*.

Tabela 1.1: Podjetništvo med priložnostjo in nujo

	Faktorska gospodarstva	Učinkovitostna gospodarstva	Inovacijska gospodarstva
Afrika	Bocvana, Burkina Faso, Kamerun, Egipt, Senegal, Tunizija	Maroko, Republika Južna Afrika	
Azija in Oceanija	Indija, Iran, Filipini, Vietnam	Kitajska, Indonezija, Kazahstan, Libanon, Malezija, Tajska, Turčija	Avstralija, Izrael, Japonska, Republika Koreja, Tajvan
Latinska Amerika in Karibi		Argentina, Barbados, Brazilija, Čile, Kolumbija, Ekvador, Gvatemala, Mehika, Panama, Peru, Portoriko, Urugvaj	
Evropa		Bolgarija, Hrvaška, Estonija, Madžarska, Latvija, Poljska, Romunija, Makedonija	Belgija, Finska, Nemčija, Grčija, Irska, Italija, Luksemburg, Nizozemska, Norveška, Portugalska, Slovaška, Slovenija, Španija, Švedska, Švica, Velika Britanija
Severna Amerika			Kanada, ZDA

Ti trije tipi gospodarstev se med seboj razlikujejo tako po ekonomskih kot tudi socialnih in kulturnih značilnostih. O tem, kako v njih spodbujati podjetništvo, ni enotnega napotka, 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 1.1* prikazujemo temeljne tipe gospodarstev, njihove značilnosti in potrebno temeljno usmerjenost ekonomske politike.

Slika 1.1: Značilne skupine gospodarstev in ključna razvojna usmerjenost (Kelley et al. 2011)



V državah na nizki stopnji gospodarskega razvoja je rast pogojena zlasti z imobilizacijo osnovnih proizvodnih dejavnikov: zemlje, primarnih dobrin in nekvificirane 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 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. Te značilnosti se prepletajo in tudi v posameznih državah, ki spadajo med inovacijska gospodarstva, lahko najdemo določene značilnosti faktorskih ali učinkovitostnih gospodarstev in obratno.

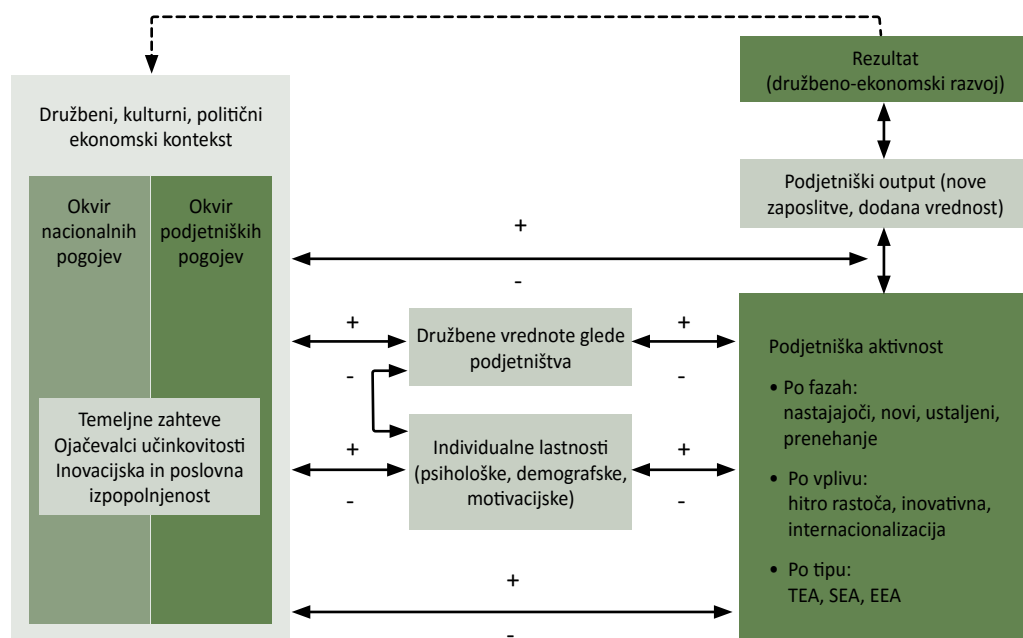
V proučevanju podjetništva, še zlasti pa pri oblikovanju podjetniške politike, je razumevanje družbenega in gospodarskega konteksta še kako pomembno, zato razvojnih konceptov ni mogoče prepisovati. Oblikovati je treba takšne, da so prilagojeni kontekstu in razvojnemu okolju posamezne države. Prav zato tudi potrebujemo primerno in skrbno podatkovno podlago, ki omogoča takšno vodenje podjetniške politike, da temelji na podatkih (ang. *evidence based policy making*). GEM je takšna raziskava.

1.2 KONCEPTUALNI OKVIR GLOBALNEGA PODJETNIŠKEGA MONITORJA

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. Vpliv je tudi povratni, saj na podjetništvo vplivata tudi obstoječa raven ekonomskega razvoja ter celoten družbenoekonomski in kulturni kontekst. Kot smo že pokazali v raziskavah preteklih let, 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 podporne okvire ne bo dalo pravega 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 je mogoče začeti koristiti tudi učinke ekonomije obsega in uveljavljanja primerjalnih (komparativnih) prednosti.

Konceptualni okvir GEM je predstavljen na *sliki 1.2*. Iz njega se vidi, da je Globalni podjetniški monitor pozoren ne samo na individualne lastnosti podjetnikov, ampak tudi na družbeni in ekonomski kontekst določenega okolja, ki sooblikuje podjetniško kulturo v državi.

Slika 1.2: Konceptualni okvir GEM



GEM torej 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. Podrobna razlaga ključnih mer, s katerimi proučujemo dejavnike na navedenih treh področjih, je dodana na koncu te monografije kot *priloga 3*.

Družbeni, kulturni, politični in ekonomski kontekst razumemo v okviru 12 stebrov, ki jih spremlja svetovni ekonomski forum v svojem letnem raziskovanju svetovne konkurenčnosti (WEF 2015). Gre za naslednje stebre: inštitucije, infrastruktura, makroekonomska stabilnost, zdravstveno in primarno izobraževanje, visoko izobraževanje in usposabljanje, učinkovitost trga dobrin, učinkovitost trga delovne sile, izpopolnjenost finančnega trga, tehnološka usposobljenost, velikost trga, poslovna urejenost, inovacije. Ti stebri se v GEM odražajo preko devetih komponent nacionalnega podjetniškega okvira, pri čemer pa je treba poudariti, da so lahko v različnih državah razprostranjene v različnih kombinacijah.

Družbene vrednote o podjetništvu poskušamo razumeti tako, da se vprašamo, ali družba sprejema podjetništvo kot dobro karierno izbiro, ali imajo podjetniki visok socialni status in kolikšno pozornost posvečajo mediji podjetništvu in s tem prispevajo k razvoju podjetniške kulture. **Individualne lastnosti** zajemajo nekaj demografskih dejavnikov (spol, starost, geografska lokacija), psihološke dejavnike (zaznane zmogljivosti, zaznane priložnosti, strah pred propadom) in motivacijske vidike (podjetništvo zaradi nujnosti, zaradi priložnosti ali zaradi izboljšanja položaja). **Podjetniška aktivnost** pa je definirana glede na fazo življenjskega cikla (nastajajoči, novi, ustaljeni, prenehanje), glede na tip aktivnosti (rast, inovacije, internacionalizacija) in glede na področje, na katerem se uveljavlja (celotna zgodnja podjetniška aktivnost – TEA, socialna podjetniška aktivnost – SEA in podjetniška aktivnost zaposlenih – EEA).

1.3 PODATKOVNE PODLAGE ZA GEM

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se je začel leta 1999 kot skupni projekt med Babson College (ZDA) in London Business School (Velika Britanija), njegov namen pa je bil razmislek o tem, zakaj so nekatere države bolj »podjetniške« od drugih. Sedaj, 17 let pozneje, je GEM največja svetovna raziskava o podjetništvu, ki zagotavlja osnovo za oblikovanje ukrepov ekonomske politike na področju vključevanja posameznikov v podjetniške aktivnosti, rasti podjetij in podjetij ter pogojev za podjetništvo, hkrati pa je najbogatejši vir informacij o tej temi.

Raziskava GEM se v vsaki sodelujoči državi oziroma v vsakem gospodarstvu osredotoča na dva elementa: na podjetniško vedenje in odnos posameznikov do podjetništva ter na nacionalni okvir in na to, kako ta vpliva na podjetništvo. Pridobljene informacije, ki jih skrbno analizira raziskovalni lokalni tim GEM, omogočajo celovitejše razumevanje in dragocen vpogled v značilnosti, okolje in pogoje za podjetništvo.

Osrednjo podatkovno podlago GEM predstavlja anketna raziskava na osnovi vzorca odrasle populacije (APS), ki jo v vsaki sodelujoči državi izvede usposobljena agencija in obsega približno 2.000 naključno izbranih odraslih oseb. V Sloveniji, kot tudi v večini sodelujočih držav, so v slučajni vzorec zajeti odrasli, stari od 18 do 64 let. V vseh 60 sodelujočih državah je bilo v letu 2015 skupaj anketiranih 172.983 ljudi, kar predstavlja široko podatkovno osnovo za proučevanje zlasti zgodnjega podjetništva in njegovih značilnosti ter medsebojnih povezav vplivnih dejavnikov. Število anketiranih oseb v skupinah držav glede na tip gospodarstva v letu 2015 je prikazano v *tabeli 1.2*. V Sloveniji je od konca maja do konca junija 2015 v anketni raziskavi sodelovalo skupaj 2.009 odraslih ljudi. 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 1.3*. 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). Vzorci vseh držav so uteženi na osnovi standardizirane ocene strukture prebivalstva po starosti in spolu; to vsako leto za vse države zagotavlja US Census International Population Data Base.

Tabela 1.2: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav po tipih gospodarstva, GEM 2015, APS

Tip gospodarstva	Število držav	Število anketiranih oseb v vzorcu		Skupno število anketiranih oseb
		min.	maks.	
inovacijska gospodarstva	24	1.754	24.300	80.889
učinkovitostna gospodarstva	27	1.742	5.620	70.061
faktorska gospodarstva	9	2.000	3.413	22.033
Skupno število anketiranih oseb				172.983

Tabela 1.3: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2015, APS

	Neuteženi vzorec	Uteženi vzorec
Skupaj	2.009	2.009
Moški	1.025	1.033
Ženske	984	976
Število nastajajočih podjetmov	64	65
Število novih podjetmov	56	56
Motivacija – priložnost	86	87
Motivacija – nujnost	28	28
Število ustaljenih podjetij	85	85
Poslovni angeli	43	43

Vprašalnik je identičen v vseh sodelujočih državah, anketiranje pa običajno poteka kot kombinacija telefonskega (po stacionarnih in mobilnih telefonih) in osebnega anketiranja. V Sloveniji je bil v letu 2015 (tako kot v večini razvitih držav) uporabljen način kombiniranega anketiranja s pomočjo stacionarnih in mobilnih telefonskih števil; ta način zagotavlja zanesljivejšo vključenost zlasti mlajših ljudi v anketiranje ter večjo reprezentativnost slučajnega vzorca (manjšo velikost uteži). Kot že zadnji dve leti smo tudi v letu 2015 v okviru konzorcija GEM tako dosegli eno najvišjih stopenj zanesljivosti in natančnosti dobljenih ocen statističnih parametrov, tudi v primerjavi z drugimi sodelujočimi državami, kar kaže na veliko kakovost podatkovnih podlag. 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 znotraj posameznega gospodarstva, pa tudi primerjalne analize med sodelujočimi državami. Metodologija raziskave in proces harmoniziranja podatkov sta podrobno opisana v Reynolds et al. (2005).

Drugi pomemben vir informacij so ključni ugledni nacionalni izvedenci (NES), izbrani tako, da pokrivajo vseh devet okvirnih pogojev za podjetništvo, ti pa so: 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. Nacionalni izvedenci izpolnijo podroben vprašalnik, ki je prav tako identičen v vseh sodelujočih državah in tematsko usklajen z vprašalnikom v okviru APS. Poleg tega izvedenci predstavijo tudi svoje poglede na, po njihovem mnenju, tri temeljne slabosti, ki zavirajo podjetniško aktivnost v državi, tri temeljne prednosti, ki podjetniško aktivnost pospešujejo, ter tri priporočila za izboljšanje 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 tudi v Sloveniji potekalo od aprila do julija 2015. V letu 2015 je bilo v 62 državah, ki so zagotovile kvalitetno podatkovno podlago v tem delu raziskave, anketiranih skupaj 2.549 nacionalnih izvedencev. Število sodelujočih nacionalnih izvedencev v skupinah držav glede na tip gospodarstva v letu 2015 je prikazano v tabeli 1.4. Tako kot že zadnjih nekaj let je leta 2015 vprašalnik izpolnilo tudi 36 slovenskih izvedencev iz gospodarstva, politike, državne uprave in akademske sfere.

Tabela 1.4: Število sodelujočih nacionalnih izvedencev v sodelujočih državah po tipih gospodarstva, GEM 2015, NES

Tip gospodarstva	Število držav	Število nacionalnih izvedencev		Skupno število nacionalnih izvedencev
		min.	maks.	
inovacijska gospodarstva*	24	30	106	1.007
učinkovitostna gospodarstva**	30	19	59	1.162
faktorska gospodarstva	8	36	84	380
Skupno število anketiranih oseb				2.549

* Japonska sodeluje samo v NES in ne v APS.

** Turčija sodeluje samo v NES in ne v APS, Slovaška je pri APS vključena med inovacijska gospodarstva.

*** Kazahstan je v APS vključen med faktorska gospodarstva.

Poleg primarnih podatkov pa raziskava GEM vključuje tudi zanesljive sekundarne vire podatkov. Ti viri so podatkovne baze, s katerimi razpolagajo Združeni narodi, Eurostat, Svetovna banka, ILO, Mednarodni denarni sklad, OECD.

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. Na razpolago so tudi vprašalniki, s katerimi pridobivamo podatke. 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

Eden od ciljev v okviru raziskave GEM je bil oblikovanje učinkovitih, a hkrati ustrezno enostavnih mer podjetniške aktivnosti, in sicer tako v smislu merjenja količine kot tudi kakovosti, zlasti zgodnje podjetniške aktivnosti. Osnovni kazalnik v raziskavi GEM je indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA (ang. *total early-stage entrepreneurial activity*). Kaže odstotek ljudi med 18. in 64. letom starosti, ki se vključujejo v podjetništvo. Zajema torej fazo nastajanja podjetmov, ki zajema nastajajoče in nove podjetnike. Nastajajoči podjetniki so tisti posamezniki, ki so začeli izvajati nekatere aktivnosti, da bi ustanovili podjetje, ali pa podjetje že imajo, vendar plač še niso izplačevali dlje kot tri mesece. Novi podjetniki so tisti posamezniki, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece, vendar manj kot tri leta in pol. V raziskavi identificiramo tudi ustaljene podjetnike; ti so opredeljeni kot tisti, ki imajo podjetje in ga pomagajo tudi voditi, plače pa izplačujejo dlje kot 42 mesecev (ti v indeks TEA niso vključeni). Ob tem kazalniku raziskava GEM identificira tudi podjetniške namere in ustaljene podjetnike, pa tudi prenehanje podjetniške aktivnosti, kar je prav tako sestavni del podjetniškega procesa.

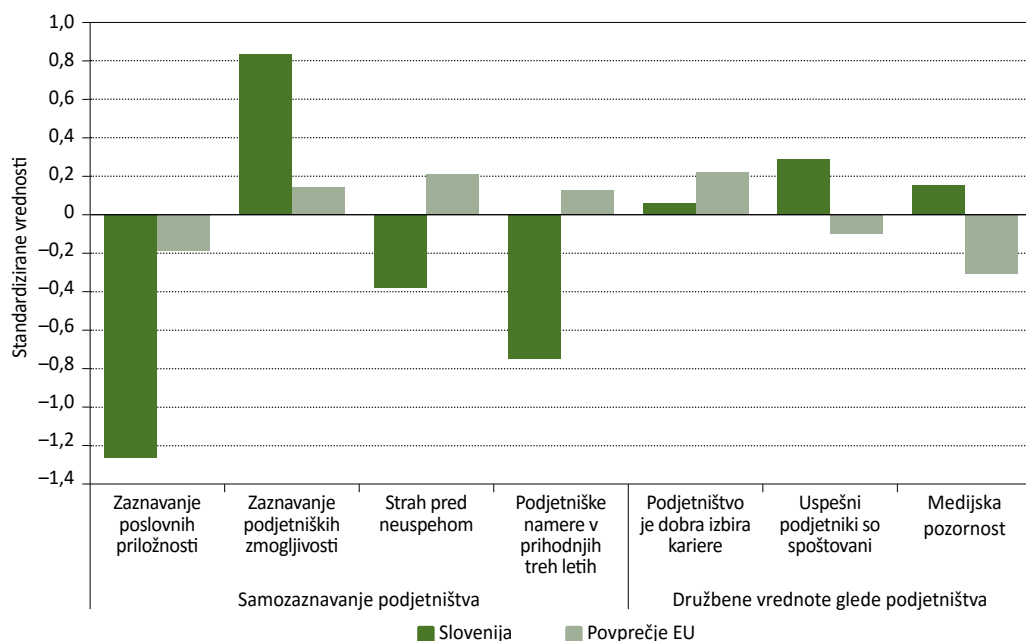
Ker je podjetništvo kompleksen večdimenzionalni proces, večplastnosti podjetništva ni mogoče enostavno opisati. V *tabeli 2.2* zbirno prikazujemo različne vidike podjetniške aktivnosti v Sloveniji leta 2015 primerjalno z letom poprej. Prikazujemo kazalnike, ki se nanašajo na individualno raven posameznika, in 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 posamezne opredeljene kazalnike prikazujemo ločeno za različne skupine prebivalstva. Primerjamo zlasti nastajajoče, nove in ustaljene podjetnike ter nepodjetnike, in sicer po področjih, prikazanih v *tabeli 2.1*.

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

Na *sliki 2.1* prikazujemo izbrane kazalnike za dva vidika proučevanja podjetništva. Prvi sklop se nanaša na družbene vrednote o podjetništvu, drugi sklop pa na samozaznavanje podjetništva pri posameznikih; res pa je, da je slednje v veliki meri tudi odraz kulturnih in družbenih norm družbe, ki jih merimo s prvim sklopom kazalnikov. Za te izbrane kazalnike prikazujemo primerjavo njihove standardizirane vrednosti za Slovenijo in za povprečje sodelujočih držav EU v raziskavi GEM s povprečjem vrednosti kazalnikov v inovacijskih gospodarstvih držav, ki so v letu 2015 sodelovale v tej raziskavi.

Slika 2.1: Primerjava Slovenije in povprečja držav EU s povprečjem vrednosti v inovacijskih gospodarstvih za izbrane kazalnike, GEM Slovenija 2015, APS



GEM Slovenija 2015, APS

* Na sliki so prikazane standardizirane vrednosti; povprečje vrednosti kazalnikov v inovacijskih gospodarstvih je na navpični osi označeno z vrednostjo 0.

S slike je razvidno, da Slovenija dosega oziroma presega povprečne vrednosti inovacijskih držav pri vseh treh vidikih družbenih vrednot o podjetništvu. Povprečje držav EU je nad povprečjem inovacijskih držav in tudi precej nad vrednostjo kazalnika za Slovenijo le pri deležu ljudi, ki menijo, da je podjetništvo dobra izbira kariere.

Slovenija je izrazito pod povprečjem inovacijskih gospodarstev in tudi pod povprečjem EU glede samozaznavanja podjetništva pri ljudeh pri dveh od štirih obravnavanih vidikov. Kljub temu da se je zaznavanje poslovnih priložnosti v Sloveniji nekoliko zvišalo v primerjavi z letom prej, je naša država na tem področju še vedno skoraj povsem na repu vseh sodelujočih držav v raziskavi. Slovenija je pod povprečjem inovacijskih držav in pod povprečjem držav Evropske unije tudi glede podjetniških namer v prihodnjih treh letih. Pozitivna vidika za Slovenijo v tem sklopu sta dva: strahu pred neuspehom je manj kot v povprečju v inovacijskih gospodarstvih, manj pa tudi v primerjavi s povprečjem v EU; Slovenci so izrazito nad povprečjem tudi glede samozaznavanja podjetniških zmožnosti.

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

Tabela 2.2: GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2015 APS

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2014	rang	2015	rang	2014	rang	2015	rang	2014	rang	2015	rang	2014	rang	2015	rang
vklučenost v podjetništvo (% populacije)	3,78	54/70	3,22	50/60	2,66	53/70	2,79	50/60	6,33	57/70	5,91	53/60	4,76	54/70	4,21	49/60
spol (% populacije):																
moški	5,21		4,4		3,29		4,1		8,29	53/70	8,41	51/60	6,63	50/70	6,09	48/60
ženske	2,26		1,9		1,99		1,4		4,25	57/70	3,27	56/60	2,78	56/70	2,22	52/60
spol (% podjetnikov):																
moški	70,9		70,6		63,6		76,0		67,3		72,1		71,6		73,4	
ženske	29,1		29,4		36,4		24,0		32,7		27,9		28,4		26,6	
starost (% populacije):																
– od 18 do 24 let	4,04		2,8		0,00		0,0		4,04	57/70	2,83	57/60	0,43	57/70	0,46	48/60
– od 25 do 34 let	4,27		6,1		6,06		5,2		9,84	50/70	11,42	39/60	3,79	42/70	1,89	55/60
– od 35 do 44 let	4,46		2,9		2,37		4,2		6,83	59/70	6,84	54/60	9,09	35/70	5,11	48/60
– od 45 do 54 let	3,46		3,2		2,34		1,9		5,80	58/70	4,96	54/60	4,12	65/70	7,55	43/60
– od 55 do 64 let	2,76		0,9		1,29		1,1		4,05	50/70	2,03	57/60	4,24	60/70	4,04	52/60
starost (% podjetnikov):																
– od 18 do 24 let	12,3		10,1		0,00		0,0		7,32	65/70	5,49	58/60	1,04	62/70	1,26	47/60
– od 25 do 34 let	24,6		41,0		49,5		43,3		33,76	28/70	42,03	2/60	17,30	34/70	9,79	53/60
– od 35 do 44 let	26,4		20,0		19,9		33,0		24,11	44/70	25,88	30/60	42,65	2/70	27,14	33/60
– od 45 do 54 let	21,0		23,0		20,2		14,8		21,06	21/70	19,23	25/60	19,86	63/70	41,19	3/60
– od 55 do 64 let	15,7		6,0		10,4		9,0		13,76	7/70	7,36	42/60	19,16	40/70	20,62	32/60
izobrazba (% podjetnikov):																
– dokončana osn. šola ali manj	2,6		0,0		7,7		3,6		4,8		1,6		0,00		2,4	
– dokončana poklicna šola	10,8		9,5		2,0		3,7		7,3		6,9		11,7		16,6	
– srednješolska izobrazba	35,5		42,2		27,6		31,3		32,0		37,2		32,8		25,1	
– višješolska strok. izobrazba	14,0		23,3		19,5		22,4		16,5		22,9		22,0		22,5	
– visokoš. ali univ. izobr. ali več	37,1		25,0		43,2		39,0		39,4		31,4		33,5		33,5	
izobrazba (% populacije):																
– manj kot srednješolska									4,06	53/70	2,83	50/60	4,11	49/70	5,36	31/60
– srednješolska									5,16	59/70	5,80	49/60	4,05	53/70	2,75	56/60
– več kot srednješolska									7,54	55/70	7,41	52/60	6,12	47/70	5,12	42/60
– visokošolska/univerzitetna											6,26	46/60			7,81	28/60
dohodkovni razredi (% populacije):																
– spodnja tretjina	3,50		1,5		2,21		1,0		5,71	48/70	2,50	57/60	1,90	63/70	2,44	47/60
– srednja tretjina	3,13		2,5		2,19		2,2		5,31	58/70	4,74	56/60	4,32	49/70	2,23	57/60
– zgornja tretjina	6,11		5,0		3,67		4,6		9,24	50/70	9,20	45/60	6,72	50/70	7,01	44/60
dohodkovni razredi (% podjetnikov):																
– spodnja tretjina	27,0		18,7		26,7		13,5		27,6		16,8		14,2		22,7	
– srednja tretjina	28,8		25,6		31,7		27,2		30,7		27,0		38,7		17,7	
– zgornja tretjina	44,1		55,7		41,6		59,3		41,7		56,3		47,1		59,6	
motivacija (% populacije):																
– nujnost	1,05		0,7		0,60		0,65		1,61	56/70	1,40	51/60	1,40		1,00	
– priložnost	2,45		2,4		1,95		2,04		4,52	50/70	4,31	48/60	3,29		3,04	

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2014	rang	2015	rang	2014	rang	2015	rang	2014	rang	2015	rang	2014	rang	2015	rang
motivacija (% podjetnikov):																
– v celoti priložnost	48,7		46,1		50,4		48,2		48,5		47,9		51,2		54,2	
– deloma priložnost	22,7		27,7		22,3		23,2		22,9		25,2		18,2		17,6	
– nujnost	27,4		23,1		21,6		25,0		25,5		23,5		29,6		23,5	
– ne more opredeliti	1,2		3,1		5,7		3,6		3,1		3,4		1,0		4,7	
izkoriščanje poslovne priložnosti zaradi (% podjetnikov, katerih motivacija je v celoti priložnost):																
– neodvisnosti in osebne svobode pri delu	58,6		55,1		64,4		70,4		59,60	8/70	62,47	4/60	66,2		55,0	
– povečanja dohodka	30,5		34,7		24,1		25,9		28,85	61/70	30,47	51/60	13,3		26,2	
– ohranitve ravni dohodka	10,9		10,2		3,6		0,0		8,10	37/70	5,27	42/60	11,4		9,3	
– drugega	0,0		0,0		7,8		3,7		3,46	26/70	1,78	29/60	9,0		9,5	

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2014	rang	2015	rang	2014	rang	2015	rang
inovacijska naravnost (% podjetnikov):								
– novost izdelkov – izdelek je nov za vse kupce	21,15	16/70	20,46	12/60	13,94	20/70	18,82	10/60
– konkurenca – ni konkurenčnih podjetij	8,84	20/70	12,84	8/60	6,39	26/70	2,36	51/60
– tehnologija – uporaba tehnologij, ki so na voljo manj kot eno leto	10,37	41/70	10,28	37/60	1,13	53/70	3,49	31/60
nagnjenost k rasti (% podjetnikov):								
– zaposlovanje – porast za najmanj 10 delovnih mest in hkrati za najmanj 50 % v petih letih	17,08	27/70	13,62	33/60	4,28	27/70	3,60	33/60
– izvoz – več kot 50 % strank živi zunaj države	1,34	18/70	1,32	17/60	0,70	20/70	0,84	12/60

Podjetniški dejavniki	Nastajajoči podjetniki		Novi podjetniki		Ustaljeni podjetniki		% prebivalstva v starosti od 18 do 64 let				Nepodjetniki	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	rang	2015	rang	2014	2015
razpoznavanje poslovnih priložnosti	31,1	30,6	33,3	35,6	20,2	39,7	17,25	68/70	20,54	57/60	12,2	18,8
podjetniška zmogljivost – dojemanje kulturne podpore:												
– egalitarizem	78,3	67,8	83,6	83,0	70,0	74,7	82,00	3/70	81,94	1/60	82,8	82,9
– poklicna izbira	53,0	55,1	41,1	37,2	37,0	46,2	53,39	46/70	56,69	39/60	54,7	54,5
– spoštovanje podjetniškega poklica	61,9	63,8	73,5	58,3	59,5	59,3	72,31	25/70	70,03	22/60	73,3	71,1
– odnos medijev	48,4	63,4	58,4	50,7	46,2	57,8	57,56	38/70	60,29	31/60	58,5	60,6
podjetniška zmogljivost – samozaupanje:												
– znanje in veščine	84,3	85,9	94,5	94,6	84,3	91,7	48,60	38/70	48,61	30/60	43,9	43,8
– strah pred neuspehom	32,4	24,8	24,1	17,7	22,3	20,1	38,70	35/70	40,13	31/60	40,3	42,2



Argentina



Število prebivalcev:
42 milijonov (2014)



BDP:
540,2 milijarde USD (PPP 2014)



BDP na prebivalca:
12.875 USD (PPP 2014)



Indeks TEA:
14,4 % (2014), 17,7 % (2015)



Prispevek MSP k BDP:
40 % (2012)

Mesta podpirajo podjetnike

Mestnim oblastem Buenos Airesa, glavnega mesta Argentine, je uspelo ustvariti enega vodilnih podjetniških ekosistemov na svetu, čeprav je mesto del države, za katero je značilno izredno nespodbudno poslovno okolje. Poročilo Doing Business 2016 je namreč Argentino uvrstilo šele na 121. mesto na svetu.

Med letoma 2008 in 2013 je mesto podprlo 30.000 podjetnikov. V tem obdobju je bilo z njegovo finančno podporo ustvarjenih več kot 10.000 delovnih mest. Za uspešno podporo podjetnikom je mesto med drugim zmagalo na »Cities Challenge« v okviru konference »Global Entrepreneurship Congress« v Milanu.

S ciljnimi podpornimi aktivnostmi za podjetništvo so v Buenos Airesu začeli leta 2008, ko so celovito preoblikovali Generalni direktorat za podjetništvo in mu podelili osrednjo vlogo pri



razvoju mesta in podjetniškega ekosistema. Direktorat je prevzel vodenje in koordinacijo celovitega podjetniškega programa, imenovanega »BA Emprrende«, ki ga je sponzoriralo mesto. S tem je podpora podjetništvu postala tudi vitalen del akcijskega načrta razvoja Buenos Airesa, opredeljenega v »Innovation Plan for the city«. Z jasno usmerjeno akcijo želijo okrepiti človeški kapital, podpreti podjetniški ekosistem mesta, z inovacijami doseči višje stopnje družbene vključenosti prebivalcev in Buenos Aires pozicionirati kot globalno podjetništvu prijazno mesto.

Podjetniški program mesta sestavljajo trije ključni programski sklopi, in sicer: program podjetniških usposabljanj, program izgradnje podjetniške skupnosti in program za podporo financiranja podjetmov.

Prvi program je program podjetniških usposabljanj in temelji na dvomesečnem programu podjetniškega usposabljanja, imenovanega Academia Buenos Aires (BA) Emprrende. Program vodijo in izvajajo domači in tuji vrhunski strokovnjaki, podjetniški svetovalci, univerze, nevladne organizacije, podjetniki, mentorji in učitelji. Mesto se med drugim dogovarja tudi za vpeljavo predmeta podjetništvo v učni program srednjih šol.

Drugi program je program izgradnje podjetniške skupnosti in je namenjen krepitvi deležnikov podjetniškega ekosistema in povezav med njimi. V zadnjih 15 letih se je namreč v Buenos Airesu razvilo veliko različnih, med seboj nepovezanih podjetniških iniciativ, zato se je mesto odločilo, da spodbudi povezovanje med njimi in podpre štiri sklope aktivnosti, in sicer:

- *podpora podjetniške kulture* s poudarkom na podpori aktivnostim celotnega podjetniškega ekosistema;
- *podpora kreativnim okoljem*, v katerih delujejo podjetniki, in sicer s podporo centrom za sodelanje, ki ne nudijo le prostorske infrastrukture, temveč so tudi kraj za izmenjavo izkušenj, poslovno sodelovanje in mreženje; v mestu trenutno deluje več kot 10 takih centrov;
- *podpora usposabljanju sodelavcev v podjetjih*, da si pridobijo dodatna podjetniška znanja in veščine;
- *nadzor napredka ekosistema in njegovo mapiranje*; mesto je razvilo virtualno platformo, v katero so vključeni praktično vsi deležniki mestnega start-up ekosistema; platforma omogoča komuniciranje med deležniki in deljenje informacij.

Tretji program je program za podporo financiranja podjetmov in je usmerjen v spodbujanje zasebnih vlaganj v podjetniške projekte. Mesto je leta 2014 zagnalo program soinvestiranja v povezavi s podjetniškimi pospeševalniki, njegov cilj pri tem pa je, da spodbudi zasebna vlaganja v tvegane podjetniške projekte podjetij. Odločilo se je, da vsak zasebni investirani peso oplemeniti z enim pesom mesta. Pri tem se je zgledovalo po uspešnem izraelskem modelu Yozma. Na razpisu so za sodelovanje v programu izbrali štiri podjetniške pospeševalnike in skupaj z njimi do leta 2015 podprli 30 podjetniških projektov.

Kljub številnim podpornim aktivnostim mesta in vloženemu trudu se podjetniki v Buenos Airesu še vedno soočajo s številnimi ovirami. Glavne so zapleteni administrativni postopki, visoki stroški dela in nepriljavno makroekonomsko okolje, vključno z visoko inflacijo ter šibkim gospodarstvom.

Dobra novica pa je, da si je Buenos Aires s svojimi prizadevanji priboril tretje mesto na lestvici podjetniško najatraktivnejših mest Latinske Amerike za investiranje; lestvico objavlja revija »America Economía«.

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

3.1 OPREDELITEV KAZALNIKOV GEM

Nagnjenost odraslega prebivalstva k podjetništvu in zaznavanje odnosa do podjetništva vsebinsko zajemata veliko dimenzij posameznikovega in družbenega odnosa do podjetništva. V okviru raziskave GEM zato proučujemo to področje z več različnimi kazalniki in skušamo zajeti oba vidika.

V okviru družbenega konteksta ugotavljamo, da lahko kulturne in družbene norme v okolju odločitev posameznika za podjetniško pot spodbujajo ali pa ga pri njenem uresničevanju zavirajo. V okviru raziskave GEM zato proučujemo zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu. V raziskavi ugotavljamo tudi, kakšno je samozaznavanje in dojemanje podjetništva, ko ugotavljamo, kako ljudje zaznavajo razpoložljivost dobrih poslovnih priložnosti v okolju, kakšne so njihove zmožnosti za to, da te priložnosti izkoristijo, ter kakšne so namere ljudi o vključevanju v podjetništvo.

V okviru *zaznavanja družbenih vrednot o podjetništvu* so kazalniki, ki jih analiziramo v raziskavi GEM, naslednji:

- *podjetništvo kot karierna pot*: odstotek ljudi v starosti od 18 do 64 let, ki menijo, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira oziroma karierna pot; anketirani odgovorijo na vprašanje, ali menijo, da je večina ljudi v njihovi državi mnenja, da je podjetništvo zaželena karierna pot;
- *spoštovanje podjetnikov*: odstotek ljudi v starosti od 18 do 64 let, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani; anketirani odgovorijo na vprašanje, ali menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status;

- *medijska podpora podjetništvu*: odstotek ljudi v starosti od 18 do 64 let, ki menijo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih in njihovih podjetjih; anketirani odgovorijo na vprašanje, ali menijo, da je v njihovi državi v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih novih podjetnikih.

Dodatno nas v okviru družbenega konteksta zanima tudi mnenje ljudi o zaznanem javnem mnenju glede enakosti oziroma stopnji egalitarizma v družbi, in to preko kazalnika:

- *egalitarizem*: odstotek ljudi v starosti od 18 do 64 let, ki menijo, da bi bilo večini ljudi ljubše, da imajo vsi v državi približno enako raven življenjskega standarda; anketirani odgovorijo na vprašanje, ali menijo, da je v njihovi državi večina ljudi mnenja, da bi vsi morali imeti približno enako raven življenjskega standarda.

V okviru *samozaznavanja in dojemanja podjetništva z vidika posameznika* pa so kazalniki, ki jih analiziramo v okviru raziskave GEM, naslednji:

- *zaznavanje poslovnih priložnosti*: odstotek ljudi v starosti od 18 do 64 let, ki menijo, da se bodo v okolju, v katerem živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti; anketirani odgovorijo na vprašanje, ali menijo, da se bodo v prihodnjih šestih mesecih na območju, na katerem živijo, pojavile dobre poslovne priložnosti;
- *zaznavanje sposobnosti za podjetništvo*: odstotek ljudi v starosti od 18 do 64 let, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetniški poklic; anketirani odgovorijo na vprašanje, ali menijo, da imajo znanje, izkušnje in veščine za podjetništvo;
- *zaznavanje strahu pred neuspehom*: odstotek ljudi v starosti od 18 do 64 let, ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od tega, da bi ustanovili svoje podjetje; anketirani odgovorijo na vprašanje, ali menijo, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve lastnega podjetja; poleg tega dodatno izračunavamo še naslednji kazalnik:
 - odstotek ljudi v starosti od 18 do 64 let, ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od tega, da bi ustanovili svoje podjetje, med tistimi, ki v svojem okolju zaznavajo dobre poslovne priložnosti;
- *podjetniške namere*: odstotek ljudi v starosti od 18 do 64 let, ki nameravajo v prihodnjih treh letih začeti ustanavljati lastno podjetje; anketirani odgovorijo na vprašanje, ali nameravajo v prihodnjih treh letih začeti ustanavljati lastno podjetje; poleg tega dodatno izračunavamo še naslednji kazalnik:
 - odstotek ljudi v starosti od 18 do 64 let, ki nameravajo v prihodnjih treh letih začeti ustanavljati lastno podjetje, med tistimi, ki sodijo v skupino nepodjetnikov.

Opisani kazalniki so prikazani v *tabeli 3.1* za vse države, ki so leta 2015 sodelovale v raziskavi GEM; države smo glede na stopnjo gospodarske razvitosti uvrstili med faktorska, učinkovitostna ali inovacijska gospodarstva. V *tabeli 3.2* prikazujemo primerjalno vrednosti kazalnikov za Slovenijo in povprečje vrednosti kazalnikov za posamezne skupine držav.

Tabela 3.1: Elementi nagnjenosti k podjetništvu in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi, GEM 2015, APS

Država	Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu**				Samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika*			
	podjetništvo kot karierna pot	spoštovanje podjetnikov	medijska podpora podjetništvu	egalitarizem	zaznavanje poslovnih priložnosti	zaznavanje sposobnosti za podjetništvo	zaznavanje strahu pred neuspehom	podjetniške namere
faktorska gospodarstva								
Bocvana	70,12	82,01	76,21	53,22	57,81	74,11	18,90	61,90
Burkina Faso	73,79	83,38	67,30	63,04	58,10	78,05	17,90	45,90
Filipini	74,63	76,15	81,46	56,68	53,77	68,99	36,50	37,10
Indija	39,33	46,65	39,35	46,16	37,79	37,84	44,00	9,20
Iran	56,27	82,30	58,30	30,62	40,31	61,99	38,10	35,00
Kamerun	61,13	64,82	64,51	44,03	60,74	73,09	23,90	33,10
Kazahstan	76,91	83,9	79,99	72,58	48,72	52,06	75,40	17,50
Senegal					69,91	89,05	15,90	66,60
Vietnam	73,29	75,77	73,53	57,01	56,80	56,83	45,60	22,30
netehtano povprečje	67,50	74,40	67,60	52,92	53,80	65,80	35,10	36,50
učinkovitostna gospodarstva								
Argentina	62,06	52,91	66,65	62,82	45,88	61,62	41,70	14,40
Barbados	69,55	69,78	61,64	62,24	54,97	75,03	14,70	21,60
Bolgarija	57,53	71,51	49,28	68,55	15,84	35,17	33,30	5,30
Brazilijska	77,66	80,08	69,58	76,43	42,38	58,27	44,70	24,40
Čile	69,65	64,89	60,37		57,35	65,72	28,10	50,00
Egipt	73,56	79,57	58,51	71,18	46,07	41,52	29,50	36,80
Ekvador	61,63	67,12	77,31	65,74	52,71	72,25	28,60	46,30
Gvatemala	95,62	79,79	60,62	66,87	47,89	59,98	31,00	36,90
Hrvaška	61,46	42,34	47,48	79,89	22,30	47,52	34,40	17,20
Indonezija	74,38	81,45	79,35	65,48	49,91	65,29	39,50	27,50
Kitajska	65,94	77,62	77,23	49,67	31,71	27,42	40,00	19,50
Kolumbija	72,28	69,84	71,66	63,19	58,26	59,47	33,20	48,20
Latvija	57,50	58,18	54,85	48,27	34,73	49,08	38,60	22,20
Libanon					45,67	69,83	17,40	44,00
Madžarska	48,35	68,39	33,36	62,52	25,34	38,67	41,80	14,80
Makedonija	67,10	57,07	71,13	74,95	37,77	54,44	34,30	23,30
Malezija	39,28	50,98	63,91	31,15	28,24	27,83	27,10	5,60
Maroko	70,63	54,57	52,18	60,37	34,25	47,56	41,10	30,20
Mehika	49,31	52,02	40,50	46,67	44,73	45,81	36,40	13,70
Panama					46,51	49,42	23,10	13,90
Peru	72,27	69,74	68,13	56,98	51,36	65,31	25,50	38,60
Poljska	60,45	55,69	51,50	66,98	32,89	55,92	47,80	20,00

Država	Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu**				Samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika*			
	podjetništvo kot kariera pot	spoštovanje podjetnikov	medijska podpora podjetništvu	egalitarizem	zaznavanje poslovnih priložnosti	zaznavanje sposobnosti za podjetništvo	zaznavanje strahu pred neuspehom	podjetniške namere
Republika Južna Afrika	73,79	76,14	72,23	66,40	40,91	45,44	30,30	10,90
Romunija	72,42	75,07	67,37	70,49	33,31	46,33	40,50	29,00
Tajska	71,50	69,39	72,46	79,48	41,00	46,22	46,60	16,70
Tunizija	71,10	72,10	48,35	48,51	48,79	59,93	40,30	28,80
Urugvaj	58,81	56,75	59,85	70,71	39,18	61,04	24,40	25,40
netehtano povprečje	66,10	66,10	61,40	63,15	41,10	53,00	33,80	25,40
inovacijska gospodarstva								
Avstralija	56,38	70,05	72,32	78,13	48,87	48,21	41,70	4,40
Belgija	54,18	54,51	54,66	56,50	40,26	31,89	48,50	0,90
Estonija	53,44	62,61	49,07	58,17	51,43	44,02	39,30	16,70
Finska	33,17	84,89	68,15	64,96	48,62	37,39	32,60	10,90
Grčija	60,93	67,79	38,01	61,56	14,19	46,78	45,90	8,30
Irska	52,62	80,27	67,39	78,94	39,35	45,02	40,90	14,60
Italija	60,92	68,99	48,51	70,66	25,66	30,54	57,50	8,20
Izrael	64,48	86,24	54,82	44,53	55,50	41,56	47,80	21,60
Južna Koreja	37,97	53,52	61,52	59,19	14,39	27,41	38,10	6,60
Kanada					53,19	50,49	39,50	11,60
Luksemburg	44,06	68,81	44,05	43,17	48,18	43,96	42,00	13,50
Nemčija	50,77	75,70	49,82	62,62	38,27	36,19	42,30	7,20
Nizozemska	79,20	64,55	57,68	63,84	48,36	40,55	33,20	9,40
Norveška					68,93	30,76	33,40	4,80
Portoriko	16,73	47,57	68,08	41,86	25,05	50,37	17,70	11,10
Portugalska	63,43	62,93	71,58	75,86	28,07	48,85	40,80	18,20
Slovaška	50,76	64,23	53,98	70,73	26,44	52,38	33,70	15,70
Slovenija	53,69	70,03	60,29	81,94	20,54	48,61	32,40	9,00
Španija	53,17	48,38	46,85	72,14	25,97	45,26	39,20	5,60
Švedska	52,66	69,81	61,32	52,09	70,22	36,70	36,50	8,40
Švica	39,99	66,51	59,54	56,33	41,79	44,00	33,80	7,00
Tajvan	74,00	62,65	85,62		30,22	25,43	43,80	26,10
Velika Britanija	57,85	79,24	61,09		41,55	43,57	34,90	8,20
ZDA					46,63	55,71	29,40	11,40
netehtano povprečje	52,90	67,10	58,80	62,80	39,70	41,9	38,50	10,80

* Vsi kazalniki so merjeni v odstotku odraslih ljudi, starih od 18 do 64 let, razen kazalnika *zaznavanje strahu pred neuspehom*, ki je merjen v odstotku ljudi, starih od 18 do 64 let, ki zaznavajo poslovne priložnosti, in kazalnika *podjetniške namere*, ki je merjen v odstotku ljudi, starih od 18 do 64 let, ki niso vključeni v podjetniško aktivnost.

** Pri teh spremenljivkah je bilo anketiranje po državah neobvezno. Vsi kazalniki so v odstotku ljudi, starih od 18 do 64 let.

Tabela 3.2: Elementi nagnjenosti k podjetništvu in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi (ljudje, stari od 18 do 64 let, v odstotkih), GEM Slovenija 2015, APS

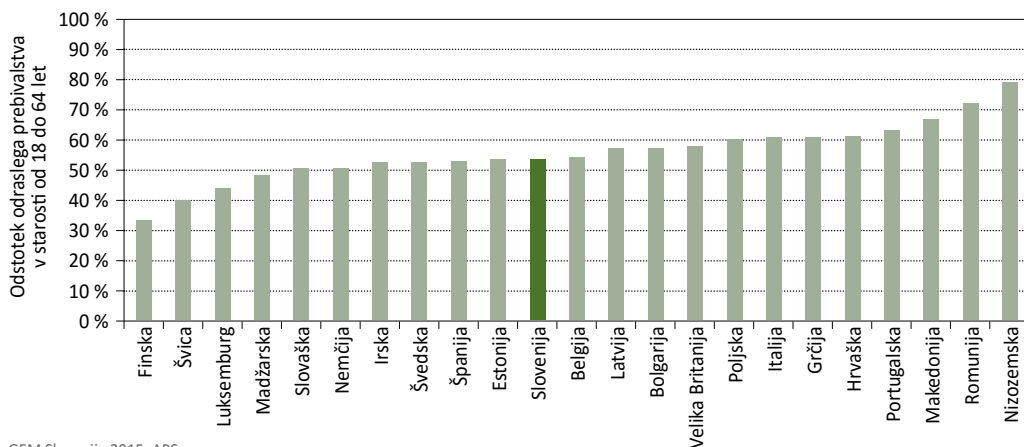
	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropske države	Evropska unija
Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu					
podjetništvo kot karierna pot	53,69	60,92	52,88	55,90	56,36
spoštovanje podjetnikov	70,03	67,73	67,11	65,98	67,32
medijska podpora podjetništvu	60,29	61,31	58,78	55,09	53,21
egalitarizem	81,94	61,41	62,80	65,51	65,08
Samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika					
zaznavanje poslovnih priložnosti	20,54	42,43	39,65	36,67	36,29
zaznavanje sposobnosti za podjetništvo	48,61	50,50	41,90	43,07	41,80
zaznavanje strahu pred neuspehom	40,13	39,33	43,12	44,94	45,92
podjetniške namere	10,02	25,11	14,23	14,90	13,58

3.2 ZAZNAVANJE DRUŽBENIH VREDNOT O PODJETNIŠTVU

Družbene vrednote, ki se odražajo v javnem mnenju ljudi, so odraz zgodovinsko pogojenih kulturnih in družbenih norm, sooblikujejo primernost in sprejemljivost ukrepov ekonomske politike in so pomemben sooblikovalec podjetniškega okolja. Hkrati sooblikujejo podjetniške ambicije ljudi ter družbeno naklonjenost podjetništvu in podjetnikom.

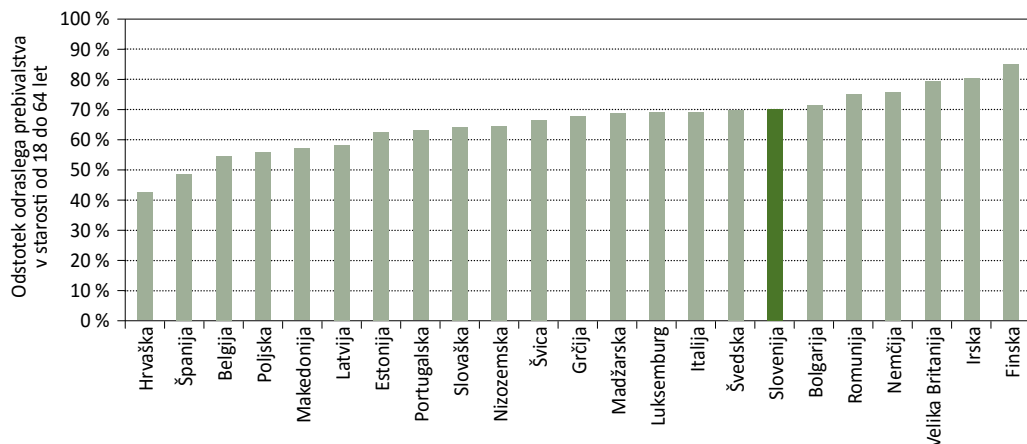
Na *sliki 3.1* prikazujemo odstotek ljudi, ki menijo, da je podjetništvo primerna izbira karijerne poti, na *sliki 3.2* pa odstotek ljudi, ki menijo, da je podjetništvo v družbi spoštovano; velja za evropske države GEM.

Slika 3.1: Odstotek ljudi, ki menijo, da je podjetništvo primerna izbira karijerne poti (v evropskih državah, ki sodelujejo v raziskavi GEM)



GEM Slovenija 2015, APS

Slika 3.2: Odstotek ljudi, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani (v evropskih državah, ki sodelujejo v raziskavi GEM)



GEM Slovenija 2015, APS

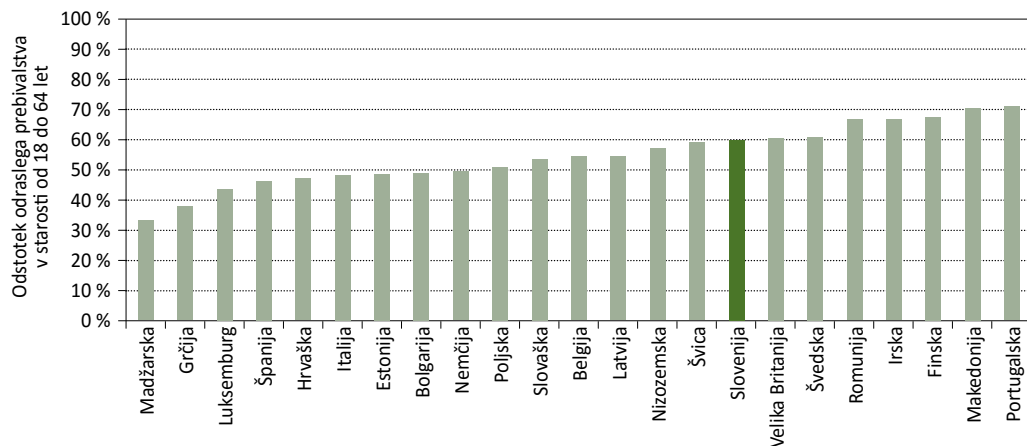
Slovenija se uvršča približno na sredino lestvice v svetovnem in v evropskem merilu glede na delež ljudi, ki menijo, da je začeti s podjetništvom dobra izbira kariere (53,7 %). V Evropi je na prvem mestu Nizozemska s skoraj 80 %, zadnji pa sta Švica s 40 % in Finska s 33,2 %. Uspešni podjetniki so v slovenski družbi spoštovani, o čemer je prepričanih 70 % ljudi, kar uvršča Slovenijo na dokaj visoko 7. mesto v evropskem merilu, kjer je na prvem mestu Finska s skoraj 85 %. V svetovnem merilu svojim uspešnim podjetnikom največ spoštovanja izkazuje Izrael (86 %), najmanj pa Hrvaška (42,3 %).

Ljudje v Sloveniji v povprečju tudi nekoliko višje kot leto poprej zaznavajo medijsko podporo uspešnim podjetniškim zgodbam, večinoma pa spoštovanje uspešnih podjetnikov in dojemanje, da je podjetništvo zaželena poklicna izbira, ostaja na podobni ravni kot leto poprej. To velja tako za Slovenijo kot v povprečju za Evropo. Ker rezultati raziskave GEM kažejo, da bolj pozitivne družbene vrednote o podjetništvu pomenijo večinoma tudi več podjetniške aktivnosti med prebivalci, je nujno bolj odločno spreminjanje gospodarskega, družbenega in kulturnega okolja v smeri večje podpore in naklonjenosti podjetništvu v družbi. Mediji so lahko pri tem v izjemno podporo. Toda to je tudi izredno težko doseči, še zlasti to ni mogoče na kratek rok. Zaznano medijsko podporo podjetništvu v evropskih državah GEM prikazujemo na *sliki 3.3*.

V svetovnem merilu na splošno velja, da v povprečju skoraj dve tretjini ljudi v inovacijskih gospodarstvih meni, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani, v povprečju pa jih toliko tudi zaznava medijsko podporo podjetništvu. Po drugi strani jih le nekaj več kot polovica meni, da je podjetništvo dobra poklicna izbira oziroma karierna pot. Takšni rezultati nakazujejo, da so v gospodarstvih inovacijskega tipa na voljo tudi druge, privlačnejše kariernе izbire, četudi so uspešni podjetniki v družbi deležni spoštovanja.

V učinkovitostnih in faktorskih gospodarstvih je slika nekoliko drugačna. V obeh tipih gospodarstev v povprečju dve tretjini ljudi meni, da je podjetniški poklic dobra karierna izbira. Toda v učinkovitostnih gospodarstvih v povprečju manj ljudi kot v faktorskih gospodarstvih meni, da so podjetniki v družbi spoštovani, manj pa jih v povprečju tudi zaznava pozitivno medijsko podporo podjetništvu. V učinkovitostnih gospodarstvih torej kaže, da je podjetniška pot zaželena kariera, čeprav so uspešni podjetniki v povprečju deležni manj spoštovanja in pozitivnega odnosa kot v gospodarstvih faktorskega tipa.

Slika 3.3: Odstotek ljudi, ki zaznavajo medijsko podporo podjetništvu v družbi (v evropskih državah, ki sodelujejo v raziskavi GEM)

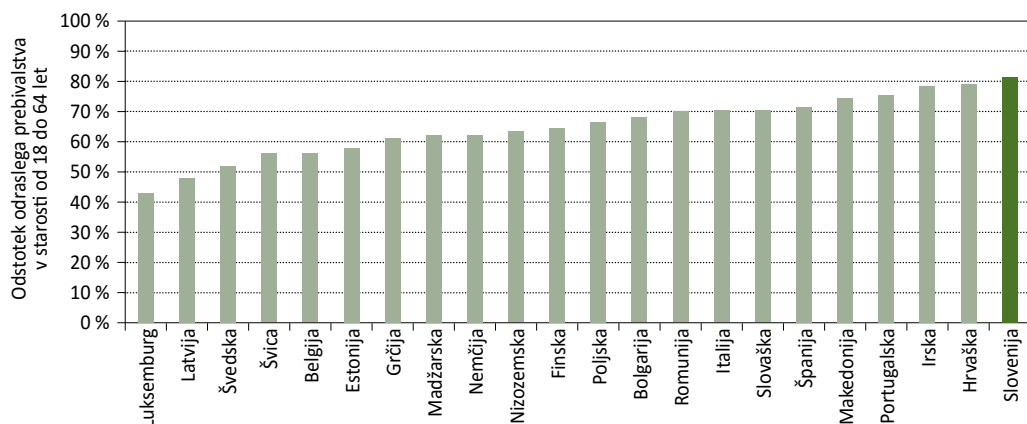


GEM Slovenija 2015, APS

Ena od značilnosti slovenskih globoko zakoreninjenih družbenih norm je javno mnenje o tem, da je prav, da imajo vsi ljudje v Sloveniji približno enako raven življenjskega standarda. Ta značilnost slovenske družbe, ki jo sicer zaznavamo že ves čas, kar poteka raziskava GEM, je Slovenijo v letu 2015 pripeljala na sam vrh lestvice vseh držav, ki so sodelovale v tem delu raziskave, tako v svetovnem kot v evropskem merilu. V Sloveniji je skoraj 82 % odraslih mnenja, da bi bilo večini ljudi ljubše, če bi imeli vsi podobno raven standarda. Sloveniji na lestvici sledijo Hrvaška (79,9 %), Tajska (79,5 %), Irska (78,9 %) in Avstralija (78,1 %). Na drugem koncu lestvice sta Malezija (31,2 %) in Iran (30,6 %). Najmanj egalitarizma te vrste v evropskem merilu izkazuje Luksemburg (43,2 %), le dobro polovico tega kot Slovenija. Kljub temu da se v evropskem merilu na najvišjih mestih pojavljata Slovenija in Hrvaška, pa tega ne moremo razlagati z nostalgijami po socializmu, saj za druge države z nekdanjo ali obstoječo socialistično-komunistično družbeno ureditvijo tega ni mogoče trditi. Na Kitajskem izraženo javno mnenje tako na primer kaže, da samo polovica prebivalcev meni, da je prav, da imajo vsi enako raven življenjskega standarda. Rezultati GEM v preteklih letih sicer nakazujejo, da so visoke stopnje egalitarizma v povprečju v Evropi višje v državah z močno industrijsko-delavsko in sindikalno tradicijo, kot je to na primer na Irskem ali Škotskem. Slovenija sicer ima nekaj tradicije na tem področju, gotovo pa ne toliko, da bi lahko ta egalitaristični fenomen pojasnjevali na ta način. Prej gre za kombinacijo različnih sociokulturnih dejavnikov, ki jim velja dodati tudi majhnost in nedozorelost države, neučinkovitost njenega administrativnega aparata ter odsotnost zrelega in etično trdnega podjetniškega sloja.

Na *sliki 3.4* prikazujemo zaznano stopnjo egalitarizma, merjeno z odstotkom ljudi, ki menijo, da bi morali vsi v družbi imeti približno enako raven življenjskega standarda, v evropskih državah, ki so sodelovale v raziskavi GEM.

Slika 3.4: Egalitarizem – v evropskih državah, ki sodelujejo v raziskavi GEM



GEM Slovenija 2015, APS

Značilnosti slovenskih družbenih vrednot, ki jih odražajo opisani kazalniki GEM, so tudi v skladu z rezultati preteklih raziskav, ki merijo zaznane dimenzije kulturnega okolja (Hofstede 1980). Rezultati raziskav tudi kažejo, da je mogoče znane dimenzije kulturnega okolja povezati s podjetniško aktivnostjo v družbi. V družbah, ki izkazujejo visoko stopnjo individualizma, v katerih sta prisotna poudarjanje moških vrednot in nizka stopnja izogibanja negotovosti, je v povprečju pričakovati tudi višje stopnje podjetništva, saj so družbene vrednote podjetništvu v povprečju bolj naklonjene (Linan in Chen 2009; Shinnar et al. 2012). Slovenija (Hofstede center 2015) spada glede na stopnjo individualizma med izrazito kolektivistične družbe, za katere je značilno, da posamezniki svoja ravnanja podrejajo družbenim pravilom in enakosti, hkrati pa je družba z nizko stopnjo moških vrednot oziroma s poudarjenimi ženskimi vrednotami, za katere je značilno, da ljudje bolj cenijo egalitarizem, solidarnost, skrb za druge in družbeno blaginjo, manj pa jih motivira želja biti najboljši. Poleg tega je za slovensko družbo značilna tudi dokaj visoka stopnja izogibanju negotovosti – take družbe so načeloma manj tolerantne do nenavadnih idej, ki pa so v bistvu osnova inovativnega podjetništva.

3.3 SAMOZAZNAVANJE IN DOJEMANJE PODJETNIŠTVA Z VIDIKA POSAMEZNIKA

Odločitev za podjetniško pot je večinoma osebna odločitev posameznika. V okviru raziskave GEM zato ocenjujemo tudi zaznavanje posameznikov o razpoložljivosti dobrih poslovnih priložnosti v okolju ter samooceno lastnosti oziroma značilnosti, pomembnih za uspešno ukvarjanje s podjetništvom, kot so znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo, ter zaznavanje strahu pred morebitnim podjetniškim neuspehom. Vse to lahko vpliva na podjetniške namere v prihodnosti, pri čemer imajo posamezniki v posameznih državah seveda v mislih različne podjeme, z različnimi značilnostmi.

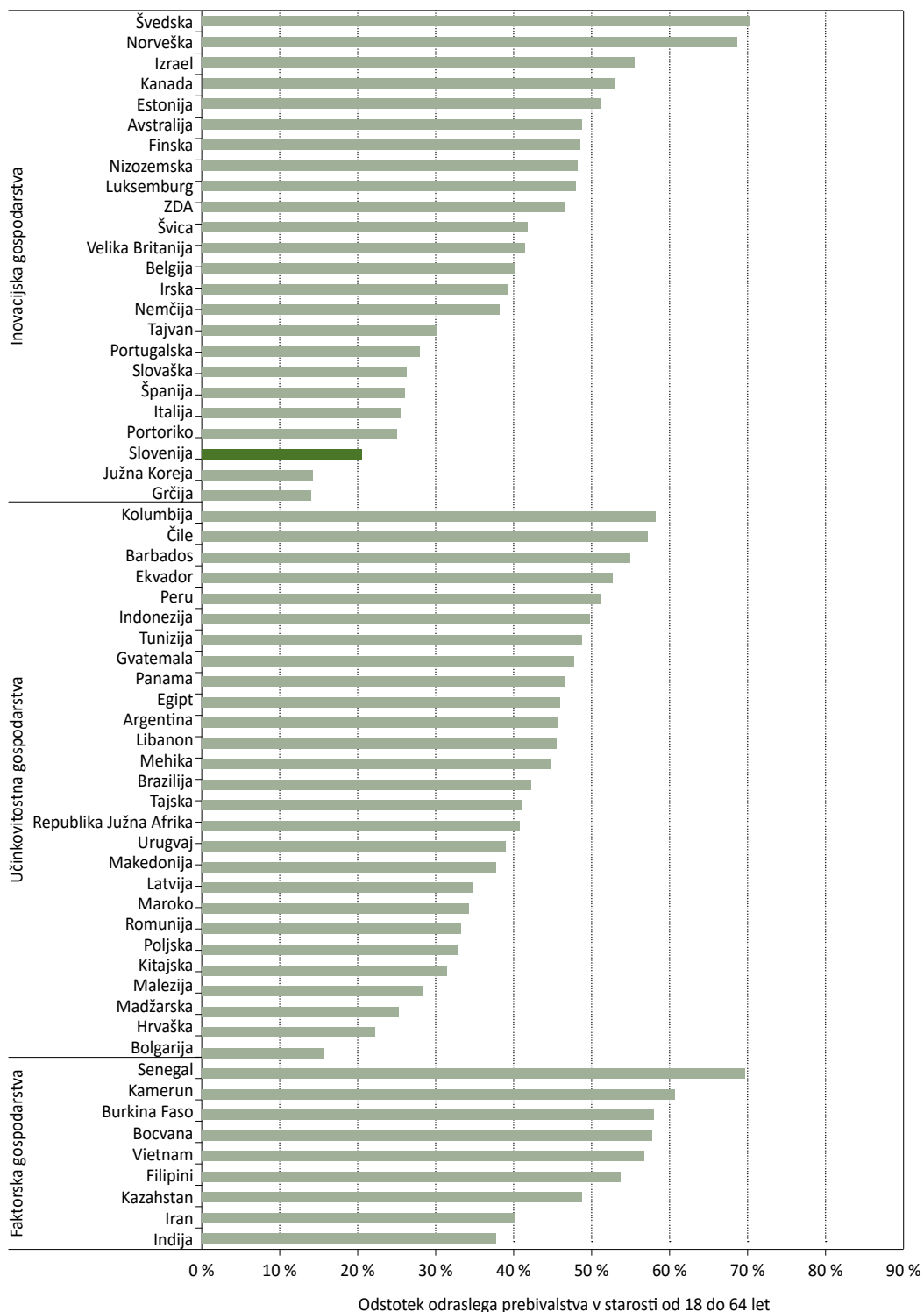
Na *sliki 3.5* prikazujemo odstotek ljudi, ki menijo, da se bodo v okolju, v katerem živijo, v prihodnjih šestih mesecih pojavljale dobre poslovne priložnosti, po treh skupinah držav glede na stopnjo gospodarske razvitosti. Kot kažejo tudi rezultati v *tabeli 3.1*, je za gospodarstva faktorskega tipa v povprečju značilna visoka stopnja zaznavanja priložnosti (več kot 53 %) in tudi stopnja samozaznavanja podjetniških sposobnosti (več kot 65 %). Tema visokima stopnjama sledi tudi visoka stopnja podjetniških namer, več kot 35 %. V gospodarstvih učinkovitostnega tipa je v povprečju manj zaznavanja poslovnih priložnosti (41 %) in zaznavanje podjetniških zmožnosti posameznikov je nižje (53 %), v povprečju pa posamezniki odražajo tudi skromnejše podjetniške namere (25 %).

Skupina inovacijskih gospodarstev se razlikuje – razlika je velika predvsem pri podjetniških namerah, saj te v povprečju predstavljajo približno tretjino deleža, kot ga odražajo prebivalci v faktorskih gospodarstvih, čeprav ljudje v splošnem zaznavajo poslovne priložnosti. Razkorak med zaznanimi podjetniškimi priložnostmi in sposobnostmi na eni strani ter podjetniškimi namerami na drugi strani je viden v vseh treh skupinah držav, vendar je najmanjši v skupini inovacijskih gospodarstev.

V skupini faktorskih gospodarstev torej ljudje v povprečju bolje ocenjujejo svoje podjetniške sposobnosti, kar je zagotovo povezano z značilnostmi podjetništva v teh gospodarstvih. Analiza dejavnosti, v katerih nastajajo podjemi v faktorskih gospodarstvih, razkriva zlasti usmerjenost v trgovino na drobno, za razliko od podjetij, ki so usmerjeni na primer v informacijsko in komunikacijsko tehnologijo in so v večji meri prisotni v inovacijskih gospodarstvih.

Kot je razvidno s *slike 3.5*, je v evropskih državah inovacijskega tipa gospodarstva mogoče najti zelo visoke in tudi zelo nizke stopnje razpoznavanja poslovnih priložnosti.

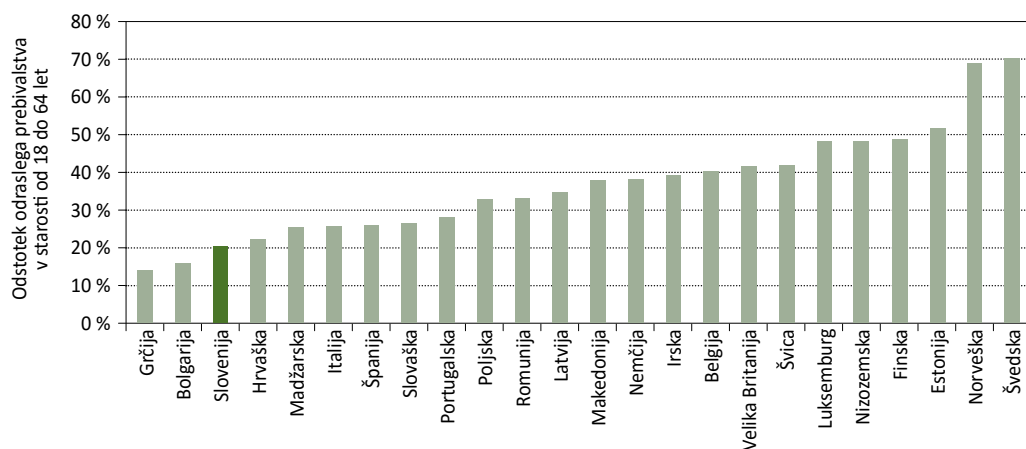
Slika 3.5: Zaznavanje poslovnih priložnosti



GEM Slovenija 2015, APS

Tako kot v letu 2014 smo tudi v letu 2015 v Sloveniji beležili rahlo naraščanje zaznavanja poslovnih priložnosti. Po zgolj 16 % prebivalstva, ki so leta 2013 menili, da bodo v njihovem okolju dobre poslovne priložnosti, je leta 2014 ta odstotek narasel na 17,3 %, leta 2015 pa na 20,5 %. A tudi to rahlo povečanje glede na leto popraj Slovenije ni uvrstilo više na lestvici; še vedno smo na repu, na 57. mestu med 60 sodelujočimi državami. To, kar je v Sloveniji videti kot napredek, se v svetovnem merilu ne kaže tako, saj se je večje zaznavanje priložnosti pojavilo tudi v drugih državah. Nižje od Slovenije sta se od evropskih držav uvrstili le še Bolgarija (15,8 %) in Grčija (14,2 %), kot je razvidno s *slike 3.6*. Med evropskimi državami je bil v letu 2015 delež zaznavanja poslovnih priložnosti ponovno najvišji (celo nekoliko višji kot leto poprej) v skandinavskih državah, na Švedskem (70,2 %) in Norveškem (68,9 %). Očitno te države nekaj počnejo zelo prav in na pravi način. Velik vpliv ima urejen podjetniški ekosistem, saj obstaja izrazito pozitivna korelacija med »vladavino prava« in kakovostnim podjetništvom. Kjer je vladavina prava močnejša, je tudi več zaznavanja poslovnih priložnosti in več kakovostnega podjetništva.

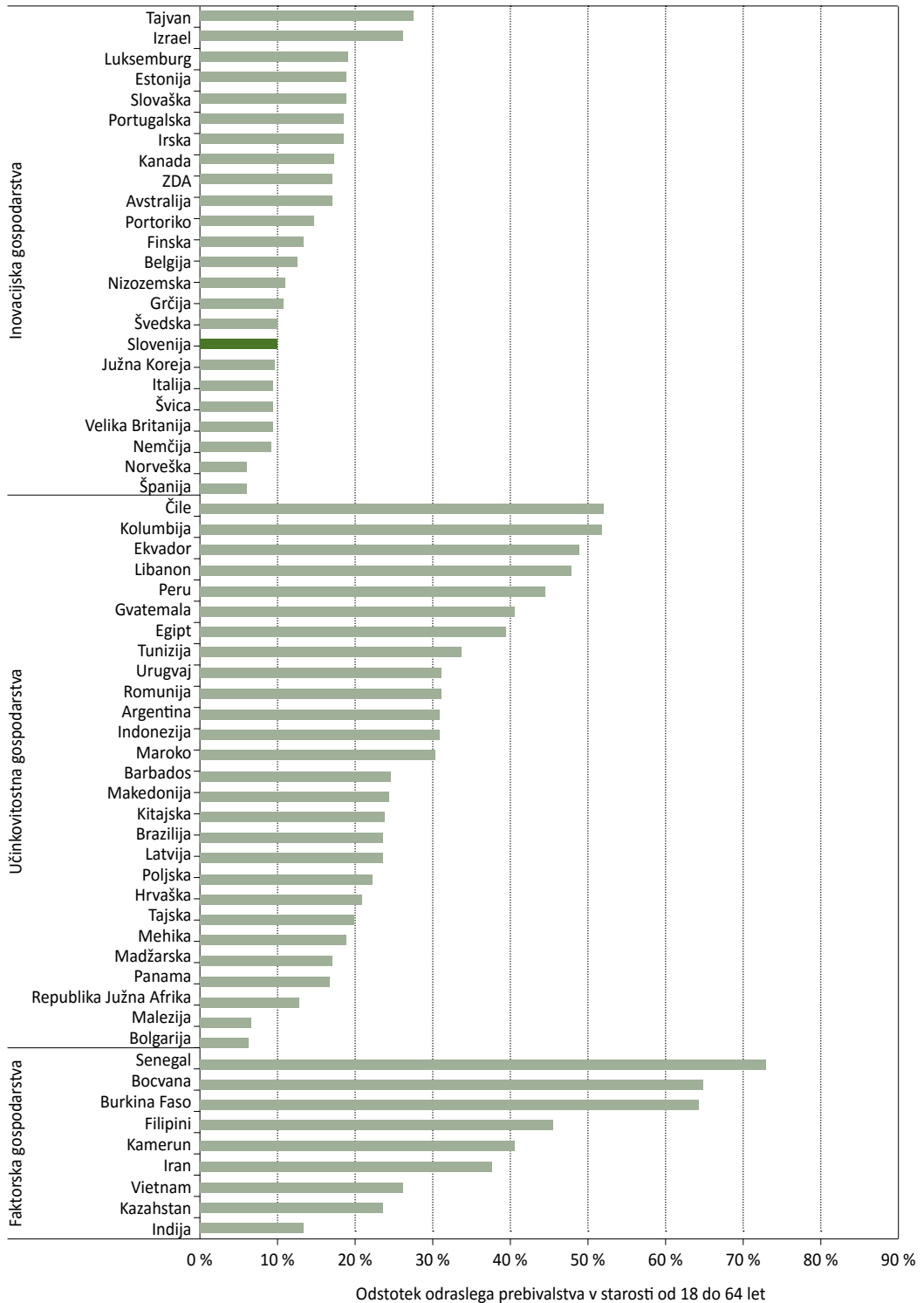
Slika 3.6: Zaznavanje poslovnih priložnosti v evropskih državah, ki sodelujejo v raziskavi GEM



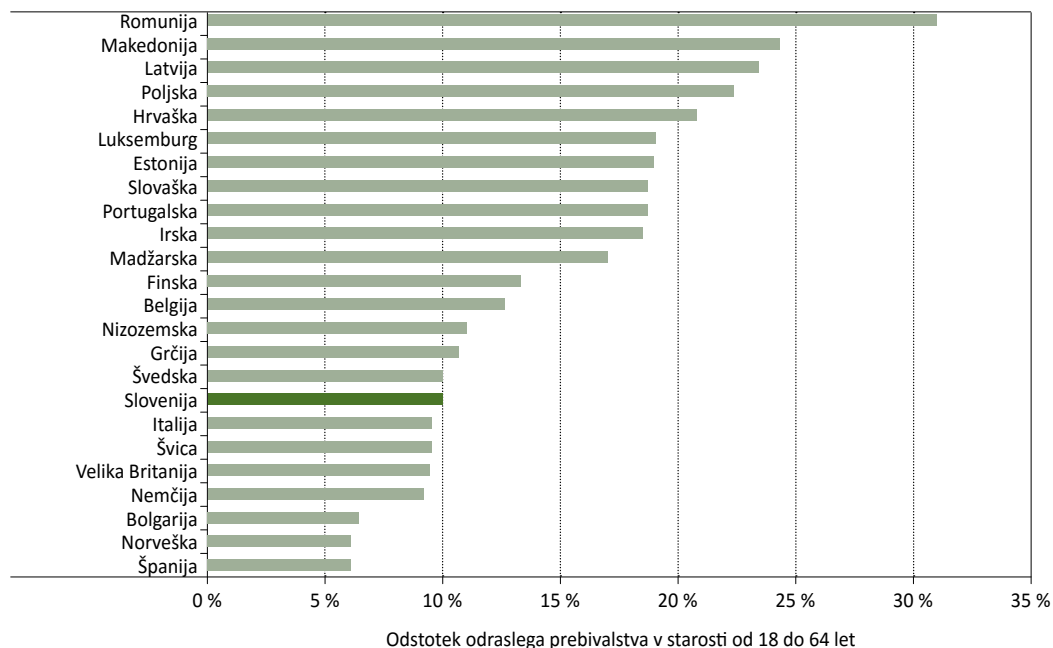
GEM Slovenija 2015, APS

Podjetniške namere odraslega prebivalstva po tipih gospodarstev prikazujemo na *sliki 3.7*. V Sloveniji je leta 2014 samo nekaj več kot desetina (12,3 %) odraslih posameznikov razmišljala tem, da bi v prihodnjih treh letih ustanovili podjetje; v letu 2015 jih je bilo še manj – samo 10,02 %. Ta delež uvršča Slovenijo na 17. mesto med evropskimi državami, kot prikazujemo na *sliki 3.8*, ter na 51. mesto v svetovnem merilu med 60 sodelujočimi državami. Najvišji delež odraslih, ki menijo, da bodo v prihodnjih treh letih začeli s podjetniško aktivnostjo, smo tako zaznali v Senegalu (73 %), Bocvani (65 %) in Burkina Fasu (64 %), kjer gre v veliki meri za podjetništvo iz nujnosti, saj za ustvarjanje dohodkov ni dovolj drugih možnosti. Iz podobnih razlogov je med evropskimi državami delež najvišji v Romuniji (31 %) in Makedoniji (24 %). Najnižji delež posameznikov, ki nameravajo v prihodnjih treh letih ustanoviti podjetje, pa smo zaznali na Norveškem (6 %) in v Španiji (6 %).

Slika 3.7: Podjetniške namere



Slika 3.8: Podjetniške namere v evropskih državah, ki sodelujejo v raziskavi GEM

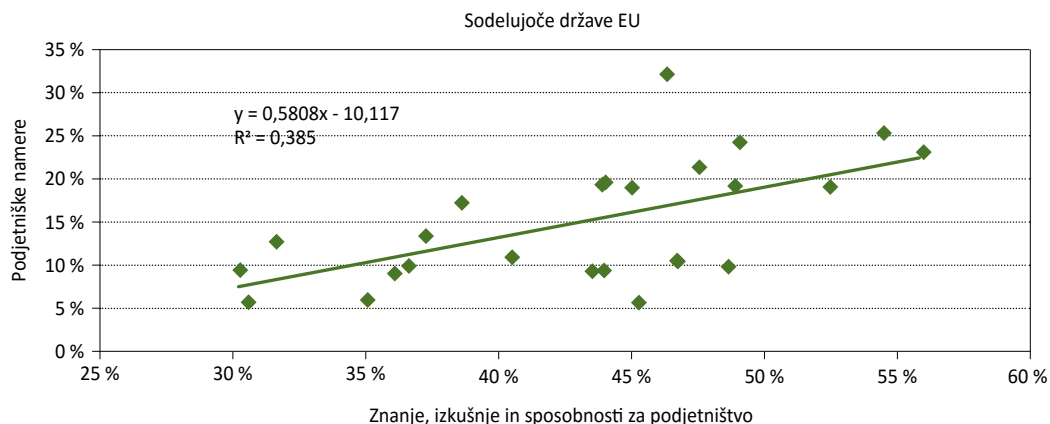


GEM Slovenija 2015, APS

Na prvi pogled nekoliko kontradiktoren rezultat, ki ga je zabeležila Norveška, z visoko stopnjo razpoznavanja poslovnih priložnosti in nizko stopnjo podjetniških namer, kaže na to, da zaznavanje podjetniških priložnosti ni nujno vedno povezano tudi s pripravljenostjo in ambicijami ljudi za samostojno podjetniško pot. Kot kažejo rezultati v 4. poglavju, ima namreč Norveška najvišjo stopnjo notranjega podjetništva v primerjavi z vsemi sodelujočimi državami GEM. Notranje podjetništvo v obstoječih podjetjih temelji na podjetnih posameznikih, ki zaznavajo poslovne priložnosti in prispevajo k ustanavljanju novih podjetij v obstoječih podjetjih, pri tem pa ne ustanavljajo in vodijo lastnih podjetij, kar pomeni, da izkoriščajo zaznane poslovne priložnosti, vendar v okviru podjetja svojega glavnega delodajalca.

Zaznavanje podjetniških zmožnosti in kompetenc razkriva ne le znanje in veščine ljudi, ampak tudi njihovo zaupanje v lastne sposobnosti za ustanovitev podjetja. Razlike, ki se pojavljajo med državami, je tako mogoče razložiti z razlikami v sistemih izobraževanja in usposabljanja ter tudi z razlikami v sistemih kulturnih in družbenih norm. S slike 3.9 je razvidno, zakaj narodno gospodarstvo potrebuje ljudi, ki pozitivno zaznavajo in ocenjujejo svoje znanje in sposobnosti za podjetništvo – obstaja namreč značilna pozitivna povezava s podjetniškimi namerami v prihodnjih treh letih.

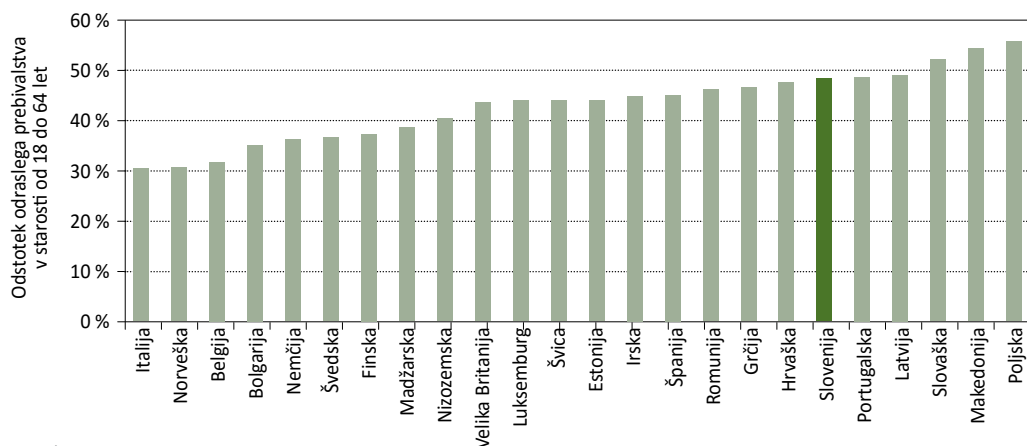
Slika 3.9: Povezanost med zaznanimi podjetniškimi sposobnostmi in kompetencami ter podjetniškimi namerami v državah EU, ki sodelujejo v GEM



GEM Slovenija 2015, APS

Zaznavanje podjetniških kompetenc je pri posameznikih v Sloveniji relativno visoko. V Sloveniji tako v povprečju 51,5 % odraslih prebivalcev zaupa v svoje podjetniške sposobnosti in kompetence, kar Slovenijo uvršča na visoko 6. mesto med evropskimi državami, med katerimi so najvišje na lestvici Poljska (55,9 %), Makedonija (54,4 %) in Slovaška (52,4 %), najnižji pa je ta delež v Belgiji (31,9 %), na Norveškem (30,7 %) in v Italiji (30,5 %), kar prikazujemo na *sliki 3.10*. Na lestvici vseh sodelujočih držav je na prvem mestu Senegal (89,1 %), na zadnjem pa Tajvan (22,1 %).

Slika 3.10: Zaznano podjetniško znanje, izkušnje in sposobnosti v evropskih državah, ki sodelujejo v GEM



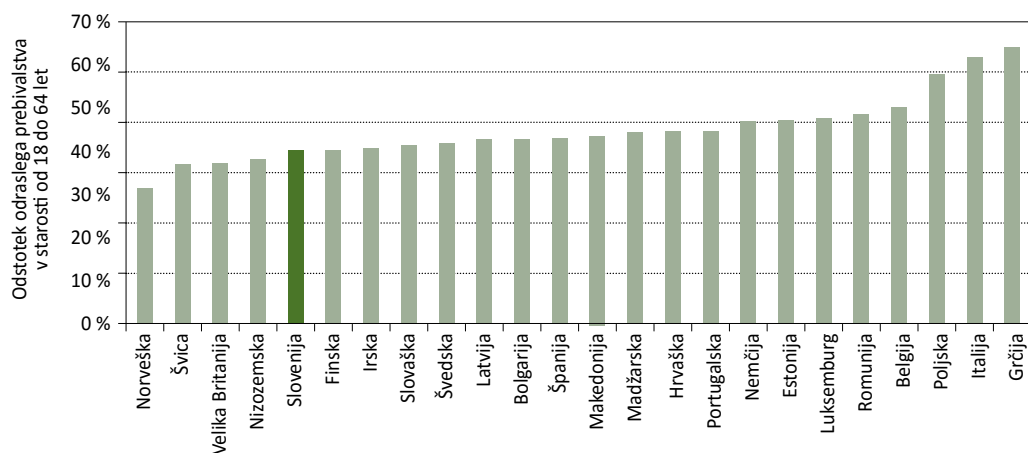
GEM Slovenija 2015, APS

Glede izogibanja negotovosti, ki se kaže v strahu pred neuspehom, ugotavljamo, da je strah pred neuspehom v Evropi zasidran nekoliko bolj kot v povprečju v drugih razvitih gospodarstvih v svetu (v inovacijskih gospodarstvih). V Evropi v povprečju 45 % prebivalcev meni, da bi jih strah

pred neuspehom odvrnil od podjetniške poti, tako pa v razvitih gospodarstvih inovacijskega tipa meni v povprečju 43,1 % ljudi. Slovenija v tem pogledu izraža več poguma in je pod evropskim povprečjem s 40,1 %, a se je ta delež povečal v primerjavi z letom 2014, ko je znašal 38,7 %. Manj strahu pred neuspehom je v Evropi prisotnega le še v štirih evropskih državah, najmanj na Norveškem (31,2 %), največ pa v Grčiji (64,2 %) in Italiji (61,9 %).

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 strahu pred morebitnim neuspehom, prav tako pa tudi v samooceni, ali posedujejo potrebno podjetniško znanje, sposobnosti in izkušnje.

Slika 3.11: Strah pred neuspehom v evropskih državah, ki so sodelovale v GEM



GEM Slovenija 2015, APS

Ljudje v Sloveniji v povprečju menijo, da imajo znanje in sposobnosti za podjetništvo in se primerjalno z drugimi državami tudi manj bojijo neuspeha, a se vendarle ne odločijo zanj. Če posamezniki ne razmišljajo o tem, da bi bili podjetniki, seveda ne pomaga nobeno zatrjevanje o tem, kako je podjetništvo pomembno. Odločitev zanj je pač osebna odločitev in posamezniki še kako pretehtajo slabosti in koristi podjetniške poti.

Nemčija



Število prebivalcev:
81,1 milijona (2014)



BDP:
3.859,5 milijarde USD (PPP 2014)



BDP na prebivalca:
47.590 USD (2014)



Indeks TEA:
TEA: 5,3 % (2014), 4,7 % (2015)



Prispevek MSP k BDP:
54 % (2013)

Spodbujanje podjetništva z univerzitetnimi start-up podjetji

V Evropski uniji je Nemčija nadpovprečno uspešna in konkurenčna pri več okvirnih pogojih poslovnega okolja, med katerimi so dostop do finančnih sredstev, izvajanje državne pomoči, javna naročila in reševanje plačilne nesposobnosti podjetij. Hkrati se srečuje z nizko stopnjo podjetništva in relativno malo start-up podjetji. Ob tem v Nemčiji zaznavajo veliko visokokakovostnega raziskovanja, vendar je prenos rezultatov raziskav v poslovno prakso majhen. Na osnovi teh dejstev se je nemška vlada odločila podpreti razvoj inovativnega in tehnološkega podjetništva. Zato je zvezno ministrstvo, pristojno za ekonomske zadeve in energijo, leta 1998 začelo izvajati program, imenovan EXIST. Namen programa, v okviru katerega financirajo več različnih iniciativ, je spodbujanje podjetniške kulture med študenti in raziskovalci na univerzah, razvijanje inovativnih start-up podjetij in uspešnejša komercializacija rezultatov raziskav.

V prvi fazi izvajanja programa so v sodelovanje želeli vključiti več različnih partnerjev, zato so z javnim razpisom poiskali partnerstva vsaj treh organizacij na regionalni ravni, ki so vključevali univerzo, znanstveno ustanovo in podjetje, ki so skupaj pomagali spodbujati podjetništvo na univerzah. Med več kot sto prijavljenimi so leta 1998 izbrali pet pilotnih partnerstev, ki so vključevala 20 univerz. Partnerstva so do leta 2001 prejela več kot 21,5 milijona evrov za stroške opreme in svetovanja. Leta 2002 so vključili še 10 partnerstev z vključenimi 37 univerzami, ki so uporabile model, razvit v prvih pilotnih partnerstvih. V programu EXIST je bilo tako ustanovljenih približno 500 podjetij.

Leta 2000 so v program EXIST dodali novo iniciativo, imenovano EXIST SEED (kasneje preimenovano v EXIST Business Start-up Grant), s katero so financirali denarno nadomestilo za delo in poslovno svetovanje za študente, diplomante in zaposlene na univerzah.

Trenutno obsega program EXIST tri iniciative, ki jih sofinancira tudi ESS:

- Iniciativa *EXIST kultura podjetništva* podpira razvoj in implementacijo strategij za izboljšanje podjetniške kulture. Vlada je v letih od 1998 do 2012 na univerzah podprla 72 projektov s približno 104 milijoni evrov. Financiranje je obsegalo ustanovitev kontaktnih točk kot podporo za zainteresirane za ustanovitev start-up podjetja. Na teh točkah se lahko dodatno izobražujejo in usposablajo ter se vključijo v start-up mrežo na regionalni ravni. Od leta 2010 univerzam podeljujejo tudi nagrado za najboljšo podjetniško strategijo in podporo. Trenutno je iniciativa osredotočena na spodbujanje podjetniških univerz s financiranjem, in to tistih, ki imajo strategijo vključevanja v ustanavljanje spin-off podjetij in ponujajo podjetniške podporne storitve.
- Iniciativa *EXIST Business Start-up Grant* podpira študente, diplomante in znanstvenike pri razvoju inovativnih tehnologij in na znanju temelječih start-up podjetij. Iniciativa na osnovi enoletnega financiranja posameznikov z denarnim nadomestilom za delo omogoča, da v tem času razvijejo svoj poslovni model, testirajo njegovo ekonomsko smotrnost, pridobijo potrebna finančna sredstva in začnejo ustanavljati podjetje. S tem posameznikom omogočajo, da brez lastnega tveganja preverijo, ali je podjetniška pot zanje prava, in oblikujejo pravi tim ljudi za ustanovitev start-up podjetja.
- Iniciativa *EXIST prenos raziskave* pa financira naslednjo fazo razvoja podjetja, in sicer razvoj potrebnih virov za dokaz tehnične izvedljivosti start-up ideje in pripravo začetka poslovanja.

Uspešnost programa EXIST se kaže v več neposrednih in posrednih učinkih. Od začetka izvajanja programa je bilo ustanovljenih več kot 1.700 inovativnih in tehnoloških start-up podjetij. Na vseh 117 vključenih univerzah se je podjetniška kultura bistveno izboljšala in se kaže tako v pedagoškem delu kot v raziskovanju in administraciji. Najpomembneje pa je, da se v okviru programa razvite aktivnosti večinoma izvajajo tudi po zaključku projekta. Program ima tudi širše, posredne učinke na okolje, saj se je v tem času povečalo število različnih drugih iniciativ za spodbujanje podjetništva, med katerimi so tekmovanja za najboljše poslovne načrte na regionalni ravni, mreže start-up skupnosti in druge aktivnosti, ki promovirajo podjetništvo.

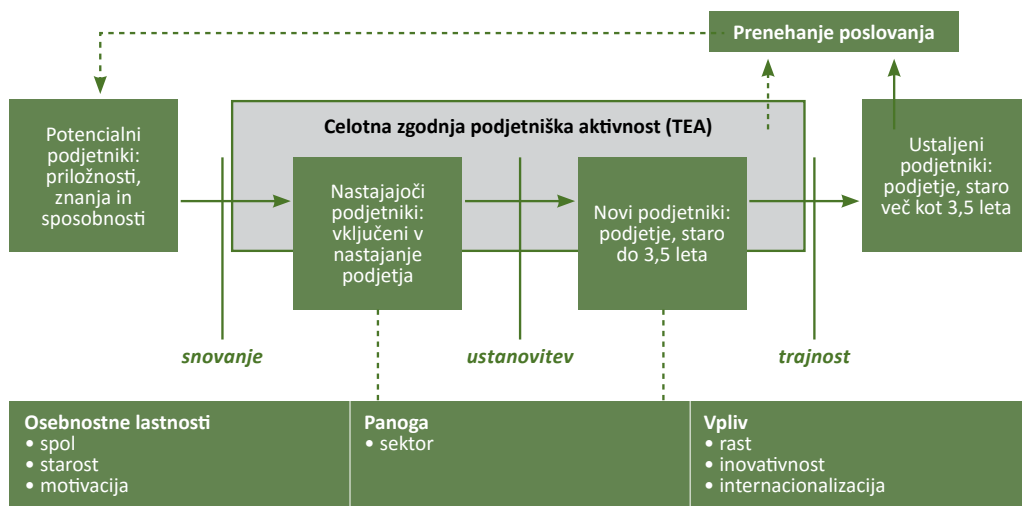
Najpomembnejši dejavniki uspeha programa EXIST so posamezniki in organizacije, ki delujejo kot promotorji, zadostna finančna sredstva, ustrezen management programa, nenehna evalvacija iniciativ in zavezanost vseh, vključenih v projekt, k razvoju podjetniške kulture. Največji izziv programa je bil pridobiti ustrezne ljudi s področja podjetniškega svetovanja in podpore, saj so plačila v javnem sektorju bistveno nižja kot v zasebnem. Kljub izzivom in tveganjem je bil program EXIST v splošnem ocenjen kot uspešen, predvsem zato, ker iniciative dosegajo trajnost in se nadaljujejo tudi po izteku financiranja.

4 Podjetniška aktivnost v letu 2015

4.1 FAZE PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI

V osnovnem konceptualnem modelu GEM (glej 1. poglavje) predstavlja podjetniški proces v nastajajočih in novih podjetjih enega temeljnih virov ekonomske rasti. Podjetništvo je proces, v katerem nastajajo nove poslovne aktivnosti in podjetja (npr. McMullen in Dimov 2013; Wiklund et al. 2011), osrednji element pa so poslovne priložnosti (Shane in Venkataraman 2000), ki jih podjetni posamezniki prepoznajo v okolju in jih izkoriščajo. Kadar proučujemo podjetniški proces, lahko ugotovimo, da je v njem tistih posameznikov, ki dejansko preidejo iz prvih faz, torej od prepričanja v lastne podjetniške sposobnosti in znanja ter zaznavanja poslovnih priložnosti, v naslednje faze, ki že vsebujejo dejanske aktivnosti za izkoriščanje poslovne priložnosti, v vsaki fazi manj. Ugotavljamo torej, da je v podjetniškem vodju (ang. *entrepreneurial pipeline*) vse manj posameznikov, ko prehajamo v naslednje faze procesa. S podjetniškim vodjem, ki prikazuje, koliko posameznikov prehaja v posamezne faze podjetniškega procesa (npr. Stevenson in Varella 2013), lahko jasno prikažemo, kje so največji upadi podjetniških aktivnosti. Te informacije so pomemben vir podatkov za oblikovalce podjetniških politik, saj se lahko osredotočijo na posamezne faze podjetniškega procesa in jih z ukrepi podjetniške politike primerno podpirajo in razvijajo. Potrebe podjetnikov so namreč v posameznih fazah podjetniškega procesa različne, zato potrebujejo različne storitve, v posameznih fazah pa morajo pridobiti tudi ustrezna znanja in sposobnosti, da lahko uspešno preidejo v naslednjo fazo. Na *sliki 4.1* prikazujemo faze podjetniškega procesa, kot jih proučuje GEM. Vključuje posameznike, ki so se odločili za podjetniško pot po posameznih fazah; te sledijo logiki življenjskega cikla od izvajanja prvih aktivnosti za izkoriščanje poslovnih priložnosti do prenehanja poslovanja.

Slika 4.1: Faze podjetniškega procesa



Podjetniški proces se začne s *potencialnimi podjetniki*, ki menijo, da imajo znanje in podjetniške sposobnosti za uresničitev podjema, ki prepoznavajo podjetniške priložnosti in sprejemajo tveganje in možnost neuspeha svoje podjetniške aktivnosti. Med potencialnimi podjetniki, ki izkazujejo podjetniške namere, jih le del dejansko začne uresničevati prepoznano priložnost. Kot smo zapisali v predhodnem poglavju, take podjetne posameznike, ki so dejansko že začeli izvajati aktivnosti za ustanovitev podjetja ali so podjetje že ustanovili pred manj kot tremi meseci, GEM pojmuje kot *nastajajoče podjetnike*. Med temi jih le določen delež 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. Nastajajoče in nove podjetnike GEM pojmuje skupaj kot celotno zgodnjo podjetniško aktivnost in jo prikazuje z *indeksom zgodnje podjetniške aktivnosti TEA* (ang. *total early-stage entrepreneurial activity*). Indeks TEA je ena ključnih mer, ki jih proučuje GEM, in prikazuje odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom starosti, ki se vključuje v podjetništvo. Ob merjenju indeksa TEA je smotrno poglobljeno proučevanje izbranih značilnosti zgodnjega podjetništva, ki ga v raziskavi sestavljajo značilnosti posameznikov podjetnikov, značilnosti dejavnosti in aspiracije podjetnikov po rasti inovativnosti ter internacionalizaciji svojega podjetja. Podjetniški proces pa se s tem ne konča, saj podjetja, ki preživijo začetne faze, preidejo med ustaljena podjetja, ta pa v modelu GEM predstavljajo pomemben vir rasti za nova, mikro in mala podjetja. *Ustaljeni podjetniki* so torej tisti, ki svoje podjetje razvijajo več kot tri leta in pol. Za podjetnike so pomembne tudi strategije žetve, ki pridejo do izraza v fazi *prenehanja poslovanja podjetja*; prenehanje poslovanja poleg ustanavljanja podjetij pomembno prispeva k podjetniški dinamiki v gospodarstvu. Takšno pojmovanje prenehanja poslovanja podjetja ne pomeni zaprtja podjetja zaradi neuspešnega poslovanja, ampak se nanaša tudi na druge razloge, zaradi katerih je podjetnik v zadnjih dvanajstih mesecih opustil poslovanje; med temi razlogi so prodaja podjetja, predaja naslednikom, preoblikovanje ali kaj podobnega.

V *tabeli 4.1* je prikazan pregled vključenosti prebivalstva v posamezne faze podjetniškega procesa za vse države, vključene v raziskavo GEM. Države so glede na stopnjo razvitosti nacionalnih gospodarstev razdeljene v tri skupine, med faktorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva.

Tabela 4.1: Pregled vključenosti prebivalstva v posamezne faze podjetniškega procesa, GEM Slovenija 2015, APS

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje poslovanja	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
faktorska gospodarstva								
Bocvana	23,01	11,89	33,23	4,60	14,74	35,56	50,06	4,44
Burkina Faso	19,74	11,23	29,75	27,78	8,11	27,50	37,26	2,67
Filipini	7,61	10,07	17,16	7,25	12,15	25,64	41,55	5,25
Indija	7,70	3,17	10,83	5,50	2,28	18,92	34,26	1,06
Iran	7,85	5,33	12,93	14,04	6,68	28,82	48,53	2,99
Kamerun	16,48	10,01	25,37	12,85	9,01	29,77	37,50	1,49
Kazahstan	7,96	3,18	11,00	2,39	3,03	27,55	24,04	1,78
Senegal	24,90	14,97	38,55	18,82	13,32	27,06	51,89	5,72
Vietnam	1,00	12,65	13,65	19,55	3,65	37,36	57,88	1,33
netehtano povprečje	12,91	9,17	21,38	12,53	8,11	28,69	42,55	2,97
učinkovitostna gospodarstva								
Argentina	11,65	6,29	17,74	9,49	6,27	29,76	50,68	5,75
Barbados	11,48	10,66	21,05	14,09	3,81	15,23	56,45	2,04
Bolgarija	1,95	1,51	3,46	5,44	1,41	33,42	29	0,53
Brazilija	6,7	14,9	20,98	18,89	6,69	42,87	47,79	2,41
Čile	16,52	9,82	25,93	8,16	8,53	25,29	61,18	9,09
Egipt	4,03	3,39	7,39	2,9	6,18	42,44	33,49	2,42
Ekvador	25,89	9,84	33,56	17,4	8,34	30,56	34,57	2,67
Gvatemala	10,84	7,56	17,71	8,08	3,99	45,78	40,79	2,83
Hrvaška	5,11	2,58	7,69	2,81	2,91	40,06	40,85	9,65
Indonezija	6,11	12,06	17,67	17,15	3,68	18,95	36,48	0,52
Kitajska	6,81	6,31	12,84	3,12	2,65	34,7	38,87	2,23
Kolumbija	15,6	7,51	22,67	5,17	7,16	33,26	56,47	4,7
Latvija	8,57	6,01	14,11	9,59	3,44	17,1	51,41	5,11
Libanon	10,78	20,39	30,15	17,96	10,58	27,37	57,26	10,53
Madžarska	5,31	2,7	7,92	6,49	2,8	23,21	50,52	3,09
Makedonija	3,02	3,09	6,11	5,91	2,27	52,06	26,69	5,3
Malezija	0,76	2,26	2,93	4,78	1,07	13,68	67,01	0,52
Maroko	1,31	3,16	4,44	5,16	2,2	28,36	43,17	1,18

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje poslovanja	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
Mehika	16,21	4,97	21,01	6,86	6,32	18,91	55,53	2,38
Panama	5,2	7,65	12,8	4,2	2,21	45,31	39,06	0,91
Peru	17,8	4,85	22,22	6,61	8,78	25,25	53,6	4
Poljska	5,74	3,52	9,21	5,92	2,65	28,06	46,42	7,14
Republika Južna Afrika	5,45	3,78	9,19	3,41	4,85	33,23	37,49	1
Romunija	6,11	5,05	10,83	7,47	3,27	27,54	33,24	7,4
Tajska	4,49	9,47	13,74	24,61	3,43	17,18	75,86	2,22
Tunizija	5,41	4,86	10,13	5,02	7	18,03	64,1	4,15
Urugvaj	10,6	3,76	14,28	2,09	4,75	18,18	53,65	7,66
netehtano povprečje	8,5	6,59	14,73	8,47	4,71	29,1	47,47	3,98
inovacijska gospodarstva								
Avstralija	7,34	5,75	12,79	8,72	4,5	12,73	66,01	12,4
Belgija	4,53	1,96	6,24	3,75	1,85	27,46	44,3	9,46
Estonija	8,74	4,7	13,14	7,74	2	13,69	57,03	8,42
Finska	4,04	2,75	6,59	10,21	2,66	15,02	63,02	8,89
Grčija	3,94	2,8	6,75	13,09	3,41	22,3	34,43	2,67
Irska	6,5	2,98	9,33	5,6	3,13	19,33	38,53	10,45
Italija	3,19	1,68	4,87	4,51	1,9	18,69	30,04	3,68
Izrael	8,4	3,68	11,82	3,9	4,54	12,42	40,93	9,98
Južna Koreja	5,01	4,29	9,25	6,96	1,96	24,36	62,12	4,29
Kanada	9,74	5,49	14,72	8,85	4,94	13,51	55,92	10,15
Luksemburg	7,1	3,2	10,18	3,28	4,14	9,31	52,16	9,39
Nemčija	2,84	1,93	4,7	4,82	1,85	17,13	64,19	6,57
Nizozemska	4,3	3,01	7,21	9,87	2,14	14,66	65,28	8,68
Norveška	2,32	3,34	5,66	6,53	1,64	10,6	66,36	12,07
Portoriko	6,59	1,89	8,48	1,41	0,92	25,13	41,43	1,51
Portugalska	5,62	4,01	9,49	7	3,22	24,49	35,87	6,95
Slovaška	6,49	3,39	9,64	5,69	5,4	31,09	51,3	6,01
Slovenija	3,22	2,79	5,91	4,21	1,77	23,67	44,94	9,54
Španija	2,13	3,62	5,7	7,7	1,61	24,8	44,52	2,5
Švedska	4,79	2,62	7,16	5,2	2,66	9,22	52,62	8
Švica	4,62	2,81	7,31	11,33	1,73	10,08	65,8	9,2

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje poslovanja	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
Tajvan	2,54	4,81	7,3	9,61	3,82	14,94	56,53	6,69
Velika Britanija	4,03	2,92	6,93	5,26	2,27	23,92	51,19	11,98
ZDA	8,28	4,04	11,88	7,33	3,63	14,32	69,02	10,23
netehtano povprečje	5,26	3,35	8,46	6,77	2,82	18,03	52,23	7,9

Kljub temu da v splošnem delež podjetnih posameznikov v zapovrstnih fazah podjetniškega procesa pada, pa v nekaterih državah še zmeraj ostaja na visoki ravni. Deleži podjetniške aktivnosti se pomembno razlikujejo med posameznimi stopnjami razvitosti nacionalnih gospodarstev, saj so družbeni, kulturni, politični in gospodarski okviri, ki vplivajo na pojav podjetništva, bistveno drugačni v faktorskih gospodarstvih kot v učinkovitostnih in inovacijskih. Posledično se med temi skupinami držav razlikujeta tudi količina in kakovost podjetništva. Največ zgodnje podjetniške aktivnosti je v faktorskih gospodarstvih in se z dvigom razvitosti praviloma zmanjšuje. Povečuje pa se kakovost podjetniške aktivnosti, ki z večanjem stopnje razvitosti prehaja od podjetništva iz nuje v podjetništvo zaradi izkoriščanja poslovnih priložnosti in je bolj usmerjeno v rast, inovacije in globalno poslovanje.

Primerjava posameznih faz podjetniške aktivnosti v Sloveniji z izbranimi skupinami držav je prikazana v *tabeli 4.2*. Iz nje je razvidno, da je Slovenija v vseh proučevanih fazah pod povprečjem. Pričakovano je, da smo pod povprečjem vseh držav GEM, saj so vanj vključene države, ki spadajo v različne razvojne faze gospodarstev. Bolj zaskrbljujoči so rezultati, ki kažejo, da je Slovenija v vseh proučevanih skupinah podjetnikov pod povprečjem tako med inovacijskimi gospodarstvi kot med državami EU in evropskimi državami, kamor se tudi sama uvršča. Nizka podjetniška aktivnost Slovencev se torej kaže v celotnem podjetniškem procesu, od nastajajočih do ustaljenih podjetnikov, pa tudi pri prenehanju poslovanja.

Tabela 4.2: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po posameznih fazah in skupinah držav, GEM Slovenija 2015, APS

Faze podjetniške aktivnosti	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropska unija	Evropske države
nastajajoči podjetniki	3,22 %	7,87 %	5,26 %	4,96 %	4,76 %
novi podjetniki	2,79 %	5,68 %	3,35 %	3,13 %	3,12 %
celotna zgodnja podjetniška aktivnost	5,91 %	13,22 %	8,46 %	7,95 %	7,75 %
ustaljeni podjetniki	4,21 %	8,40 %	6,77 %	6,46 %	6,64 %
prenehanje poslovanja	1,77 %	4,46 %	2,82 %	2,69 %	2,59 %

4.2 MOTIVACIJA ZA PODJETNIŠTVO

Poudarki v razlagi motivacije za podjetništvo so se v preteklosti spreminjali. V zadnjih letih se je prevladujoče uveljavila delitev podjetniške motivacije na podjetništvo iz priložnosti in na podjetništvo iz nuje, kar je predvsem rezultat GEM-ove metodologije raziskovanja (npr. Acs et al. 2008). Takšna delitev motivov temelji na konceptu potisnih in povlečnih dejavnikov za podjetništvo. Odločitev za podjetništvo temelji na povlečnih dejavnikih, kadar posamezniki izkoriščajo poslovno priložnost z namenom, da bi dosegli dobiček, zvišali dohodek, zaradi neodvisnosti in podobno. Obratno pa potisni dejavniki, ki posameznike vodijo v podjetništvo, temeljijo predvsem na podjetništvu kot viru prihodka zaradi brezposelnosti ali zaradi pomanjkanja drugih zaposlitvenih priložnosti (Uhlaner in Thurik 2007) in ne zaradi izkoriščanja obetavne poslovne priložnosti. Zato se v državah z veliko stopnjo brezposelnosti in majhnimi zaposlitvenimi možnostmi praviloma pojavlja več podjetništva iz nuje kot iz priložnosti, saj posamezniki nimajo druge možnosti za pridobivanje prihodka in so se primorani podati v podjetništvo. Proučevanje razlogov za podjetniško aktivnost je torej smotno in potrebno. V okviru raziskave GEM proučujemo ti dve obliki podjetništva znotraj celotne podjetniške aktivnosti, merjene z indeksom TEA. Celotna zgodnja podjetniška aktivnost, ločena glede na motivacijo kot TEA – priložnost in TEA – nužnost, je prikazana v *tabeli 4.3* za vse vključene države GEM 2015 po stopnjah razvitosti nacionalnih gospodarstev.

Tabela 4.3: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in zaradi nuje po stopnjah razvitosti nacionalnih gospodarstev, GEM Slovenija 2015, APS

Država	TEA – priložnost	TEA – nužnost	Država	TEA – priložnost	TEA – nužnost
faktorska gospodarstva			Egipt	4,24	3,14
Bocvana	20,57	11,82	Ekvador	23,10	10,25
Burkina Faso	21,43	8,18	Gvatemala	9,47	8,11
Filipini	12,64	4,40	Hrvaška	4,55	3,08
Indija	8,52	2,05	Indonezija	14,19	3,35
Iran	8,73	3,73	Kitajska	8,26	4,46
Kamerun	16,27	7,55	Kolumbija	14,86	7,54
Kazahstan	7,58	3,03	Latvija	11,36	2,41
Senegal	27,66	10,43	Libanon	21,80	8,25
Vietnam	8,55	5,10	Madžarska	5,67	1,84
netehtano povprečje	14,66	6,25	Makedonija	2,57	3,18
učinkovitostna gospodarstva			Malezija	2,53	0,40
Argentina	11,96	5,28	Maroko	3,07	1,26
Barbados	17,00	3,20	Mehika	16,56	3,97
Bolgarija	2,30	1,16	Panama	6,65	5,80
Brazilija	11,85	8,99	Peru	16,21	5,61
Čile	17,48	6,56	Poljska	6,38	2,58

Država	TEA – priložnost	TEA – nujnost	Država	TEA – priložnost	TEA – nujnost
Republika Južna Afrika	6,04	3,05	Kanada	11,95	1,99
Romunija	7,50	2,98	Luksemburg	8,78	0,95
Tajska	11,16	2,36	Nemčija	3,77	0,80
Tunizija	8,03	1,83	Nizozemska	5,90	1,06
Urugvaj	11,51	2,60	Norveška	4,61	0,60
<i>netehtano povprečje</i>	<i>10,23</i>	<i>4,19</i>	Portoriko	6,25	2,13
inovacijska gospodarstva			Portugalska	7,00	2,32
Avstralija	10,88	1,63	Slovaška	6,59	3,00
Belgija	3,76	1,71	Slovenija	4,31	1,40
Estonija	11,14	1,80	Španija	4,19	1,41
Finska	5,30	0,99	Švedska	5,49	0,66
Grčija	5,08	1,50	Švica	6,24	0,74
Irska	7,44	1,80	Tajvan	6,21	1,09
Italija	3,63	0,91	Velika Britanija	5,15	1,66
Izrael	9,39	1,47	ZDA	9,77	1,70
Južna Koreja	6,90	2,25	<i>netehtano povprečje</i>	<i>6,66</i>	<i>1,48</i>

Stopnje podjetniške aktivnosti je treba proučevati tudi skozi prizmo razvitosti gospodarstva, saj revnejša, faktorska gospodarstva zmeraj izkazujejo višje stopnje podjetništva kot razvitejša, inovacijska gospodarstva, kajti med tema dvema skupinama obstajajo bistvene razlike v podjetniških pogojih. Tako imajo faktorska gospodarstva v povprečju več kot dvakrat višjo celotno zgodnjo podjetniško aktivnost zaradi priložnosti (TEA – priložnost) kot inovacijska gospodarstva, celotna zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nuje (TEA – nujnost) pa je v faktorskih gospodarstvih v povprečju višja za več kot štirikrat v primerjavi z inovacijskimi gospodarstvi. Sicer pa v svetu najvišje stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti med faktorskimi gospodarstvi izkazuje Senegal (27,7 %) in Burkina Faso (21,4 %), med učinkovitostnimi Ekvador (23,1 %) in Libanon (21,8 %), med inovacijskimi pa Kanada (11,9 %) in Estonija (11,1 %). Analiza zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi nuje pa kaže, da je med faktorskimi gospodarstvi tega tipa podjetništva največ v Bocvani (11,8 %) in Senegalu (10,4 %), med učinkovitostnimi v Ekvadorju (10,2 %) in Braziliji (9,0 %), med inovacijskimi pa na Slovaškem (3,0 %) in Portugalskem (2,3 %).

Primerjava Slovenije z izbranimi skupinami držav glede na motivacijo za podjetništvo je prikazana v *tabeli 4.4*. Med vsemi državami GEM je Slovenija med zadnjimi desetimi državami glede na podjetniško aktivnost iz priložnosti; to je slabša uvrstitev glede na leto poprej, ko smo bili na 56. mestu med 70 državami. Nekoliko boljši so rezultati analize zgodnje podjetniške aktivnosti iz nuje, kjer je Slovenija pristala na 48. mestu med 60 državami, kar je nižje kot leta 2014, ko smo bili na 21. mestu med 70 državami. To kaže, da je v Sloveniji delež zgodnjih podjetnikov iz nuje v primerjavi z drugimi državami po svetu padel. Večja težava z vidika nacionalnega gospodarstva je, da je v Sloveniji zgodnje podjetniške aktivnosti iz priložnosti relativno malo tako v svetovnem merilu kot v primerjavi z drugimi skupinami držav. Primerjava celotne zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti (TEA – priložnost) v Sloveniji z evropskimi državami

GEM kaže, da je Slovenija v zadnji tretjini držav v tej skupini, na 18. mestu med 24 državami. Še nekoliko nižje je po enakem kazalniku uvrščena med inovacijskimi državami, in sicer na 20. mesto med 24 državami. Ob tem negativno sliko kaže tudi to, da smo pri vključevanju v zgodnjo podjetniško aktivnost zaradi nujnosti uvrščeni višje kot zaradi priložnosti, kadar se primerjamo z inovacijskimi državami in državami EU.

Tabela 4.4: Ključne značilnosti celotne zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti in zaradi nuje, GEM Slovenija 2015, APS

	TEA – priložnost	TEA – nujnost
Slovenija	4,31 %	1,40 %
Najvišja vrednost	Senegal 27,66 %	Bocvana 11,82 %
Najnižja vrednost	Bolgarija 2,30 %	Malezija 0,40 %
Rang Slovenije med vsemi državami GEM	51/60	48/60
Rang Slovenije med evropskimi državami GEM	18/24	21/24
Rang Slovenije med inovacijskimi državami GEM	20/24	15/24
Rang Slovenije med državami EU	16/21	14/21

Na *sliki 4.2* je prikazano razmerje med podjetništvom iz nuje in podjetništvom iz priložnosti v letih od 2009 do 2015. Vidimo, da je sicer vsa proučevana leta več podjetništva iz priložnosti kot iz nuje, vendar se razmerje slabša v prid podjetništva iz nuje. Leta 2012 je bilo v Sloveniji največ podjetnikov iz priložnosti in najmanj iz nuje, po letu 2013 pa zaznavamo bistven porast podjetništva iz nuje, hkrati pa tudi upad podjetništva iz priložnosti. Iz tega lahko sklepamo, da posamezniki v okolju ne zaznavajo toliko poslovnih priložnosti, ampak se za podjetniško pot odločajo predvsem zato, ker v okolju ne najdejo drugih prihodkov.

Slika 4.2: Podjetništvo iz nuje in podjetništvo iz priložnosti v Sloveniji v letih od 2009 do 2015



GEM Slovenija 2015, APS

V svetu se v povprečju največ posameznikov odloča za podjetništvo zaradi izkoriščanja priložnosti. Celo v faktorskih in učinkovitostnih gospodarstvih je 69 % podjetnikov v povprečju začelo svojo podjetniško pot zaradi izkoriščanja poslovnih priložnosti (Kelly et al. 2016), v inovacijskih gospodarstvih pa je takih posameznikov celo 78 %. V okviru GEM-ove raziskave posamezne motive združujemo v skupine in jih med seboj smiselno primerjamo. Med podjetniki, ki izkoriščajo priložnosti, jih del želi s podjetništvom izboljšati svoj položaj s povečanjem svoje neodvisnosti ali dohodkov, v primerjavi s tistimi, ki želijo ohraniti raven svojih dohodkov. Tiste podjetnike, ki izkoriščajo priložnosti in želijo povečati prihodke in neodvisnost, v GEM-ovi raziskavi imenujemo razvojno usmerjeni podjetniki (ang. *improvement-driven opportunity entrepreneurs*). Primerjavo med temi podjetniki in tistimi, ki postanejo podjetniki iz nuje, prikazujemo z motivacijskim indeksom (ang. *motivational index*) in je prikazan v tabeli 4.5. Motivacijski indeks se izračuna kot razmerje med deležem razvojno usmerjenih podjetnikov in podjetništvom iz nuje. Rezultati kažejo, da je v faktorskih gospodarstvih v povprečju 1,5-krat več razvojno usmerjenih podjetnikov kot podjetnikov iz nuje, v učinkovitostnih pa dvakrat toliko. Najboljše razmerje je v inovacijskih gospodarstvih, v katerih je 3,4-krat več razvojno usmerjenih podjetnikov kot podjetnikov iz nuje. V Sloveniji je to razmerje na ravni povprečja učinkovitostnih gospodarstev in bistveno pod povprečjem inovacijskih, saj imamo le 1,9-krat več razvojno usmerjenih podjetnikov kot podjetnikov iz nuje.

Tabela 4.5: Motivacijski indeks v vseh državah GEM, GEM Slovenija 2015, APS

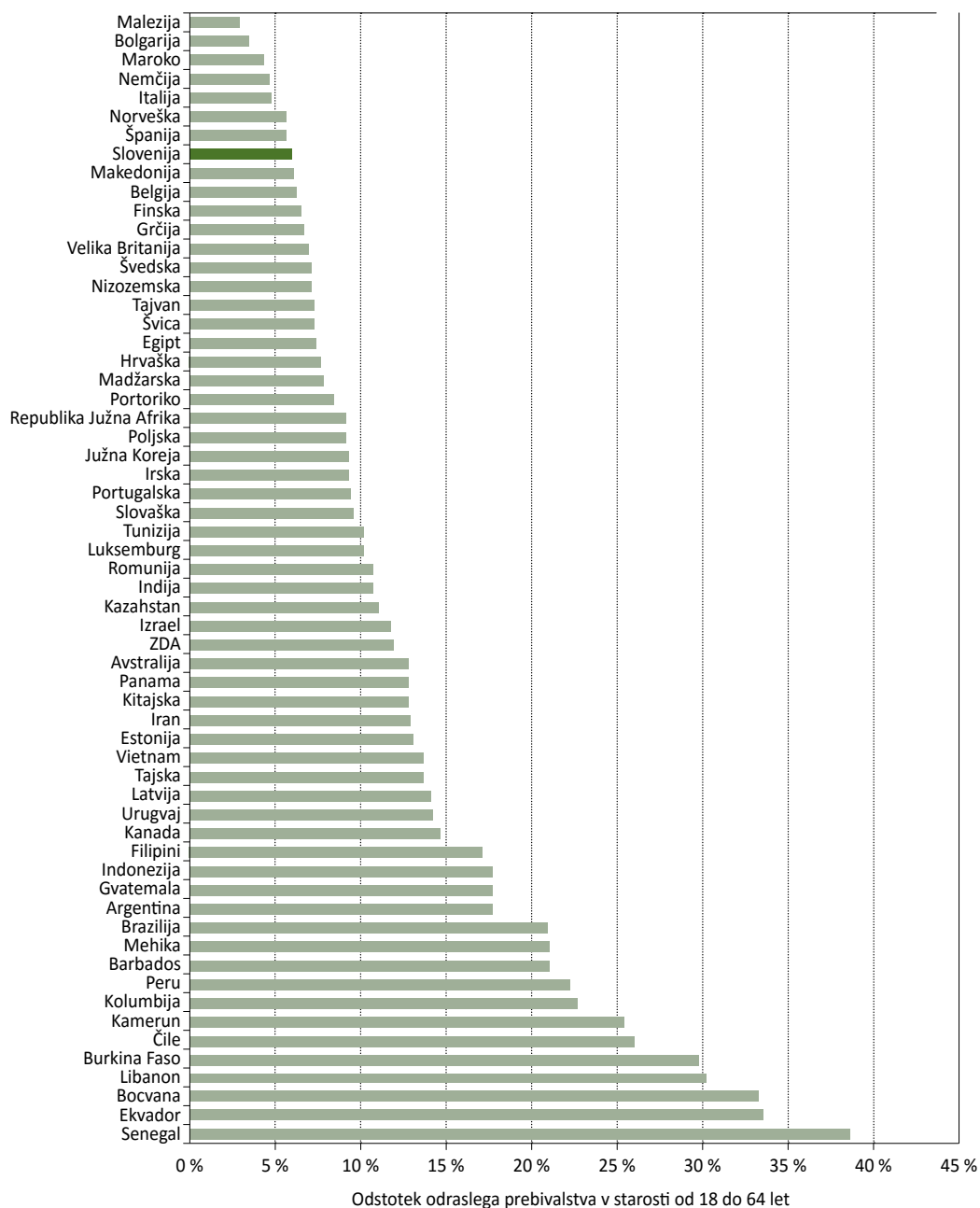
Država	Motivacijski indeks	Država	Motivacijski indeks
faktorska gospodarstva		Indonezija	1,9
Bocvana	1,4	Kitajska	1,1
Burkina Faso	1,4	Kolumbija	1,7
Filipini	1,6	Latvija	3,0
Indija	1,8	Libanon	2,1
Iran	1,7	Madžarska	2,2
Kamerun	1,3	Makedonija	0,5
Kazahstan	0,9	Malezija	4,9
Senegal	1,9	Maroko	1,5
Vietnam	1,5	Mehika	2,9
netehtano povprečje	1,5	Panama	0,9
učinkovitostna gospodarstva		Peru	2,1
Argentina	1,7	Poljska	1,7
Barbados	3,7	Republika Južna Afrika	1,1
Bolgarija	0,9	Romunija	1,2
Brazilijska	1,1	Tajska	4,4
Čile	2,4	Tunizija	3,6
Egipt	0,8	Urugvaj	3,0
Ekvador	1,1	netehtano povprečje	2,0
Gvatemala	0,9	inovacijska gospodarstva	
Hrvaška	1,0	Avstralija	5,2

Država	Motivacijski indeks	Država	Motivacijski indeks
Belgija	1,6	Norveška	6,3
Estonija	4,2	Portoriko	1,6
Finska	4,2	Portugalska	1,5
Grčija	1,5	Slovaška	1,7
Irska	2,0	Slovenija	1,9
Italija	1,6	Španija	1,8
Izrael	3,3	Švedska	5,7
Južna Koreja	2,6	Švica	6,5
Kanada	4,1	Tajvan	3,8
Luksemburg	5,6	Velika Britanija	2,1
Nemčija	3,7	ZDA	4,8
Nizozemska	4,5	<i>netehtano povprečje</i>	3,4

4.3 ZGODNJA PODJETNIŠKA AKTIVNOST

Posameznike, ki se odločijo za podjetništvo iz katerih koli razlogov (zaradi priložnosti ali nuje), skupaj proučujemo z indeksom TEA. S tem indeksom merimo delež odraslih v posameznih državah, ki so vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost. Primerjava med državami je pomembna, ker nam daje vpogled v to, koliko posameznikov je v posamezni državi dejansko ustanovilo podjetje in začelo poslovati, še posebej če te podatke primerjamo s podjetniškimi namerami. Da so med posameznimi državami zelo velike razlike, je jasno prikazano na *sliki 4.3*. Kot že vsa leta doslej največ zgodnje podjetniške aktivnosti najdemo v afriških državah Senegal (38,55 %) in Bocvana (33,23 %), ki spadata med faktorska gospodarstva, ter v južnoameriški državi Ekvador (33,56 %), ki spada med učinkovitostna gospodarstva. Poleg njih nad 30 % zgodnje podjetniške aktivnosti beleži še bližnjevzhodna država Libanon (30,15 %). Na drugi strani pa najnižje stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti, pod 6 %, beležijo evropske države Bolgarija (3,46 %), Nemčija (4,70 %), Italija (4,87 %), Norveška (5,66 %) in Španija (5,70 %) ter severnoafriška država Maroko (4,44 %) in azijska država Malezija z najnižjo stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti (2,93 %). Med deset držav z najnižjo stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti se je uvrstila tudi Slovenija (5,91 %), ki se je leta 2015 med 60 državami GEM uvrstila na nezavidljivo 53. mesto.

Slika 4.3: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v vseh sodelujočih državah GEM 2015

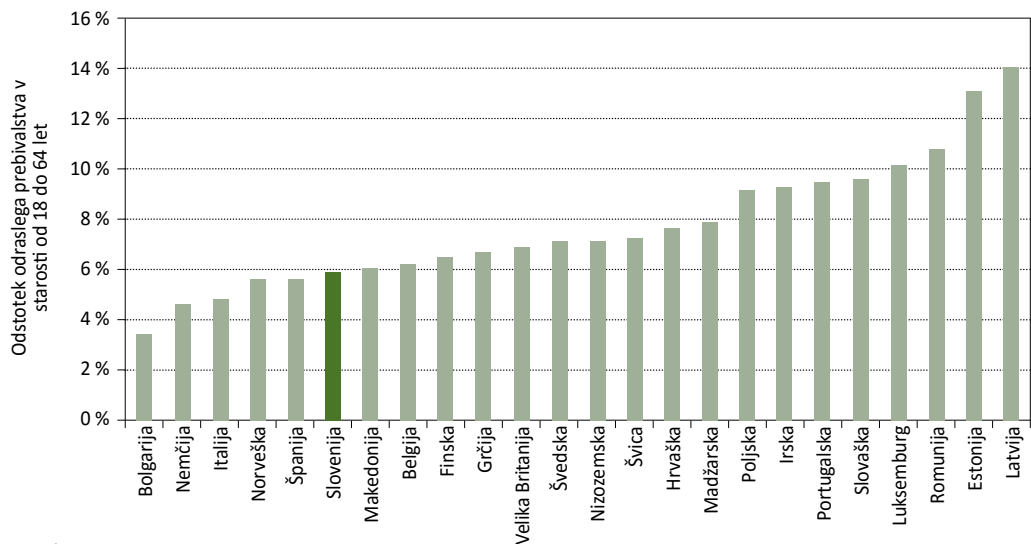


GEM Slovenija 2015, APS

Toda neposredna primerjava podjetniške aktivnosti brez upoštevanja podjetniških pogojev je manj relevantna, zato je med seboj smotno primerjati države, ki so na podobni razvojni stopnji ali ležijo na istem območju, saj le tako lahko govorimo o skupnih kakovostnih značilnostih podjetništva. Na *sliki 4.4* je prikazana primerjava zgodnje podjetniške aktivnosti v evropskih državah; gre za države, ki spadajo med učinkovitostna ali inovacijska gospodarstva in ležijo na

istem območju. V Evropi največ zgodnje podjetniške aktivnosti, nad 10 %, beležimo v Latviji (14,11 %), Estoniji (13,14 %), Romuniji (10,83 %) in Luksemburgu (10,18 %). Slovenija med 24 evropskimi državami spada med šesterico z najnižjo stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti in je na 19. mestu, zaostajamo pa za sosednjima državama Hrvaško (7,69 %) in Madžarsko (7,92 %). Višji delež imamo le od sosednje države Italije (4,87 %), ki pa je že vrsto let med državami z najnižjo stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti.

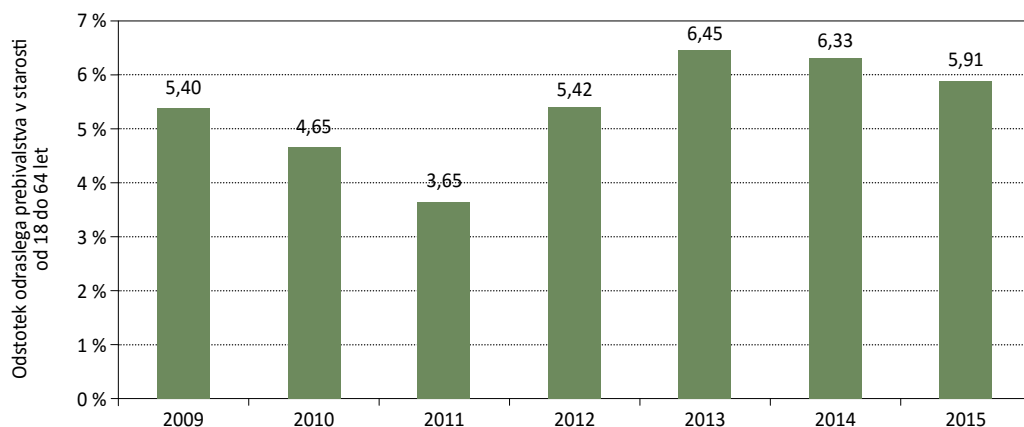
Slika 4.4: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v evropskih državah GEM 2015



GEM Slovenija 2015, APS

Poleg statične analize zgodnje podjetniške aktivnosti pa je pomembna tudi dinamična analiza v času. Ta analiza je za Slovenijo prikazana na *sliki 4.5*. V opazovanih letih je zgodnja podjetniška aktivnost bistveno nihala in je bila najnižja v letu 2011 (3,65 %). Leta 2013 smo beležili najvišjo stopnjo zgodnje podjetniške aktivnosti (6,45 %) v tem obdobju, vendar je naslednji dve leti vnovič upadala in leta 2015 ponovno padla pod 6 %, na 5,91 %. Takšen trend kaže na to, da se vsako leto manj posameznikov v Sloveniji dejansko odloči za ustanavljanje podjetja. Med razlogi za takšen upad je tudi preslaba in ne celovita podpora potencialnim podjetnikom, kar med drugim ugotavlja tudi študija OECD (2015).

Slika 4.5: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji v letih od 2009 do 2015



GEM Slovenija 2015, APS

Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (indeks TEA) vključuje nastajajoče in nove podjetnike. V podjetniškem procesu vsi podjetniki ne preidejo v naslednjo fazo, zato tudi del nastajajočih podjetnikov ne preide med nove podjetnike. Razmerje med tema dvema skupinama podjetnikov prikazujemo z indeksom smrtnosti in je prikazan v tabeli 4.6. Vidimo, da je upad podjetnikov iz faze nastajajočih v nove v Sloveniji relativno velik. Ta upad je bil največji v letu 2014, za leto 2015 pa vidimo, da je začetne faze ponovno preživelo več nastajajočih podjetnikov. Razmerje med njimi je 1,15, kar pomeni, da je nastajajočih podjetnikov 15 % več kot novih.

Tabela 4.6: Razmerje med nastajajočimi in novimi podjetniki v Sloveniji, GEM Slovenija 2015, 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
2015	3,22	2,79	1,15

4.4 USTALJENI PODJETNIKI

Podjetniški proces se z ustanovitvijo podjetja šele dobro začne. Nastajajoči in novi podjetniki so še zelo ranljiva skupina in šele po nekaj letih poslovanja lahko rečemo, da predstavljajo relativno stabilen del gospodarstva. GEM-ova raziskava jih imenuje ustaljeni podjetniki in ti morajo izplačevati plače že najmanj tri leta in pol. Ustaljena in nova podjetja se med seboj razlikujejo tako na individualni kot na organizacijski ravni. Če po izbranih značilnostih na organizacijski ravni primerjamo nova in ustaljena podjetja, ugotovimo, da se nova podjetja soočajo s pomanjkanjem

različnih virov, kot so finančni, proizvodni in tržni, njihovi izdelki in storitve so na trgu nepoznani, blagovne znamke še niso razvite, organizacijska struktura je pogosto neformalna, odločanje pa je hitrejše in bolj fleksibilno (Das in He 2006; Martineau in Pastoriza 2016). Za ustaljena podjetja pa velja, da imajo večinoma razvite blagovne znamke, lažje dostopajo do virov vseh vrst, imajo normalnejšo organizacijsko strukturo, razvito notranjo kulturo in interne odnose, več legitimnosti in podobno. Ustaljena podjetja pomenijo tudi podporo in odjemalce novim podjetjem ali se pojavljajo kot njihova partnerska podjetja. Primerjava na individualni ravni pa kaže, da imajo novi podjetniki manj znanja in izkušenj, manj vzpostavljenih in razvitih mrež ter večje želje in pričakovanja o rasti. Zato je na nacionalni ravni pomembno, koliko je ustaljenih podjetij, saj predstavljajo pomembno podporo nastajajočim in novim podjetjem. V *tabeli 4.7* so prikazani deleži ustaljenih podjetnikov kot odstotek odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let po stopnjah razvitosti nacionalnih gospodarstev. V povprečju z višanjem razvojne stopnje nacionalnih gospodarstev delež ustaljenih podjetnikov pada, in to od 12,53 % v faktorskih gospodarstvih do 8,47 % v učinkovitostnih in 6,77 % v inovacijskih gospodarstvih. Toda tudi znotraj posameznih razvojnih stopenj so med državami velike razlike. Tako ima med faktorskimi gospodarstvi Kazahstan le 2,39 % ustaljenih podjetnikov, Burkina Faso pa kar 27,78 %. Med učinkovitostnimi gospodarstvi jih ima najmanj Urugvaj (2,09 %), največ pa Tajski (24,61 %). Med inovacijskimi gospodarstvi je najmanj ustaljenih podjetnikov v Portoriku (1,41 %), največ pa v Grčiji (13,09 %). Slovenija je med vsemi državami GEM na 49. mestu s 4,21 % ustaljenih podjetnikov.

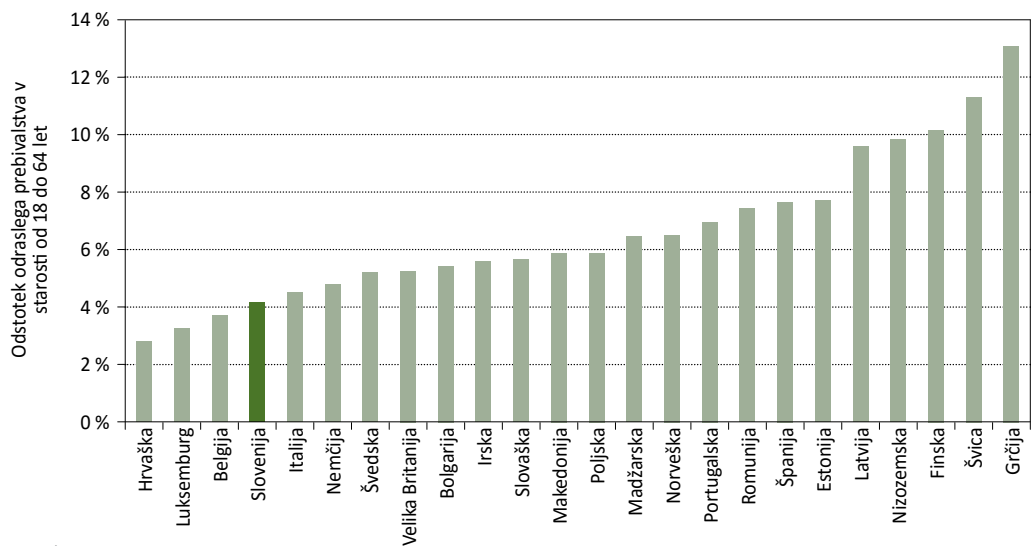
Tabela 4.7: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom, GEM Slovenija 2015, APS

Država	Ustaljeni podjetniki kot % odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let	Država	Ustaljeni podjetniki kot % odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let
faktorska gospodarstva		Egipt	2,90
Bocvana	4,60	Ekvador	17,40
Burkina Faso	27,78	Gvatemala	8,08
Filipini	7,25	Hrvaška	2,81
Indija	5,50	Indonezija	17,15
Iran	14,04	Kitajska	3,12
Kamerun	12,85	Kolumbija	5,17
Kazahstan	2,39	Latvija	9,59
Senegal	18,82	Libanon	17,96
Vietnam	19,55	Madžarska	6,49
<i>netehtano povprečje</i>	12,53	Makedonija	5,91
učinkovitostna gospodarstva		Malezija	4,78
Argentina	9,49	Maroko	5,16
Barbados	14,09	Mehika	6,86
Bolgarija	5,44	Panama	4,20
Brazilijska	18,89	Peru	6,61
Čile	8,16	Poljska	5,92

Država	Ustaljeni podjetniki kot % odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let	Država	Ustaljeni podjetniki kot % odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let
Republika Južna Afrika	3,41	Kanada	8,85
Romunija	7,47	Luksemburg	3,28
Tajska	24,61	Nemčija	4,82
Tunizija	5,02	Nizozemska	9,87
Urugvaj	2,09	Norveška	6,53
<i>netehtano povprečje</i>	<i>8,47</i>	Portoriko	1,41
inovacijska gospodarstva		Portugalska	7,00
Avstralija	8,72	Slovaška	5,69
Belgija	3,75	Slovenija	4,21
Estonija	7,74	Španija	7,70
Finska	10,21	Švedska	5,20
Grčija	13,09	Švica	11,33
Irska	5,60	Tajvan	9,61
Italija	4,51	Velika Britanija	5,26
Izrael	3,90	ZDA	7,33
Južna Koreja	6,96	<i>netehtano povprečje</i>	<i>6,77</i>

Primerjava med evropskimi državami, prikazana na *sliki 4.6*, kaže, da je Slovenija na repu med njimi, saj imajo manj ustaljenih podjetnikov le še Belgija (3,75 %), Luksemburg (3,28 %) in Hrvaška (2,81 %). Največ ustaljenih podjetnikov, več kot 10 % odraslega prebivalstva, pa najdemo v Grčiji (13,09 %), Švici (11,33 %) in na Finskem (10,21 %). Od Slovenije imata več ustaljenih podjetnikov Madžarska (6,49 %) in Italija (4,51 %), na Hrvaškem pa jih je najmanj v Evropi.

Slika 4.6: Delež ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom v evropskih državah GEM



GEM Slovenija 2015, APS

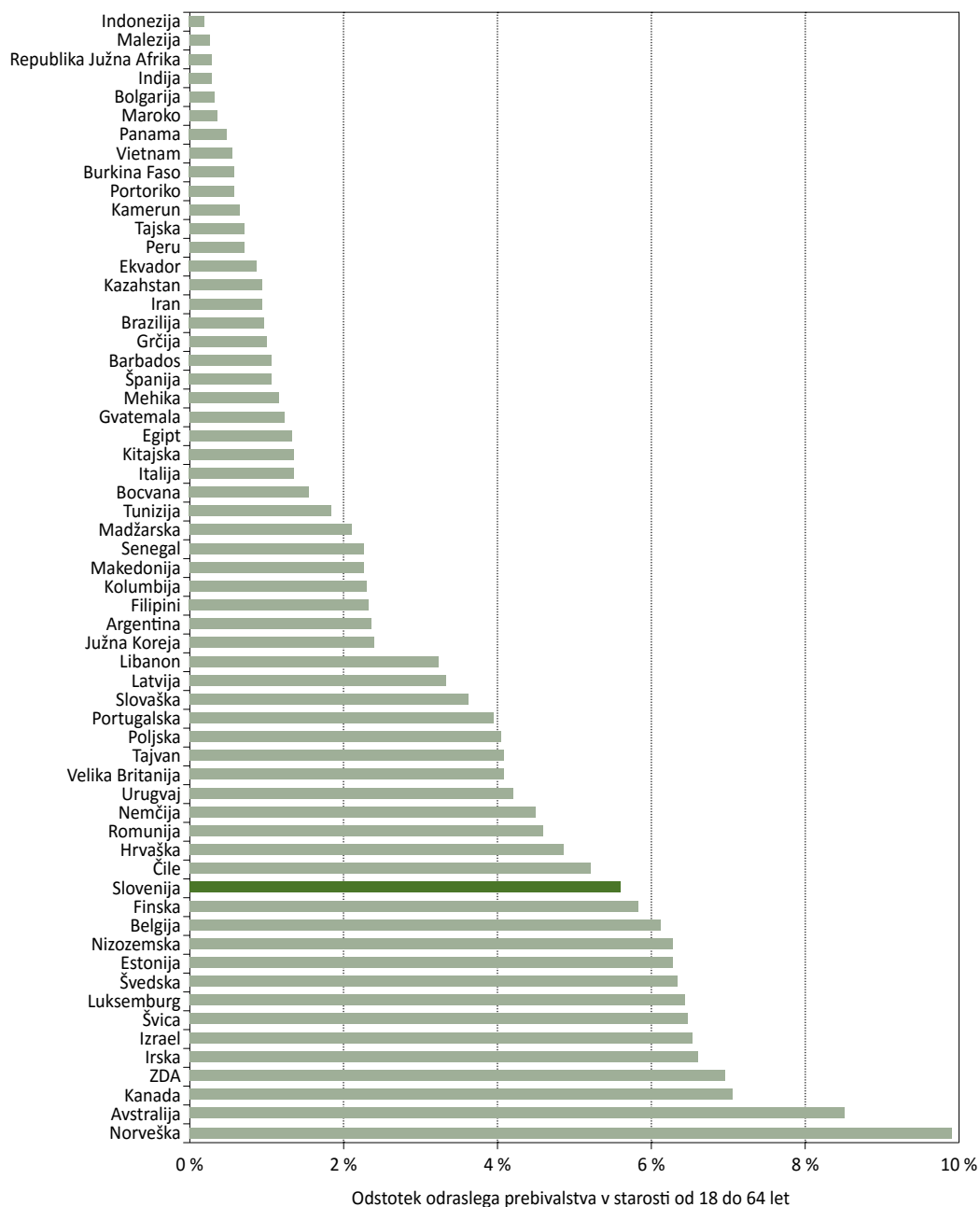
4.5 PODJETNIŠKA AKTIVNOST ZAPOSLENIH

Podjetniška aktivnost zaposlenih je vrsta podjetništva, pri kateri zaposleni izvajajo podjetniške aktivnosti v podjetju, v katerem so zaposleni. Takšne aktivnosti velikokrat imenujemo notranje ali korporacijsko podjetništvo, v Sloveniji pa se v zadnjih letih v poslovni praksi pojavljata tudi izraza idejnik in manager za ideje (npr. Pavlin 2015; Ivanuša-Bezjak 2014), katerih naloge obsegajo tipične značilnosti notranjih podjetnikov. GEM notranjepodjetniško aktivnost zaposlenih proučuje od leta 2011 in jo opredeljuje 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) ter 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 na dve fazi, na fazo razvoja idej in fazo priprave in izkoriščanja izdelka ali storitve. Na *sliki 4.7* je prikazana podjetniška aktivnost zaposlenih, ki so v zadnjih treh letih aktivno vključeni v vsaj eno fazo in imajo v njej vodilno vlogo.

Največ notranjepodjetniške aktivnosti imajo inovacijska gospodarstva, predvsem zato, ker veliko posameznikov, ki so zaposleni, izvajajo te aktivnosti za svoje delodajalce. V tej skupini držav lahko namreč boljša ponudba zaposlitev zmanjšuje delež zgodnje podjetniške aktivnosti, podjetništvo pa se izkazuje v obstoječih podjetjih (Kelly et al. 2016). V faktorskih in učinkovitostnih gospodarstvih predstavlja notranjepodjetniška aktivnost zanemarljiv delež. Tako vidimo, da je največ podjetniške aktivnosti zaposlenih, ki jo merimo kot odstotek odraslega prebivalstva, na Norveškem (9,9 %), v Avstraliji (8,5 %), Kanadi (7,1 %), ZDA (6,7 %) in na Irskem (6,6 %). Skoraj polovica držav beleži manj kot 2 % podjetniške aktivnosti zaposlenih, med njimi najmanj Indonezija (0,21 %), Malezija (0,27 %), Republika Južna Afrika (0,30 %) in Indija (0,31 %). Slovenija je na 14. mestu med 60 državami s 5,6 % podjetniško aktivnih zaposlenih. Takšni

podjetni zaposleni so z vidika podjetja še posebej dragocen vir, saj jih je v povprečju na svetu le 3,1 %, kar je manj, kot je v povprečju celotne zgodnje podjetniške aktivnosti (14,8 %).

Slika 4.7: Podjetniška aktivnost zaposlenih v zadnjih treh letih kot odstotek odrasle populacije



GEM Slovenija 2015, APS

V tabeli 4.8 je prikazana podjetniška aktivnost zaposlenih v Sloveniji med letoma 2011 in 2015, in sicer široka in ozka opredelitev kot delež odrasle populacije in kot delež zaposlenih. V Sloveniji je bilo v letu 2015 po upadu leta 2014 ponovno zaznati porast notranjepodjetniške aktivnosti, največ podjetniško aktivnih zaposlenih pa je bilo leta 2013. Podjetnih zaposlenih glede na široko opredelitev je bilo 9,5 % vseh zaposlenih oziroma 5,6 % odraslih prebivalcev v letu 2015. Glede na ozko opredelitev podjetnih zaposlenih pa je bilo teh 7,8 % zaposlenih oziroma 4,6 % odraslih prebivalcev v letu 2015.

Tabela 4.8: Podjetniška aktivnost zaposlenih v Sloveniji v letih od 2011 do 2015, GEM Slovenija 2015, APS

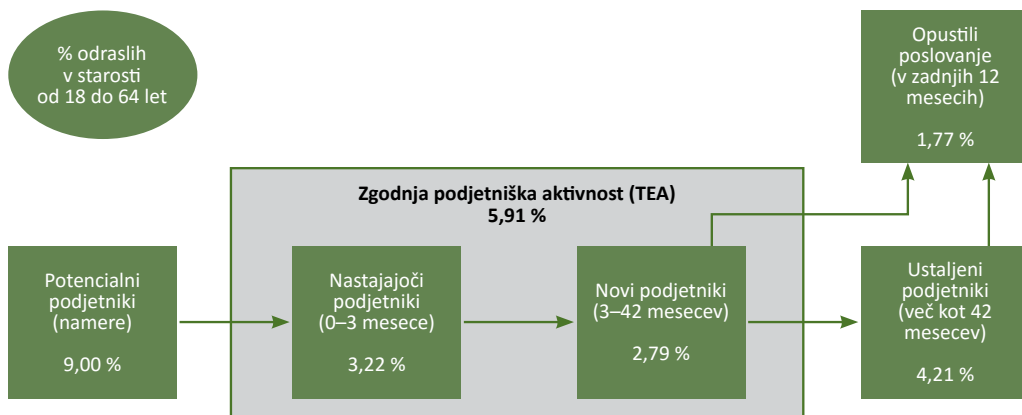
Leto	Široka opredelitev podjetnih zaposlenih		Ozka opredelitev podjetnih zaposlenih	
	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih (kot % odrasle populacije)	aktivna vključenost in vodilna vloga v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih (kot % zaposlenih)	aktivna vključenost in 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
2015	5,6	9,5	4,6	7,8

4.6 CELOTNA PODJETNIŠKA AKTIVNOST IN UČINKOVITOST PODJETNIŠKEGA PROCESA

Proučevanje celotnega podjetniškega procesa po fazah je smotno, saj s tem ugotovimo, kakšna je podjetniška aktivnost po posameznih fazah, kar je prikazano na *sliki 4.8*. Na sliki so zbirno prikazani deleži posameznikov, ki so vključeni v posamezne faze podjetniškega procesa v Sloveniji.

V Sloveniji imamo potencialnih podjetnikov le 9 %, saj je le tolikšen delež odraslih prebivalcev v letu 2015 izrazil svoje podjetniške namere, torej da nameravajo v prihodnjih treh letih začeti izvajati podjetniške aktivnosti. Podjetniške namere pa ne predstavljajo dejanske podjetniške aktivnosti. Tistih posameznikov, ki so dejansko začeli realizirati svojo podjetniško namero, je v Sloveniji bistveno manj, le dobre 3 % (nastajajoči podjetniki). Še manj je tistih posameznikov, ki jim svoje podjetje uspe razvijati naslednja tri leta in pol, torej novih podjetnikov; takih je bilo v letu 2015 v Sloveniji le 2,8 %.

Slika 4.8: Pregled podjetniške aktivnosti po fazah podjetniškega procesa v Sloveniji 2015



Še bolje so ti podatki predstavljeni na *sliki 4.9*, na kateri je prikazano puščanje podjetniškega voda v Sloveniji v letih 2014 in 2015 po posameznih fazah, od družbene sprejetosti podjetništva do prenehanja poslovanja. Podjetniški vod (ang. *entrepreneurial pipeline*) je koncept, s katerim ponazarjamo, skozi katere zaporedne faze potujejo posamezniki v podjetniškem procesu ter kakšne so izgube potenciala med posameznimi fazami. Celoten podjetniški proces lahko razdelimo na nekaj faz (Varela in Soler 2012; Varela et al. 2014):

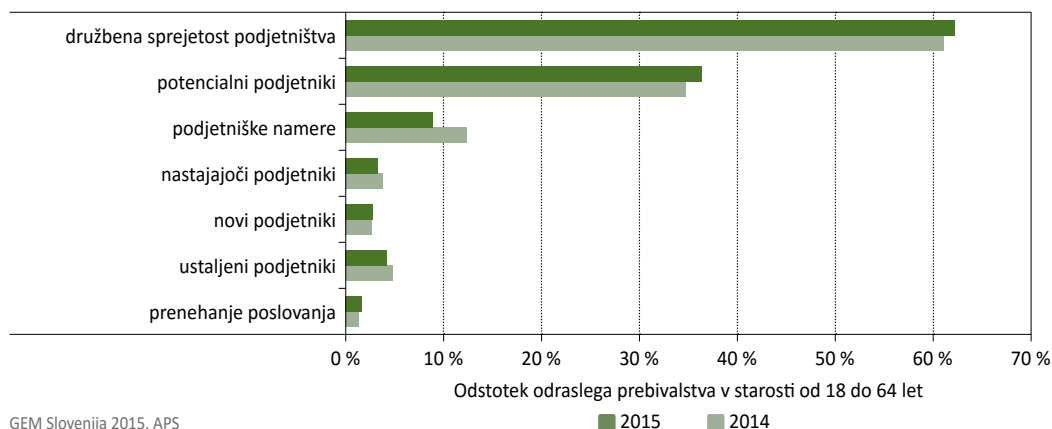
- družbena sprejetost podjetništva (ang. *socio-cultural acceptance*),
- potencialni podjetniki (ang. *potential entrepreneurs*),
- podjetniške namere (ang. *intentional entrepreneurs*),
- nastajajoči podjetniki (ang. *nascent entrepreneurs*),
- novi podjetniki (ang. *new entrepreneurs*),
- ustaljeni podjetniki (ang. *established entrepreneurs*).

S pojmom *družbena sprejetost podjetništva* ponazarjamo pomen sociokulturnega konteksta, v katerem posamezniki oblikujejo svoja prepričanja in namere, zaznavajo (ali ne) poslovne priložnosti in se odločajo, ali se bodo podali na podjetniško pot ali ne. V prvi fazi podjetniškega voda se tako meri delež posameznikov, ki imajo pozitivno percepcijo o podjetništvu. V GEM-ovi raziskavi so to posamezniki, (1) ki dojemajo podjetništvo kot družbeno zaželeno poklicno izbiro, (2) ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status, in (3) ki zaznavajo, da je v medijih mogoče pogosto zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih. Družbena sprejetost podjetništva je izračunana kot aritmetična sredina teh treh elementov. Njihova pozitivna percepcija spodbuja motiviranost, poklicno orientiranost, zavezanost in prilagodljivost posameznikov, s čimer se povečuje delež odraslih, ki so pripravljeni postati podjetniki. V Sloveniji je imelo v letu 2015 pozitiven odnos do podjetništva 62,3 % odraslega prebivalstva, kar je dober odstotek več kot leto poprej. Toda še zmeraj več kot tretjina odraslih prebivalcev Slovenije nima izoblikovanega pozitivnega odnosa do podjetništva.

Potencialni podjetniki predstavljajo drugo fazo podjetniškega voda in pomenijo delež posameznikov, ki izkazujejo potencial, da bi v prihodnosti postali podjetniki. Potencialni podjetniki so tisti posamezniki, ki (1) menijo, da imajo potrebne sposobnosti, znanje in izkušnje za podjetništvo, (2) zaznavajo poslovne priložnosti v okolju in (3) jih strah pred neuspehom ne bi odvrnil od podjetniške poti. V Sloveniji je bilo v letu 2015 tako 36,4 % potencialnih podjetnikov, kar je za odstotek in pol več kot leto poprej. Ko iz prve faze preidemo v drugo, torej zaznavamo skoraj polovičen upad. To pomeni, da le še tretjina Slovencev meni, da bi bili sposobni

prevzemati podjetniško tveganje in se podati na podjetniško pot. Tretjo fazo podjetniškega voda predstavljajo *podjetniške namere*, ki jih v Sloveniji izkazuje le še 9 % odraslega prebivalstva. V Sloveniji je torej le slaba desetina takih odraslih posameznikov, ki nameravajo v prihodnjih treh letih začeti ustanavljati svoje podjetje. V četrto fazo, med *nastajajoče podjetnike*, pridejo v Sloveniji le še dobri 3 % posameznikov, torej tistih, ki so dejansko že začeli ustanavljati svoje podjetje. *Novih podjetnikov*, ki poslujejo več kot tri mesece in manj kot tri leta in pol, pa je v peti fazi podjetniškega voda v Sloveniji še manj, v letu 2015 le 2,8 %. Toda tudi vsi ti se ne obdržijo, saj je vseh tistih podjetnikov, ki svoje podjetje uspešno vodijo v začetnih turbulentnih letih in preidejo med *ustaljene podjetnike* (več kot tri leta in pol), v Sloveniji le 4,2 %.

Slika 4.9: Puščanje podjetniškega voda v Sloveniji



GEM Slovenija 2015, APS

Smisel analize podjetniškega voda je prav v ugotavljanju uspešnosti prehoda v naslednje faze podjetniškega procesa in v sprejemanju ustreznih ukrepov za vsako posamezno fazo, ki se kaže kot kritična. Rezultati, ki jih izkazujemo, so skrb vzbujajoči, saj je dejanska podjetniška aktivnost zanemarljivo nizka in je glede na leto prej celo slabša v večini faz. Aktivirati je torej treba tiste posameznike, ki izkazujejo potencial, so motivirani in v svojem okolju zaznavajo poslovne priložnosti, torej potencialno spadajo med priložnostno motivirane podjetnike. Zato menimo, da je treba na nacionalni ravni sprejeti ustrezne podpirne ukrepe med potencialnimi podjetniki in tistimi, ki izkazujejo podjetniške namere, da bi jih ti tudi realizirali. Taka podpora jih mora motivirati, da se bodo dejansko odločili za podjetniško pot, z zagotavljanjem podpornega okolja za start-up podjetja, svetovanjem in izobraževanjem, enostavnim zakonodajnim okvirom in manj administrativnimi ovirami.

4.7 PRENEHANJE POSLOVANJA

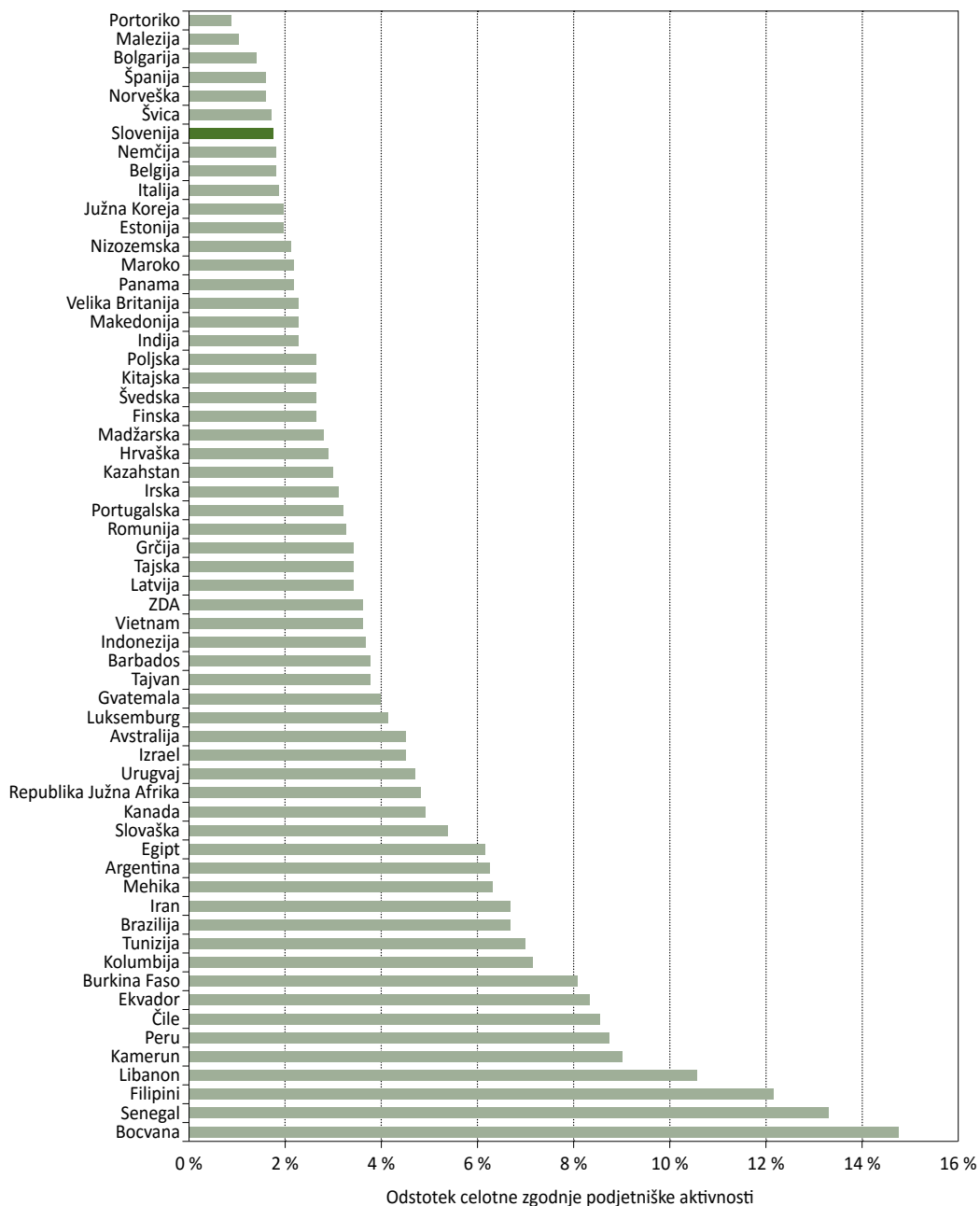
Pomemben del podjetniškega procesa je tudi prenehanje poslovanja podjetja. To še zdaleč ne pomeni, da je podjetnik doživel neuspeh, čeravno se seveda lahko zgodi tudi to. Prenehanje poslovanja velikokrat povezujemo z nezadostnimi finančnimi viri (Everett in Watson 1998) in z nezmožnostjo preživetja podjetja na trgu (Keasey in Watson 1987; Hall 1995), vendar gre pogosto tudi za različne načine izstopa podjetnika iz podjetja (Siegfried in Evans 1994), kot so prodaja podjetja ali deleža v podjetju, upokojitev, žetvena strategija podjetnika in drugo. Lahko gre tudi za sledenje drugi poslovni priložnosti, ki je bolj dobičkonosna in bolj

nagrajuje podjetnikov talent in napor. Da prenehanja poslovanja ne enačimo z neuspehom, je pomembno predvsem z vidika podjetnikovega doživljanja prenehanja poslovanja kot neuspeha in motiviranosti za prihodnje podjetniške aktivnosti.

Kot kažejo nekatere študije (npr. Stokes in Blackburn 2002), lahko proces prenehanja poslovanja, če pri podjetniku in njegovi okolici ni stigmatiziran kot neuspeh, za podjetnika predstavlja pozitivno izkušnjo, ki lahko prispeva v večji uspešnosti njegovega nadaljnega ukvarjanja s podjetniško aktivnostjo. Celo podjetniki, ki so prenehali poslovati zaradi neuspeha, so motivirani in imajo večje možnosti za prihodnji uspeh zaradi pridobljenih izkušenj. Tudi študija o odnosu podjetnikov do svojega podjetniškega neuspeha (Politis in Gabrielsson 2009) kaže, da so pretekle podjetniške izkušnje močno povezane s pozitivnejšim odnosom do neuspeha. Tako recimo Rospin (2011) ugotavlja, da imajo tudi pri prenehanju poslovanja zaradi finančnega neuspeha podjetniki pozitivnejši odnos do neuspeha, take izkušnje pa predstavljajo pomemben vidik učenja, ki v prihodnosti lahko pomeni uspešnejše poslovanje. Prenehanje poslovanja je torej lahko koristno za prihodnjo podjetniško aktivnost, četudi gre za trenutni neuspeh, in ne pomeni nujno negativnega vidika podjetniškega procesa, prispeva pa tudi k potrebnim dinamiki v gospodarstvu.

GEM proučuje dva vidika prenehanja poslovanja, in sicer (1) kolikšen delež prebivalcev je v zadnjem letu opustil poslovanje in (2) razloge, zaradi katerih se je to zgodilo. Na *sliki 4.10* je za vse države GEM prikazan opustitveni indeks poslovanja, ki kaže, koliko posameznikov med nastajajočimi in novimi podjetniki je v zadnjih 12 mesecih opustilo poslovanje (% od indeksa TEA). Največ posameznikov je poslovanje opustilo v faktorskih gospodarstvih Bocvane (14,7 %), Senegala (13,3 %) in Filipinov (12,2 %). To so hkrati tudi države, ki imajo največje stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti (indeks TEA), iz česar lahko sklepamo, da je podjetniška dinamika velika, ob tem pa Bocvana in Filipini beležijo tudi nizke stopnje ustaljenih podjetnikov, kar kaže, da je proces rojevanja in zapiranja podjetij hiter, to pa je povezano tudi z razvojno stopnjo gospodarstev in nestabilnostjo gospodarjenja. Nasprotno pa Portoriko (0,9 %), Malezija (1,1 %), Bolgarija (1,4 %) in Španija (1,6 %) beležijo najnižje stopnje opustitev poslovanja v zadnjem letu.

Slika 4.10: Opustitev poslovanja v državah GEM kot delež v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti

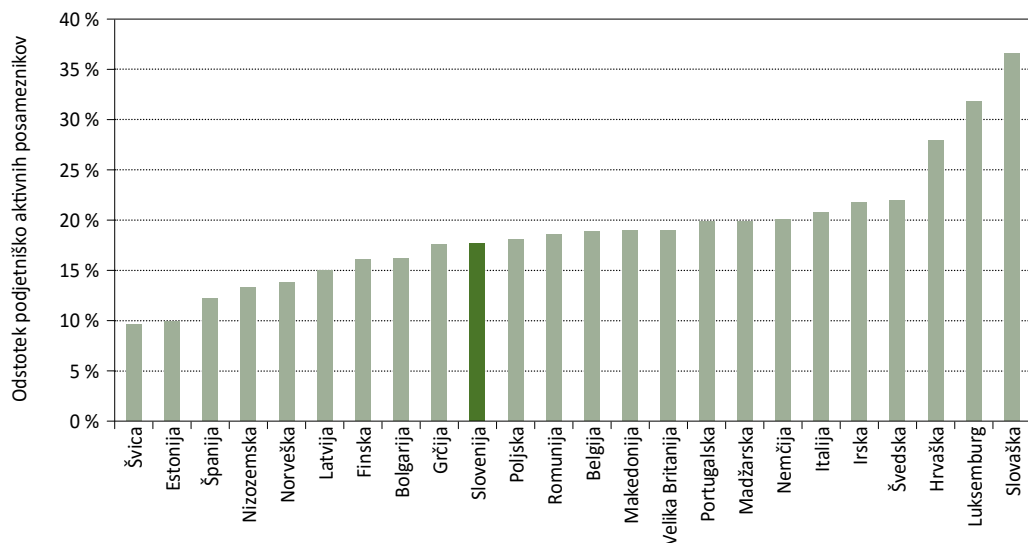


GEM Slovenija 2015, APS

Na *sliki 4.11* je prikazan delež posameznikov v celotnem podjetniškem procesu (nastajajoči, novi in ustaljeni). Med evropskimi državami je največ podjetniško aktivnih posameznikov opustilo poslovanje na Slovaškem (36,5 %) in v Luksemburgu (31,8 %). V primerjavi s sosednjima državama Hrvaško (27,9 %) in Italijo (20,8 %) je bilo v Sloveniji opustitev poslovanja manj, in

sicer 17,6 % podjetniško aktivnih posameznikov. Najmanj podjetniško aktivnih posameznikov je poslovanje opustilo v Švici (9,5 %), Estoniji (9,8 %) in Španiji (12,2 %).

Slika 4.11: Opustitev podjetniške aktivnosti v zadnjih 12 mesecih v evropskih državah v celotnem podjetniškem procesu



GEM Slovenija 2015, APS

Drugi del, ki ga proučuje GEM v zvezi z opustitvijo poslovanja, so razlogi za to odločitev. Proučujemo devet skupin razlogov. Za Slovenijo in posamezne skupine držav so prikazani v tabeli 4.9.

Tabela 4.9: Razlogi za prenehanje poslovanja, GEM Slovenija 2015, APS

	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropske države	Evropska unija
Priložnost prodati podjetje	0 %	4,09 %	4,44 %	3,93 %	3,43 %
Opustitev je bila planirana vnaprej	0 %	3,77 %	4,33 %	4,23 %	4,38 %
Neki nepričakovan dogodek	0 %	3,14 %	2,78 %	2,58 %	2,08 %
Vladne/davčne politike/birokracija	2,99 %	7,12 %	8,46 %	11,01 %	2,82 %
Drugo delo ali poslovna priložnost	8,86 %	11,08 %	13,14 %	11,38 %	11,65 %
Osební razlogi	14,68 %	20,27 %	20,72 %	17,9 %	18,29 %
Finančni razlogi	14,95 %	13,3 %	7,88 %	10,15 %	9,49 %
Upokožitev	23,05 %	3,36 %	5,8 %	5,16 %	5,47 %
Podjetje ni bilo dobičkonosno	35,47 %	33,46 %	33,06 %	33,66 %	36,39 %

Iz podatkov je razvidno, da se rezultati v Sloveniji razlikujejo od povprečja primerjanih skupin držav. Tako v naši državi v zadnjem letu med vprašanimi ni nihče prenehal poslovati zaradi priložnosti za prodajo, zaradi tega, ker bi podjetniki vnaprej planirali opustitev poslovanja ali ker bi prišlo do nepričakovanih dogodkov. V primerjanih skupinah držav so ti deleži med 2 in 5 % razlogov za prenehanje poslovanja. Nedobičkonosnost podjetja je bila najpogostejši razlog tako v Sloveniji (35,5 %) kot tudi v primerjanih skupinah držav. Drugi najpogostejši razlog je bila v Sloveniji upokojitev (23,1 %), v primerjanih skupinah držav pa je bil to bistveno manj pogost razlog za prenehanje poslovanja. Tema dvema razlogoma v Sloveniji sledijo finančni (14,9 %) in osebni (14,7 %) razlogi. Finančni razlogi so v Sloveniji nad povprečjem vseh primerjanih skupin držav, osebni razlogi pa so pod tem povprečjem.

Irska



Število prebivalcev:
4,6 milijona (2014)



BDP:
246,4 milijarde USD (PPP 2014)



BDP na prebivalca:
53.462 USD (PPP 2014)



Indeks TEA:
6,5 % (2014), 9,3 % (2015)



Prispevek MSP k BDP:
48 %

Spodbujanje ženskega podjetništva

Irska vlada je razvila številne programe za podporo podjetnicam pri zagonu in rasti podjetja. Programi, ki med drugim vsebujejo specifične finančne produkte za podjetnice in ukrepe za okrepljeno mreženje podjetnic, so že začeli dajati vidne rezultate.

Prvo poročilo GEM za Irsko iz leta 2001 je razkrilo, da so moški kar dvakrat bolj angažirani pri nastajanju novih podjetij kot ženske. To je bil pomemben signal za irsko vlado, še posebej za Oddelek za enakost spolov na Ministrstvu za pravo in enakost ter Oddelek za podjetništvo in zaposlovanje, ki sta svojim razvojnim agencijam naložila, da začnejo izvajati pozitivno diskriminacijo podjetnic pri dostopu do različnih podpornih programov. Poročilo Foruma malih podjetij je leta 2004 priporočilo irski vladi, da sprejme nacionalno podjetniško politiko, s pomočjo katere bi lahko izkoristili latentni podjetniški potencial žensk. To se je odrazilo v pripravi in izvedbi naslednjih ključnih programov:

- *Vzpostavitev ženskih podjetniških mrež.* Ena od ugotovitev GEM je opozorila na potrebo po več mreženja med ženskimi, saj je pokazala, da ženske niso tako močno povezane v različne podjetniške mreže, kot to velja za njihove moške kolege. Zato so razvojne agencije usmerile energijo v vzpostavitev posebnih ženskih podjetniških mrež.
- *Ženski podjetniški dan.* Nadalje je raziskava GEM razkrila, da podjetnice manj zaupajo svojim sposobnostim za zagon in vodenje podjetja, so manj pozorne na podjetniške priložnosti, manj povezane v podjetniške mreže kot njihovi moški kolegi in imajo manjše aspiracije po rasti. Da bi se spopadli s temi izzivi in našli ustrezne rešitve, so začeli organizirati vsakoletni dogodek, imenovan Ženski podjetniški dan.
- *Spodbujanje rasti ženskih podjetij.* Raziskava GEM je nakazala tudi na pomanjkanje podjetnic z velikimi ambicijami po rasti, ki bi lahko pomembno prispevale k razvoju podjetniškega sektorja na lokalni in nacionalni ravni. Da bi rešili ta problem, so razvili poseben program »Going for Growth« za spodbujanje inovativnih, ambicioznih in v globalno rast usmerjenih podjetnic. Program je pridobil podporo Evropskega socialnega sklada 2007–2016. Doslej so izvedli sedem krogov programa, v katerem je sodelovalo več kot 400 podjetnic. Rezultati so zelo spodbudni, saj je na primer skupina v zadnji krog programa vključenih podjetnic z njegovo pomočjo bistveno dvignila svoje podjetniške aspiracije po rasti. Med šestmesečnim izvajanjem programa je 82 % podjetnic beležilo 30-odstotno povečanje prodaje, skupaj pa je njihova prodaja znašala 51,5 milijona evrov. Udeleženke programa so beležile tudi rast zaposlenih za 13 %, v skupini podjetnic pa se je delež izvoznice povečal za 25 %. V letu 2015 je bil program uvrščen v finale izbora European Enterprise Promotion Awards.
- *Posebna enota za žensko podjetništvo v Enterprise Ireland.* Potreba po vzpostavitvi in izvajanju posebnih programov za podjetnice je spodbudila nastanek posebne enote za žensko podjetništvo v okviru glavne irske razvojne agencije Enterprise Ireland. Enota je bila ustanovljena leta 2012, njen cilj pa je podvojitev deleža podjetnic, ki jih podpira agencija, in to podjetnic v zgodnjih fazah podjetništva, ki so zelo ambiciozne in usmerjene v globalno rast (v letu 2012 je bil njihov delež med podprtimi projekti agencije le 7-odstoten). Leta 2014 so zaznali pozitivne rezultate, saj se je delež podprtih projektov, ki jih vodijo ženske, povečal na 18 %, kar je bilo več kot podvojitev deleža iz leta 2012.

Vse navedene akcije so prispevale k zmanjšanju razkoraka med zgodnjimi podjetniškimi aktivnostmi moških in žensk. Na Irskem že razmišljajo o novih možnostih za krepitev ženskega podjetništva. Vidiijo jih predvsem v uvedbi posebnih davčnih olajšav, povečanju sredstev za financiranje podjetij, okrepljeni promociji mrež ženskih poslovnih angelov, podaljšanju porodniškega dopusta ob rojstvu otroka in spodbudah za pomoč pri varstvu otrok.

5 Demografske značilnosti slovenskega podjetništva

Ena ključnih prednosti raziskave GEM je njena obravnava na individualni ravni. Ta omogoča pregled najpomembnejših demografskih značilnosti obravnavanih podjetnikov. Na ta način lahko ocenimo stopnjo vključenosti v podjetniško aktivnost glede na izbrani demografski dejavnik, na primer starost, spol, izobrazbo, dohodkovno raven ipd. Obravnava, ki sledi v nadaljevanju, prispeva k zaznavanju in prepoznavanju številnih vrzeli v podjetniški aktivnosti obravnavanih skupin. Te informacije predstavljajo pomoč oblikovalcem vladnih politik pri oblikovanju učinkovitih ukrepov za doseganje intenzivnejšega in produktivnejšega podjetniškega udejstvovanja identificiranih skupin.

5.1 STAROST

Vzorci podjetniške aktivnosti po posameznih starostnih skupinah so relativno homogeni povsod po svetu. Praviloma beležimo najnižje stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti v starostni skupini od 18 do 24 let, najvišje pa v starosti od 25 do 34 let, nato začne podjetniška aktivnost s starostjo upadati. Primerjava starostnih skupin podjetnikov po različnih kriterijih kaže, da se med seboj precej razlikujejo. Mnogo mladih podjetnikov posluje v visokokonkurenčnih panogah z nizkimi vstopnimi ovirami na globalnih trgih. Mladim seveda manjka zlasti finančnih virov, kar je tudi najpogostejše omenjena ovira za uresničevanje ambicioznejših oblik k rasti usmerjene podjetniške aktivnosti (OECD/EC 2012a). Van Praag (2003) ugotavlja tudi, da so stopnje preživetja podjetij, ki jih vodijo mladi podjetniki, nižje. Po drugi strani pa izsledki raziskav kažejo, da tista podjetja, ki preživijo in jih vodijo mladi, pogosto izkazujejo višji potencial za rast v primerjavi s podjetji starejših posameznikov. Med podjetji, ki preživijo vsaj tri leta in so jih vodili podjetniki, mlajši od 30 let, so raziskovalci zabeležili kar 206-odstotno povprečno rast njihovih podjetij – skoraj za polovico večjo od stopenj rasti podjetij, ki so jih vodili podjetniki, stari 40 let in več (114 %) (Eurostat 2006). Eurostat (2006) navaja tudi podatek o tem, da starejši podjetniki pogostejše delujejo v tako imenovanih hobi podjetjih z nizko

dodano vrednostjo (OECD/EC 2012b), kar jim prav tako onemogoča uresničevati ambicioznejše podjetniške rezultate. Takšna razlaga nas vodi k sklepu, da so mlajši podjetniki skupina, ki je sicer bolj tvegana, vendar vodi k višjim dosežkom. Mladi in starejši predstavljajo na trgu delovne sile dve izmed najpogostejše izpostavljenih ranljivejših skupin populacije. Prav zaradi tega so z vidika podjetniškega udejstvovanja deležni precej pozornosti v ukrepih tako imenovanega vključujočega podjetništva (ang. *inclusive entrepreneurship*). OECD že vrsto let pripravlja rezultate in predloge za oblikovanje ustreznih vladnih politik vključujočega podjetništva, med drugim tudi na podlagi podatkov GEM (OECD/EU 2013, 2014, 2015).

Podrobnejši vpogled v zgodnjo podjetniško aktivnost po starostnih skupinah kaže, da pričakovano ostaja najaktivnejša starostna skupina mladih v starostnem obdobju od 25 do 34 let. Medtem ko delež najaktivnejše skupine ostaja približno nespremenjen v vseh skupinah proučevanih držav (države GEM, inovacijska gospodarstva, evropske države in države Evropske unije), se je v zadnjem letu v Sloveniji njihov delež izjemno povečal (s 33,76 % na 42,03 %; *tabela 5.1*). Gre torej za izrazito naraščajoč trend, saj spremljamo porast deleža te skupine mladih že tretje leto zapovrstjo. Ta vrednost tudi bistveno presega delež te starostne skupine v primerjanih skupinah držav. Da bi lahko podali oprijemljivejšo razlago tega pojava, je seveda potrebna dodatna poglobljena analiza te starostne skupine. Podatek namreč ni nujno spodbuden. Stopnja brezposelnih mladih ostaja, podobno kot drugod v Evropi, na visoki ravni (23,8 %) in eden vse pogostejših razlogov za odjavo mladih iz evidence brezposelnih na ZRSZ je samozaposlitev. Mladi se vse pogostejše odpravljajo na podjetniško pot, ob tem pa so pogosto slabo izobraženi o osnovah podjetništva (Cerovšek in Lukič 2013).

V Sloveniji je bilo v letu 2015 (*tabela 5.1*) mogoče zaslediti nadaljnje upadanje deleža nastajajočih in novih podjetij v najmlajši starostni skupini, od 18 do 24 let (s 7,32 % na 5,49 %). Če smo bili še leta 2013 v tej starostni skupini primerljivi s primerjanimi skupinami proučevanih držav, sedaj ugotavljamo, da postaja razkorak vse večji. Gre za starostno skupino, ki zgodnjo podjetniško aktivnost odraža že zelo zgodaj, največkrat kar po zaključku srednješolskega in poklicnega izobraževanja. Kontinuiran padec te starostne skupine je po eni strani mogoče razlagati z aktivnejšim vključevanjem mladih v terciarne izobraževalne programe, delno pa lahko zmanjšanje pripišemo demografskim spremembam – generacije mladih se zmanjšujejo. Zaradi manjših zaposlitvenih možnosti mladi podaljšujejo čas študija, ko lahko še opravljajo študentsko delo, ter tako odlagajo dokončen vstop na trg dela. Mladi, ki so že na trgu dela, pa so pogosto zaposleni prek prožnih oblik zaposlovanja (Spruk 2013, 7). Drugi vidik razlage temelji na presoji srednješolskega izobraževalnega sistema, ki še vedno naredi bistveno premalo za to, da bi mlade opolnomočili in karierno usmerili k prevzemanju lastne iniciative v procesu zaposlovanja.

V letu 2015 smo opazili tudi znaten upad zgodnje podjetniške aktivnosti starostne skupine od 55 do 64 let, delež katere se je v primerjavi z letom poprej skoraj prepolovil (s 13,76 % na 7,36 %). Glede na dejstvo, da se bo zaradi prihodnjih demografskih gibanj število starejših v strukturi prebivalstva še naprej povečevalo (do leta 2060 bo delež ljudi, starih 65 in več, že 31,6 %, tako da bodo predstavljali skoraj tretjino prebivalstva (Spruk 2013, 6)), je še zlasti pomembno, da tej starostni skupini namenimo posebno pozornost. Nikakor ne gre spregledati priložnosti za intenzivnejše oblikovanje programov vseživljenjskega učenja in neformalnih oblik usposabljanja, ki bi tej specifični skupini lahko pomagali k smelejšemu podjetniškemu angažmaju.

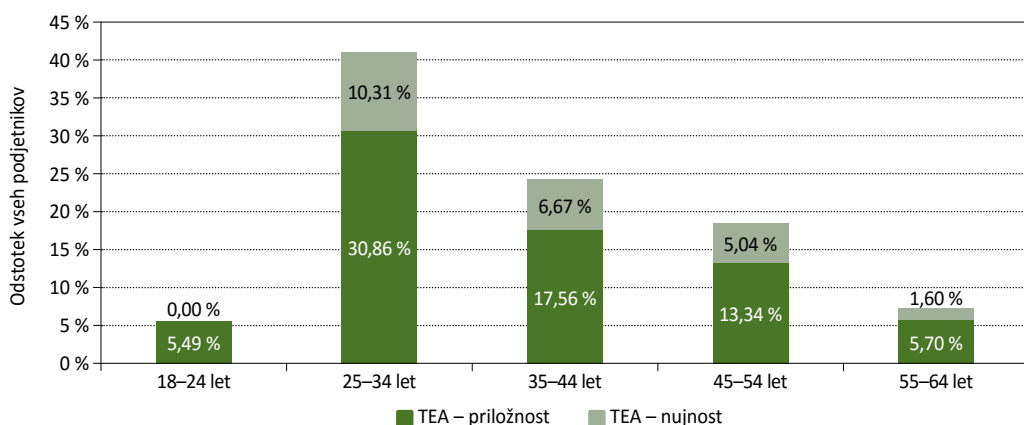
Tabela 5.1: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2015, APS

Starost podjetnikov	Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov*				
	Slovenija	GEM	inovacijska gospodarstva	evropske države	Evropska unija
18–24 let	5,49	15,17	11,17	11,78	11,98
25–34 let	42,03	30,67	27,65	29,14	29,09
35–44 let	25,88	26,13	26,86	27,77	27,64
45–54 let	19,23	18,82	22,65	21,08	20,56
55–64 let	7,36	9,55	12,13	10,73	10,73

* Izračunana so netehtana povprečja.

Da bi zagotovili dodaten vpogled v značilnosti zgodnje podjetniške aktivnosti po starostnih razredih v odvisnosti od motivacije za podjetniško udejstvovanje, na *sliki 5.1* prikazujemo zgodnjo podjetniško aktivnost zaradi priložnosti in zaradi nuje po starostnih razredih. Spodbuden je podatek, da je v najmlajši starostni skupini (od 18 do 24 let) celotna zgodnja podjetniška aktivnost motivirana z zaznano podjetniško priložnostjo. Najmlajši se torej na podjetniško pot ne podajajo iz nuje, pač pa zaradi zaznanega potenciala za uresničitev podjetniških idej. V vseh drugih starostnih skupinah zasledimo oba motiva, vendar v vseh obravnavanih primerih prevladuje podjetništvo, gnano z zaznano priložnostjo. Na *sliki 5.1* se pri seštevku TEA – nužnost in TEA – priložnost za posamezno starostno skupino pojavi razhajanje v primerjavi s podatki v *tabeli 5.1*. Nekateri zgodnji podjetniki se namreč niso mogli opredeliti za en sam motiv, zato so na *sliki 5.1* izključeni iz prikaza (gre za skupno razliko 3,43 %).

Slika 5.1: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in zaradi nuje po starostnih razredih

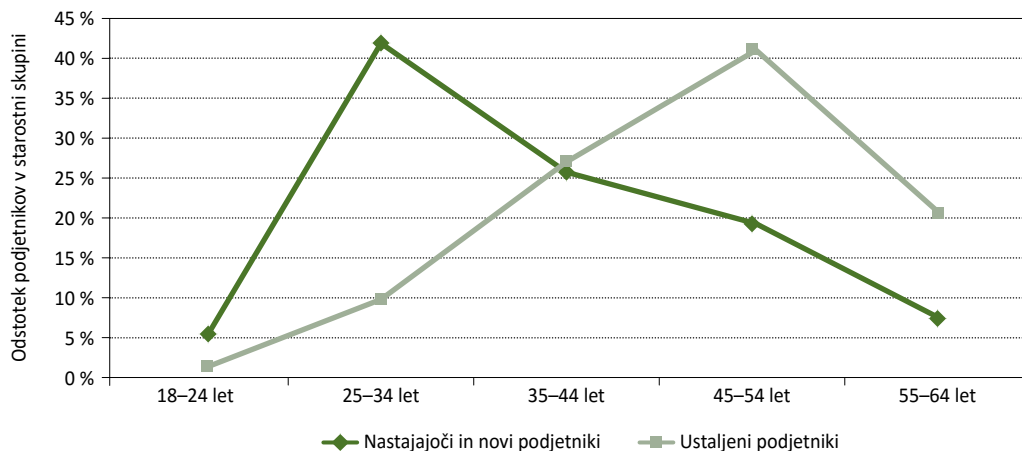


GEM Slovenija 2015, APS

Medtem ko ostaja strukturna zastopanost zgodnje podjetniške aktivnosti po starostnih skupinah v Sloveniji enaka kot leto poprej, je med ustaljenimi podjetniki opazen premik. Najaktivnejša med ustaljenimi podjetniki je bila v letu 2015 starostna skupina podjetnikov med 45. in 54. letom starosti. Leto pred tem so bili najaktivnejši zgodnji podjetniki stari od 35

do 44 let. Primerjava mladih (do 34 let) in starejših (nad 35 let) ustaljenih podjetnikov kaže, da je slednjih kar 78,95 %. Med ustaljenimi podjetniki tako mladi zavzamejo 21,05-odstotni delež, kar je več kot v kateri koli drugi proučevani skupini držav (tabel 5.2). Po podatkih OECD/EU (2015) za obdobje 2009–2013 (izračunanih na podlagi podatkov GEM) beležijo največ ustaljene podjetniške aktivnosti mladih (do 30 let) Latvija, Slovaška in Grčija, najmanj pa Danska, Luksemburg in Francija. Največjo vrzel med ustaljeno podjetniško aktivnostjo mladih in starejšo populacijo podjetnikov, v relativnem smislu, so imele Danska, Velika Britanija in Švedska (OECD/EU 2015, 56–57).

Slika 5.2: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost



GEM Slovenija 2015, APS

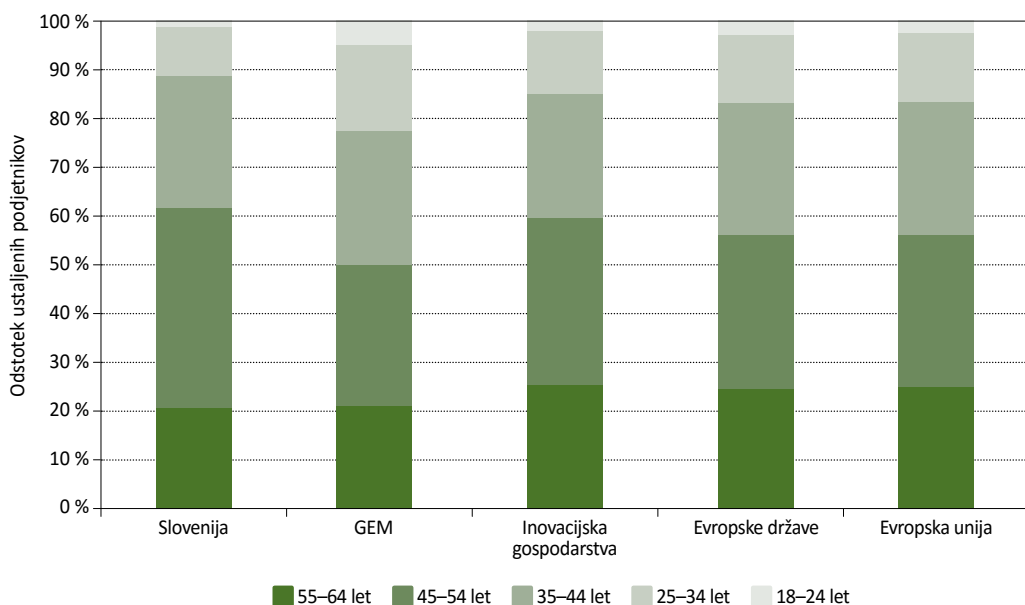
Med ustaljenimi podjetniki ugotavljamo največje odstopanje v primerjavi s proučevanimi skupinami držav v starostni skupini od 45 do 54 let (41,19 %). Premik v primerjavi s preteklimi leti govori v prid tezi, da se Slovenija intenzivno sooča s problematiko starajoče podjetniške strukture. Ena nedavnih raziskav družinskega podjetništva (Antončič et al. 2015) izpostavlja, da je večina podjetij v Sloveniji (do 83 %) družinsko vodenih in predvsem majhnih, z manj kot 50 zaposlenimi (95 %). Ta družinska podjetja posamično običajno ustvarjajo letne prihodke v višini do 4 mio EUR ali manj (87 %), delujejo že več kot 20 let (74 %), vodi pa jih prva (58 %) ali druga (37 %) generacija lastnikov. Podatki so torej zelo skladni z deležem najbolj podjetniško aktivne starostne skupine med slovenskimi ustaljenimi podjetniki. Raziskava tudi ugotavlja, da so družinska podjetja gonilna sila gospodarstva, saj ustvarijo kar 69 % celotne prodaje. Spodbuden je podatek, da se lastniki družinskih podjetij očitno zavedajo potrebe po načrtovanju nasledstva, saj jih je kar 82 % potrdilo, da načrtujejo prenos podjetja na novo generacijo. Ključni elementi uspešnega prenosa družinskega podjetja na naslednjo generacijo so ocena zmožnosti, zgođen začetek, zagotavljanje kontinuitete ter pošteno in enakopravno obravnavanje posameznikov (Antončič et al. 2015).

Tabela 5.2: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2015, APS

Starost podjetnikov	Odstotek ustaljenih podjetnikov*				
	Slovenija	GEM	inovacijska gospodarstva	evropske države	Evropska unija
18–24 let	1,26	4,97	1,78	2,69	2,44
25–34 let	19,79	17,71	13,24	14,07	13,99
35–44 let	27,14	27,40	25,67	26,97	27,19
45–54 let	41,19	29,02	34,43	31,98	31,69
55–64 let	20,62	21,15	25,43	24,52	24,80

*Izračunana so netehtana povprečja.

Slika 5.3: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav



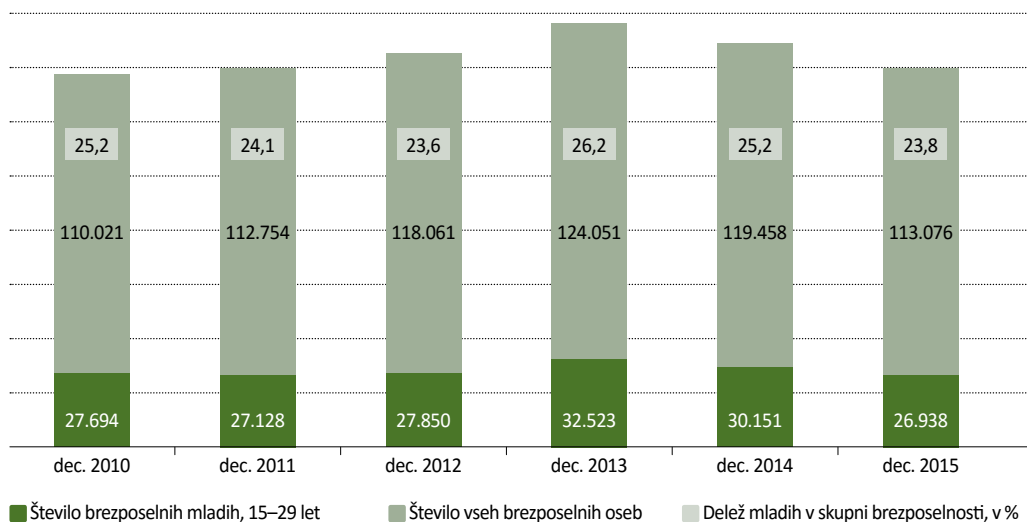
GEM Slovenija 2015, APS

Slika 5.3 je nazornejši prikaz ustaljenega podjetništva po starostnih skupinah, ki pravzaprav odraža precej usklajeno strukturo po proučevanih skupinah držav. Izpostavili smo že, da Slovenija izkazuje odstopanje v deležu ustaljenih podjetnikov v starostni skupini od 45 do 54 let. Majhen delež mladih ustaljenih podjetnikov v vseh proučevanih skupinah držav je seveda pričakovan. Mladi najpogosteje vstopajo na trg delovne sile prek običajnejših oblik zaposlovanja za določen in nedoločen čas pri delodajalcih, za samostojno podjetniško pot pa se odločajo kasneje, ko že pridobijo nekatera ključna znanja in veščine, ki jim lahko omogočijo višjo stopnjo preživetja in uspešnosti na lastni podjetniški poti.

5.2 PODJETNIŠTVO IN MLADI

Ker podjetniška aktivnost predstavlja tudi enega izmed izhodov mladih iz brezposelnosti, moramo najprej na kratko osvetliti trenutno stanje mlade generacije na trgu dela. Tisti, ki se danes še izobražujejo, izobraževanje končujejo in vstopajo na trg dela, ter mladi, ki so brezposelni, so izjemno pomemben del ponudbe trga dela. Omenili smo že, da se Slovenija sooča z izrazito negativnimi demografskimi trendi, med drugim z zmanjševanjem deleža mladih v celotnem prebivalstvu. Če je bil delež mladih v prebivalstvu na prvi dan leta 2008 še 20 %, je na prvi dan leta 2015 znašal le še 16,3 % (ZRSZ 2015). Premajhno povpraševanje na trgu dela bi lahko imelo za posledico izgubljanje potenciala mladih, ki se manifestira še zlasti v njihovih pogostih epizodah brezposelnosti, prekernih zaposlitvah na delih, ki so pod ravniyo stopnje in vrste dosežene izobrazbe posameznika, odhajanje v tujino (beg znanja), umikanje s trga dela zaradi neuspešnega iskanja zaposlitve in podobno (Spruk 2013). Spodbuden je podatek, da je delež brezposelnih mladih v starostni skupini od 15 do 29 let v letu 2015 upadel na najnižjo raven v proučevanem šestletnem obdobju. Decembra 2015 (slika 5.4) smo beležili 26.938 brezposelnih mladih, katerih delež v skupni brezposelnosti se je prav tako zmanjšal na 23,8 %, kar je z izjemo leta 2012 najnižja raven v zadnjih šestih letih.

Slika 5.4: Število in delež mladih v registrirani brezposelnosti



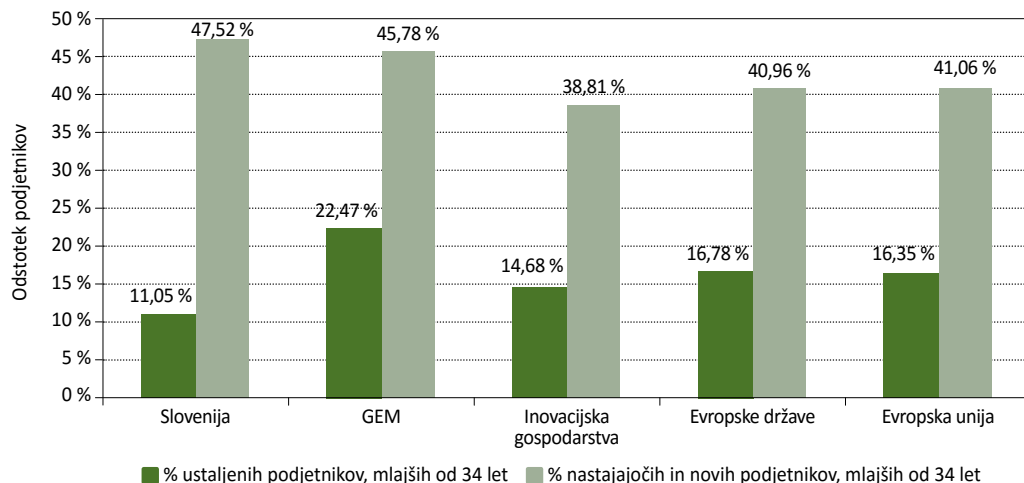
Vir: ZRSZ 2016.

Kljub spodbudnemu podatku o padanju deleža in skupnega števila brezposelnih mladih pa je zaskrbljujoč podatek, da je relativno visok delež mlajših dolgotrajno brezposelnih. Med osebami, starimi od 20 do 24 let, je dolgotrajno brezposelnih že več kot tretjina, med tistimi, ki so stari od 25 do 29 let, pa že skoraj 40 %. Ob upoštevanju dejstva, da je pred temi ljudmi še večina delovne kariere, in demografskih trendov, ki bodo dolgoročno vplivali na primanjkljaj delovne sile, bi morali v Sloveniji čim prej aktivirati dolgotrajno brezposelne. Poleg sredstev, ki jih država vložijo v njihovo izobraževanje, so te osebe pogosto odvisne tudi od socialne pomoči, kar je za državo dodaten strošek, da ne omenjamo negativnih socialnih in zdravstvenih

posledic za celotno družbo. Aktivnosti za zaposlovanje mladih in zmanjševanje mladinske brezposelnosti so ena izmed najvišjih prioritet EU v skupni evropski strategiji zaposlovanja, k uresničevanju katere so zavezane vse članice EU (ZRSZ 2015). Ob že utečenih instrumentih, kot je na primer Jamstvo za mlade (*Youth Guarantee*), bi bilo treba okrepiti tudi ukrepe na področju spodbujanja podjetniške aktivnosti mladih. Ocena politik in programov za vključujoče podjetništvo v Sloveniji (OECD/EC 2015), ki so ga pripravili sodelavci Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij skupaj z OECD, izpostavlja nekaj ključnih vrzeli v obstoječi ponudbi. Okrepiti bi bilo treba ponudbo podjetniškega usposabljanja za manj izobražene brezposelne osebe, ki zgodaj opustijo šolanje in predstavljajo glavnino med brezposelnimi. Študija je izpostavila tudi odsotnost finančne podpore, ki bi brezposelnim pomagala v fazi ustanovitve podjetij. Ob ukinitvi programa Subvencije za samozaposlitev konec leta 2014 je namreč treba razmisliti o alternativnih oblikah take pomoči, ki ne bo samo finančna, ampak tudi strokovna in mentorska.

Na *sliki 5.5* prikazujemo odstotek nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let. V letu 2015 je opazen znaten porast zgodnje podjetniške aktivnosti mladih v Sloveniji (z 41,08 % na 47,52 %), kar je najvišji delež v primerjavi s proučevanimi skupinami držav. Ravno obratno pa je razmerje v skupini ustaljenih mladih podjetnikov. Teh je v Sloveniji z 11,05 % najmanj v primerjavi s proučevanimi skupinami držav, opazen pa je tudi precejšen upad mladih ustaljenih podjetnikov v primerjavi z letom 2014 (z 18,34 % na 11,05 %). Primerjava na ravni proučevanih skupin držav z letom poprej kaže, da ostajajo deleži mladih podjetnikov v obeh proučevanih skupinah v vseh sodelujočih državah GEM tako rekoč enaki, v vseh proučevanih skupinah držav (inovacijska gospodarstva, evropske države in države Evropske unije) pa je prisoten upad deleža zgodnje podjetniške aktivnosti mladih, delež ustaljenih mladih podjetnikov pa ostaja približno enak.

Slika 5.5: Odstotek nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let

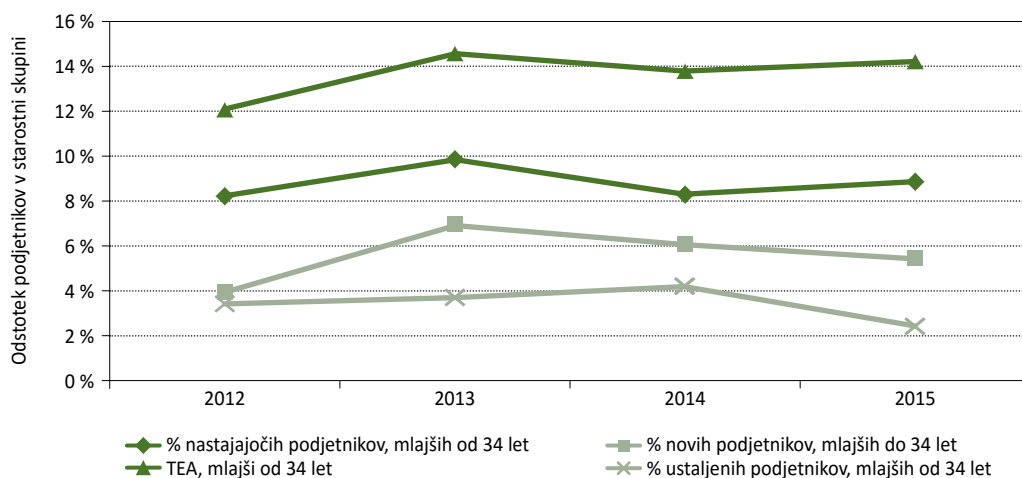


GEM Slovenija 2015, APS

Naslednji prikaz (*slika 5.6*) je pregled podjetniške aktivnosti mlajših od 34 let v zadnjih štirih letih. Na sliki ločeno prikazujemo njihovo nastajajočo, novo in ustaljeno podjetniško aktivnost.

Pregled zadnjih štirih let kaže na upad novih in ustaljenih mladih podjetnikov. Spodbuden je porast deleža nastajajočih podjetnikov, ki pa tudi v letu 2015 še ni dosegel ravni iz leta 2013, ko je znašal 9,9 %. Zlasti za skupino mlajših posameznikov ima v teh najzgodnejših fazah ustanavljanja podjetja in razvoja podjetniške ideje pomembno vlogo primerno razvit start-up podjetniški ekosistem. Start-up podjetja se namreč za svoj uspešen razvoj povezujejo z različnimi zasebnimi in javnimi deležniki start-up ekosistema, ki jim lahko pomagajo pri razvoju produkta, financiranju zagona in rasti podjetja, pri razvoju trga oziroma jim zagotavljajo druge potrebne vire ali pogoje za razvoj podjetja. V zgodnjih fazah ne moremo govoriti o visokih prihodkih, dobičkonosnosti oziroma dodani vrednosti, ki pa so seveda dolgoročen cilj vsakega start-up podjetja. Žal veliko podjetniških ekip v fazi razvoja start-upa ne uspe najti pravih odgovorov na izzive in zato raje opustijo nadaljevanje razvoja podjetniške ideje (Rus v Rebernik in Širec 2016).

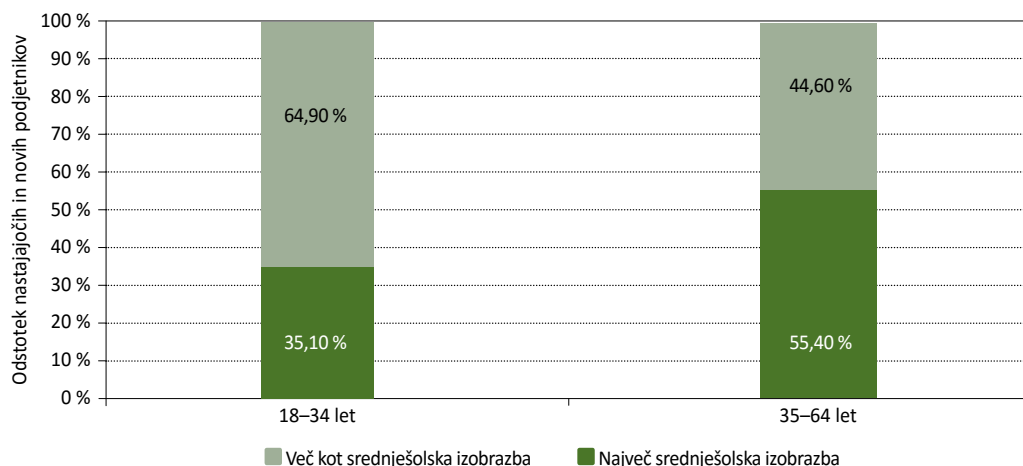
Slika 5.6: Podjetniška aktivnost nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let



GEM Slovenija 2015, APS

Posamezniki z višjo izobrazbo in več delovnih izkušenj imajo na splošno več znanja in sposobnosti, potrebnih za ustanavljanje in vodenje rastočih podjetij. Dosedanje empirične raziskave na tem področju so proučevale, kako sposobnosti in izkušnje vplivajo na nagnjenost posameznika, da se vključi v podjetništvo (Bates 1995; Davidsson in Honig 2003), izstopijo ali vztrajajo kot podjetniki (Bates 1990), udeležujejo rastoče strategije svojih podjetij (Colombo in Grilli 2005; Wiklund in Shepherd 2003) ipd. Na *sliki 5.7* je prikazana izobrazbena raven zgodnje podjetniške aktivnosti mladih podjetnikov v Sloveniji. V starostni skupini mlajših od 34 let jih ima kar 64,9 % več kot srednješolsko izobrazbo. Precej nižji je ta odstotek v starostni skupini zgodnjih podjetnikov, starejših od 35 let (samo 44,6 %). Glede na uvodoma izpostavljene izsledke dosedanjih raziskav je podatek seveda spodbuden. Pričakujemo namreč lahko, da se bodo višje izobraženi mladi podajali na pot zahtevnejših podjetniških podvigov, še zlasti inovacijsko gnanih podjetij s potencialom za globalno rast.

Slika 5.7: Izobrazbena raven nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih skupinah od 18 do 34 let in od 35 do 64 let



GEM Slovenija 2015, APS

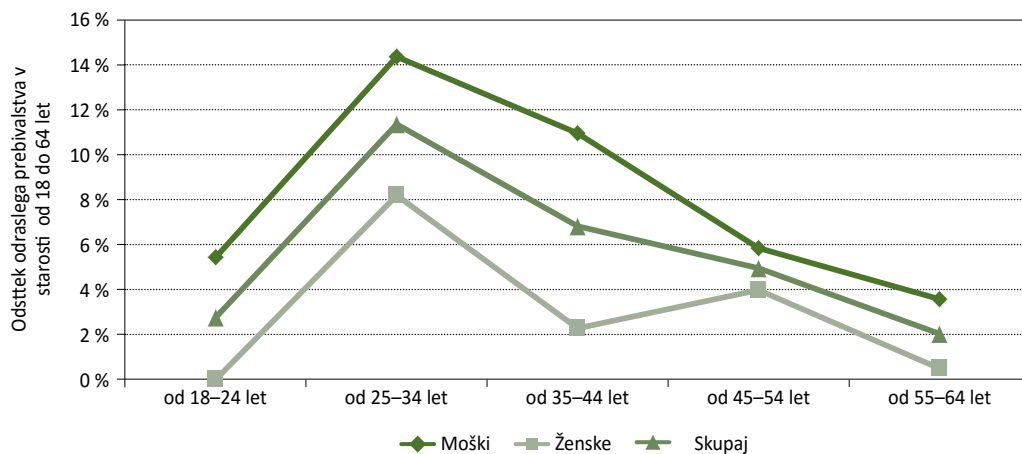
Seveda je za udejanjanje zahtevnejših oblik podjetniške aktivnosti treba razviti in ponuditi programe, ki bodo takšne oblike podjetništva najprej omogočale in tudi podpirale. Najpomembnejša je seveda identifikacija zelo ambicioznih posameznikov, h katerim je v naslednjem koraku smiselno usmeriti programe in podporo. V to skupino spodbud sodijo zlasti mentorski programi in podporne mreže, finančne spodbude, izobraževalni programi ipd., ki jih v Sloveniji pravzaprav ni malo. Pregled nekaterih programov, namenjenih start-upom, je mogoče najti v najnovejši študiji Slovenskega podjetniškega observatorija 2015 (Rebernik in Širec 2016).

5.3 SPOL

Po podatkih posebnega poročila GEM (*Women's Special Report 2014*) je bilo leta 2014 v 83 državah, ki so sodelovale v raziskavi GEM, več kot 200 milijonov podjetnic v nastajajočih in novih podjetjih. Tem je treba prišteti še 128 milijonov podjetnic, ki vodijo že ustaljena podjetja. Ženske podjetnice so v primerjavi z letom 2012 zmanjšale razliko med spoloma za 6 % in bistveno prispevajo h gospodarski rasti, spodbujeni z njihovo podjetniško aktivnostjo. Podjetniška aktivnost žensk se je v zadnjih dveh letih v povprečju povečala za kar 7 % v kar 61 nacionalnih gospodarstvih (Kelley et al. 2015).

Podatki za Slovenijo tudi v letu 2015 kažejo, da je najpogostejša starost zgodaj podjetniško aktivnih podjetnic in podjetnikov med 25. in 34. letom. Porazdelitev med spoloma je po posameznih starostnih skupinah precej usklajena, izjema so podjetnice, stare od 45 do 54 let, ki so bile v letu 2015 druga najmočnejše zastopana starostna skupina. V preostalih starostnih skupinah ni zaznati bistvenih odstopanj. Da sodi Slovenija v eno izmed držav z najbolj izenačenim položajem med spoloma, kažejo tudi nedavni rezultati Svetovnega gospodarskega foruma (WEF 2015), ki v letnem poročilu o globalni vrzeli med spoloma (*The Global Gender Gap Report 2015*) primerja države po tem, kje ženske pogosteje polno sodelujejo v političnem in gospodarskem življenju ter uživajo enak dostop do izobraževanja in skrbi za zdravje. Slovenija se uvršča na visoko 9. mesto med 145 državami.

Slika 5.8: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol



GEM Slovenija 2015, APS

V letu 2015 je po dveh letih spodbudne rasti žal znova zaznati padec deleža zgodnje podjetniške aktivnosti žensk (s 33,90 % na 27,90 %), kar je druga najslabša vrednost v zadnjih petih letih (*tabela 5.3*). Kljub spodbudnima dvema letoma v smeri izboljševanja izkoriščenosti podjetniškega potenciala žensk se je negativen trend v letu 2015 nadaljeval. Slovenija (*slika 5.9*) se je tako znova uvrstila na rep držav po vključenosti žensk v zgodnjo podjetniško aktivnost. Slabše so se uvrstile le še Tunizija (26,23 %), Egipt (24,92 %) in – zanimivo – Nizozemska (24,24 %). Med evropskimi državami je najvišji delež ženskega podjetništva beležila Grčija (44,15 %), kar pa jo v svetovnem merilu uvršča šele na 20. mesto na lestvici 60 sodelujočih držav v raziskavi GEM. Podatek jasno kaže, da so ženske v Evropi nasploš bistveno manj podjetniško aktivne v primerjavi z ženskami v drugih delih sveta. Najvišje uvrščene države po deležu zgodnje podjetniške aktivnosti žensk so Vietnam (57,19 %), Filipini (56,73 %) in Tajski (53,78 %). Med evropskimi državami naj omenimo še presenetljiv padec zgodnje podjetniške aktivnosti žensk v Švici, ki je vrsto let izkazovala več kot 50-odstotno zastopanost zgodaj podjetniško aktivnih žensk.

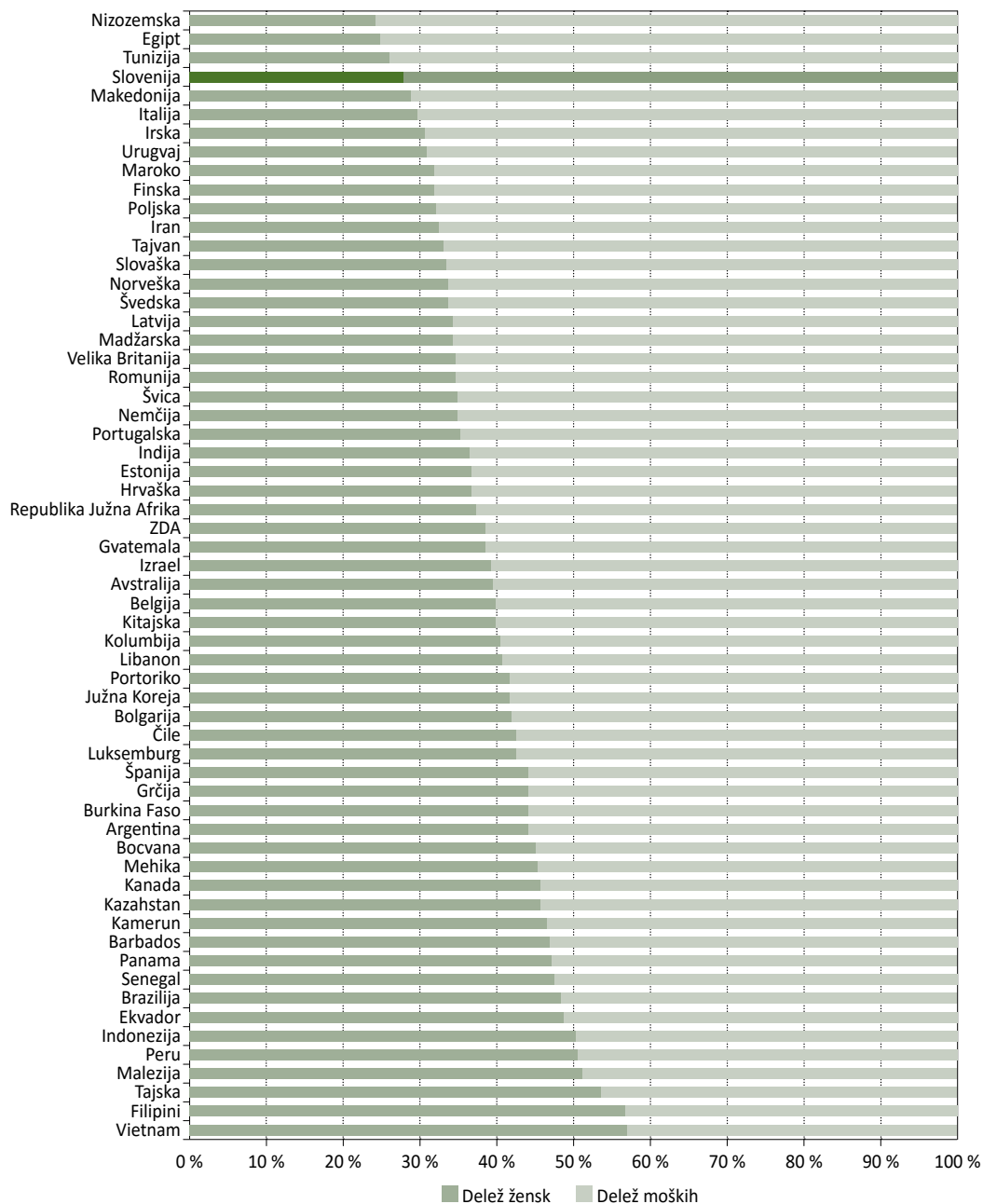
Zgodnja podjetniška aktivnosti žensk v Sloveniji v primerjavi s tisto v različnih skupinah proučevanih držav (*tabela 5.3*) kaže, da smo v letu 2015 zaostanek za povprečjem vseh proučevanih skupin držav le še povečali. Primerjava med skupinami držav za leto 2015 izkazuje nazadovanje vključenosti žensk ne le v Sloveniji, pač pa kar v vseh skupinah držav, kar vsaj nekoliko relativizira zaostanek Slovenije.

Tabela 5.3: Odstotek podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2011–2015, GEM Slovenija 2015, 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
2015	27,90	39,51	35,21	36,40	34,88
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
2015	26,73	35,47	33,86	33,70	33,40

Tudi delež ustaljenih podjetnic se je leta 2015 zmanjšal (z 29,55 % na 26,73 %; *tabela 5.3*), kar pomeni skoraj enako raven zastopanosti ustaljenih podjetnic, kot smo ji bili priča leta 2013. Manjši padec deleža ustaljenih podjetnic je opazen tudi v skupini vseh držav GEM in v skupini inovacijskih gospodarstev – kamor sodi tudi Slovenija. Evropske države skupaj in države Evropske unije pa izkazujejo premik v pozitivni smeri. Znova gre torej za jasen signal, da v Sloveniji premalo pozornosti namenjamo tej ranljivejši skupini in da je še kako treba razmisliti o ukrepih in programih za tako imenovano vključujoče podjetništvo in jih okrepiti. Ženske torej ostajajo neizkoriščen potencial v vseh fazah podjetniške aktivnosti.

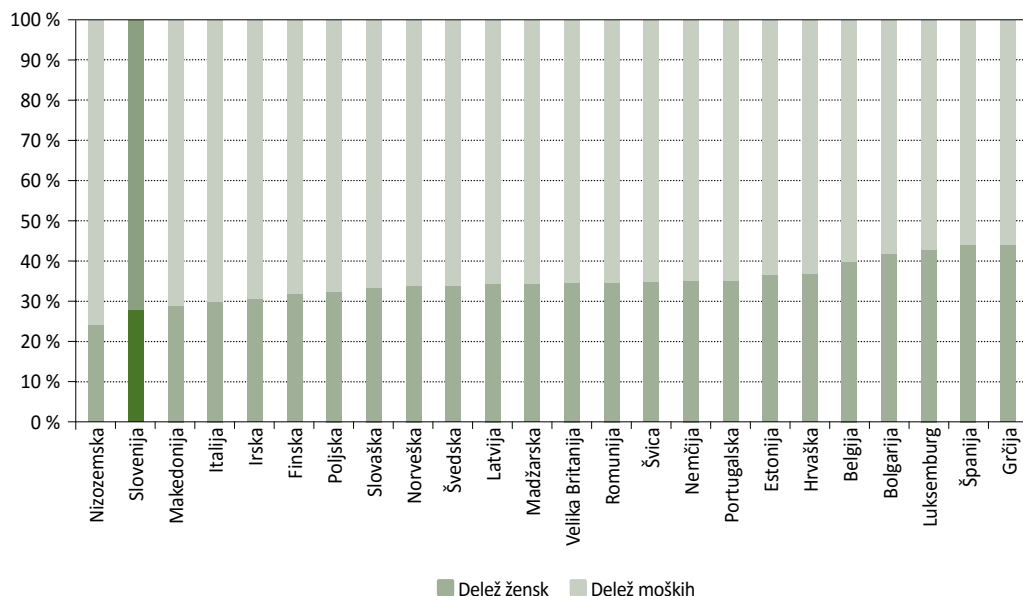
Slika 5.9: Zgodnja podjetniška aktivnost med ženskami in moškimi



GEM Slovenija 2015, APS

Primerjava zgodnje podjetniške aktivnosti med spoloma je za Evropo prikazana na *sliki 5.10*. Ob Grčiji je bilo največ žensk zgodaj podjetniško aktivnih, podobno kot leto prej, v Španiji, Luksemburgu, Bolgariji in Belgiji. Najmanjši delež novih in nastajajočih podjetnic so imele Nizozemska, Slovenija, Makedonija in Italija. Med 24 proučevanimi evropskimi državami je tako Slovenija zasedla predzadnje, 23. mesto.

Slika 5.10: Zgodnja podjetniška aktivnost med ženskami in moškimi v Evropi



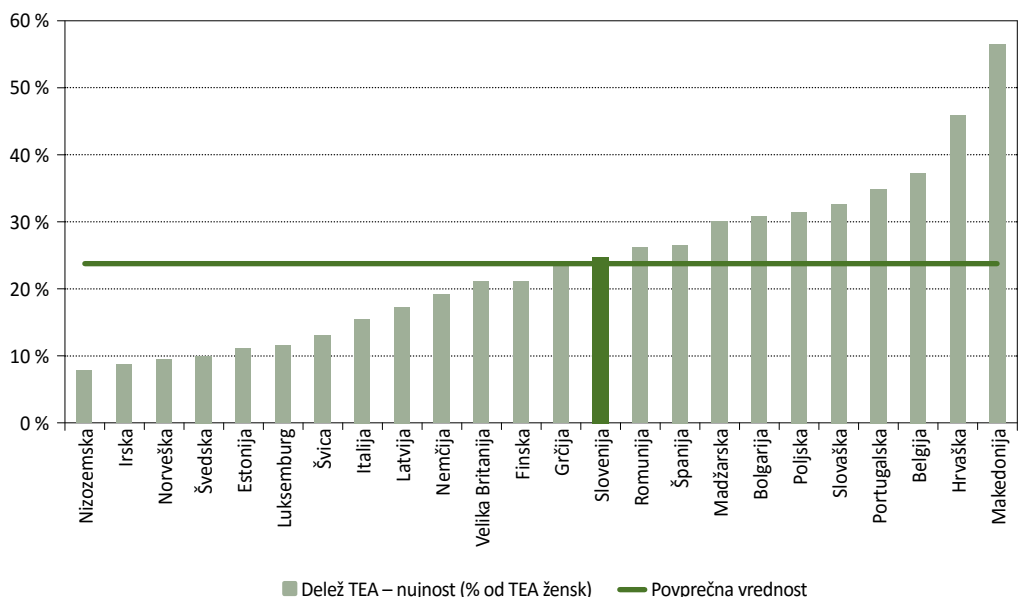
GEM Slovenija 2015, APS

Ker primerjava vključenosti žensk z letom poprej ne samo v Sloveniji, pač pa tudi v drugih evropskih državah nakazuje na precejšnje spremembe (še zlasti padec Švice in vzpon Grčije), v nadaljevanju prikazujemo delež prevladujočega motiva za vključevanje v podjetništvo zaradi nujnosti za evropske države.

V skladu s pričakovani razvitejša gospodarstva beležijo nižji delež podjetniške aktivnosti iz nuje. Na *sliki 5.11* so prikazani rezultati, ki nakazujejo izboljšanje situacije v primerjavi s podatki iz leta poprej. Povprečna vrednost podjetništva iz nuje se je v Evropi s 26,24 % zmanjšala na 23,75 %. Tudi za Slovenijo je opazen premik v pozitivni smeri. Če smo še v letu 2014 imeli kar 31,31 % zgodnje podjetniške aktivnosti žensk iz nuje, je ta vrednost v letu 2015 padla na 24,91 %. Sklenemo torej lahko, da se je hkrati s padcem zgodnje podjetniške aktivnosti žensk zmanjšal tudi delež podjetniške aktivnosti iz nuje, sočasno pa se je povečal delež zgodnje podjetniške aktivnosti žensk, povezan z zaznavanjem priložnosti (z 68,69 % v letu 2014 na 75,09 % v letu 2015). Slovenijo tako najdemo na 14. mestu lestvice proučevanih držav s 24,91-odstotnim deležem podjetniške aktivnosti žensk zaradi nuje, kar je le nekoliko nad evropskim povprečjem, ki znaša 23,75 %.

Podjetniški in intelektualni potencial žensk in njun prispevek k evropski konkurenčnosti ni izkoriščen (DG enterprise and industry/EC 2008). Ob nizki podjetniški aktivnosti razkriva primerjava intelektualnega kapitala med moškimi in ženskami na evropski ravni tudi nekatera zaskrbljujoča dejstva. Le 8,3 % patentov, ki jih podeljuje Evropski patentni urad, se podeljuje ženskam. Pri ocenah inovativnosti njihovega poslovanja so ocene žensk nižje od ocen moških (inovacija izdelka: 13,9 % žensk v primerjavi s 14,5 % moških, inovacije procesa: 4,1 % žensk v primerjavi s 7,8 % moških; inovativnost v organizaciji: 5,2 % žensk v primerjavi s 6,5 % moških; trženje inovacij: 9,1 % žensk v primerjavi s 10,45 % moških). Le 20,3 % podjetij v lasti žensk je začelo svoje poslovanje s tveganim kapitalom in le 5–15 % podjetij v lasti žensk posluje v visokotehnoloških panogah (DG enterprise and industry/EC 2008).

Slika 5.11: Zgodnja podjetniška aktivnost žensk zaradi nujnosti v Evropi



GEM Slovenija 2015, APS

Kljub omenjenim ugotovitvam raziskave naj poudarimo, da raziskovalci, ki so primerjali poslovno uspešnost podjetnikov in podjetnic, med njimi niso potrdili sistematičnih razlik (Du Rietz in Henrekson 2000). Ključ za razumevanje razlik med podjetji, ki jih vodijo moški oziroma ženske, je zato treba iskati drugod. Struktura panog, v katerih poslujejo podjetja, lahko delno osvetli razloge za razlike. Natančneje, panoga je tista, ki opredeljuje različne vstopne ovire, potrebno kapitalsko intenzivnost in ekonomija obsega, kar vse posledično vpliva na poslovna ravnanja in uspešnost. Ženske se tako soočajo z nekaterimi ovirami za vzpostavitev rastočih podjetij v panogah z višjo dodano vrednostjo. Takšne ovire so lahko gospodarske (npr. naložbe, potrebne za vzpostavitev poslovanja), pravne (npr. dovoljenja in uredbe) ali socialno-kognitivne narave (npr. ni običajno, da bi manikiro izvajal moški) (Roithmayr 2000).

5.4 IZOBRAZBA

Izobraževanje za podjetništvo v prvi vrsti pomeni razvoj določenih osebnostnih lastnosti oziroma kakovosti in ni nujno direktno povezano z vzpostavljanjem novih podjetij (EC 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 (EC 2013, 6).

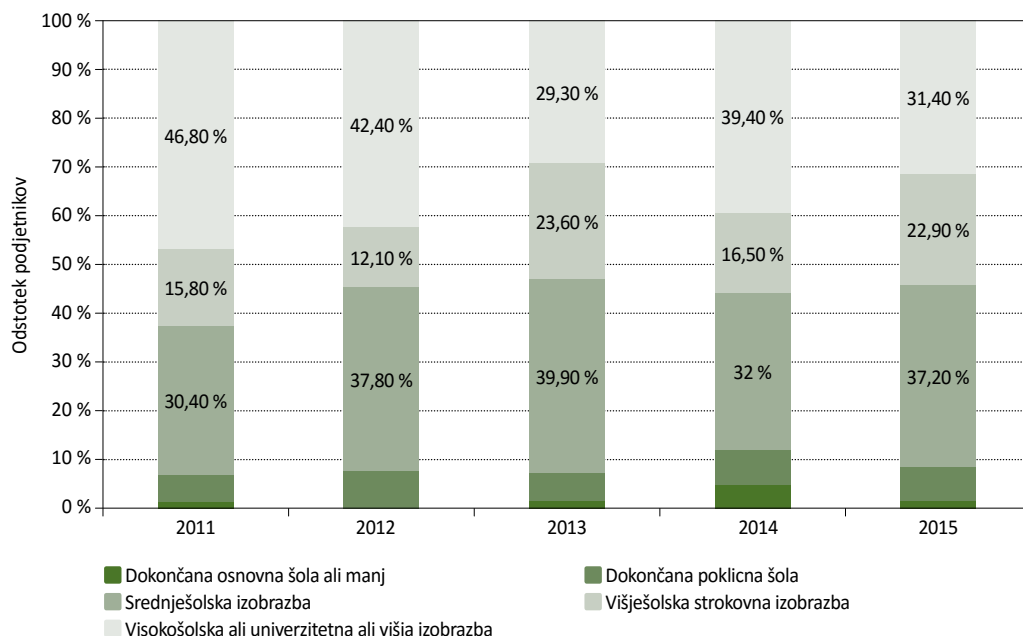
Viri podjetniškega izobraževanja in usposabljanja so različni. V okviru formalnega izobraževanja posameznik pridobiva podjetniška znanja v okviru učnega procesa na vseh treh stopnjah izobraževanja (osnovna šola, srednja šola, višja ali visoka šola in fakulteta). Neformalno izobraževanje se nanaša na vse druge oblike izobraževanja in usposabljanja, ki lahko potekajo v izobraževalnih ustanovah in tudi v okviru gospodarskih združenj ali državnih institucij. Levie

in Autio (2008) sta pokazala, da je podjetniško izobraževanje dober način za spodbujanje podjetništva, saj statistično značilno vpliva na podjetniško aktivnost. Bosma in sodelavci (2008) so pokazali, da imajo podjetniško izobraženi ljudje več podjetniških namer in interes za vključevanje v podjetniško aktivnost v primerjavi s tistimi, ki takega izobraževanja niso spoznali.

Tudi rezultati raziskave Tominčeve (2013) so pokazali, da se v podjetništvo v večji meri vključujejo ljudje, ki so bili vključeni v formalne in/ali neformalne oblike podjetniškega izobraževanja in usposabljanja. S tem so krepili samozaupanje v svoje znanje, veščine in spretnosti, ki so po njihovem mnenju pomembni za uspešno opravljanje podjetniškega poklica.

Delež najvišje izobraženih zgodaj podjetniško aktivnih posameznikov se je v letu 2015 ponovno zmanjšal (z 39,40 % na 31,40 %; *slika 5.12*). Posledično sta se seveda povečala deleža zgodaj podjetniško aktivnih z višješolsko strokovno (22,90 %) in srednješolsko izobrazbo (37,20 %). Slednji so bili v letu 2015 tudi najmočnejše zastopana skupina zgodnjih podjetnikov. Ker v Sloveniji ponovno izgubljam potencial najvišje izobraženih posameznikov z dokončano visokošolsko, univerzitetno ali višjo izobrazbo, seveda moramo ponovno poudariti, da gre za izgubo najperspektivnejše skupine, od katere si lahko obetamo udejanjanje najkakovostnejših podjetniških podvigov, tako imenovanih podjetnikov z visokim vplivom (ang. *high impact entrepreneurship*), ki bi lahko največ prispevali h kreiranju podjetij s potencialom ustvarjanja novih delovnih mest in visoke dodane vrednosti.

Slika 5.12: Izobrazba novih in nastajajočih podjetnikov v obdobju 2011–2015

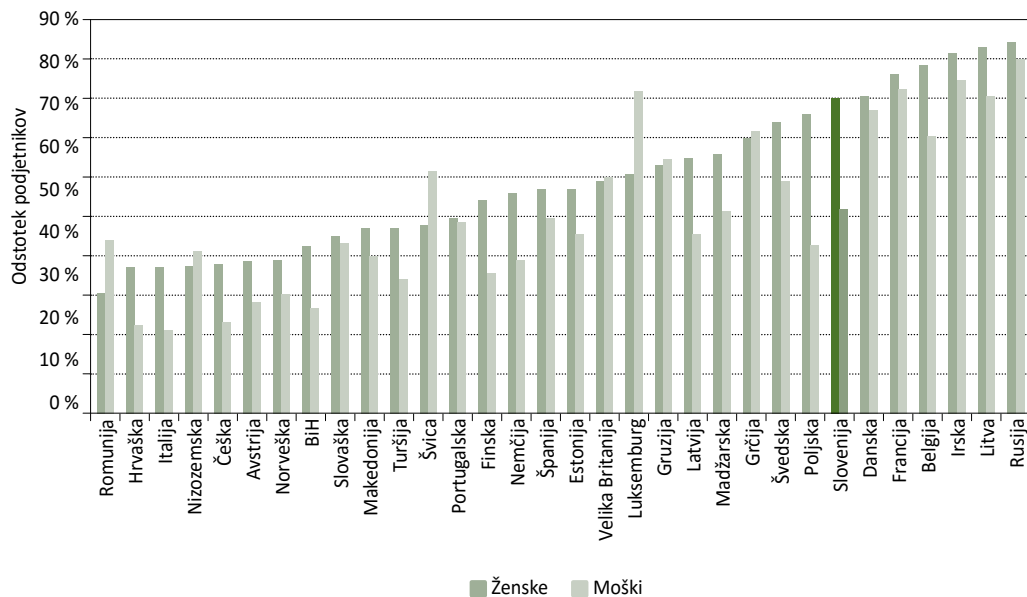


GEM Slovenija 2015, APS

Izobraženi in usposobljeni posamezniki bodo izražali več samozavesti in vodstvenih sposobnosti, zato bodo posledično verjetneje vodili k rasti usmerjena podjetja, ki bodo ustvarjala tudi dodatna delovna mesta. Posebno poročilo GEM o ženskem podjetništvu (Kelley et al. 2015) razkriva podatke o deležu zgodaj podjetniško aktivnih podjetnic in podjetnikov z več kot

srednješolsko izobrazbo. V številnih nacionalnih gospodarstvih delež bolje izobraženih žensk precej presega delež višje in visoko izobraženih moških. Na *sliki 5.13* prikazujemo podatke za evropske države. Opazimo lahko, da je prav v Sloveniji izobrazbeni razkorak med spoloma še posebej izpostavljen. Med zgodaj podjetniško aktivnimi ženskami jih ima v Sloveniji kar 72 % višjo ali visoko izobrazbo. Med moškimi zgodnjimi podjetniki je takšnih le 47 %. Redke so države, v katerih je delež višje in visoko izobraženih zgodaj podjetniško aktivnih moških višji od deleža žensk (izstopajo na primer Luksemburg, Švica in Romunija).

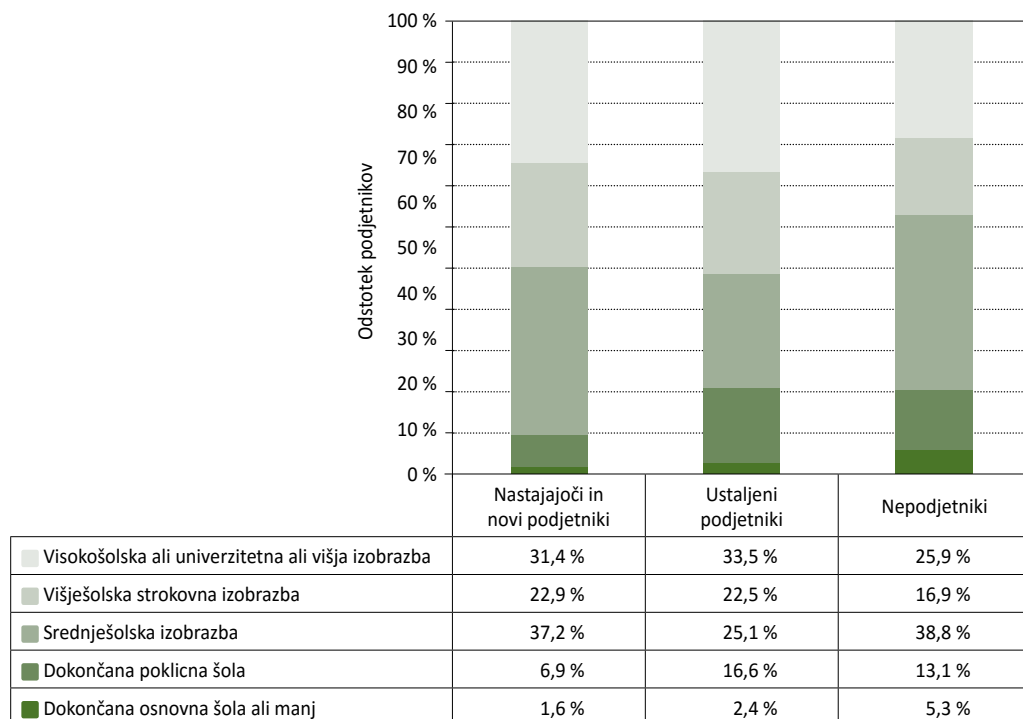
Slika 5.13: Zgodnja podjetniška aktivnost visoko izobraženih glede na spol



GEM WER 2015

Delež ustaljenih podjetnikov z najvišjo stopnjo izobrazbe je v primerjavi z letom 2014 ostal nespremenjen (33,5 %). Med ustaljenimi podjetniki se je najbolj (z 11,7 % na 16,6 %) povečal delež tistih z dokončano poklicno izobrazbo. Med nepodjetniki je prav tako opazen dvig najvišje izobraženih (z 22,5 % na 25,9 %) posameznikov. Kljub negativnim spremembam je iz podatkov mogoče razbrati, da so tako zgodaj aktivni kot ustaljeni podjetniki v povprečju za spoznanje višje izobraženi od nepodjetnikov.

Slika 5.14: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo



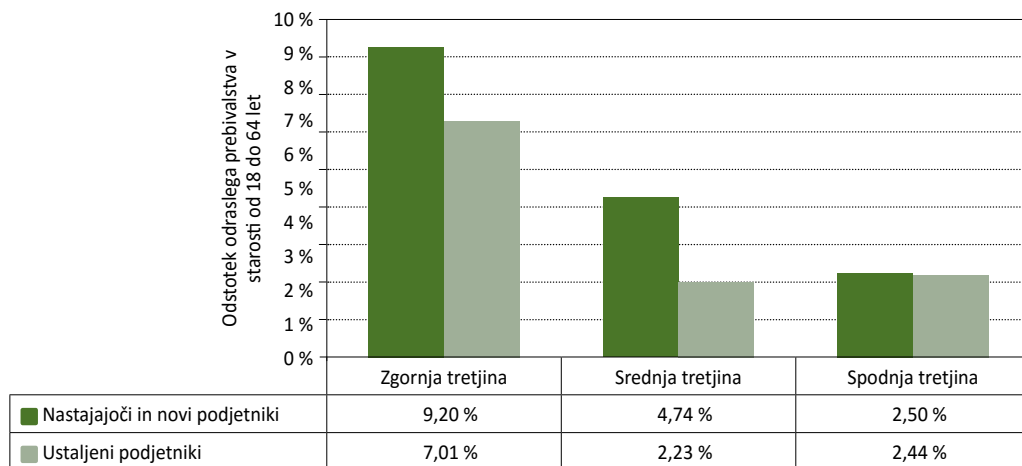
GEM Slovenija 2015, APS

Številne raziskave potrjujejo, da se v podjetništvo v večji meri vključujejo ljudje, ki verjamejo, da imajo znanje in sposobnosti in da obvladujejo veščine, potrebne za podjetništvo, kot pa tisti, ki tega samozaupanja nimajo (Arenius in Minitti 2005). Samozaupanje ljudi v lastno znanje in veščine, potrebne za podjetništvo, pa se krepi z njihovo udeležbo v podjetniškem izobraževanju in usposabljanju. To spoznanje je pomembno izhodišče ob oblikovanju programov izobraževanja za krepitev podjetniške naravnosti posameznikov. Spoznavamo namreč, da lahko z ustrezno zasnovanim programom in prilagojenim načinom izvajanja izobraževanja razvijamo podjetne posameznike. Evropsko sodelovanje v izobraževanju in usposabljanju do leta 2020 bo treba vzpostaviti znotraj strateškega okvira, ki bo sisteme izobraževanja in usposabljanja v celoti vključil v perspektivo vseživljenjskega učenja, to pa bi dejansko moralo obveljati za temeljno načelo, ki podpira celoten okvir, v katerega so vključene vse oblike učenja (formalno, neformalno in priložnostno) na vseh stopnjah: od izobraževanja v zgodnjem otroštvu in šol do visokošolskega izobraževanja, poklicnega izobraževanja in usposabljanja ter izobraževanja odraslih. Evropska komisija (2012, 7) je prepričana, da ima izobraževanje za podjetnost in podjetništvo pozitiven vpliv na podjetniško miselnost pri mladih, na njihove namere za podjetništvo, njihovo zaposljivost, pa tudi na njihovo vlogo v družbi in gospodarstvu, zato države članice EU poziva, da zagotovijo vključitev podjetništva v učne načrte na vseh ravneh izobraževanja, saj bo le tako mogoče oblikovati podjetniško miselnost (ang. *entrepreneurial mindset*).

5.5 DOHODEK

Pomemben kriterij demografskih značilnosti podjetniške aktivnosti je raven dohodkov gospodinjstev, iz katerih prihajajo podjetniki in podjetnice. Raziskava GEM razlikuje med tremi ravni dohodkov (zgornjo, srednjo in spodnjo tretjino) za nastajajoče, nove in ustaljene podjetnike in podjetnice. Primerjava dohodkovnih ravni med letoma 2015 in 2014 je za obravnavane skupine prikazana v GEM-ovi preglednici značilnosti podjetništva v Sloveniji v drugem poglavju (*tabela 2.2*).

Slika 5.15: Podjetniška aktivnost glede na dohodek

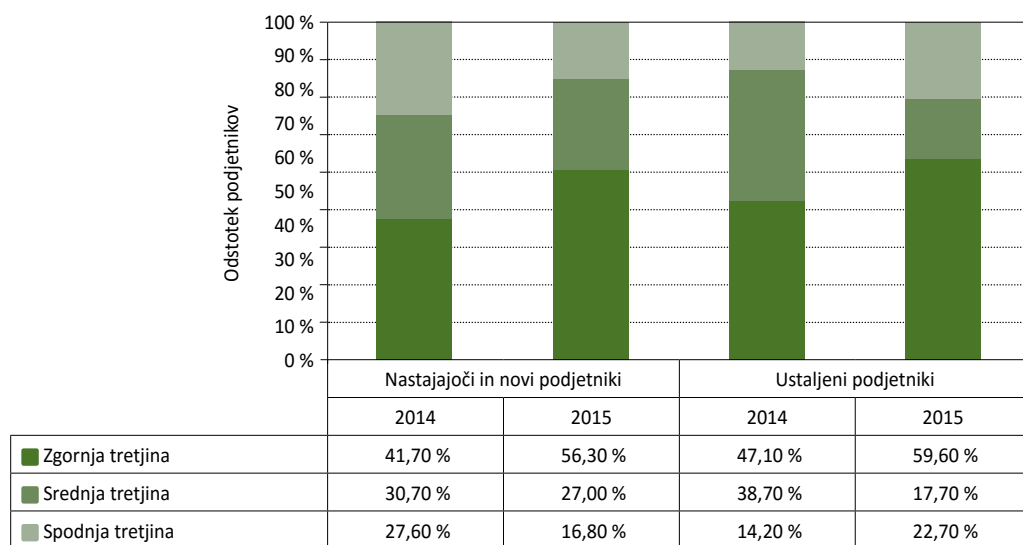


GEM Slovenija 2015, APS

Dohodkovna neenakost ima številne negativne vplive na razvoj nacionalnega gospodarstva. Z vidika podjetništva je še zlasti pomembna neenakost v zvezi z možnostmi izkoriščanja potencialnih podjetniških priložnosti. Še dodatno pogloblja razlike tudi v povezavi z drugimi demografskimi vidiki družbe, kot so starost, spol, narodnost, invalidnost in podobno. Tudi v letu 2015 je odraslo prebivalstvo iz zgornjega dohodkovnega razreda (*slika 5.15*) pričakovano prispevalo največji delež tako zgodnje kot tudi ustaljene podjetniške aktivnosti. Iz tega dohodkovnega razreda je bilo leta 2015 podjetniško aktivnih 16,21 % odraslega prebivalstva. Podatki so precej primerljivi s stanjem v letu 2014. Slabih 7 % prebivalstva je bilo v letu 2015 podjetniško aktivnih iz srednje dohodkovne ravni in manj kot 5 % iz najnižjega dohodkovnega razreda. Če se stanje v najvišjem dohodkovnem razredu ni bistveno spremenilo v primerjavi z letom poprej, pa je opazen upad podjetniške aktivnosti prebivalstva v obeh nižjih dohodkovnih kategorijah. Tako se je znatno (s 4,32 % na 2,23 %) zmanjšala podjetniška angažiranost ustaljenih podjetnikov iz srednjega dohodkovnega razreda. Podoben je upad zgodnje podjetniške aktivnosti (s 5,71 % na 2,50 %) v najnižjem dohodkovnem razredu. Razlogi za takšne rezultati so številni. Prvi je zagotovo izobrazbena raven, ki je v najvišjem dohodkovnem razredu v povprečju višja (Atkinson in Messy 2012). Povedali smo že, da posamezniki z višjo stopnjo izobrazbe praviloma udeležujejo smejeje podjetniške podvige in se na pot podjetništva tudi sicer podajajo zaradi zaznavanja podjetniških priložnosti. Vsak podjetniški podvig je tvegan, vendar je za posameznika z višjo ravniyo dohodka to tveganje seveda manjše. Tudi siceršnje finančne ovire so v najvišjih dohodkovnih ravneh

manj izražene, saj so možnosti za pridobivanje dodatnih potrebnih finančnih virov večje za tiste, ki razpolagajo z višjo ravni lastnih razpoložljivih finančnih virov, pa tudi njihovo finančno znanje je na višji ravni. Pretežni del motivov za vključevanje ljudi v podjetništvo je v Sloveniji povezan z izkoriščanjem poslovnih priložnosti in manj s tem, da bi bili v to prisiljeni. Tudi to je del razlage za manjši delež zgodnje podjetniške aktivnosti iz gospodinjstev z najnižjimi dohodki.

Slika 5.16: Dohodkovni razredi in podjetništvo



GEM Slovenija 2015, APS

Primerjava deležev nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov glede na posamezni dohodkovni razred med letoma 2014 in 2015 je prikazana na *sliki 5.16*. Delež novih in nastajajočih ter ustaljenih podjetnikov iz najvišjega dohodkovnega razreda se je povečal. Med ustaljenimi podjetniki je takšnih že skoraj 60 %. Posledično se je zmanjšal delež novih in nastajajočih podjetnikov iz srednjega in spodnjega dohodkovnega razreda. Nadaljuje so torej trend večanja razlik med skupinama bogatih na eni strani in revnejših slojev prebivalstva na drugi. Med ustaljenimi podjetniki se je bistveno zmanjšal delež tistih iz srednje dohodkovne ravni (z 38,70 % leta 2014 na 17,70 % v letu 2015) in porasel delež tistih z najnižje dohodkovne ravni (s 14,20 % leta 2014 na 22,70 % v letu 2014).

Izrael



Število prebivalcev:
8,2 milijona (2014)



BDP:
303,8 milijarde USD (PPP 2014)



BDP na prebivalca:
36.991 USD (PPP 2014)



Indeks TEA:
10,0 % (2013), 11,8 % (2015)



Prispevek MSP k BDP:
45% (2012)

Promocija sektorja domačega tveganega kapitala

Izraelski program *Yozma* je dokaz, da lahko vlade pomagajo spodbuditi panogo tveganega kapitala in s tem omogočajo hitro rastočim podjetjem boljši dostop do financiranja. Podjetjem tako zagotavljajo visoko rast z boljšim dostopom do financiranja. Danes investira Izrael več tveganega kapitala, merjeno z deležem bruto domačega proizvoda (BDP), kot katera koli druga članica OECD, ki vključuje predvsem bogate države.

V okviru programa *Yozma* je država leta 1993 investirala 100 milijonov dolarjev. Da bi imeli tuji investitorji dostop do tega fonda, so se morali povezati z izraelskimi investitorji in za vsak dolar, ki ga je vložila država, so morali prispevati še dolar in pol. *Yozma* je pomagal ustanoviti 10 fondov, vsak pa je bil kapitaliziran z več kot 20 milijoni dolarjev. Vlagateljski fondi so bili

razpršeni po različnih panogah, tako da je bil zagotovljen širši investicijski portfelj. Leta 1998 se je država umaknila iz programa; pred tem je svojim soinvestitorskim partnerjem uspešno prodala svoje direktne soinvesticije v 14 podjetjih in svoje deleže v devetih fondih *Yozma*. Z letom 2000 je tako zasebni tvegani kapital prevzel primat pred javnimi tveganimi naložbami.

Program je dosegel izjemen uspeh in znesek kapitala, ki so ga investirali zasebni skladi tveganega kapitala, se je povzpел s 27 milijonov ameriških dolarjev leta 1992 na 2,7 milijarde ameriških dolarjev leta 2000. To je prispevalo k rasti števila start-upov: s 300 leta 1992 na 2.500 leta 2000. Med letoma 1997 in 2012 so v Izraelu investirali za 24 milijard dolarjev tveganega kapitala, v tem obdobju pa se je 100 izraelskih visokotehnoloških podjetij uvrstilo na Nasdaqov seznam. Program je spodbudil tudi druge države, da so ustanovile podobne fonde, med njimi Indijo, Čile in Malezijo, skupina *Yozma* pa pomaga tudi vladam nekaterih drugih držav v Aziji.

Za to, da je bil program tako uspešen, je nekaj razlogov. *Yozma* je dovolil zasebnim investitorjem, da so sami izbrali podjetja, v katera bodo investirali. Da bi spodbudili čim več investicij in njihov razvojni vpliv, je država zagotovila, da je bil njen denar razporejen v čim več panožno različnih fondih, istočasno pa so spodbujali tudi domače investitorje, da so se povezovali z mednarodnimi. Še bolj kot to pa je pomembno, da je imel Izrael že vzpostavljene temeljne pogoje, to je dobro razvito strukturo akademskih in znanstvenih ustanov, v katere je vlagal pomemben delež BDP, imel pa je tudi primerno razvito kulturo sprejemanja tveganja in podjetnosti.

Izraelska država poskuša zdaj – spodbujena z uspehom, ki ga je dosegla na področju tveganega kapitala – spodbuditi tudi več angelskega investiranja. Leta 2014 je bil sprejet amandma k Zakonu o poslovnih angelih, ki zdaj dopušča, da investitorji v celoti odpišejo svojo investicijo že v prvem letu, ko so jo vložili v izbrani start-up. Prej so jo smeli odpisati šele čez tri leta, pod pogojem, da je še vedno šlo za start-up. To je povzročilo, da so investitorji zadrževali rast start-upov, da bi lahko uveljavili svoje koristi. Država pričakuje, da bo z odpisom v prvem letu, kot dopušča sprejeti amandma k zakonu, izgubila okrog 50 milijonov dolarjev davka; to bo nadomestila z davkom na plače in drugimi posrednimi davki, ki jih bodo pokrila podjetja.

Izraelski primer kaže pomembno vlogo, ki jo igrajo države pri izgradnji trga tveganega kapitala za mala in srednja podjetja. Med drugim to kažejo tudi začetna vlaganja ameriške vojske, ki so prispevala k izgradnji Silicijeve doline, ali raziskave, ki ugotavljajo, da podjetja, ki so prejela investicije zasebnega in javnega kapitala, praviloma prejmejo več kapitala in ustvarijo več donosa kot podjetja, ki jih je podprl samo zasebni ali samo javni kapital.

6 Podjetniške aspiracije

Potencial za doseganje večjega števila delovnih mest in visoke dodane vrednosti, ki nakazujejo na kakovost podjetniške aktivnosti, je odvisen od inovativnosti podjetja in predvsem podjetniških aspiracij podjetnika. Številne študije, predvsem globalne v okviru OECD in Kauffman Foundation, mnoge pa tudi na ravni posameznih držav, so pokazale, da so nova podjetja gonilna sila ustvarjanja delovnih mest (Calvino et al. 2015). Vsa podjetja pa žal ne zaposlujejo in ne ustvarjajo visoke dodane vrednosti oziroma tega potenciala sploh nimajo. Tako sta Aulet in Murray (2013) v sodelovanju z organizacijo Kauffman Foundation iz ZDA leta 2013 izdala delovni zvezek z naslovom *A Tale of Two Entrepreneurs: Understanding Differences in the Types of Entrepreneurship in the Economy*. V njem sta na dveh praktičnih primerih novih podjetij nazorno prikazala razliko med značilnostmi podjetja z majhnim potencialom za rast in dodano vrednost ter podjetja z velikim potencialom. Pri tem sta podjetja z majhnim potencialom opredelila kot tako imenovana tradicionalna mala in srednja podjetja, podjetja z velikim potencialom pa kot tako imenovana inovacijsko gnana podjetja. Razlikovanje med navedenima tipoma podjetij je ključnega pomena za razumevanje vsebinskih razlik med podjetji in njihovega potenciala za ustvarjanje novih delovnih mest in dodane vrednosti. Nerazlikovanje med podjetniki in njihovimi podjetji, ki se razlikujejo po inovativnosti, ambicijah, ciljnih trgih in drugih značilnostih, je nedopustno, saj vodi v posploševanje podjetništva. Razlikovanje je še posebej pomembno v luči razvojnih vladnih politik, ki želijo spodbuditi dolgoročno trajnostno naravnano gospodarsko rast in razvoj ter posledično družbeno blaginjo.

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, vendar pa številna podjetja zelo hitro nehajo poslovati oziroma sploh ne zaposlujejo in rastejo. Rastoča podjetja sicer predstavljajo le manjši delež v številu subjektov v populaciji podjetij, vendar 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. Inovativna rastoča podjetja so zelo pomembna

tudi zato, ker privabljajo kreativne posameznike, povečujejo stopnjo angažiranja podjetniškega talenta in prispevajo h komercializaciji novih znanj in tehnologij.

Kljub zelo jasnim podatkovnim podlagam, ki kažejo na pomen inovativnih rastočih podjetij, 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 pojasnitosti vplivov, delno pa v nerazumevanju oziroma nepoznavanju strokovnih ugotovitev raziskav v strokovni in laični javnosti.

Zato si v okviru raziskave GEM prizadevamo meriti aspiracije podjetnikov po ustvarjanju novih delovnih mest, uporabi sodobnih tehnologij in usmerjenosti v internacionalizacijo poslov ter s tem bolje pojasniti ekonomski pomen podjetnikov in njihov prispevek h gospodarski dinamiki družbe. Te oblike podjetniških aspiracij so namreč pozitivno povezane z gospodarskim razvojem (Wennekers et al. 2010). V tem poglavju se osredotočamo na podjetnike oziroma njihove podjeme v zgodnjih fazah podjetništva.

6.1 USMERJENOST V RAST

Kot navaja Calvino s sodelavci (2015), so številne študije, predvsem globalne v okviru OECD in Kauffman Foundation, pa tudi mnoge na ravni posameznih držav, pokazale, da so nova podjetja gonilna sila ustvarjanja delovnih mest. Raziskava dinamike rasti delovnih mest v 17 državah OECD in Brazilije, ki so jo izvedli Criscuolo in sodelavci (2014), je potrdila, da imajo novoustanovljena mala podjetja ključno vlogo pri ustvarjanju delovnih mest. Podobno so v svoji raziskavi za ZDA ugotavljali Haltiwanger in sodelavci (2013). Pri tem je potencialni prispevek novoustanovljenih podjetij k ustvarjanju delovnih mest odvisen predvsem od naslednjih štirih dejavnikov:

- stopnje natalitete podjetij oziroma števila novih podjetij,
- povprečne velikosti novih podjetij ob ustanovitvi,
- stopnje preživetja novih podjetij in
- povprečne stopnje rasti preživelih novih podjetij, ki uspešno potrdijo vrednost svojih produktov na trgu.

Kot vidimo, je eden izmed pomembnih dejavnikov prav rast novih podjetij; ta dejavnik v raziskavi GEM proučujemo s pomočjo merjenja aspiracij podjetnikov po rasti podjetja oziroma podjema v zgodnjih fazah podjetništva. Razlike v aspiracijah podjetnikov med posameznimi državami se praviloma odražajo v številu ustvarjenih dodatnih 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 to postalo primarni cilj praktično vseh vlad, zato je proučevanje in razumevanje rasti zelo pomembno.

Žal pa številne analize rasti števila zaposlenih v novih podjetjih kažejo, da velika večina podjetij sploh ne raste. Številne empirične raziskave namreč ugotavljajo, da večina novih podjetij ostane malih in da rast podjetja pri veliki večini podjetnikov sploh ni cilj. To jih uvršča med neambiciozne podjetnike, ki jih Schoar (2010) uvršča v kategorijo tako imenovanega preživetvenega podjetništva (ang. *subsistence entrepreneurship*). Po drugi strani pa omenjena raziskava ugotavlja, da obstaja zelo majhen delež podjetij zelo ambicioznih podjetnikov (okrog 3-odstotni povprečni delež v vseh državah, vključenih v raziskavo), ki so jih v raziskavi razvrstili v kategorijo tako imenovanega transformacijskega podjetništva (ang. *transformational entrepreneurship*), ki dejansko zaposluje in dosega rast. Ta podjetja ustvarjajo nadpovprečno

velik delež delovnih mest med vsemi novimi mikropodjetji, in sicer od 21 % na Nizozemskem do 52 % na Švedskem. Podatki SURS (2014) za Slovenijo kažejo, da le redkim novim podjetjem uspe zrasti in ustvariti večje število delovnih mest. Tako so leta 2012 aktivna podjetja, ki so bila ustanovljena leta 2007, v veliki večini izkazovala 0 zaposlenih (69,4-odstotni delež podjetij), 28,6 % jih je imelo od 1 do 4 zaposlene, 1,5 % jih je zaposlovalo od 5 do 9 ljudi in le 0,5 % podjetij je izkazovalo več kot 10 zaposlenih. Pri tem velja poudariti, da se med podjetja, ki niso imela zaposlenih, uvrščajo predvsem samostojni podjetniki.

V okviru raziskave GEM podjetnikovo usmerjenost v rast analiziramo na osnovi njegovih ocen o tem, koliko dodatnih delovnih mest bo njegovo podjetje zagotovilo v naslednjih petih letih. S tem pomembno dopolnjujemo informacije, ki nam jih podaja indeks TEA; ta indeks kaže količino podjetniške aktivnosti, ko želimo razumeti in pojasniti vpliv posameznih podjetnikov na gospodarstvo. 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, še posebej če želimo pomagati oblikovalcem vladnih politik in ukrepov, ki spodbujajo te namere oziroma olajšujejo njihovo udejanjanje v praksi.

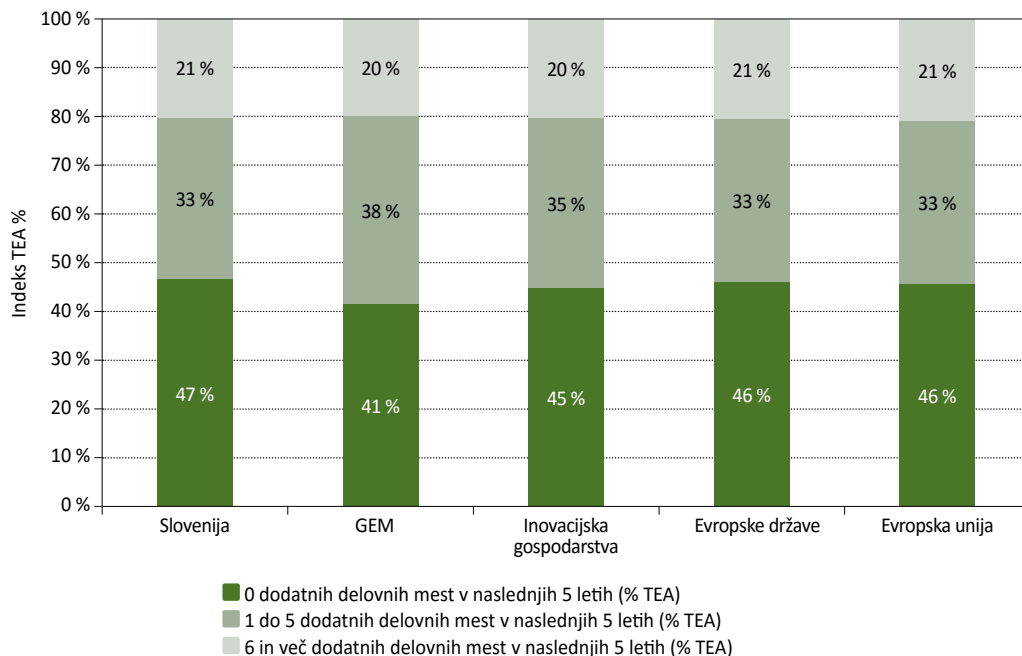
V okviru raziskave GEM zato vprašamo podjetnike v zgodnjih fazah podjetništva, koliko novih dodatnih delovnih mest bodo predvidoma ustvarili v prihodnjih petih letih. Odgovor dobimo tako, da jih povprašamo, koliko ljudi zaposluje njihovo podjetje (brez lastnikov) v času anketiranja in kolikšno bo to 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 dodatnih 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 njegove želje po rasti, v poslu samem pa nimajo trdnih podlag. Iz tega sledi, da se moramo 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). Veliko pričakovanj o rasti se v praksi žal dejansko ne realizira, zagotovo pa je pomembno, da podjetniki imajo 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, torej koliko dodatnih delovnih mest bodo ustvarili v naslednjih petih letih. 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:

- ničelno rast števila novih delovnih mest (0 dodatnih delovnih mest v petih letih),
- zmerno rast števila novih delovnih mest (od 1 do 5 dodatnih delovnih mest v petih letih) in
- veliko rast števila novih delovnih mest (6 in več dodatnih delovnih mest v petih letih).

Struktura različnih pričakovanj o dodatnih zaposlitvah je prikazana v stolpcih; prikazana je struktura pričakovanj o ničelni, zmerni in veliki rasti števila zaposlenih.

Slika 6.1: Pričakovanja podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva o rasti števila zaposlenih v Sloveniji in posameznih skupinah držav kot delež indeksa TEA (v %)



GEM Slovenija 2015, APS

Iz podatkov na *sliki 6.1.* in v *tabeli 6.1* izhaja, da razlike v podjetniških aspiracijah po rasti števila zaposlenih med Slovenijo in skupinami držav (GEM, inovacijska gospodarstva, evropske države in Evropska unija) niso tako velike, kot so razlike v njihovem indeksu TEA. Tako v Sloveniji 20,5 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti pričakuje, da bodo v petih letih dodatno zaposlili več kot 6 sodelavcev. Podobno povprečno stopnjo pričakovanj o dodatnem zaposlovanju opazamo tudi pri državah, vključenih v raziskavo GEM (20,1 %), državah iz skupine inovacijskih gospodarstev (20,2 %), evropskih državah (20,7 %) in državah Evropske unije (20,9 %).

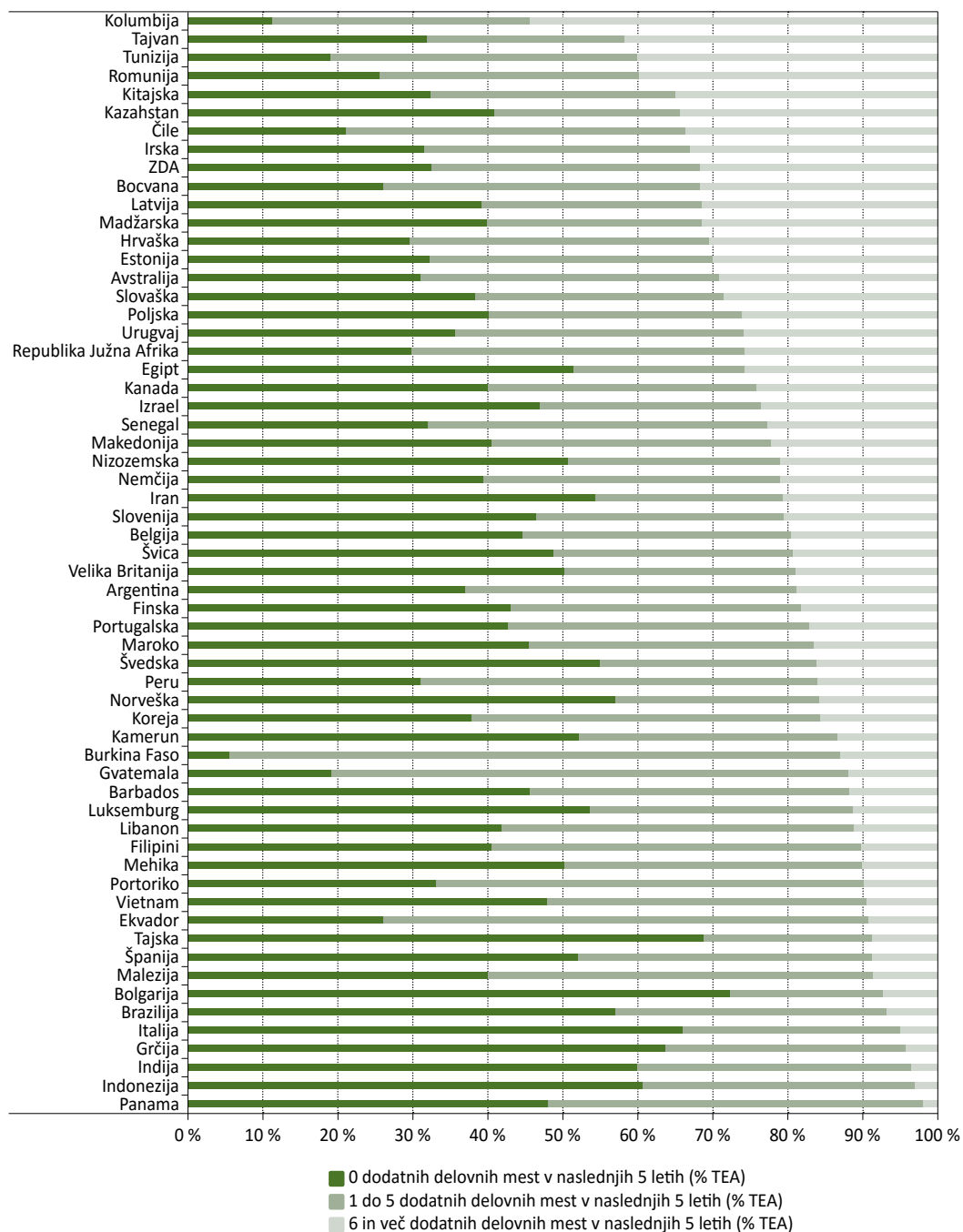
Zanimiv je podatek, da zelo velik delež podjetnikov sploh ne načrtuje rasti delovnih mest in da v naslednjih petih letih sploh ne bodo dodatno zaposlovali. Delež takšnih podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva je v Sloveniji 46,5-odstoten in ni nič kaj bistveno drugačen v drugih razvitih državah. Nekoliko manjši povprečni delež podjetnikov, ki ne načrtujejo dodatnega zaposlovanja, je le v vseh državah, vključenih v raziskavo GEM, kar je posledica bistveno manjšega odstotka pri državah iz skupine faktorskih in učinkovitostnih gospodarstev (*slika 6.2.*).

Tabela 6.1: Pričakovanja podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva o rasti števila zaposlenih v Sloveniji in posameznih skupinah držav kot delež indeksa TEA (v %), GEM Global report 2015.

Država oz. skupina držav	0 dodatnih delovnih mest v naslednjih 5 letih (% TEA)	1 do 5 dodatnih delovnih mest v naslednjih 5 letih (% TEA)	6 in več dodatnih delovnih mest v naslednjih 5 letih (% TEA)	Indeks TEA 2015
Slovenija	46,5	33,1	20,5	5,9
GEM	41,5	38,4	20,1	13,2
inovacijska gospodarstva	44,5	35,3	20,2	8,5
evropske države	46,0	33,3	20,7	7,8
Evropska unija	45,6	33,5	20,9	8,0

Iz prikaza na *sliki 6.2* lahko razberemo, da se Slovenija po ambicijah podjetnikov po rasti med vsemi državami, vključenimi v raziskavo GEM, uvršča v zlato sredino. 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 vsemi državami GEM v letu 2015 Kolumbija, Tajvan, Tunizija, Romunija in Kitajska. Najmanjša pričakovanja v smislu pričakovanega števila dodatnih delovnih mest so beležile Panama, Indonezija, Indija, Grčija, Italija in Brazilija.

Slika 6.2: Pričakovanja podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva o rasti števila zaposlenih po posameznih državah GEM kot delež indeksa TEA (v %)

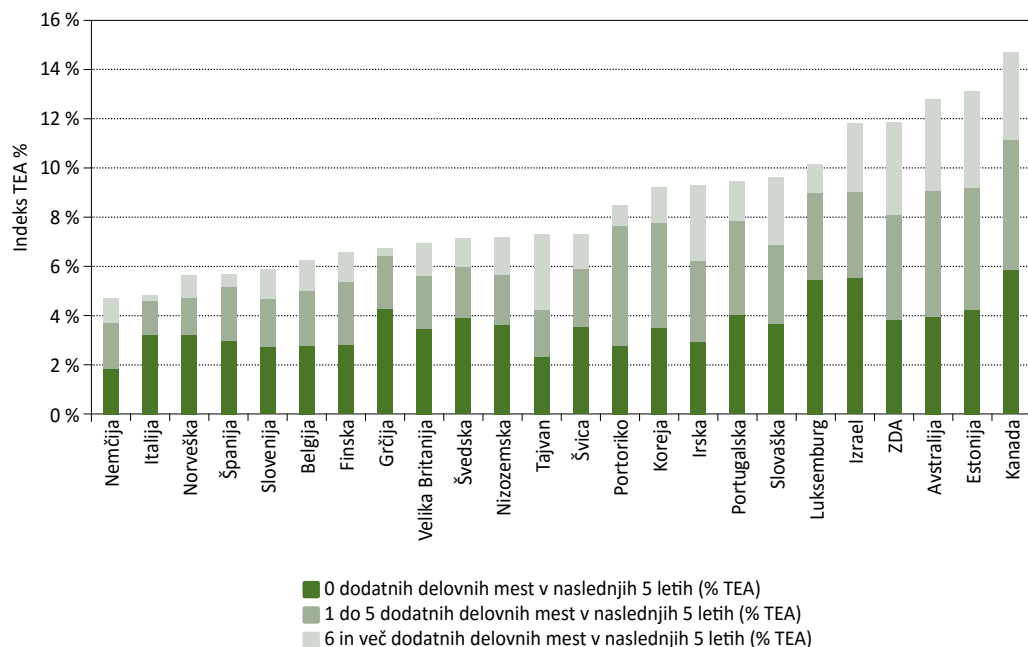


GEM Slovenija 2015, APS

Na *sliki 6.3* prikazujemo pričakovanja podjetnikov v nastajajočih in novih podjetjih o rasti števila zaposlenih po posameznih državah iz skupine inovacijskih gospodarstev, vključenih v raziskavo

GEM. Struktura njihovih odgovorov je prikazana znotraj indeksa 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 dodatnih delovnih mestih v prihodnjih petih letih



GEM Slovenija 2015, APS

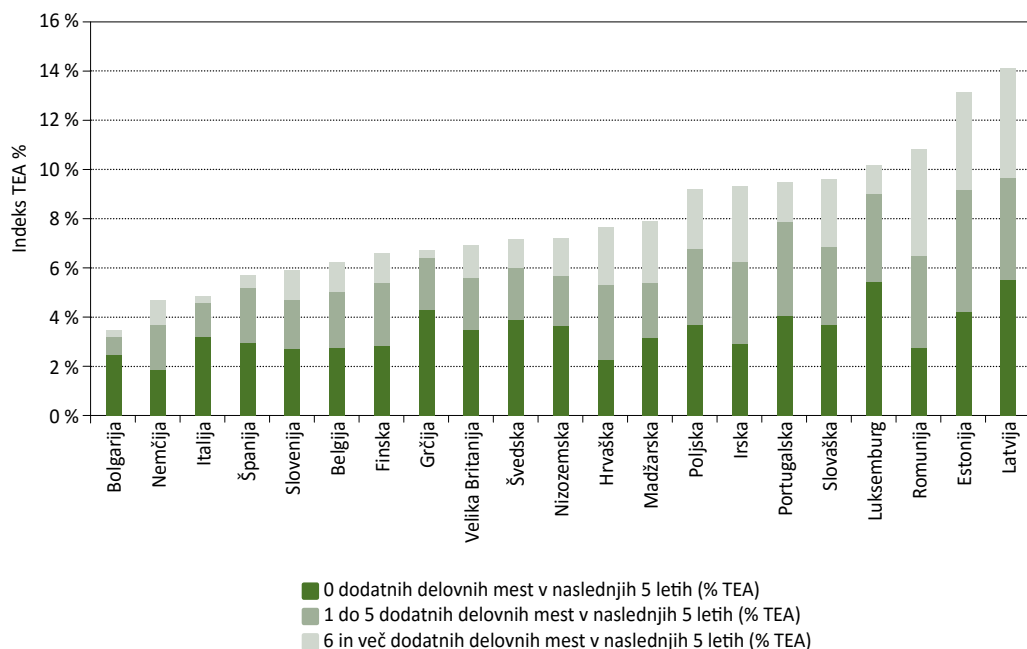
Če podrobneje analiziramo skupino inovacijskih gospodarstev, vključenih v raziskavo GEM, lahko ugotovimo, da imajo podjetniki v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti v določenih državah zelo majhna pričakovanja o zaposlovanju, saj jih v naslednjih letih zelo malo načrtuje ustvariti 6 in več delovnih mest, in sicer le 4 % v Grčiji, 5 % v Italiji, 9 % v Španiji in 10 % v Portoriku. Po drugi strani pa beležimo največji delež podjetnikov z velikimi pričakovanji o rasti na Tajvanu 42 %, Irskem 33 %, v ZDA 32 % in Estoniji 30 %. Slovenski podjetniki v zgodnjih fazah se z 20,5-odstotnim deležem uvrščajo med srednje ambiciozne v državah inovacijskih gospodarstev. Med državami iz skupine inovacijskih gospodarstev se med evropskimi državami najbolje uvrščata Irska (33 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti oziroma 3,1 % delovno aktivnega prebivalstva) in Estonija (30 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti oziroma 3,9 % delovno aktivnega prebivalstva).

Velik delež podjetnikov z visoko stopnjo aspiracij po rasti lahko zasledimo v neevropskih državah, in sicer na Tajvanu (42 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti oziroma 3,1 % delovno aktivnega prebivalstva), v ZDA (32 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti oziroma 3,8 % delovno aktivnega prebivalstva), Avstraliji (29 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti oziroma 3,7 % delovno aktivnega prebivalstva), Kanadi (24 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti oziroma 3,6 % delovno aktivnega prebivalstva) in Izraelu (24 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti oziroma 2,8 % delovno aktivnega prebivalstva). Vse navedene države poleg velikega deleža podjetnikov z

velikimi pričakovanji o rasti zaposlovanja (6 in več pričakovanih novih delovnih mest) sočasno izkazujejo tudi velik delež zgodnje podjetniške aktivnosti, merjene z indeksom TEA, in sicer Tajvan (7,3 %), ZDA (11,9 %), Avstralija (12,8 %), Kanada (14,7 %), Izrael (11,8 %), kar kaže na izjemno gospodarsko dinamiko teh inovativnih gospodarstev.

Če ločeno analiziramo le skupino držav Evropske unije (slika 6.4), po deležu podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti z visoko stopnjo aspiracij po rasti pozitivno izstopajo predvsem Romunija (40 % podjetnikov oziroma 4,3 % delovno aktivnega prebivalstva), Irska (33 % podjetnikov oziroma 3,1 % delovno aktivnega prebivalstva), Madžarska (31 % podjetnikov oziroma 2,5 % delovno aktivnega prebivalstva), Latvija (31 % podjetnikov oziroma 4,4 % delovno aktivnega prebivalstva), Hrvaška (30 % podjetnikov oziroma 2,3 % delovno aktivnega prebivalstva) in Estonija (30 % podjetnikov oziroma 3,9 % delovno aktivnega prebivalstva). V Sloveniji je v letu 2015 izražalo visoke stopnje aspiracij po rasti zaposlovanja 21 % podjetnikov v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti, kar je predstavljalo 1,2 % delovno aktivnega prebivalstva. V skupini držav EU (slika 6.4) zelo velika pričakovanja o veliki rasti zaposlovanja izkazujejo podjetniki v fazi zgodnje podjetniške aktivnosti v Grčiji (4 % jih bo predvidoma v naslednjih petih letih ustvarilo 6 ali več delovnih mest). V Italiji je takšnih le 5 %, v Bolgariji 7 % in v Španiji 9 %.

Slika 6.4: Zgodnja podjetniška aktivnost, merjena z indeksom TEA, v gospodarstvih Evropske unije s strukturo aspiracij po rasti, izraženih v dodatnih delovnih mestih v prihodnjih petih letih



6.2 INOVACIJSKA NARAVNANOST

Po podatkih OECD (Calvino et al. 2015) lahko več kot polovico rasti produktivnosti v razvitem svetu pripišemo inovacijam, ki predstavljajo ključno gonilo gospodarskega napredka. Pomembno vlogo pri inoviranju igrajo nova, inovacijsko gnana podjetja, ki razvijajo nove podjetniške ideje, inovacije in tehnologije in jih uvajajo v gospodarsko prakso.

Hollanders in sodelavci (2015) so v okviru raziskave Innovation Union Scoreboard 2015 Slovenijo umestili v skupino držav tako imenovanih inovacijskih sledilk, v katero spadajo tudi Nizozemska, Luksemburg, Avstrija, Velika Britanija, Francija, Belgija in Irska. Slovenija je sicer inovacijsko najšibkejša država v skupini, se je pa njen položaj v zadnjih sedmih letih (od 2007 do 2014) izboljšal, saj je dosegala 2,6-odstotno povprečno letno rast inovacijskega indeksa. Tako se je relativni položaj Slovenije v primerjavi s povprečjem držav EU izboljšal s 86 % leta 2007 na 96 % leta 2014. Slovenija je torej zelo blizu povprečja EU, pri čemer je po štirih dejavnikih celo nad povprečjem, po štirih dejavnikih pa pod povprečjem EU. Naša država je posebej močna v mednarodnih znanstvenih objavah, javno-zasebnih objavah, zaščiti modelov ter pri izdatkih za raziskave in razvoj gospodarstva. Slabše od povprečja EU pa se odreže pri trženju intelektualne lastnine preko licenčin v tujini ter pri številu doktorskih študentov iz držav zunaj območja EU.

Slovenija želi z realizacijo Strategije pametne specializacije (SVRK 2015) inovacijsko dejavnost še okrepiti in povečati število in kakovost inovacij. Strategija pametne specializacije predstavlja ključno platformo države za osredotočenje razvojnih vlaganj na področja, na katerih ima Slovenija kritično maso znanja, kapacitet in kompetenc in na katerih ima inovacijski potencial za pozicioniranje na globalnih trgih ter s tem krepitev svoje prepoznavnosti. Z udeležanjem strategije v praksi želi Slovenija povečati konkurenčnost gospodarstva s krepitvijo njegove inovacijske sposobnosti, povečati diverzifikacijo obstoječe industrije in storitvenih dejavnosti ter pospešiti rast novih in hitro rastočih industrij oziroma podjetij.

Zato je pomembno, da se v okviru raziskave GEM posebej posvečamo temu področju. Področje inovacijske naravnosti podjetništva proučujemo s pomočjo ugotavljanja, ali (potencialni) kupci že poznajo soroden izdelek oziroma storitev, ki ga trži nastajajoče ali novo podjetje. Ob tem nas zanima tudi podjetnikova ocena, ali na tržišču obstajajo konkurenčna podjetja, ki ponujajo 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.

Na *sliki 6.5* je prikazan delež podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti (TEA) v letu 2015 za Slovenijo in posamezne skupine držav; ti podjetniki izražajo inovativen značaj, merjen z:

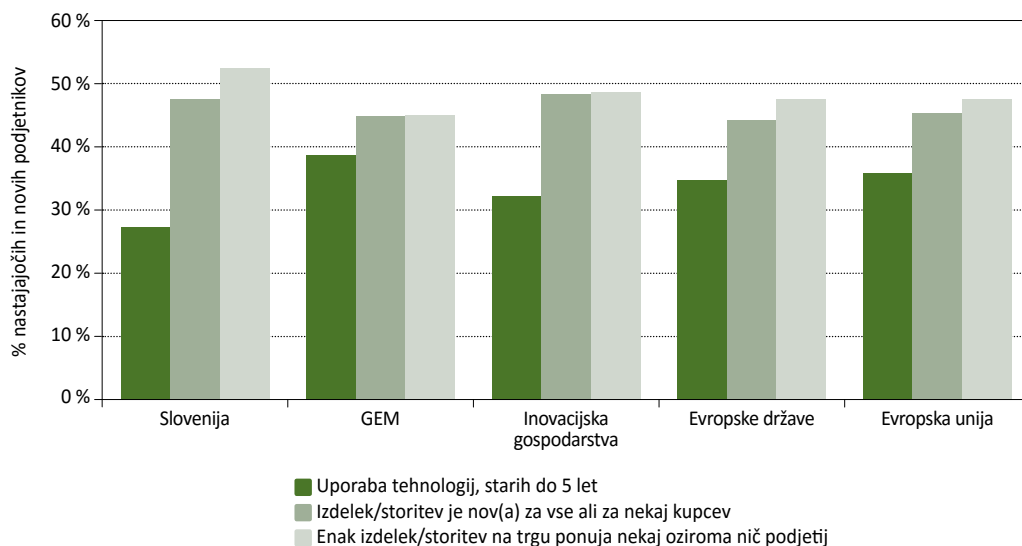
- deležem podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti TEA, ki ocenjujejo, da imajo izdelek ali storitev, ki je nov(a) za nekatere ali celo vse potencialne kupce, in
- deležem podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti TEA, ki ocenjujejo, da so na trgu novi, saj takšen izdelek ali storitev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

Dodali smo tudi podatek o deležu podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti, 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 podjetmov, ki imajo inovativni značaj, v povprečju narašča z gospodarsko razvitostjo. Če primerjamo posamezne skupine držav in Slovenijo, lahko najvišjo stopnjo inovativnosti izmerimo v skupini držav, ki jih označujemo za inovacijska gospodarstva. Zelo dobro se odreže tudi Slovenija, ki pri inovativnosti ne zaostaja za najrazvitejšimi, in sicer po obeh kriterijih.

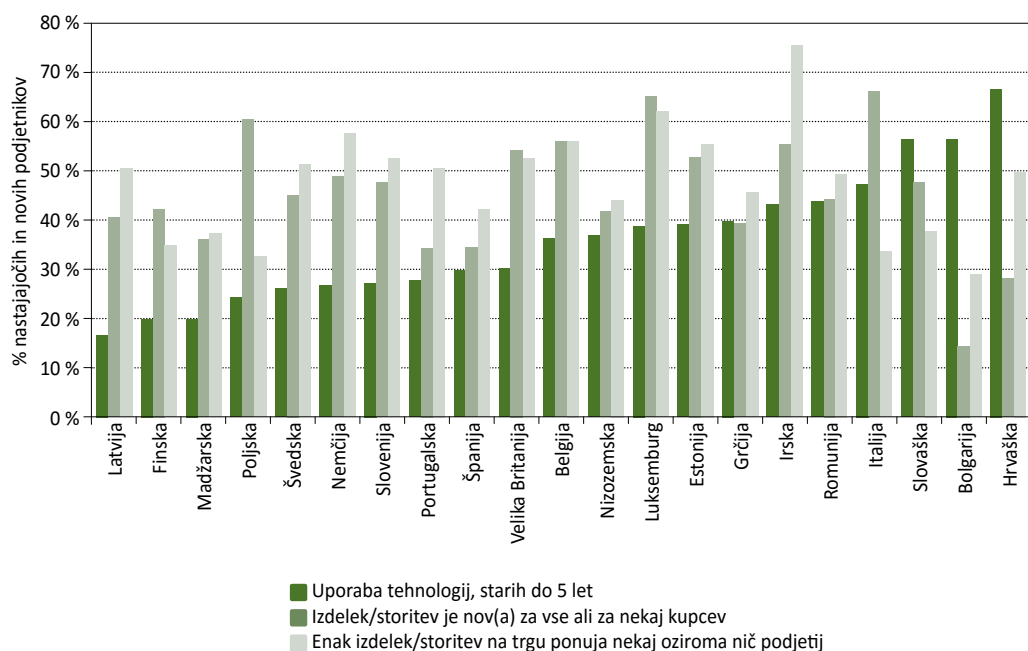
V Sloveniji tako kar 48 % podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva izraža mnenje, da imajo izdelek ali storitev, ki je nov za nekatere ali celo vse potencialne kupce. Po tem kazalniku so visoko tudi druge države iz EU (*slika 6.6*), in sicer najvišje s 66 % Italija, sledijo s 65 % Luksemburg, 61 % Poljska, 56 % Belgija, 55 % Irska, 54 % Velika Britanija in s 53 % Estonija. Nekoliko manjše aspiracije od Slovenije pa so v letu 2015 izražale Švedska (45 %), Romunija (44 %), Nizozemska (42 %) in Finska (42 %). Najslabše rezultate so raziskovalci izmerili na Hrvaškem (28 %) in v Bolgariji (14 %).

Slika 6.5: Inovacijska naravnost podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti (TEA) v letu 2015 v Sloveniji in v posameznih skupinah držav



GEM Slovenija 2015, APS

Slika 6.6: Inovacijska naravnost podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti v letu 2015 v Sloveniji in v državah EU, sodelujočih v raziskavi GEM



GEM Slovenija 2015, APS

Če primerjamo vrednost za Slovenijo v letu 2015 (48 %) z vrednostma v letih 2014 in 2013, lahko ugotovimo, da se je izmerjena raven inovativnosti izdelkov oziroma storitev podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti znižala na raven iz leta 2013. Delež podjetnikov, ki sporočajo, da so njihovi izdelki za vse ali vsaj za nekatere kupce novi, se je namreč zmanjšal za 10 odstotnih točk glede na leto 2014 in je bil enak vrednosti v letu 2013 (58 % v letu 2014, 48 % v letu 2013).

Prav tako je Slovenija visoko po kazalniku usmeritve v nove tržne niše, saj 53 % 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 irski (75 %), luksemburški (62 %), nemški (58 %), belgijski (56 %) in estonski (56 %) podjetniki TEA. Podoben rezultat kot slovenski so izkazali britanski (53 %), švedski (51 %), portugalski (51 %) in latvijski (51 %) podjetniki TEA, bistveno nižjega pa bolgarski (29 %) in poljski (33 %).

Uporaba novih tehnologij lahko močno prispeva k dvigu uspešnosti poslovanja posameznih podjetij in tudi celotne družbe. Kot navaja World Bank (2016; 83), je študija, v katero je bilo zajetih 16 držav OECD in je bila izvedena na osnovi podatkov za zadnjih 135 let, pokazala močno povezavo med uvozom znanja (merjenega z uvozom patentiranih tehnologij) in produktivnostjo družbe. Ugotovili so celo, da lahko 93 % dviga produktivnosti v proučevanih državah OECD pripišemo uvozu in uporabi novih tehnologij.

Uporaba novih tehnologij torej pozitivno vpliva na razvoj družbe kot celote in tudi posameznih podjetij. Na *sliki 6.6* prikazujemo 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 2015 v Sloveniji znašal 27 %, ker je bistveno več kot v letih 2014 in 2013, ko je znašal 15 %, vendar pa le malenkost več kot leta 2012 (25 %). Po tem kazalniku so od Slovenije bistveno boljše Hrvaška (67 %), Bolgarija (56 %), Slovaška (56 %) in Italija (47 %). Pri tem velja poudariti, da so odgovori podjetnikov subjektivne narave in zelo verjetno pomemben odraz okolja, v katerem delujejo. Očitno novi podjetniki na Hrvaškem ali v Bolgariji obravnavajo problematiko uporabe novih tehnologij bistveno bolj ohlapno kot njihovi finski (20 %), švedski (26 %) ali nemški (27 %) kolegi, ki delujejo v bistveno bolj gospodarsko razvitih ter inovacijsko in tehnološko močnejših okoljih.

6.3 INTERNACIONALIZACIJA

Kot navaja World Bank (2016), je internacionalizacija poslovanja podjetij pozitivno povezana z ekonomsko rastjo družbe, prav tako pa je mogoče učinke meriti tudi na ravni podjetja. Pozitivne učinke na razvoj in uspešnost poslovanja podjetja lahko pripišemo predvsem učenju od mednarodnih kupcev oziroma konkurentov. Analiza 54 raziskav, ki so proučevale vplive internacionalizacije poslovanja na poslovanje podjetja v 34 državah, je pokazala, da so podjetja z izvoznimi aktivnostmi v povprečju bolj produktivna od tistih brez izvoznih aktivnosti. Pri tem se moramo seveda zavedati, da izvozne aktivnosti posameznega podjetja niso nujno vedno samo pozitivno povezane s povečanjem produktivnosti. Dvig produktivnosti je v večjem delu zagotovo posledica močnejše konkurence na mednarodnih trgih, na katero se morajo izvozno usmerjena podjetja hitreje in učinkoviteje odzivati, in sicer z vpeljevanjem inovativnih rešitev, racionalizacij in drugih ukrepov za izboljšanje konkurenčnosti podjetja.

Praktično vsako gospodarstvo je, ne glede na svojo velikost, tudi del globalnega gospodarstva, zato je pomembno, da poskušamo razumeti, kako lahko internacionalizacija poslovanja podjetij prispeva k rasti podjetij in posledično celotnega gospodarstva. Po podatkih SURS (2015) je stopnja vključenosti Slovenije v mednarodno menjavo, merjena s kazalnikom tržne integracije v blagu (povprečje vrednosti izvoza in uvoza blaga v vrednosti BDP), ena višjih med članicami EU-28, saj je višjo stopnjo izkazovalo le pet držav članic. Po drugi strani pa je slovenska vpetost v mednarodno menjavo storitev slabša. Po kazalniku tržne integracije v storitvah (povprečje vrednosti izvoza in uvoza storitev v vrednosti BDP) se je Slovenija v primerjavi s sosednjimi državami uvrstila le pred Italijo, med vsemi državami članicami EU-28 pa približno na sredino, na 16. mesto. Slovenija je po podatkih SURS (2015) usmerjena predvsem v mednarodno menjavo z državami članicami EU-28.

Po podatkih Evropske komisije, ki je v letu 2015 financirala izvedbo obsežne raziskave internacionalizacije malih in srednjih podjetij (European Commission 2015), v katero je bilo zajetih 14.513 podjetij iz 28 držav EU in 6 držav ne-EU, je pokazala, da so slovenska mala in srednja podjetja močno vpeta v izvozne aktivnosti. Kar 52 % jih je odgovorilo, da so v zadnjih treh letih izvažali svoje izdelke oziroma storitve v druge države EU. Še bolj izvozno aktivna so bila podjetja iz Latvije (67 %), Avstrije (61 %), Litve (56 %). Najmanj izvozno aktivna so bila mala in srednja podjetja iz Bolgarije (6 %), Italije (11 %) in Francije (14 %). Glavne ovire za krepitev izvoznih aktivnosti vidijo podjetja v težavnih administrativnih izvoznih postopkih (52 % vprašanih podjetij), v velikih stroških logistike (49 %), v težavnosti iskanja poslovnih partnerjev v tujini (45 %) in v preveliki začetni investiciji za vzpostavitev izvoznih aktivnosti (42 %).

Slovenija vidi možnost za kakovostno krepitev internacionalizacije poslovanja predvsem v uresničevanju sprejete Strategije pametne specializacije (SVRK 2015). Tako bo podpirala

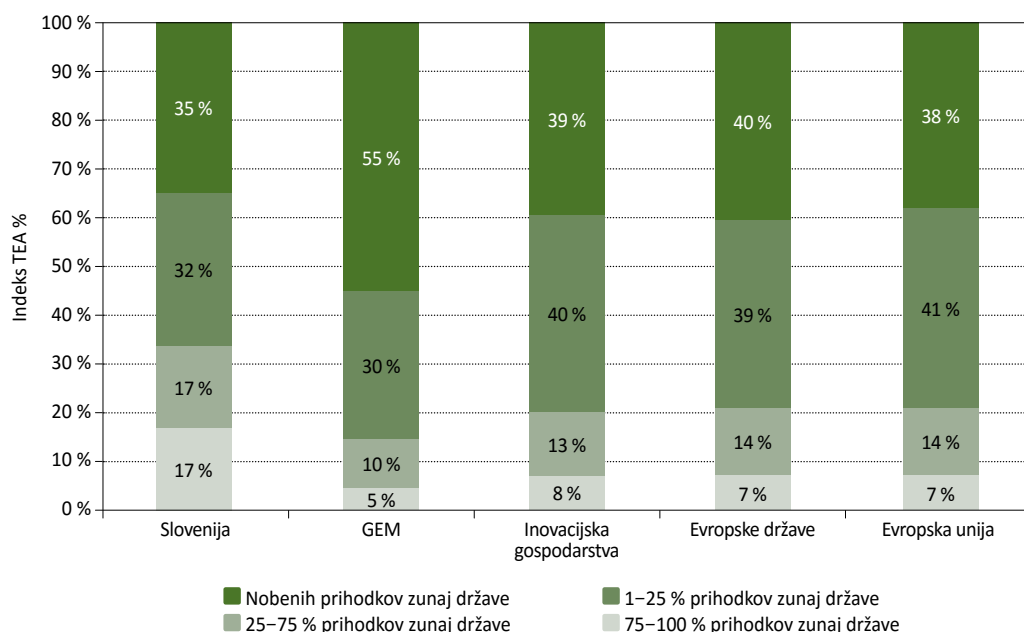
podjetja v prednostnih nižnih področjih, da bi prešla od sledilcev do soustvarjalcev globalnih trendov. Kot navaja Strategija pametne specializacije (SVRK 2015), želi Slovenija doseči bistveno povečanje dodane vrednosti na zaposlenega. To bo dosegla tudi s povečanjem deleža izvoza visokotehnološko intenzivnih proizvodov v izvozu (dvig deleža s sedanjih 22,3 % na povprečno raven EU, ki znaša 26,5 %) in s povečanjem deleža izvoza storitev z velikim deležem znanja v celotnem izvozu (z 21,4 % na 33 %, kar pomeni prepolovitev zaostanka do povprečja EU).

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 6.7* je prikazana intenzivnost internacionalizacije v Sloveniji in v posameznih skupinah gospodarstev.

Slika 6.7: Intenzivnost internacionalizacije podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti v letu 2015 za Slovenijo in za posamezne skupine gospodarstev

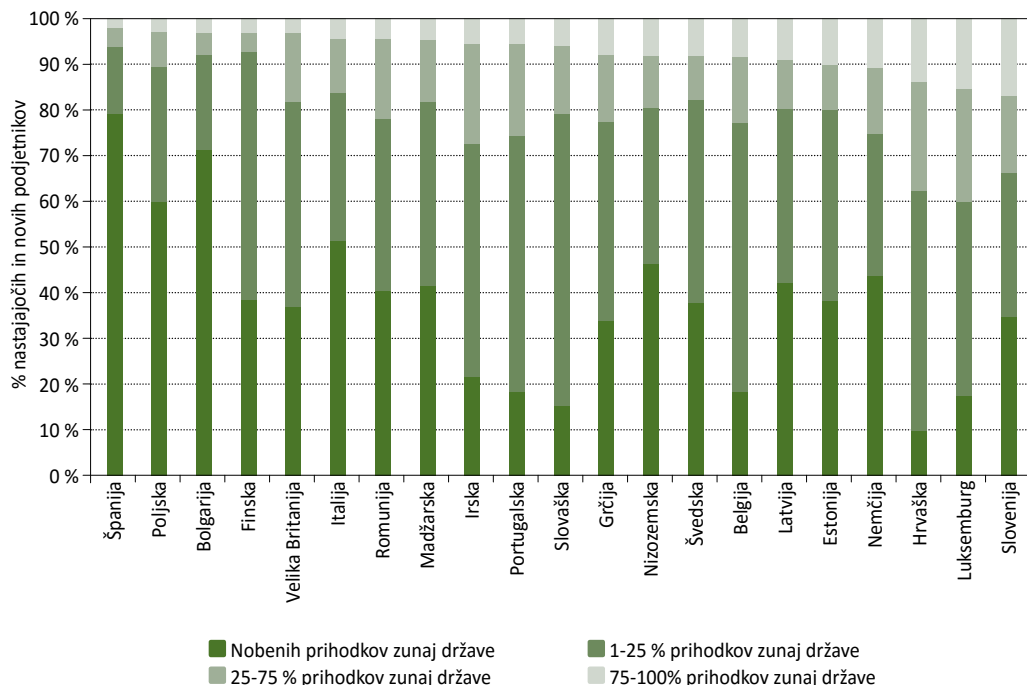


GEM Slovenija 2015, APS

Analiza za Slovenijo kaže, da je leta 2015 delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov oziroma storitev prihaja iz tujine, znašal skoraj 34 %. Ta delež

je bil v letu 2015 največji v zadnjih petih letih, saj je leta 2014 znašal 32 %, leta 2013 26 %, leta 2012 32 % in leta 2011 23 %. 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 mogoče tudi na domačem tržišču dosegati dovolj prostora za rast.

Slika 6.8: Intenzivnost internacionalizacije podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti v letu 2015 po državah Evropske unije



GEM Slovenija 2015, APS

Najvišje stopnje internacionalizacije med državami Evropske unije (več kot 25 % kupcev v tujini) med podjetniki v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti so bile izmerjene (*slika 6.8*) v Luksemburgu (40 % podjetij), na Hrvaškem (38 %), v Sloveniji (34 %; 32 % v letu 2014), na Irskem (28 %), na Portugalskem (26 %) in v Nemčiji (25 %). Če opazujemo vse države članice EU, ki so sodelovale v raziskavi GEM (*slika 6.7*), je povprečna stopnja internacionalizacije, merjene z deležem več kot 25 % kupcev v tujini, znašala 21 %. Za inovacijska gospodarstva je ta stopnja znašala 20 %, za vse države, vključene v raziskavo GEM, pa 15 %.



Čile



Število prebivalcev:
17,8 milijona (2014)



BDP:
258,0 milijarde USD (PPP 2014)



BDP na prebivalca:
14.477 USD (PPP 2014)



Indeks TEA:
26,8 % (2014), 25,9 % (2015)



Prispevek MSP k BDP:
20 % (2013)

Promocija podjetniške kulture

Vlade lahko spodbudijo podjetniško kulturo tudi s povabilom tujim podjetnikom, da se ti začasno preselijo v njihovo državo. To je bil namen čilske vlade, ko je leta 2010 začela izvajati iniciativo *Start-Up Chile*. Gre za program, s katerim želijo v državo pritegniti podjetnike z velikim potencialom ter podpreti njihove start-upe v zgodnjih fazah razvoja na način, da bi Čile zanje predstavljal platformo za globalni prodor. V programu je bilo sprva predvidenih 40.000 ameriških dolarjev (danes okrog 30.000 ameriških dolarjev) lastniškega kapitala za zgodnje faze start-upov iz celega sveta, če bi se v Čile preselili vsaj za šest mesecev. Tujci bi hkrati pridobili tudi enoletno dovoljenje za začasno prebivanje v državi (vizum). V zameno bi morali izvesti določene aktivnosti za promocijo podjetništva med Čilenci. Danes je približno tretjina vseh udeležencev programa iz Čila, vendar je bil program prvotno odprt izključno za tuje podjetnike, njegov namen pa ustvariti mrežo globalnih povezav, ki bi kasneje koristile tudi domačim podjetnikom. Končni cilj programa je, da Čile postane glavno inovacijsko in podjetniško vozlišče »hub« Latinške Amerike.



Do julija 2015 je v delavnicah, ki so jih pripravili udeleženci programa, sodelovalo že več kot 200.000 Čilencev. Poglavitna ideja je, da bi Čilenci začeli razmišljati bolj globalno in sodelovati drug z drugim. V programu je v 13 krogih sodelovalo že več kot 1.200 start-upov iz 72 držav, za kar je vlada porabila nekaj več kot 40 milijonov ameriških dolarjev. Udeleženci so v tem času zbrali več kot 100 milijonov ameriških dolarjev in ustvarili več kot 1.500 delovnih mest. Čilski eksperti za podjetništvo menijo, da je uspeh iniciative *Start-Up Chile* pravzaprav bolj kot v gospodarskem vplivu programa v njegovem družbenem in kulturnem vplivu. Udeleženci pomembno prispevajo k čilski družbi preko socialnega vpliva programa, ki si prizadeva za promocijo inovativnosti in podjetništva.

Leta 2015 so organizatorji kot odgovor na kritiko, da udeleženci v drugem krogu težko dobijo sredstva (kar je ključni razlog, da se okrog 80 % udeležencev po zaključku programa ni odločilo ostati v Čilu), namenili še 100.000 ameriških dolarjev za vse, ki bi v državi ostali še eno leto po zaključku programa in sodelovali kot mentorji drugim. Majhno število žensk v programu *Start-Up Chile* je vlado spodbudilo, da je uveljavila novo iniciativo, imenovano *The S Factory*. Gre za predpospeševalnik, namenjen podpori tehnološkim start-upom v zgodnji fazi, ki so jih ustanovile ženske. Izbrana podjetja prejmejo okrog 14.000 ameriških dolarjev in trimesečno mentorsko pomoč v pospeševalniku. Na leto se odvijeta dva kroga s po 20–30 podjetji v vsakem.

Tudi v številnih drugih državah potekajo start-up programi, na primer na Danskem, Irskem, Japonskem, Jamajki, v Italiji, na Tajskem, v ZDA, Kanadi, Turčiji, Indiji, Španiji, Estoniji, Maleziji, Nemčiji, Litvi, Braziliji, Mehiki, Kolumbiji in Peruju. Omeniti velja tudi iniciativo Start:up Slovenija, znotraj katere so se leta 2011 vodilni subjekti inovativnega okolja v Sloveniji začeli povezovati z namenom, da bi oblikovali in okrepili nacionalne programe za spodbujanje podjetništva ter oblikovali mrežo celostne podpore za zagon in izgradnjo start-up podjetij po celi državi.

Kljub upočasnitvi čilskega gospodarstva se število novoregistriranih podjetij povečuje (registracije novih podjetij so julija 2015 narasle za 4,3 % v primerjavi z enakim obdobjem leto prej). To sovpada s spletno platformo čilske vlade iz leta 2013 (www.tuempresaenundia.cl), ki posameznikom omogoča brezplačno in zelo hitro registracijo posla. Leta 2015 je bilo do konca julija kar dve tretjini registracij izvedenih s pomočjo te spletne platforme. Pred tem je podjetnik, če je v Čilu želel ustanoviti podjetje, za to potreboval približno osem dni (danes en dan), pri čemer je imel za 500 ameriških dolarjev in več stroškov.

Več o programu *Start-Up Chile* je mogoče najti na spletnem naslovu www.startupchile.org.

7 Ocena podjetniškega ekosistema

7.1 PODJETNIŠKO OKOLJE IN PODJETNIŠKA POLITIKA

V zadnjih nekaj letih se koncept podjetniškega ekosistema pojavlja kot temeljno izhodišče pri oblikovanju in izvajanju podjetniške politike v mestih, regijah ali na nacionalni ravni (npr. Neck et al. 2004; Isenberg 2010, 2011; Napier in Hansen 2011; Feld 2012; Levie et al. 2013; Stagler in Bell-Masterson 2015). Gre za pristop, ki poudarja doseganje sinergij med posameznimi deležniki podjetniškega ekosistema, kar omogoča vladi pospeševanje gospodarske rasti s spodbujanjem inovativnih in v rast usmerjenih podjetniških iniciativ. Že Moore (1993) je ugotavljal, da se podjetja ne razvijajo v vakuumu, pač pa v interakciji z dobavitelji, odjemalci, financerji in drugimi deležniki podjetniškega ekosistema, ki lahko pomembno prispevajo k uspešnemu razvoju in rasti podjetja. Mason in Brown (2014) tako razumeta podjetniški ekosistem kot *»splet medsebojno povezanih podjetnikov (potencialnih in obstoječih), podjetniških podpornih organizacij (na primer skladov tveganega kapitala, poslovnih angelov, bank, podjetniških pospeševalnikov, univerzitetnih in podjetniških inkubatorjev ter tehnoloških parkov ...), javnih ustanov (na primer univerz, javnih raziskovalnih organizacij, javnih agencij in javnih skladov) in podjetniških procesov (na primer stopnje nastajanja novih podjetij, števila hitro rastočih podjetij, števila serijskih podjetnikov, stopnje podjetniških ambicij ...), ki se formalno in neformalno povezujejo v nacionalnem podjetniškem okolju.«*

Do danes je bilo razvitih več različnih modelov in orodij za spremljanje in vrednotenje podjetniškega ekosistema. Kot posebej vpliven velja izpostaviti Isenbergov pristop (2011). Isenberg je med prvimi natančneje opredelil »strategijo podjetniškega ekosistema« z namenom spodbujanja gospodarskega razvoja in blaginje. Med šest domen v podjetniškem sistemu uvršča kulturo, politiko, finance, človeški kapital, trge in institucionalno podporo, pri čemer izpostavlja pomen konteksta, saj vsak ekosistem deluje pod točno določenimi pogoji in okoliščinami. Ob tem lahko zasledimo tudi številne druge modele in orodja, ki jih razvijajo ugledne svetovne

organizacije, na primer OECD – Entrepreneurship Measurement Framework¹, Svetovna banka – Doing Business² in Svetovni gospodarski forum – Entrepreneurship Ecosystem³.

Spodbujanje podjetništva je nedvomno postalo osnovna sestavina gospodarskega razvoja v mestih, regijah in državah po vsem svetu. Kot metafora za spodbujanje podjetništva v okviru strategije gospodarskega razvoja se najpogosteje omenja ravno podjetniški ekosistem (Isenberg 2014). Prizadevanja nekaterih gospodarstev je enostavno mogoče razumeti kot povečanje števila podjetnikov, podjetji in delovnih mest. Spet druga razvijajo svoj ekosistem tako, da je usmerjen v določen tip podjetništva, podjetja ali zaposlovanja. Skupnost mora torej oblikovati svoje lastne cilje in strategijo (Stagler in Bell-Masterson 2015). UNCTAD (2012) kot ključne politične cilje nacionalne podjetniške strategije omenja: (a) *identifikacijo specifičnih izzivov*, ki zahteva natančno spremljanje stanja podjetništva v državi ter ugotavljanje podjetniških priložnosti in izzivov; (b) *določitev ciljev in prednostnih nalog*, kar vključuje definiranje strategij za doseg posameznih ciljev in določenih ciljnih skupin ter razvoj in določitev prednostnih ukrepov; (c) *usklajenost podjetniške strategije z drugimi nacionalnimi politikami*, kar pomeni, da so strategije podjetništva usklajene s splošno razvojno strategijo države in tudi drugimi strategijami razvoja zasebnega sektorja, omenjene povezave pa je treba upravljati in ustvarjati politične sinergije; (d) *krepitev institucionalnega okvira*, kamor se uvrščajo določitev vodilne institucije, učinkovit medagencijski koordinacijski mehanizem in razjasnitev pooblastil, vzpostavitev sodelovanja z zasebnim sektorjem in drugimi deležniki ter zagotavljanje storitev na bolj posloven način; (e) *merjenje in spremljanje rezultatov*, pri čemer je treba določiti jasne kazalnike uspešnosti, zagotoviti ugotavljanje vpliva, vzpostaviti neodvisno spremljanje in ocenjevanje rutin ter se učiti iz izkušenj.

Oblikovanje zdravega podjetniškega ekosistema je za oblikovalce politike zagotovo velik izziv. V literaturi tako najdemo več splošnih načel, ki jih je pri tem treba upoštevati. Pomembno je predvsem, da politične intervencije (regionalne in nacionalne) zasledujejo čim celovitejši pristop, ki se osredotoča na (povzeto po Mason in Brown 2014):

- podjetniške udeležence v ekosistemu: (i) informacije in svetovanje za nove podjetnike (Bennett 2008); (ii) zagotavljanje pomoči podjetnikom pred ustanovitvijo podjetja, ob ustanovitvi in v zgodnji fazi po ustanovitvi z intenzivno podporo in mentorstvom (Roper in Hart 2013); (iii) podpora start-up podjetjem preko poslovnih inkubatorjev, ki zagotavljajo in nudijo poslovne prostore, svetovanje, mreženje in pomoč pri iskanju virov financiranja (Miller in Bound 2011);
- lastnike resursov v ekosistemu: finančni ponudniki (banke, poslovni angeli, skladi tveganega kapitala ...) in ponudniki storitev;
- podjetniške povezovalce v ekosistemu: spodbujanje povezav med različnimi komponentami podjetniškega ekosistema s pomočjo skupnosti in s podjetniškimi mrežami;
- podjetniško usmerjenost z ekosistemom: (i) podjetniško izobraževanje v šolah in na univerzah za spodbujanje pozitivnega odnosa do podjetništva (Mason 2014) in vstopa v podjetništvo; (ii) podpora podjetnikom, ki so priseljenci, saj so lahko pomemben vir gospodarske rasti in konkurenčnosti gospodarstva tako v državi, v katero so se preselili, kot v državi, iz katere izhajajo (Rebernik et al. 2012); (iii) promocija lokalnega podjetništva in uspešnih podjetniških zgodb.

¹ Ahmad, N. in Hoffman, A. (2007). *Addressing and Measuring Entrepreneurship*. OECD. Entrepreneurship Indicators Steering Group.

² WB (2015). *Doing Business 2016. Measuring Regulatory Quality and Efficiency*, 13th Ed. Washington, ZDA: The World Bank.

³ WEF (2014). *Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Early-Stage Company Growth Dynamics – the Entrepreneur's Perspective*. Switzerland: Geneva, Januar 2014.

Ker vlada ne more narediti vsega sama, morata del odgovornosti prevzeti tudi zasebni in javni sektor. V številnih primerih so vodstvo podjetij, lastniki družinskih podjetij, univerze, strokovne organizacije, fundacije, organizacije dela, finančniki in seveda tudi podjetniki sami iniciatorji in celo financirji podjetniškega izobraževanja, konferenc, raziskav ipd. Zasebne iniciative vladi pogosto omogočajo hitrejšo in učinkovitejšo ukrepanje, zato naj bi vsi deležniki podjetniškega ekosistema soprispevali k oblikovanju stimulatívnega okolja za razvoj podjetij in podjetništva (Isenberg 2010, UNCTAD 2012). Poleg tega so uspešni serijski podjetniki, ki ostanejo in reinvestirajo svoj denar in talent nazaj v lokalni ekosistem, ključnega pomena za zdrave in močne ekosisteme (Napier in Hansen 2011).

Tudi raziskava GEM podjetniško dinamiko povezuje s pogoji, ki pospešujejo (ali zavirajo) ustanavljanje novih podjetij. Družbeni, kulturni, politični in ekonomski kontekst je predstavljen z okvirom splošnih nacionalnih pogojev (ang. *national framework conditions*), ki vplivajo na napredek družbe glede na tri faze gospodarskega razvoja (faktorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva) in z okvirom podjetniških pogojev (ang. *entrepreneurial framework conditions*), ki na podjetniško aktivnost vplivajo še bistveno bolj neposredno. Podjetniški ekosistem tako predstavlja kombinacijo pogojev, ki oblikujejo kontekst, v katerem poteka podjetniška aktivnost. GEM spremlja naslednje podjetniške pogoje: finančno podporo, vladne politike, vladne programe za podjetništvo, podjetniško izobraževanje in usposabljanje, prenos raziskav in razvoja, dostop do poslovne in strokovne infrastrukture, dinamiko notranjega trga, dostop do fizične infrastrukture ter kulturne in družbene norme. To prikazuje tudi GEM-ov konceptualni model, ki upodablja večstransko značilnost podjetništva in se v interakciji z okoljem osredotoča na posameznikovo proaktivno, inovativno in odgovorno vedenje (*slika 1.2*). Namen raziskave GEM je izboljšati znanje o podjetništvu in pomagati pri oblikovanju takšnih pogojev, ki bodo podjetništvu omogočali dolgoročen uspeh.

7.2 KAKO GEM SPREMLJA KAKOVOST PODJETNIŠKEGA OKOLJA

GEM-ovi timi spremljajo kakovost nacionalnega podjetniškega ekosistema z anketiranjem nacionalnih izvedencev. Anketo (National Expert Survey – NES) naj bi v vsaki sodelujoči državi GEM v lastnem nacionalnem jeziku izpolnilo vsaj 36 nacionalnih izvedencev. Izvedenci so podjetniki ali nepodjetniki iz gospodarstva, politike, državne uprave in akademske sfere, ki imajo znanje in izkušnje z delovanjem na različnih področjih, ki vplivajo na razvoj podjetništva v državi. V letu 2015 je v raziskavi NES sodelovalo 62 gospodarstev (tudi Japonska in Turčija, ki sicer leta 2015 nista bili vključeni v APS). Izvedenci so podjetniške pogoje ocenjevali s pomočjo Likertove lestvice od 1 (povsem narobe) do 9 (povsem resnično), pri čemer vrednost 5 pomeni, da trditev ni niti resnična niti napačna. Ocene nad 5 tako pomenijo pozitivno rangiranje, ocene pod 5 pa negativno. Leta 2015 je standardizirani vprašalnik vključeval 62 trditev, ki so bile razvrščene v devet ključnih okvirnih pogojev za podjetništvo. Vprašalniku so praviloma vsako leto dodani sklopi, ki podrobneje opisujejo določen vidik podjetniškega okolja. Leta 2015 je bila dodatna pozornost ponovno namenjena socialnemu podjetništvu. V drugem delu vprašalnika so izvedenci navedli tri področja, ki po njihovem mnenju zavirajo podjetniško aktivnost v državi, tri področja, ki jo pospešujejo, in tri priporočila, ki bi podjetništvo po njihovem mnenju izboljšala. Tretji del je namenjen pridobitvi strokovnih informacij o usposobljenosti in izkušnjah izvedencev ter pridobitvi drugih socialno-demografskih informacij. Odgovori nacionalnih izvedencev iz vseh držav udeleženk so bili vneseni preko spletne platforme in 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.

V Sloveniji smo spletno anketiranje opravili s 36 nacionalnimi izvedenci. Vzorec je primerno utežen glede na devet okvirnih pogojev za podjetništvo, tip izvedenca, spol, sektor gospodarstva in geografsko porazdelitev. Anketiranje je potekalo od aprila do julija 2015. Upoštevani so bili zadostno izpolnjeni vprašalniki (vsaj 75 % podanih odgovorov). Tudi v letu 2015 je bila tipična rotacija 25 % novih izvedencev. Poimenski seznam slovenskih izvedencev v letu 2015 je mogoče najti v *prilogi 1*.

Raziskava NES je bila vključena v GEM zaradi pomanjkanja nacionalno harmoniziranih mer, ki bi se jih dalo uporabiti kot pokazatelje specifičnih podjetniških pogojev (Reynolds et al. 2005). Medtem ko nekateri sekundarni podatki zagotavljajo analogne informacije o določenih okvirnih pogojih za podjetništvo, ostaja danes NES pomemben harmonizirani vir, ki omogoča podatke o dejavnikih okolja, pomembnih pri ustanavljanju in rasti podjetij. Devet okvirnih pogojev za podjetništvo, ki jih podrobneje predstavljamo v *tabeli 7.1*, je bilo načrtovanih kot dopolnitev osmih značilnosti, razvitih v okviru raziskovalnega programa Globalnega indeksa konkurenčnosti – Global Competitiveness Index (Schwab in Sachs 1997, 1998). Gre za različne vidike in dimenzije celotnega spleta dejavnikov okolja, ki v posamezni državi vplivajo na odločitve posameznikov o ustanavljanju podjetij in na razvoj podjetništva.

Tabela 7.1: Ključni GEM-ovi okvirni pogoji za podjetništvo, GEM 2015, 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 osnovni 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 pogoji 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.

7.3 OCENA PODJETNIŠKEGA OKOLJA V LETU 2015

V svetovnem merilu so najvišje ocene med okvirnimi pogoji za podjetništvo prejeli fizična infrastruktura (vrednost nad 6), dinamika notranjega trga, poslovna in strokovna infrastruktura ter kulturne in družbene norme. Najnižje ocene (z vrednostmi pod 4) so dobili podjetniško izobraževanje v osnovni in srednji šoli, prenos raziskav in razvoja ter regulativa vladnih politik.

Glede na doseženo fazo razvoja nacionalnega gospodarstva velja, da so okvirni pogoji za podjetništvo v inovacijskih državah na splošno bolje ocenjeni kot okvirni pogoji v nižje razvitih gospodarstvih. Fizična infrastruktura kaže največje razlike med stopnjami gospodarskega razvoja, s povprečno oceno 5,7 v faktorskih gospodarstvih in 6,7 v inovacijskih. Razlike so očitne tudi pri oceni vladnih programov, s povprečjem 3,9 v faktorskih gospodarstvih in 4,7 v inovacijskih. Po drugi strani pa ocene izobraževanja za podjetništvo po končani srednji šoli in dinamike notranjega trga dosegajo podobne povprečne ocene na vseh stopnjah gospodarskega razvoja. Med vsemi geografskimi regijami je podjetniški ekosistem najbolj razvit v severnoameriških gospodarstvih, najmanj pa v afriških (Kelley et al. 2016).

Skupno povprečno vrednost vsakega posameznega okvirnega pogoja za podjetništvo v Sloveniji prikazujemo v *tabeli 7.2*. Izvedenci so v letu 2015 trditve prvič ocenjevali na razširjeni lestvici z vrednostmi od 1 do 9. S tem smo pridobili natančnejše povprečne rezultate in standardni odklon, ki zagotavlja zanesljivejše ocene in intervale zaupanja, kot kadar za ocenjevanje uporabljamo petstopenjsko lestvico.

Tabela 7.2: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji in EU, GEM Slovenija 2015, 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	4,21	4,04	3,11	4,49	2,8	3,93	3,78	4,68	5,32	3,83	6,42	3,4
<i>Povprečje EU</i>	4,40	4,15	3,90	4,45	3,42	4,53	4,05	5,21	4,87	4,49	6,34	4,29

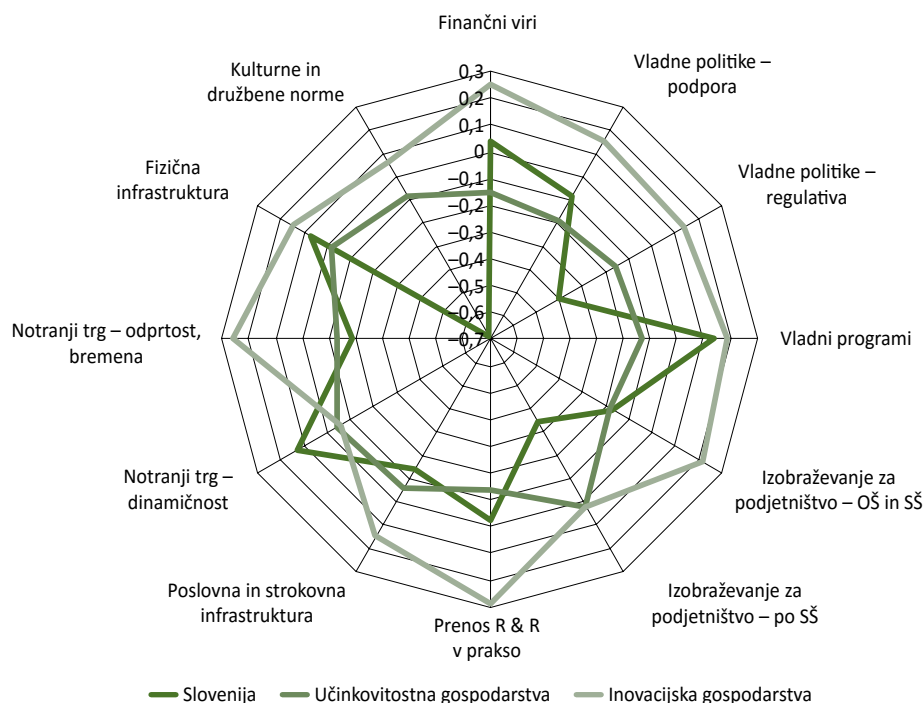
Stanje glede najboljše in najslabše ocenjenih okvirnih pogojev se zadnja leta ni spremenilo. Izvedenci še vedno najvišje ocenjujejo dostop do fizične infrastrukture, najnižje pa kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo na osnovnem nivoju izobraževanja. Enako velja tudi na ravni celotne Evropske unije. Spodbujanje izobraževanja za podjetništvo tako še vedno ostaja ena od primarnih usmeritev nacionalnih političnih intervencij. Pojavlja se tudi med prednostnimi nalogami, ki jih je sprejel UNCTAD (2012). Med šestimi prioritetami je poleg spodbujanja podjetniškega izobraževanja in podjetniških znanj mogoče zaslediti tudi oblikovanje nacionalne podjetniške strategije, optimizacijo regulatornega okolja, olajšanje prenosa tehnologij in inovacij, izboljšanje dostopa do financ ter promocijo podjetništva in mreženja. Najvišjo oceno podjetniškega izobraževanja za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah med vsemi državami GEM beleži Portugalska, po srednji šoli pa Filipini; med državami EU je to Nizozemska.

Po mnenju izvedencev Slovenija za povprečjem držav EU še vedno najbolj zaostaja pri kulturnih in družbenih normah, ki podpirajo (ali zavirajo) podjetniško aktivnost. Ta okvirni pogoj za podjetništvo med državami EU nižje ocenjujejo samo še izvedenci na Hrvaškem in na Madžarskem. Sledijo vladne politike na področju regulative, odprtost notranjega trga, izobraževanje za podjetništvo ter dostop do poslovne in strokovne infrastrukture. Nad povprečjem EU pa smo se leta 2015 najboljše uvrstili pri oceni dinamike notranjega trga.

Primerjava povprečnih ocen okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji s preteklimi leti kaže, da se nam po mnenju izvedencev izboljšujeta podpora vladnih politik ter dostop do finančnih virov za podjetništvo. Bolje so ocenjeni tudi vladni programi, dostop do fizične infrastrukture ter poslovne in strokovne infrastrukture. Največji padec od leta 2013 pa je mogoče zaznati ravno pri izobraževanju in usposabljanju za podjetništvo.

Rezultate raziskave za Slovenijo smo primerjali tudi z ocenami okvirnih pogojev, ki jih beležijo v skupini inovacijskih in učinkovitostnih gospodarstev. Okvirni pogoji za podjetništvo imajo namreč z vidika dosežene stopnje gospodarskega razvoja države različne prioritete in različen vpliv. Za vizualizacijo obstoječih razlik na sliki 7.1 prikazujemo standardizirane Z-vrednosti za Slovenijo ter na njihovi osnovi tudi povprečja za skupini učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstev.

Slika 7.1: Sestavljeni kazalniki okvirnih pogojev za podjetništvo



GEM Slovenija 2015, NES

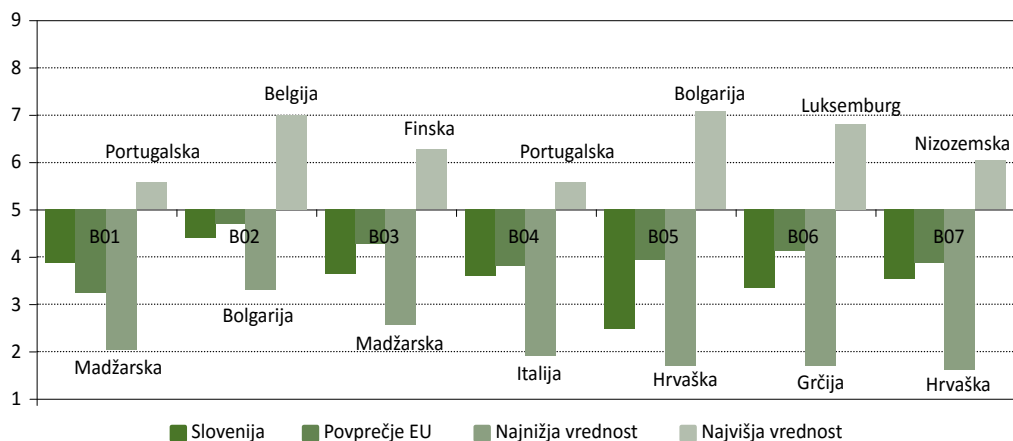
Opomba: Vrednosti kazalnikov temeljijo na povprečju Z-vrednosti (standardizirane vrednosti) za Slovenijo ter za gospodarstva glede na učinkovitostno ali inovacijsko fazo razvoja.

Slovenija je v skupini prvih šestih okvirnih pogojev za podjetništvo izrazito slabše od učinkovitostnih gospodarstev ocenjena pri vladnih politikah, ki se nanašajo na področje regulative in pri podjetniškem izobraževanju po SŠ. Pri preostalih okvirnih pogojih iz prve skupine beleži boljše ocene, vendar so povsod pod povprečjem ocen skupine najrazvitejših (inovacijskih) gospodarstev. V drugi skupini pogojev so rezultati podobni kot leta 2014. Slovenija ponovno najbolj zaostaja pri kulturnih in družbenih normah, kjer so razlike v vrednostih v primerjavi s povprečjem skupine učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstev največje.

7.4 NAJVIŠJE IN NAJNIŽJE OCENJENI ELEMENTI PODJETNIŠKEGA EKOSISTEMA

Sicer pa izvedenci v vseh letih, odkar v okviru projekta GEM proučujemo podjetniško okolje v Sloveniji, menijo, da so prvo najpomembnejše področje, na katerem bi morali ukrepati, vladne politike, in sicer izboljšati regulativo, medtem ko se ocene, ki se nanašajo na področje vladne podpore, v zadnjih letih izboljšujejo. Drugo najpomembnejše področje je izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, sledijo pa kulturne in družbene norme. V nadaljevanju so zato omenjeni okvirni pogoji za podjetništvo podrobneje analizirani, da pokažemo, katere sestavine v posameznem okviru so tiste, ki največ prispevajo k slabi oceni.

Slika 7.2: Ocene elementov vladnih politik v Sloveniji primerjalno z državami EU



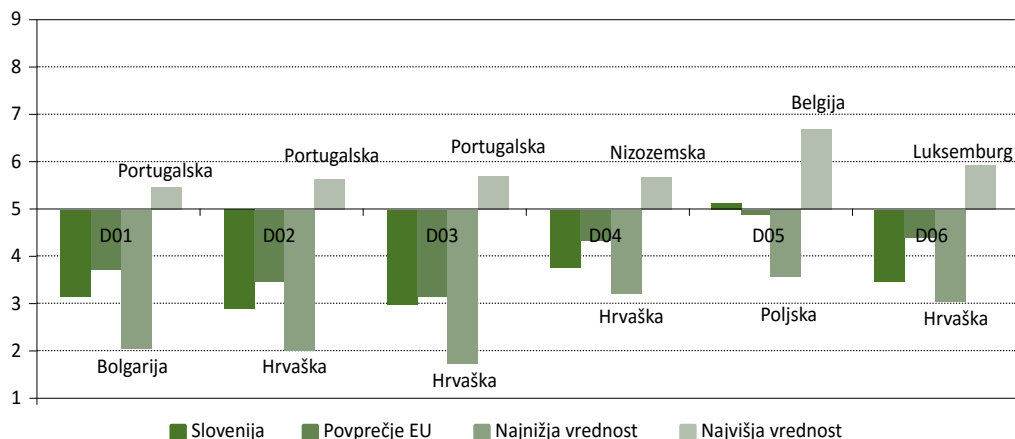
Legenda:

- 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 2015, NES

Tudi leta 2015 so bili v povprečju vsi elementi vladnih politik tako v Sloveniji kot tudi na ravni držav EU negativno rangirani (ocene pod 5). Kot kritično ocenjujemo področje regulative (B04–B07), na katerem smo za povprečjem držav EU ponovno najbolj zaostajali pri trditvi, ki se nanaša na višino davčnih bremen za nova in rastoča podjetja. Ta je v Sloveniji še posebej slabo ocenjena (s povprečno oceno 2,47). Med elementi, ki se nanašajo na področje vladne podpore (B01–B03), pa smo boljše rezultate zabeležili zaradi prve trditve, ki se nanaša na to, da državna politika favorizira nova podjetja (npr. preko javnih razpisov). To trditev so izvedenci v Sloveniji ocenili z nekoliko višjo povprečno oceno, kot je povprečna ocena izvedencev na ravni EU. Trditev so med državami članicami EU višje kot v Sloveniji ocenili zgolj izvedenci v Luksemburgu in na Portugalskem.

Slika 7.3: Ocene elementov izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v Sloveniji primerjalno z državami EU



Legenda:

- D01 V Sloveniji poučevanje v osnovnih in srednjih šolah spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo.
- D02 V Sloveniji poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno poznavanje načel tržnega gospodarstva.
- D03 V Sloveniji poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij.
- D04 V Sloveniji zagotavljajo višje in visoke strokovne šole ter univerze dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in rast novih podjetij.
- D05 V Sloveniji je poslovno in managersko izobraževanje na ravni, ki zagotavlja dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in rast novih podjetij.
- D06 V Sloveniji izobraževalni sistemi poklicnega, strokovnega in dopolnilnega izobraževanja zagotavljajo dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in rast novih podjetij.

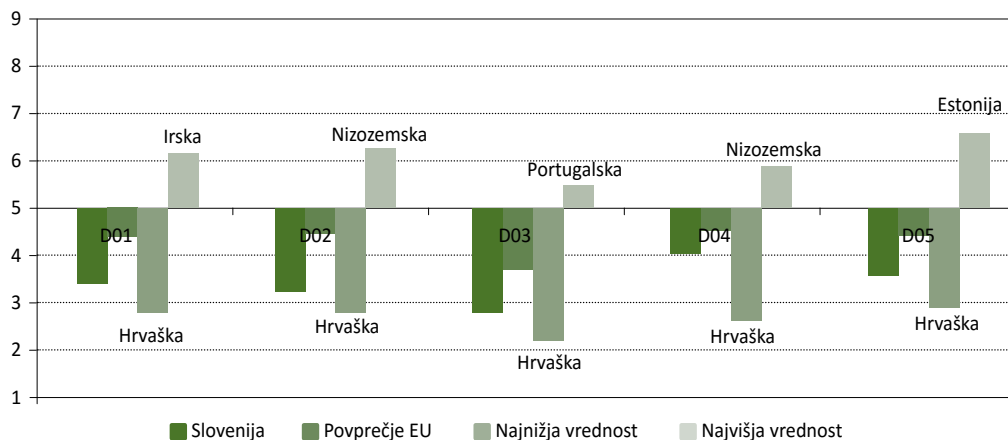
GEM Slovenija 2015, NES

Na splošno velja, da so izvedenci GEM vsa leta kritični do kakovosti izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo, posebej na osnovnem nivoju izobraževanja. To je prikazano tudi na *sliki 7.3*, saj so vsi elementi v povprečju nizko ocenjeni. Na osnovnem nivoju izobraževanja (D01–D03) beležimo v Sloveniji podobno stanje kot v povprečju države EU, vendar so ocene še nekoliko nižje. Izvedenci najslabše ocenjujejo, da v Sloveniji poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno poznavanje načel tržnega gospodarstva. Kritični so do trditve, da poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij, pa tudi do trditve, da v Sloveniji poučevanje v osnovnih in srednjih šolah spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo. Primer pozitivne prakse je, kot kažejo rezultati, Portugalska, ki pri izobraževanju in usposabljanju na osnovnem nivoju kaže najboljše rezultate med državami EU. Pozitiven portugalski rezultat gre zagotovo pripisati številnim programom, ukrepom in iniciativam za spodbujanje podjetništva, ki posegajo na številna področja – med drugim tudi na izobraževanje in usposabljanje (GEM 2013).

Višje kot izobraževanje in usposabljanje v osnovni in srednji šoli vrednotijo izvedenci izobraževanje po srednji šoli. Na ravni EU so med elementi D04–D06 najslabše ocenili trditve, da višje in visoke strokovne šole ter univerze nudijo dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in rast novih podjetij. Slovenski izvedenci so še posebej kritični do trditve, da izobraževalni sistemi poklicnega, strokovnega in dopolnilnega izobraževanja zagotavljajo dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in rast novih podjetij. Najbolje je ocenjena trditev, da poslovno in managersko izobraževanje zagotavlja dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in

rast novih podjetij. Po tej trditvi v Sloveniji celo nekoliko presežemo povprečno oceno skupine držav EU.

Slika 7.4: Ocene elementov kulturnih in družbenih norm v Sloveniji primerjalno z državami EU



Legenda:

- I01 V Sloveniji nacionalna kultura močno podpira individualne uspehe, ki so bili doseženi z lastnimi napori.
- I02 V Sloveniji nacionalna kultura poudarja neodvisnost, avtonomnost in osebno iniciativo.
- I03 V Sloveniji nacionalna kultura spodbuja podjetniško prevzemanje tveganja.
- I04 V Sloveniji nacionalna kultura spodbuja kreativnost in inovativnost.
- I05 V Sloveniji nacionalna kultura poudarja odgovornost, ki jo ima posameznik (in ne skupnost) pri upravljanju svojega življenja.

GEM Slovenija 2015, NES

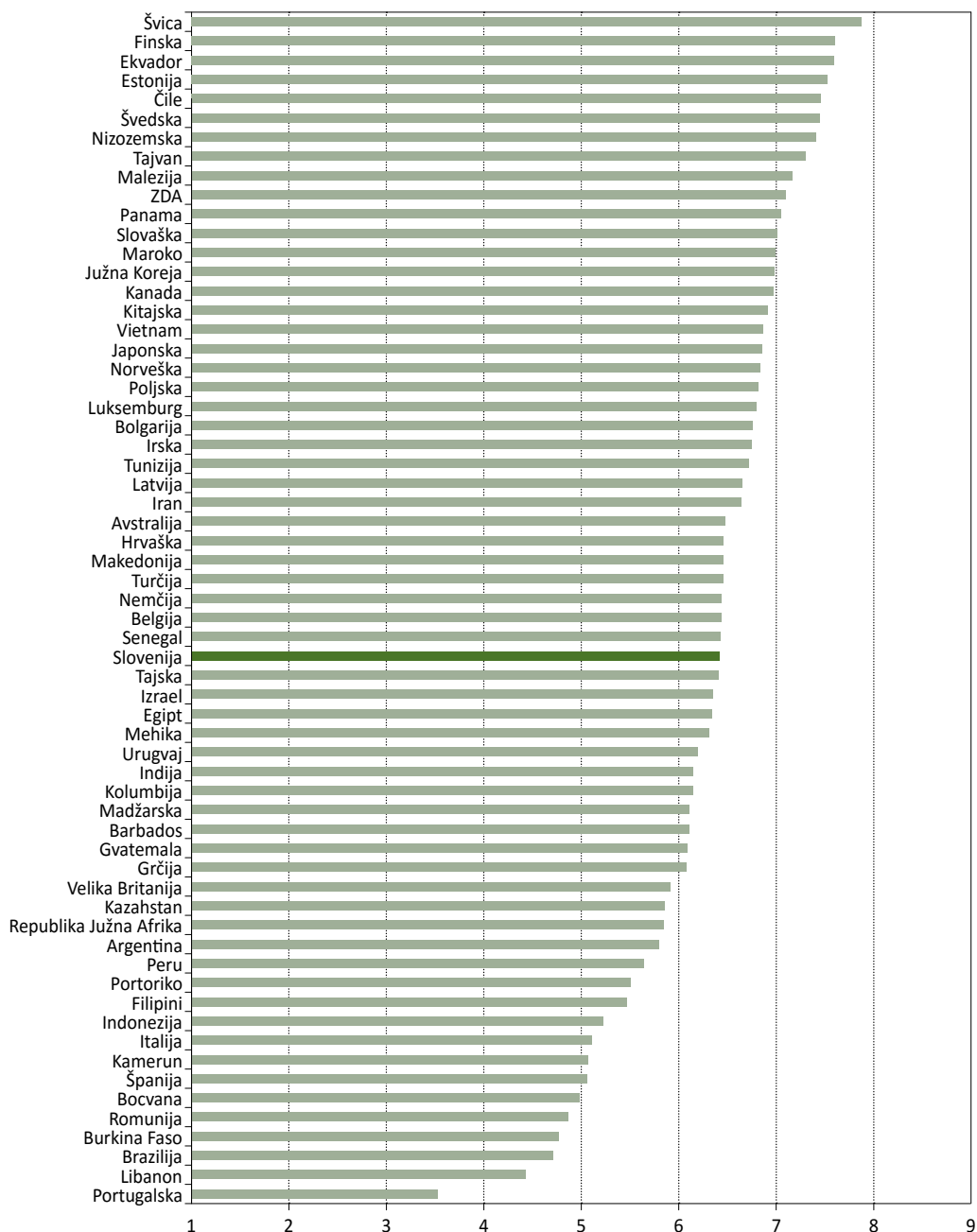
Tudi obseg, v katerem kulturne in družbene norme spodbujajo ali zavirajo dejavnosti, ki vodijo do novih poslov, metod ali dejavnosti, ki lahko potencialno povečajo osebno premoženje in dohodek, izvedenci že vsa leta ocenjujejo kot kritičen. V Sloveniji sicer ponovno beležimo podobno sliko, kot velja za države EU, vendar še z nekoliko nižjimi povprečnimi ocenami elementov kulturnih in družbenih norm. Tako kot evropski izvedenci so tudi slovenski najbolj kritični do kulture, ki po njihovem mnenju ne spodbuja posameznikov k prevzemanju tveganja. Kot posebej slabo ocenjeno bi izpostavili tudi poudarjanje neodvisnosti, avtonomnosti in osebne iniciative v Sloveniji. Najbolj kritični do kulturnih in družbenih norm med državami EU so bili v letu 2015 izvedenci na Hrvaškem. Ustvarjanje ugodne in spodbudne podjetniške klime je zagotovo dolgoročen proces, vendar je ključnega pomena pri spodbujanju podjetniške aktivnosti. Pomembno se povezuje ravno s podjetniškim izobraževanjem in usposabljanjem, zato kot prioriteto velja, da se z vsebinami in metodami poučevanja spodbujajo ustvarjalnost, inovativnost in podjetniška miselnost ter da se podjetništvo kot vrednota vgradi v izobraževalne sisteme na vseh nivojih.

Kljub kritični oceni podjetniškega ekosistema v Sloveniji pa rezultati standardiziranega vprašalnika kažejo na relativno velik razpon ocen, ki so jih izvedenci dodelili posameznim trditvam, ki opisujejo okvirne pogoje za podjetništvo. V tabeli 7.3 tako prikazujemo deset trditev, ki so jim leta 2015 izvedenci v povprečju dodelili najvišje ocene, in deset trditev, ki so jim dodelili najnižje ocene.

Tabela 7.3: Deset najnižje in deset najvišje ocenjenih elementov podjetniškega ekosistema, GEM Slovenija 2015, NES

Oznaka trditve	Trditev	Slovenija	Države GEM (N = 62)				
		povprečna ocena	najnižja povprečna ocena		povprečna ocena	najvišja povprečna ocena	
Deset najnižje ocenjenih trditve: V Sloveniji ...							
A07	... je za nova in rastoča podjetja na razpolago dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic (IPO).	2,41	1,48	Urugvaj	3,6	6,12	Švedska
B05	... višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja.	2,47	1,68	Hrvaška	3,92	7,07	Bolgarija
I03	... nacionalna kultura spodbuja podjetniško prevzemanje tveganja.	2,78	2,2	Hrvaška	4,14	7,62	Izrael
D02	... poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno poznavanje načel tržnega gospodarstva.	2,88	1,57	Egipt	3,15	5,62	Portugalska
D03	... poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij.	2,97	1,44	Tunizija	2,9	5,71	Portugalska
D01	... poučevanje v osnovnih in srednjih šolah spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo.	3,15	1,47	Tunizija	3,43	5,53	Švica
I02	... nacionalna kultura poudarja neodvisnost, avtonomnost in osebno iniciativo.	3,22	2,77	Hrvaška	4,85	7,54	Izrael
B06	... se davčna in druga vladna regulativa za nova in rastoča podjetja uporablja na predvidljiv in konsistenten način.	3,32	1,67	Grčija	4,43	6,81	Luksemburg
G04	... nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške vstopa na tržišče.	3,34	2,5	Hrvaška	3,94	5,55	Nizozemska
I01	... nacionalna kultura močno podpira individualne uspehe, ki so bili doseženi z lastnimi napor.	3,42	2,78	Hrvaška	5,07	7,46	Izrael
Deset najvišje ocenjenih trditve: V Sloveniji ...							
H02	... dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) za nova ali rastoča podjetja ni predrag.	7,5	3,62	Portugalska	6,45	8,67	Iran
H03	... potrebuje novo ali rastoče podjetje za dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) približno teden dni.	6,97	3,47	Portugalska	6,68	8,67	Iran
H04	... nova in rastoča podjetja zmorejo kriti stroške osnovnih potrebščin (plin, voda, elektrika, kanalizacija).	6,11	3,61	Portoriko	6,28	7,97	Finska
H01	... fizična infrastruktura (ceste, zgradbe, komunikacije, zbiranje odpadkov) zagotavlja dobro podporo za nova in rastoča podjetja.	6,09	3,26	Portugalska	5,58	7,89	Švica
H05	... lahko novo ali rastoče podjetje pridobi dostop do priključkov na plin, vodo, elektriko in kanalizacijo v približno mesecu dni.	5,63	2,03	Iran	6,47	8,29	Švica
C02	... znanstveni parki in poslovni inkubatorji zagotavljajo učinkovito podporo za nova in rastoča podjetja.	5,56	2,2	Iran	4,94	7,08	Kitajska
A03	... je na razpolago dovolj državnih subvencij za nova in rastoča podjetja.	5,53	2,33	Gvatemala	4,52	6,58	Poljska
F04	... nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre in strokovne pravne ter računovodske storitve.	5,43	3,54	Japonska	5,45	6,94	Irska
G01	... se trg potrošniškega blaga in storitev dramatično spreminja iz leta v leto.	5,41	3,18	Urugvaj	5,10	7,6	Južna Koreja
G02	... se medpodjetniški trg blaga in storitev dramatično spreminja iz leta v leto.	5,3	3,26	Senegal, Gvatemala	4,88	7,03	Južna Koreja

Slika 7.5: Ocena dostopa do fizične infrastrukture v Sloveniji v primerjavi z državami GEM leta 2015



GEM Slovenija 2015, NES

Kot že nekaj let zapored prvih pet mest najnižje in najvišje ocenjenih trditev izvedenci namenijo istim elementom. Prvih pet najvišje ocenjenih trditev sestavlja okvir, ki se nanaša na dostop do fizične infrastrukture. Sicer pa primerjava povprečnih ocen v državah GEM kaže (slika 7.5),

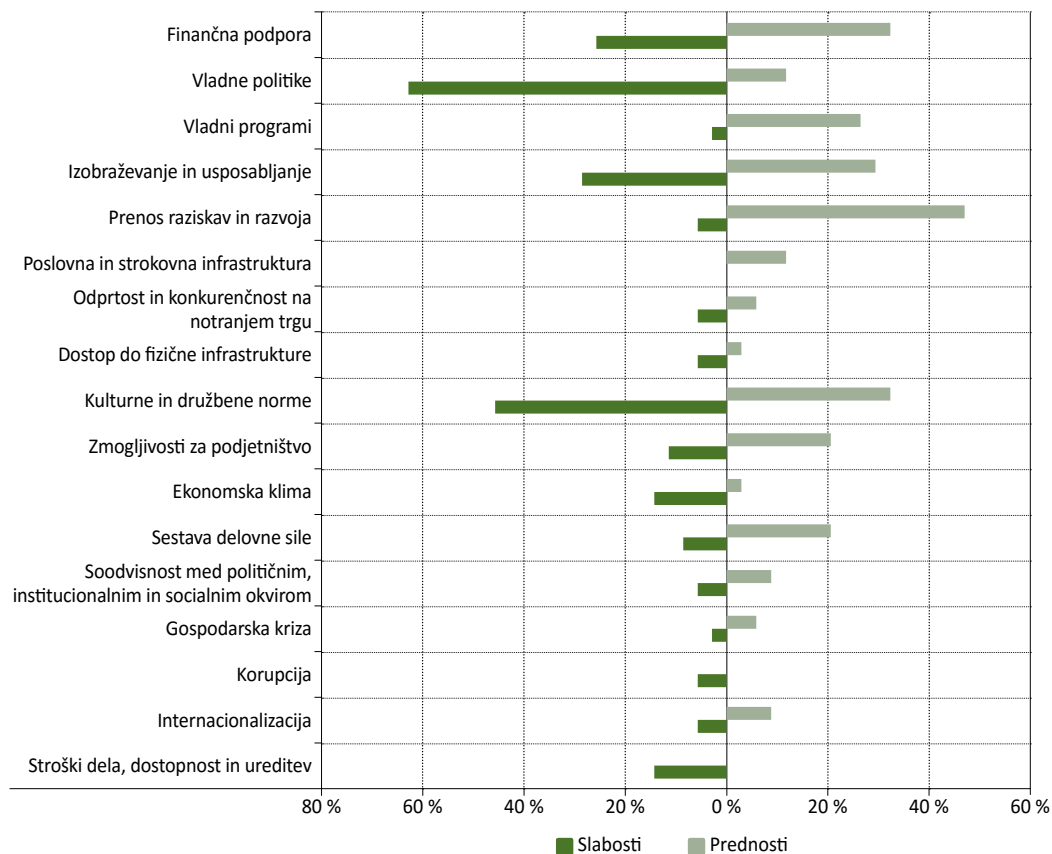
da so s fizično infrastrukturo med državami EU najbolj zadovoljni izvedenci severnoevropskih držav (Finska, Estonija, Švedska), najmanj pa v svojih državah izvedenci iz Južne Evrope (Portugalska, Romunija, Španija, Italija). Preostale najvišje ocenjene trditve se nanašajo na vladne programe – v smislu podpore znanstvenih parkov in inkubatorjev, finančno podporo – preko državnih subvencij ter dinamiko notranjega trga – ustrezno spreminjanje potrošniškega in medpodjetniškega trga blaga in storitev. Med najboljše ocenjenimi trditvami v Sloveniji je kar sedem takšnih, katerih povprečne ocene so višje od povprečja GEM, najbolj pri trditvi, da dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) za nova ali rastoča podjetja ni predrag ter da je na razpolago zadostno število državnih subvencij za nova in rastoča podjetja.

Najnižje ocenjene trditve se prav tako nanašajo na pet različnih okvirnih pogojev za podjetništvo. Najnižjo oceno so izvedenci namenili trditvi, da je za nova in rastoča podjetja na razpolago dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic (IPO). Sledijo (pre)visoka davčna bremena ter nasploh davčna in druga vladna regulativa za nova in rastoča podjetja, ki bi se lahko uporabljala na bolj predvidljiv in konsistenten način. Kar trikrat se najslabše ocenjene trditve nanašajo na izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo ter prav tako trikrat na nacionalno kulturo, ki po mnenju izvedencev ni zadosti spodbudna v primeru podjetniškega prevzemanja tveganja, ne poudarja neodvisnosti, avtonomnosti in osebne iniciative ter ne podpira individualnih uspehov. Med desetimi najnižje ocenjenimi trditvami je mogoče najti tudi področje bremen na notranjem trgu, saj izvedenci ocenjujejo, da nova in rastoča podjetja ne zmorejo v zadostni meri kriti stroškov vstopa na tržišče.

7.5 KAKO IZBOLJŠATI SLOVENSKI PODJETNIŠKI EKOSISTEM?

Mnenja izvedencev o opisanih okvirnih pogojih za podjetništvo omogočajo oceniti stanje nacionalnega podjetniškega ekosistema ter razumeti dejavnike, ki posredno ali neposredno oblikujejo razmere za ustanavljanje ter rast in razvoj podjetij v Sloveniji. V drugem delu vprašalnika so tako izvedenci zapisali po njihovem mnenju tri najpomembnejše prednosti, ki najbolj prispevajo k podjetniški aktivnosti v Sloveniji, tri teme/področja, ki jo zavirajo, in tri priporočila, ki bi podjetniško aktivnost v Sloveniji izboljšala.

Slika 7.6: Prednosti in slabosti podjetniškega ekosistema v Sloveniji leta 2015



GEM Slovenija 2015, NES

Po mnenju izvedencev (slika 7.6) so tudi v letu 2015 podjetniško aktivnost v Sloveniji najbolj zavirale vladne politike (62,86 % navedb). Sledijo prevladujoče kulturne in družbene norme (45,71 %) – te v Sloveniji niso naklonjene posameznikom, ki želijo ustanoviti ali razvijati podjetje –, (ne)razširjenost in (ne)kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo (28,57 %) ter šibka finančna podpora za podjetništvo (25,71 %). Kot največji zaviralni dejavnik v okviru vladne politike se najpogosteje omenjajo previsoki davki in nestimulativna davčna zakonodaja, sledijo birokratske ovire in pretirana regulacija na vseh področjih ter netransparentna in premalo fleksibilna zakonodaja. V okviru kulturnih in družbenih norm izvedenci kot slabost izpostavljajo pomanjkanje podjetniške kulture in vrednot, pomanjkanje samoiniciativnosti, netolerantnost do podjetniškega neuspeha ter nenaklonjenost prevzemanju tveganja in globalizaciji. Temu sledi izobraževalni sistem, ki je po mnenju nekaterih izvedencev zastarel, s premajhnim poudarkom na spodbujanju podjetnosti in podjetništva. To potrjuje tudi nedavna primarna raziskava slovenskih start-up podjetij (Rus 2016), ki ugotavlja, da so slovenski start-up podjetniki zelo kritični do slovenskih univerz v luči spodbujanja podjetniškega razmišljanja in aktivacije talentov in nasploh do šolskega sistema v celoti, ter izpostavlja nekaj konkretnih ukrepov na tem področju. V okviru finančne podpore slovenski izvedenci kot zaviralne dejavnike najpogosteje navajajo omejen dostop do kapitala ali njegovo pomanjkanje ter nefleksibilnost finančnega trga. Med dejavniki, ki so v letu 2015 najbolj zavirali podjetniško aktivnost, izvedenci

pogosto izpostavljajo tudi visoke stroške dela ter trenutno ekonomsko klimo, za katero so značilni plačilna nedisciplina, manjša kupna moč, splošno nezaupanje do bank in države ter (pre)počasno okrevanje gospodarstva iz recesije. V primerjavi z letom 2014 so izvedenci dali večjo težo podjetniškemu izobraževanju ter kulturnim in družbenim normam kot zaviralnim dejavnikom podjetniške aktivnosti. Obenem pa v obojem vidijo ključne priložnosti, ki bi jih v Sloveniji morali izkoristiti za pospeševanje podjetniške aktivnosti.

Kot najpomembnejšo prednost izvedenci, tako kot že leta 2014, najpogosteje navajajo prenos raziskav in razvoja (47,06 %), ki je bil, zanimivo, leta 2006 v Sloveniji tretji najslabše ocenjeni podjetniški okvir. Temu v enaki meri sledita finančna podpora (32,35 %) ter kulturne in družbene norme (32,35 %), velik odstotek odgovorov pa so si prislužili tudi podjetniško izobraževanje (29,41 %) in vladni programi (26,47 %). V okviru prenosa raziskav in razvoja izvedenci največje prednosti vidijo v podpornem start-up ekosistemu, ki se v Sloveniji pospešeno razvija in krepi v okviru iniciative Start:up Slovenija in njenih članov, v vzpostavljeni in dobro delujoči mreži tehnoloških parkov in inkubatorjev, v podjetniških pospeševalnikih in njihovi aktivni vlogi ter številnih start-up dogodkih. Tudi pospeševanje podjetništva v okviru vladnih programov se po mnenju izvedencev v največji meri nanaša na dobro vzpostavljeno podporno okolje in nacionalne finančne mehanizme za start-up podjetja. Med finančnimi spodbudami izvedenci kot spodbudne izpostavljajo subvencije države za zagon novih in rastočih podjetij, nepovratna sredstva iz shem EU in drugih organizacij ter tvegani kapital. To potrjujejo tudi slovenska start-up podjetja, saj je država v zadnjih letih močno okrepila programe za njihovo podporo. Podjetniki tako kot zelo pozitiven izpostavljajo ukrep programa zagonskih spodbud P2 in semenskega kapitala SK Slovenskega podjetniškega sklada (Rus 2016). V okviru kulturnih in družbenih norm v Sloveniji pa so izvedenci kot spodbuden prepoznali porast števila primerov dobrih praks in uspešnih podjetniških zgodb v medijih. Kot spodbuden vidijo tudi izobraževalni sistem v tistem delu, ki povezuje teorijo s prakso in vključuje podjetniške vsebine, pomembno vlogo pa pripisujejo tudi mentorstvu s strani podjetnikov. Omeniti velja še sestavo delovne sile, saj izvedenci več podjetništva pripisujejo trenutni brezposelnosti mladih in ustanavljanju podjetij iz nuje ter zmogljivostim za podjetništvo, pri tem pa izpostavljajo podjetniško (obrtniško) tradicijo, družinsko podjetništvo ter zmožne in uspešne posameznike – predvsem mlade.

Izvedence smo vprašali tudi o priporočilih, da bi bila podjetniška aktivnost v Sloveniji večja kot doslej. Pričakovano je, da se priporočila nanašajo na iste okvirne pogoje za podjetništvo, ki so bili v letu 2015 na splošno najslabše ocenjeni. Izvedenci tako menijo, da so prvo najpomembnejše področje, na katerem bi morali ukrepati, ravno vladne politike (51,43 % navedb), drugo je področje izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo (48,57 %), tretje pa področje kulturnih in družbenih norm (37,14 %). Priporočila vladni politiki se tako v največji meri nanašajo na fiskalno politiko ter debirokratizacijo postopkov. Pri izobraževanju se najpogosteje priporoča sistematična uvedba programov za razvoj kompetenc ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetnosti na vseh ravneh izobraževanja, še posebej pa na ravni osnovnih in srednjih šol ter tudi na neekonomskih smereh študija, povezovanje teorije s prakso in uvedba mentorskih programov. Na področju kulturnih in družbenih norm se priporočila izvedencev nanašajo na spodbujanje podjetniške kulture na vseh nivojih, promocijo podjetništva in uspešnih podjetniških zgodb v medijih ter spremembo negativnega odnosa družbe do podjetništva s pomočjo izobraževalnega sistema. Na tem mestu velja izpostaviti tudi okvir vladnih programov, pri čemer izvedenci predlagajo predvsem več državne podpore in ukrepov za podjetništvo na nacionalni, regionalni in lokalni ravni, jasne in enotne vladne programe za stimuliranje podjetniškega okolja ter preko teh povezovanje podpornih institucij in drugih deležnikov ekosistema. Pri dostopu do virov financiranja se med priporočili največkrat omenjajo sprostitev finančnega krča, aktivnejši kapitalski trg in priliv čezmejnih naložb lastniškega kapitala ter potreba po hitrejšem pridobivanju obratnih sredstev. Sorodne rezultate

kaže tudi raziskava SPO (Rus 2016), saj največ start-upov vidi priložnost v dodatnih davčnih olajšavah in oprostitvah v start-up ekosistemu. Na drugem mestu so poenostavitve in zmanjšanje birokratizacije ter zakonodajne regulative. Zelo visoko, na tretjem mestu, pa najdemo predlog za okrepitev pozitivnega odnosa do podjetništva.

Sklenemo lahko, da je po mnenju izvedencev pospeševanje podjetniške aktivnosti v domeni vlade, ki bi morala v prvi vrsti oblikovati primerno nacionalno podjetniško strategijo, usklajeno z drugimi nacionalnimi politikami. Vse večjo težo izvedenci v zadnjih letih namenjajo ukrepom na področju izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v okviru različnih programov formalnega in neformalnega izobraževanja. S sistemom podjetniškega izobraževanja je mogoče ne le prispevati k ustanavljanju podjetij in zaposljivosti mladih, ampak hkrati doseči tudi oblikovanje pozitivnih vrednot in znanja, ki spodbujajo podjetništvo, ter ustvarjanje pozitivnega odnosa do podjetništva v celotni družbi. To je prepoznala tudi Evropska komisija, ki se zavzema za odpiranje kakovostnih delovnih mest, dvig ravni aktivnega prebivalstva, zaposljivosti, za socialno podjetništvo in ustanavljanje ter rast podjetij. Vse to poudarja v dokumentu Ponovni razmislek o izobraževanju – Rethinking education (Evropska komisija 2012) ter v akcijskem načrtu Podjetništvo 2020 – Entrepreneurship 2020 (Evropska komisija 2013). Prav tako obstaja vrsta poročil in navodil za dvig kakovosti in učinkovitosti omenjenega področja na nacionalni ravni. Eno takih je poročilo o indikatorjih in podatkih za podjetniško učenje ter razvijanje kompetenc – Entrepreneurial Learning and Competence (European Commission 2014), ki vzpostavlja okvir indikatorjev za spremljanje podjetniškega izobraževanja v Evropi in na ravni držav članic. Osem držav članic (Danska, Estonija, Litva, Nizozemska, Švedska, Norveška, Wales in flamski del Belgije) je oblikovalo posebne strategije za spodbujanje podjetniškega izobraževanja, trinajst držav (Avstrija, Bolgarija, Češka, Finska, Grčija, Madžarska, Islandija, Lihtenštajn, Poljska, Slovaška, Slovenija, Španija in Turčija) pa je podjetniško izobraževanje vključilo v nacionalne strategije za vseživljenjsko učenje, mlade ali rast (Eurydice 2012). Zavedanje, da imata podjetniško izobraževanje in usposabljanje velik pomen pri spodbujanju podjetništva, je pomemben korak k temu, da se na dolgi rok spodbudi podjetniška miselnost. Podjetniški ekosistem, ki mora nuditi podporo v razvoj usmerjenemu podjetništvu, pri tem zagotovo igra najpomembnejšo vlogo.

Slovenski izvedenci v letu 2015

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja	Ustanova
dr. Boštjan Antončič	redni profesor	Ekonomska fakulteta, UL
Borut Borštnik	direktor	Zavod mladi podjetnik
Tatjana Dokl	vodja Sektorja za spodbujanje podjetništva, inovativnosti in tehnologije	Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, inovativnosti, razvoja, investicij in turizma – SPIRIT
dr. Mojca Duh	redna profesorica	Ekonomsko-poslovna fakulteta, UM
Matija Goljar	ustanovitelj in vodja	Ustvarjalnik, poslovna kooperativa, d.o.o.
Tadej Gregorčič	soustanovitelj, tehnični direktor	Motiviti d.o.o.
dr. Anton Habjanič	direktor	TehnoCenter UM d.o.o.
Anita Hrast	direktorica	IRDO – Inštitut za razvoj družbene odgovornosti
mag. Samo Hribar Milič	generalni direktor	Gospodarska zbornica Slovenije
mag. Ulla Hudina Kmetič	namestnica vodje	Predstavništvo Evropske komisije v Sloveniji
dr. Marko Jaklič	redni profesor	Ekonomska fakulteta, UL
Tadej Jevševar	soustanovitelj, vodja prodaje	Chipolo d.o.o.
Kristina Kočet Hudrap	ustanoviteljica, direktorica	Tiko Pro d.o.o.
dr. Sabina Koleša	generalna direktorica	Direktorat za podjetništvo, konkurenčnost in tehnologijo, MGRT
Lidija Korpar Koritnik	direktorica	Zavod ICEM-TC
Peter Korun	ustanovitelj, direktor	Aktivna signalizacija Korun d.o.o.
Blaž Kos	koordinator programa in svetovalec	Start:up Geek House podjetniški pospeševalnik
Kristjan Košič	soustanovitelj, direktor	Adora-med d.o.o.
Tanja Kožuh	direktorica	Primorski tehnološki park d.o.o.

Izvedenec	Funkcija v času anketiranja	Ustanova
mag. Iztok Lesjak	direktor	Tehnološki park Ljubljana d.o.o.
Mihael Leskovar	direktor	Štajerski tehnološki park d.o.o.
mag. Samo Lubej	direktor, svetovalec	Finančni center d.o.o.
mag. Marija Lubšina Novak	ravnateljica	Osnovna šola Brežice
Damjan Matičič	soustanovitelj, direktor	Koofr d.o.o.
Jernej Močnik	izvršni direktor za področje poslovanja z gospodarskimi družbami	Nova KBM d.d.
dr. Mark Pleško	soustanovitelj, direktor	Cosylab, d.d., Control System Laboratory
mag. Peter Polanič	predsednik uprave	Skupina Panvita
dr. Mitja Ruzzier	redni profesor	Fakulteta za management, UP
Karmen Sonjak	direktorica	RRA Koroška – Regionalna razvojna agencija za Koroško, d.o.o.
Dejan Šumak	soustanovitelj, direktor	Paradajz d.o.o.
Boštjan Tancer	izvršni direktor	Varnost d.d.
mag. Maja Tomanič Vidovič	direktorica	Slovenski podjetniški sklad
Rok Uršič	ustanovitelj, direktor	Instrumentation Technologies d.d.
dr. Jaka Vadnjal	predsednik uprave	Hranilnica LON d.d., Kranj
dr. Draško Veselinovič	predsednik uprave	Slovensko gospodarsko in raziskovalno združenje
Gaja Zornada	soustanoviteljica zaposlitvenega portala	StartupJob.si

Literatura in viri

1. Acs, Z. J., Desai, S. in Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, Economic Development and Institutions, *Small Business Economics*, 31(3): 219–234.
2. Ahmad, N. in Hoffman, A. (2007). *Addressing and Measuring Entrepreneurship*. OECD. Entrepreneurship Indicators Steering Group. Dostopno na: [<http://www.oecd.org/std/business-stats/39629644.pdf>].
3. Antončič, B., Auer Antončič, J. in Juričič, D. (2015). *Družinsko podjetništvo: značilnosti v Sloveniji*. Ljubljana: ERNST & YOUNG.
4. Arenius, P. in Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship, *Small Business Economics*, 24(3): 233–247.
5. Atkinson, A. in Messy, F. (2012). *Measuring Financial Literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study, OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, n. 15. Paris: OECD.
6. Aulet, B. in Murray, F. (2013). *Types of Entrepreneurship in the Economy*. Kansas City: Ewing Marion Kauffman Foundation. Dostopno na: [http://real.mit.edu/documents/AuletMurray_KauffmanPaper_a-tale-of-two-entrepreneurs.pdf].
7. Bates, T. (1990). Entrepreneur Human Capital and Small Business Longevity, *Review of Economics and Statistics*, 72(4): 551–559.
8. Bates, T. (1995). Self-employment Entry Across Industry Groups, *Journal of Business Venturing*, 10(2): 143–156.
9. Bennett, R. J. (2008). SME Policy Support in Britain since the 1990s: What have we Learnt?, *Environment and Planning C: Government and Policy*, 26(2): 375–397.
10. Bosma, N., Jones, K., Autio, E. in Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor 2007: Executive Report*. US: Babson College, Babson Park, MS; London, UK: London Business School and GERA.
11. Bosma, N., Wennekers, S. in Amoros, J. E. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report*. US: Babson College, Babson Park, MS; Santiago, Chile: Universidad del

Desarrollo; Malaysia: Universiti Tun Abdul Razak; London, UK: London Business School and GERA.

12. Bravo-Biosca, A., Criscuolo, C. in Menon, C. (2013). *What Drives the Dynamics of Business Growth?*. Paris: OECD.
13. Calvino, F., Criscuolo C., Menon C. (2015). Cross-country Evidence on Start-up Dynamics. *OECD Science, Technology and Industry Working Papers*. Paris: OECD Publishing. Dostopno na: [<http://dx.doi.org/10.1787/5jrxtkb9mxtb-en>].
14. Cerovšek, D. in Lukič, G. (2013). *Problemska analiza položaja mladih na trgu dela v luči agende dostojnega dela*. Ljubljana: Zveza svobodnih sindikatov Slovenije.
15. Colombo, M. in Grilli, L. (2005). Founders' Human Capital and the Growth of New Technology-based Firms: A Competence-based View, *Research Policy*, 34(6): 795–816.
16. Criscuolo, C., Gal, P. N. in Menon, C. (2014). *The Dynamics of Employment Growth: New Evidence from 18 Countries*. *OECD Science, Technology and Industry Policy Papers*. Paris: OECD Publishing.
17. Das, T. K. in He, I. Y. (2006). Entrepreneurial Firms in Search of Established Partners: Review and Recommendations, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 12(3): 114–143.
18. Davidsson, P. in Honig, B. (2003). The Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*, 18(3): 301–331.
19. DG enterprise and industry/EC (2008). Evaluation on Policy: Promotion of Women Innovators and Entrepreneurship, E E C (GHK, Technopolis). Dostopno na: [http://csdle.lex.unict.it/Archive/LW/Data%20reports%20and%20studies/Others%20reports%20and%20studies/20121017-014611_DGent_Women_enterpr_Oct12pdf.pdf].
20. Du Rietz, A. in Henrekson, M. (2000). Testing the Female Underperformance Hypothesis, *Small Business Economics*, 14(1): 1–10.
21. European Commission (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].
22. European Commission (2012). *European House of Entrepreneurs. Survey of Entrepreneurship in Education in Europe*. Brussels. Dostopno na: [<http://www.space-eu.be/uploads/documents/members%20only/Survey%20of%20Entrepreneurship%20in%20Education%20in%20Europe-EUROent.pdf>].
23. European Commission (2013). *Entrepreneurship 2020 Action Plan*. Dostopno na: [<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:EN:PDF>].
24. European Commission (2014). *Entrepreneurial Learning and Competence*. Strasbourg: ICF GHK. Dostopno na: [http://ec.europa.eu/education/library/reports/2014/entrepreneurial-expert-report_en.pdf].
25. European Commission (2015). *Internationalization of Small and Medium-sized Enterprises. Flash Eurobarometer 421*. Dostopno na: [http://ec.europa.eu/growth/smes/access-to-markets/internationalisation/index_en.htm].

26. Eurostat (2006). *The Profile of the Successful Entrepreneur — Results of the Survey Factors for Success, Statistics in Focus 29/2006*. Luxembourg: Eurostat.
27. Eurydice (2012). *Entrepreneurship Education at School. National Strategies, Curricula and Learning Outcomes*. Brussels: Education, Audiovisual and Culture Executive Agency. Dostopno na: [http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/thematic_reports/135en.pdf].
28. Everett, J. E. in Watson, J. (1998). Small Business Failure and External Risk Factors, *Small Business Economics*, 11(4): 371–390.
29. Evropska komisija (2012). *Ponovni razmislek o izobraževanju: naložbe v spretnosti za boljše socialno-ekonomske rezultate*. Strasbourg: Evropska komisija. Dostopno na: [<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52012DC0669&from=EN>].
30. Evropska komisija (2013). *Akcijski načrt za podjetništvo 2020: Oživitev podjetniškega duha v Evropi*. Strasbourg: Evropska komisija. Dostopno na: [<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52012DC0795&from=EN>].
31. Feld, B. (2012). *Startup Communities: Building an Entrepreneurial Ecosystem in your City*. Hoboken: Wiley.
32. GEM (2013). *Economic and Financial Difficulties Continue to Prompt Portuguese to Become Entrepreneurs*. Dostopno na: [<http://www.gemconsortium.org/country-profile/100>].
33. Hall, G. (1995). *Surviving and Prospering in the Small Firm Sector*. London: Routledge.
34. Haltiwanger, J., Jarmin, R. in Miranda, J. (2012). *Where Have All the Young Firms Gone?*. Kauffman Foundation. Dostopno na: [http://www.census.gov/ces/pdf/BDS_StatBrief6_Young_Firms.pdf].
35. Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
36. Hollanders, H., Es-Sadki, N. in Kanerva, M. (2015). *Innovation Union Scoreboard 2015*. Maastricht Economic and Social Research Institute on Innovation and Technology (UNU-MERIT). Dostopno na: [http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards/index_en.htm].
37. Isenberg, D. J. (2010). How to Start an Entrepreneurial Revolution, *Harvard Business Review*, June 2010. Dostopno na: [<http://utrechtce.nl/wp-content/uploads/2015/08/Entrepreneurial-Revolution-Isenberg-2010.pdf>].
38. Isenberg, D. J. (2011). *The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economy Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship*. Babson Entrepreneurship Ecosystem Project, Babson College, Babson Park: MA.
39. Isenberg, D. J. (2014). What an Entrepreneurship Ecosystem Actually Is, *Harvard Business Review*, 2014. Dostopno na: [<https://hbr.org/2014/05/what-an-entrepreneurial-ecosystem-actually-is>].
40. Ivanuša Bezjak, M. (2014). Menedžer za ideje, *Denar*, November 2014.
41. Keasey, K. in Watson, R. (1987). Non-Financial Symptoms and the Prediction of Small Company Failure: A Test of Argenti's Hypotheses, *Journal of Business Finance & Accounting*, 14(3): 335–354.

42. Kelley, D. J., Brush, C. G., Greene P. G., Herrington, M., Ali, A. in Kew, P. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor: Special Report Women's Entrepreneurship*. US: Babson College, Babson Park; Santiago, Chile: Universidad Del Desarrollo; Malaysia: Universiti Tun Abdul Razak; Mexico: Tecnológico de Monterrey. Dostopno na: [<http://www.gemconsortium.org/report/49281>].
43. Kelley, D., Bosma, N. in Amoros, J. E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor: 2010 Global Report*. US: Babson College, Babson Park, MS; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; London, UK: London Business School and GERA.
44. Kelley, D., Singer, S. in Herrington, M. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor 2015/16: Global Report*. US: Babson College, Babson Park, MS; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Malaysia: Universiti Tun Abdul Razak; Mexico: Tecnológico de Monterrey; London, UK: London Business School and GERA.
45. Levie, J. in Autio, E. (2008). A Theoretical Grounding and Test of the GEM Model, *Small Business Economics*, 31: 235–263.
46. Levie, J., Autio, E., Reeves, J., Chisholm, D., Harris, J., Grey, S., Ritchie, I. in Cleevely, M. (2013). *Assessing Regional Innovative Entrepreneurship Ecosystems with the Global Entrepreneurship and Development Index: The Case of Scotland Hunter Centre for Entrepreneurship*. University of Strathclyde.
47. 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.
48. Martineau, C. in Pastoriza, D. (2016). International Involvement of Established SMEs: A Systematic Review of Antecedents, Outcomes and Moderators, *International Business Review*, 25(2): 458–470.
49. Mason, C. (2014). *Creating Entrepreneurial Campus. A Report for Scotland*. QAA Scotland. Dostopno na: [<http://www.enhancementthemes.ac.uk/docs/report/creating-entrepreneurial-campuses.pdf?sfvrsn=14>].
50. Mason, C. in Brown, R. (2014). *Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship*. OECD LEED programme. Dostopno na: [<http://www.oecd.org/cfe/leed/Entrepreneurial-ecosystems.pdf>].
51. McMullen, J. S. in Dimov, D. (2013). Time and the Entrepreneurial Journey: The Problems and Promise of Studying Entrepreneurship as a Process, *Journal of Management Studies*, 50: 1481–1512.
52. Miller, P. in Bound, K. (2011). *The Start-Up Factory: The Rise of Accelerator Programmes to Support New Technology Ventures*. NESTA, Discussion Paper.
53. Moore, J. (1993). Predators and Prey: A New Ecology of Competition, *Harvard Business Review*. Dostopno na: [<http://blogs.law.harvard.edu/jim/files/2010/04/Predators-and-Prey.pdf>].
54. Napier, G. in Hansen, C. (2011). *Ecosystems for Young Scaleable Firms*. FORA Group. Dostopno na: [http://www.kauffman.org/~media/kauffman_org/z_archive/resource/2012/5/irpr_2012_napier.pdf].
55. Neck, H., Meyer, D., Cohen, B. in Corbett, A. (2004). An Entrepreneurial System View of New Venture Creation, *Journal of Small Business Management*, 42(2): 190–208.

56. OECD (2015). *Entrepreneurship support for the unemployed in Slovenia: Rapid Policy Assessments of Inclusive Entrepreneurship Policies and Programmes*. Dostopno na: [http://www.oecd.org/slovenia/Rapid-policy-assessment-Slovenia.pdf].
57. OECD/European Commission (2015). *Entrepreneurship Support for the Unemployed in Slovenia: Rapid Policy Assessments of Inclusive Entrepreneurship Policies and Programmes*. Paris: OECD Publishing. Dostopno na: [http://www.oecd.org/cfe/leed/Rapid-policy-assessment-Slovenia.pdf].
58. OECD/European Commission (2012a). *Policy Brief on Youth Entrepreneurship*. Luxembourg: Office of the European Union. Dostopno na: [http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=6501].
59. OECD/European Commission (2012b). *Policy Brief on Senior Entrepreneurship*. Luxembourg: Office of the European Union. Dostopno na: [http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=7342].
60. OECD/European Union (2013). *The Missing Entrepreneurs: Policies for Inclusive Entrepreneurship in Europe*. Paris: OECD Publishing. Dostopno na: [http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/the-missing-entrepreneurs_9789264188167-en].
61. OECD/European Union (2014). *The Missing Entrepreneur 2014. Policies for Inclusive Entrepreneurship in Europe*. Paris: OECD Publishing. Dostopno na: [http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/the-missing-entrepreneurs-2014_9789264213593-en].
62. OECD/European Union (2015). *The Missing Entrepreneurs 2015: Policies for Self-employment and Entrepreneurship*. Paris: OECD Publishing. Dostopno na: [http://www.oecd.org/industry/the-missing-entrepreneurs-2015-9789264226418-en.htm].
63. Pavlin, B. (2015). Idejnik oživlja zamisli zaposlenih, *Delo*, izdaja 25. 9. 2015.
64. Politis, D. in Gabrielsson, J. (2009). Entrepreneurs' Attitudes Towards Failure, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 15(4): 364–383.
65. Raspin, P. (2011). Failing to Learn? How Organizations Can Learn from Failure, *Strategic Direction*, 27(1): 4–6.
66. Rebernik, M. in Širec, K. (2016). *Stanje slovenskega podjetništva in značilnosti start-up ekosistema. Slovenski podjetniški observatorij 2015*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta UM.
67. Rebernik, M., Tominc, P. in Crnogaj, K. (2011). *Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva. GEM Slovenija 2010*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta UM.
68. Rebernik, M., Tominc, P., Crnogaj, K., Širec, K. in Bradač Hojnik, B. (2012). *Nezaznane priložnosti. GEM Slovenija 2012*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta UM.
69. Rebernik, M., Tominc, P., Crnogaj, K., Širec, K., Bradač Hojnik, B. in Rus, M. (2015). *Pomanjkanje vitalnosti slovenskega podjetništva. GEM Slovenija 2014*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta UM.
70. 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.
71. Roithmayr, D. (2000). Barriers to Entry: A Market Lock-In Model of Discrimination, *Virginia Law Review*, 8(4): 727–799.

72. Roper, S. in Hart, M. (2013). *Supporting Sustained Growth Among SMEs – Policy Models and Guidelines*. White Paper No. 7. Warwick: University of Warwick, Enterprise Research Centre.
73. Rus, M. (2016). Analiza značilnosti start-up podjetij ter start-up ekosistema v Sloveniji. V: Rebernik, M. in Širec, K. (ur.): *Stanje slovenskega podjetništva in značilnosti start-up ekosistema. Slovenski podjetniški observatorij 2015*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta UM.
74. Schoar, A. (2010). The Divide between Subsistence and Transformational Entrepreneurship. V Lerner, J. in Stern, S. (eds.): *Innovation Policy and the Economy*, vol. 10. University of Chicago Press.
75. Schwab, K. in Sachs, J. (1997). *The Global Competitiveness Report: 1997*. Geneva, Switzerland: World Economic Forum.
76. Schwab, K. in Sachs, J. (1998). *The Global Competitiveness Report: 1998*. Geneva, Switzerland: World Economic Forum.
77. Shane, S. in Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research, *The Academy of Management Review*, 25(1): 217–226.
78. 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.
79. Siegfried, J. J. in Evans, L. B. (1994). Empirical Studies of Entry and Exit: A Survey of the Evidence, *Review of Industrial Organisations*, 9(2): 121–155.
80. Služba Vlade RS za razvoj in evropsko kohezijsko politiko - SVRK (2015). Strategija Pametne Specializacije. Dostopno na: [http://www.svrk.gov.si/fileadmin/svrk.gov.si/pageuploads/Dokumenti_za_objavo_na_vstopni_strani/SPS_10_7_2015.pdf].
81. Spruk, V. (2013). Mladi in trg dela v času gospodarske krize, *IB revija, Revija za strokovna in metodološka vprašanja trajnostnega razvoja*, 47(3/4): 5–16.
82. 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.
83. Stangler, D. in Bell-Masterson, J. (2015). *Measuring an Entrepreneurial Ecosystem*. Kauffman Foundation Research Series on City, Metro, and Regional Entrepreneurship. Kansas: Ewing Marion Kauffman Foundation.
84. Stevenson, L. in Varela, R. (2013). *Creating Space for Entrepreneurship to Become a Driver of Growth in Barbados – A Policy Imperative*. Barbados: Cave Hill School of Business, University of the West Indies.
85. Stokes, D. in Blackburn, R. (2002). Learning the Hard Way: The Lessons of Owner-managers who have Closed their Businesses, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(1): 17–27.
86. SURS (2014). *Statopis – Statistični pregled Slovenije 2014*. Ljubljana: Statistični urad Slovenije. Dostopno na: [<http://www.stat.si/doc/pub/Statopis.pdf>].
87. SURS (2015). *Slovenska globalizacija v statističnih kazalnikih*. Dostopno na: [<http://www.stat.si/StatWeb/prikazi-novico?id=5620&idp=4&headerbar=3>].

88. The Hofstede center (2015). *Strategy, culture, change*. Dostopno na: [<http://geert-hofstede.com/slovenia.html>].
89. Tominc, P. (2013). Podjetniško izobraževanje ter podjetniška aktivnost v delu Podonavske regije, *Didactica Slovenica (Pedagoška obzorja)*, 28(2): 118–130.
90. Uhlaner, L. in Thurik, R. (2007). Postmaterialism Influencing Total Entrepreneurial Activity Across Nations, *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2): 161–185.
91. UNCTAD (2012). *Entrepreneurship Policy Framework and Implementation Guidance*. United Nations Conference on Trade and Development. New York and Geneva: United Nations.
92. van Praag, M. (2003). Business Survival and Success of Young Small Business Owners, *Small Business Economics*, 21(1): 1–17.
93. Varela R., Moreno, J. A. in Bedoya, M. (2014). *Colombian Entrepreneurial Dynamics: Global Entrepreneurship Monitor Caribbean*. Colombia: Universidad Icesi.
94. Varela, R. in Soler, J. (2012). *GEM Caribbean Regional Report 2011*. Colombia: Universidad Icesi.
95. WB (2015). *Doing Business 2016. Measuring Regulatory Quality and Efficiency, 13th Ed.* Washington, ZDA: The World Bank. Dostopno na: [<http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB16-Full-Report.pdf>].
96. WEF (2014). *Entrepreneurial Ecosystems around the Globe and Early-Stage Company Growth Dynamics – the Entrepreneur's Perspective*. Geneva, Switzerland. Dostopno na: [http://www3.weforum.org/docs/WEF_II_EntrepreneurialEcosystemsEarlyStageCompany_Report_2014.pdf].
97. WEF (2015). *The Global Gender Gap Report*. World Economic Forum. Dostopno na: [<http://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2015>].
98. 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.
99. Wiklund, J. in Shepherd, D. (2003). Knowledge-based Resources, Entrepreneurial Orientation, and the Performance of Small and Medium-sized Businesses, *Strategic Management Journal*, 24(13): 1307–1314.
100. Wiklund, J., Davidsson, P., Audretsch, D. B. in Karlsson, C. (2011). The Future of Entrepreneurship Research, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1): 1–9.
101. World Bank (2016). *Doing Business 2016: Measuring Regulatory Quality and Efficiency*. Washington, DC: World Bank.
102. ZRSZ (2015). *Strokovna izhodišča za leto 2016*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje. Dostopno na: [https://www.ess.gov.si/_files/7916/Strokovna_izhodišca_za_leto_2016.pdf].
103. ZRSZ (2016). *Registrirana stopnja brezposelnosti*. Dostopno na: [http://www.ess.gov.si/trg_dela/trg_dela_v_stevilkah/stopnja_registrirane_brezposelnosti].

Ključne mere GEM

Navajamo nekatere ključne mere, ki jih uporablja GEM, skupaj z njihovimi delovnimi definicijami. Do opisa vseh mer lahko dostopate neposredno na internetni strani Globalnega podjetniškega monitorja na naslednji način: www.gemconsortium.org → *about gem* → *gem wiki* → *definitions* → *measures*.

Mera	Opis
<i>Odnos do podjetništva in njegovo dojemanje (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 potencialni 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.

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.
Motivacijski indeks (Entrepreneurial motivation index)	Razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti.
Podjetniške aspiracije (Entrepreneurial aspirations)	
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo (High growth expectation early-stage entrepreneurial activity)	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 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.

Mera	Opis
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.
<i>Podjetniška aktivnost zaposlenih (Entrepreneurial employee activity)</i>	
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.
<i>Socialna podjetniška aktivnost (Social entrepreneurial activity)</i>	
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 2015

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Argentina	IAE Business School	Silvia Torres Carbonell	Buenos Aires City Government - Economic Development Ministry	Cantu Maria Celina
		Aranzazu Echezarreta		
		Juan Martin Rodriguez		
Avstralija	Queensland University of Technology	Paul Steffens	QUT Business School	Q&A Market Research Pty Ltd
		Per Davidsson		
Barbados	The Cave Hill School of Business, The University of the West Indies	Marjorie Wharton	First Citizens Bank Ltd	D&B Research Services
		Jeannine Comma	Sagikor Financial Corporation	
		Jason Marshall		
		Paul Pounder		
		Egbert Irving		
Belgija	Vlerick Business School	Hans Crijns	STORE (Flemish Research Organisation for Entrepreneurship and Regional Economy)	TNS Dimarso
		Niels Bosma	EWI (Department of Economy, Science and Innovation)	
		Tine Holvoet		
		Jeff Seaman		
Bocvana	University of Botswana	C.R. Sathyamoorthi	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Botswana Team
		R. S. Morakanyane		
		G. N. Ganamotse		
		G. Setibi		
		I. R. Radikoko		
		T. Mphela		
		T. Tsheko		
		T. G. Ditswheu		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Bolgarija	GEM Bulgaria	Iskren Krusteff	Telerik - a Progress company	Market Test JSC
		Monika Panayotova		
		Mira Krusteff		
		Veneta Andonova		
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
		Morlan Guimaraes	Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP)	
			Universidade Federal do Paraná (UFPR)	
Burkina Faso	CEDRES / LaReGEO	Florent Song-Naba	International Development Research Centre (IDRC)	CEDRES / LaReGEO
		Serge B. Bayala		
		Mamadou Toé		
		Régis G. Gouem		
		Djarius Bama		
Čile	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic	Telefónica Chile: Movistar Innova & Wayra	Questio, Estudios de Mercado y Opinion Limitada
		Adriana Abarca	SOFOFA (Federation of Chilean Industry)	
		Gianni Romani	InnovaChile Corfo	
			Ministerio de Economía	
Egipt	The American University in Cairo - School of Business	Ayman Ismail	Information Technology Industry Development Agency (ITIDA)	Nielsen Egypt
		Ahmed Tolba	The American University in Cairo - School of Business	
		Shima Barakat		
		Seham Ghalwash		
Ekvador	ESPOL- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio	Banco del Pacífico	Survey Data
		Guido Caicedo	Mexichem Group	
		Xavier Ordeñana		
		Rafael Coello		
		Ramon Villa		
		Edgar Izquierdo		
Estonija	Estonian Development Fund	Rivo Riistop	Estonian Development Fund	Saar Poll
	SaarPoll	Erki Saar		
	University of Tartu	Kadri Paes		
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		
		Paulyne Castillo		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Finska	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen	Ministry of Employment and the Economy	Taloustutkimus Oy
		Jarna Heinonen	Turku School of Economics, University of Turku	
		Tommi Pukkinen		
		Pekka Stenholm		
		Sanna Suomalainen		
Grčija	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides	SIEMENS HELLAS S.A.	Datapower SA
		Katerina Xanthi		
		Ioannis Giotopoulos		
		Evangelia Valavanioti		
Gvatemala	Universidad Francisco Marroquin	Mónica de Zelaya	Francisco Marroquín University -UFM-	Khanti Consulting
		Carolina Uribe	School of Economic Sciences -UFM-	
		David Casasola	Kirzner Entrepreneurship Center	
		Daniel Fernández		
		Eduardo Lemus		
Hrvaška	J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer	Privredna banka Zagreb	Ipsos d.o.o., Zagreb
		Nataša Šarlija	Ministry of Entrepreneurship and Crafts	
		Sanja Pfeifer	J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics	
		Sunčica Oberman Peterka	CEPOR SME & Entrepreneurship Policy Centre	
			Croatian Bank for Reconstruction and Development	
Indija	Entrepreneurship Development Institute of India (EDI), Ahmedabad	Sunil Shukla	Centre for Research in Entrepreneurship Education and Development (EDI)	IMRB International
	Centre for Entrepreneurship Development Madhya Pradesh (CEDMAP), Bhopal	Pankaj Bharti	CEDMAP, Bhopal	
		Amit Kumar Dwivedi		
		V L Kantha Rao		
		Jammu and Kashmir Entrepreneurship Development Institute (JKEDI), Srinagar		
Indonezija	Parahyangan Catholic University (UNPAR) Bandung	Catharina Badra Nawangpalupi	Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR) Indonesia	PT Idekami Indonesia
		Gandhi Pawitan	International Development Research Centre (IDRC)	
		Agus Gunawan		
		Maria Widyarini	Higher Education Directorate General, Republic of Indonesia	
		Triyana Iskandarsyah		
		Budi Husodo Bisowarno		
		Tutik Rachmawati		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan	Labour Social Security Institute (LSSI)	Mohammad Reza Zali
		Nezameddin Faghieh		
		Ali Akbar Moosavi-Movahedi		
		Leyla Sarafraz		
		Asadollah Kordrnaeij		
		Jahangir Yadollahi Farsi		
		Mahmod Ahamadpour Daryani		
		S. Mostafa Razavi		
		Mohammad Reza Zali		
		Mohammad Reza Sepehri		
		Ali Rezaean		
Irska	Fitzsimons Consulting / Dublin City University Business School	Paula Fitzsimons	Enterprise Ireland	IFF Research
		Colm O'Gorman	Department of Jobs, Enterprise and Innovation	
Italija	University of Padua	Moreno Muffatto	Università degli Studi di Padova	Doxa
		Patrizia Garengo		
		Michael Sheriff		
		Sandra Dal Bianco		
Izrael	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Dialogue Corporation
		Yoash Avrahami		
		Miri Lerner		
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
		Jacqui Kew		
		Penny Kew		
Južna Koreja	Korea Insitute of Startup and Entrepreneurship Development	Siwoo Kang	Korea Institute of Startup and Entrepreneurship Development	Polarixpartner Korea
		Chaewon Lee		
	Korea Entrepreneurship Foundation	Byung Heon Lee	Korea Entrepreneurship Foundation	
		Dohyeon Kim		
		Choonwoo Lee		
		SungHyun Cho		
		Moonsun Kim		
		Miae Kim		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Kamerun	FSEGA - University of Douala	Maurice Fouda Ongodo	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Cameroon Team
		Ibrahima		National Institute of Statistics
		Jean Hubert Etoundi		
		Pierre Emmanuel Ndebi		
		Sabine Patricia Mougou		
		Um Ngouem Thérèse		
		She Etoundi		
Kanada	The Centre for Innovation Studies (THECIS)	Peter Josty	Listed alphabetically:	Nielsen Opinion Quest Inc.
		Chad Saunders	Futurpreneur	
		Jacqueline Walsh	Government of Alberta	
		Charles Davis	Atlantic Canada Opportunities Agency	
		Dave Valliere	Government of Ontario	
		Howard Lin	Government of Quebec	
		Neil Wolff	International Development Research Centre (IDRC)	
		Etienne St-Jean	Ryerson University	
		Nathan Greidanus	Simon Fraser University/CPROST	
		Murat Sakir Erogul		
		Cooper Langford		
		Karen Hughes		
		Harvey Johnstone		
		Adam Holbrook		
		Brian Wixted		
		Blair Winsor		
		Chris Street		
		Horia El Hallam		
		Yves Bourgeois		
		Kevin McKague		
		Allison Ramsay		
		Marc Duhamel		
Kazahstan	Nazarbayev University Graduate School of Business	Patrick Duparcq	Nazarbayev University Graduate School of Business	JSC Economic Research Institute
		Venkat Subramanian	JSC Economic Research Institute	
		Dmitry Khanin		
		Robert Rosenfeld		
		Assel Uvaliyeva		
		Leila Yergozha		
	JSC Economic Research Institute	Maksat Mukhanov		
		Nurlan Kulbatyrov		
		Shynggys Turez		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Kitajska	Tsinghua University	Gao Jian	School of Economics and Management at Tsinghua University	SINOTRUST
		Jiang Yanfu		
		Cheng Yuan		
		Li Xibao		
		Rui MU		
Kolumbija	Universidad Icesi	Rodrigo Varela Villegas	Universidad Icesi	Centro Nacional de Consultoría
		Jhon Alexander Moreno		
	Pontificia Universidad Javeriana Cali	Fabián Osorio	Pontificia Universidad Javeriana Cali	
		Diana Marcela Escandón		
		Lina Maria Medina		
	Universidad del Norte	Liyis Gómez	Universidad del Norte	
		Tatiana Hernandez		
		Sasha Paredes		
		Natalia Hernandez		
		Eduardo Gómez-Araujo		
		Sara Lopez-Gomez		
	Corporación Universitaria del Caribe - CECAR	Piedad Martínez	Corporación Universitaria del Caribe - CECAR	
	Universidad EAN	Francisco Matiz	Universidad EAN	
	Universidad Cooperativa de Colombia	Angela Maria Henao	Universidad Cooperativa de Colombia	
Latvija	Stockholm School of Economic in Riga	Marija Krumina	TeliaSonera AB	SKDS
		Anders Paalzow		
		Alf Vanags		
Libanon	UK Lebanon Tech Hub	Elie Akhrass	Central Bank of Lebanon (Banque du Liban)	Information International sal
		Mario Ramadan		
		Colm Reilly		
		Patrick Baird		
		Khater Abi Habib		
		Alessio Bortone		
		Marta Solorzano		
		Nadim Zaazaa		
Luksemburg	STATEC - National Statistical Office	Peter Höck	Chambre de Commerce Luxembourg	TNS ILRES
		Chiara Peroni	Ministère de l'Économie et du Commerce Extérieur	
		Cesare Riillo	STATEC - National Statistical Office	
		Leila Ben-Aoun		
		Francesco Sarracino		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Madžarska	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb	Global Entrepreneurship and Research Institute	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató
		József Ulbert	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	
		Attila Varga		
		Gábor Márkus		
		Attila Petheő		
		Dietrich Péter		
		Zoltán J. Ács		
		Terjesen Siri		
		Saul Estrin		
		Éva Komlósi		
Makedonija	University "Ss. Cyril and Methodius" - Business Start-Up Centre	Radmil Polenakovic	Macedonian Enterprise Development Foundation	MProspekt
		Tetjana Lazarevska		
		Saso Klekovski		
		Aleksandar Krzalovski		
		Dimce Mitreski		
		Lazar Nedanoski		
		Dimitar Smiljanovski		
Malezija	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier	Universiti Tun Abdul Razak	Rehanstat
		Mohar bin Yusof		
		Leilanie binti Mohd Nor		
		Samsinar Md. Sidin		
Maroko	Université Hassan II - Casablanca	Khalid El Ouazzani	International Development Research Centre (IDRC)	Claire Vision Consulting
		Hind Malainine		
		Sara Yassine		
		Salah Koubaa		
		Ahmed Benmejdoub		
		Fatima Boutaleb		
		Abdellatif Komat		
		Ismail Lahsini		
		Meryem Kabbaj		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Mehika	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Daniel Moska Arreola	Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera	Alduncin y Asociados
		Ernesto Amorós		
		Elvira Naranjo		
		Marcia Campos		
		Natzin López		
		Marcia Villasana		
		José Manuel Aguirre		
		Lucia Alejandra Rodriguez		
		Rafaela Diegoli		
		Carlos Torres		
		Lizbeth González		
		Rafael Tristán		
Nemčija	Institute of Economic and Cultural Geography, Leibniz Universität Hannover Institute for Employment Research (IAB) of the German Federal Employment Agency (BA)	Rolf Sternberg	German Federal Employment Agency (BA)	Umfragezentrum Bonn
		Udo Brix		
		Johannes von Bloh		
Nizozemska	Panteia / EIM	Sophie Doove	The Ministry of Economic Affairs of the Netherlands	Panteia
		Jolanda Hessels		
		Peter van der Zwan		
		André van Stel		
		Roy Thurik		
		Niels Bosma		
		Amber van der Graaf		
		Tommy Span		
Norveška	Nord University	Lars Kolvereid	Innovation Norway	Polarfakta
		Bjørn Willy Åmo	Kunnskapsfondet Nordland AS	
		Espen Isaksen	Nord University	
		Erlend Bullvåg		
Panama	City of Knowledge's Innovation Center IESA Management School (Panama Campus)	Manuel Lorenzo	City of Knowledge Foundation	IPSOS
		Andrés León		
		Federico Fernández Dupouy		
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship	Imasen
		Oswaldo Morales	Imasen	
		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 Polish Agency for Enterprise Development	IQS
		Anna Tarnawa		
		Paulina Zadura-Lichota		
		Dorota Weclawska		
		Mariusz Bratnicki		
		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
		Marta Alvarez		
		Manuel Lobato		
Portugalska	Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Augusto Medina	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	GfKMetris
		Douglas Thompson		
		Rui Monteiro		
		Nuno Gonçalves		
		Luís Antero Reto		
		António Caetano		
		Nelson Ramalho		
Romunija	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Annamária Dézsi-Benyovszki	OTP Bank Romania Asociatia Pro Oeconomica Babes-Bolyai University of Cluj-Napoca	Metro Media Transilvania
		Ágnes Nagy		
		Tünde Petra Szabó		
		Lehel-Zoltán Györfy		
		Stefan Pete		
		Dumitru Matis		
		Eugenia Matis		
Senegal	Université Cheikh Anta Diop de Dakar	Serge Simen	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Senegal Team
		Bassirou Tidjani		
		Ibrahima Dally Diouf		
Slovaška	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova	Slovak Business Agency (SBA) SLOVINTEGRA Energy s.r.o Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	AKO
		Zuzana Kovacicova		
		Marian Holienka		
		Jan Rehak		
		Jozef Komornik		
Slovenija	Faculty of Economics and Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik	SPIRIT Slovenia Slovenian Research Agency Institute for Entrepreneurship at Faculty of Economics and Business, UM	RM PLUS
		Polona Tominc		
		Katja Crnogaj		
		Karin Širec		
		Barbara Bradač Hojnik		
		Matej Rus		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Španija	UCEIF Foundation-CISE GEM Spain Network	Ana Fernandez Laviada	Santander Bank	Instituto Opinómetro S.L.
		Federico Gutiérrez Solana	GEM Spain Network	
		Iñaki Peña	Fundación Rafael Del Pino	
		Maribel Guerrero		
		Jose Luis González-Pernía		
		Ines Rueda Sampedro		
		Manuel Redondo		
Regionalni timi	Ustanova	Direktor		
<i>Andalucía</i>	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro		
<i>Aragón</i>	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata		
<i>Canarias</i>	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino		
<i>Cantabria</i>	Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada		
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín		
<i>Castilla La Mancha</i>	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno		
<i>Cataluña</i>	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans	Carlos Guallarte		
<i>Ceuta</i>	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza		
<i>C. Valenciana</i>	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras e Ignacio Mira Solves		
Extremadura	Fundación Xavier de Salas– Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón y J. Carlos Díaz Casero		
<i>Galicia</i>	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)	Marta Amate López		
<i>Madrid</i>	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE), Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López		
<i>Melilla</i>	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes		
<i>Murcia</i>	Universidad de Murcia	Antonio Aragón y Alicia Rubio		
Navarra	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart		
<i>País Vasco</i>	Deusto Business School	Maribel Guerrero		
Švedska	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm	Svenskt Näringsliv / Confederation of Swedish Enterprise Vinnova	Ipsos
		Per Thulin		
		Carin Holmquist		
		Ylva Skoogberg		
		Johan P Larsson		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Švica	School of Management (HEG-FR) Fribourg	Rico Baldegger	School of Management Fribourg (HEG-FR)	gfs Bern
		Siegfried Alberton	Swiss Federal Institute of Technology in Zurich (ETHZ)	
		Andrea Huber	University of Applied Sciences and Arts of Southern Switzerland (SUPSI)	
		Fredrik Hacklin	ZHAW School of Management and Law	
		Onur Saglam		
		Pascal Wild		
		Jacques Hefti		
		Adrian W. Mueller		
		Benjamin Graziano		
		Benoît Morel		
		Raphaël Gaudart		
		Anka Pilauer		
		Philippe Regnier		
Tajska	Bangkok University - School of Entrepreneurship and Management (BUSEM)	Pichit Akraithit	Bangkok University, OSMEP (Organization for Small and Medium Enterprise Development)	TNS Research International Thailand
		Koson Sapprasert		
		Ulrike Guelich		
		Suchart Tripopsakul		
Tajvan	National Chengchi University	Chao-Tung Wen	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs of Taiwan	NCCU Survey Center
		Chang-Yung Liu		
		Su-Lee Tsai		
		Yu-Ting Cheng		
		Yi-Wen Chen		
		Ru-Mei Hsieh		
		Don Jyh-Fu Jeng		
		Li-Hua Chen		
		Shih-Feng Chou		
Tunizija	The Arab Institute of Business Leaders IACE	Majdi Hassen	The Arab Institute of Business Leaders IACE	The Arab Institute of Business Leaders IACE
		Sofian Ghali		
		Bilel Bellaj		
		Kamel Ghazouani		
		Yasser Arouaoui		
Turčija	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB) Yeditepe University	Esra Karadeniz	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB) Turkish Economy Bank (TEB)	Method Research Company
		Özlem Kunday		
		Thomas Schött		
		Maryam Cheraghi		
		Pelin Yüce		
Urugvaj	IEEM Business School, University of Montevideo	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		
		Tomasz Mickiewicz	Welsh Government	
		Michael Anyadike-Danes	Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde	
		Karen Bonner	Invest Northern Ireland	
		Ute Stephan	Belfast City Council	
		Isabella Moore	British Business Bank	
Vietnam	Vietnam Chamber of Commerce and Industry	Luong Minh Huan	International Development Research Centre (IDRC)	Vietnam Chamber of Commerce and Industry
		Doan Thi Quyen		
		Pham Thi Thu Hang		
		Le Thanh Hai		
		Doan Thuy Nga		
ZDA	Babson College	Donna Kelley	Babson College	Elemental
		Abdul Ali	Baruch College	
		Candida Brush		
		Marcia Cole		
		Andrew Corbett		
		Philip Kim		
		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 2014 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 Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru, kjer 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 docentka za področje podjetništva 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 predstojnica univerzitetne študijske usmeritve Podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti, članica raziskovalnega tima Globalni podjetniški monitor Slovenija 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, hitro rastočimi podjetji, podpornimi politikami za podjetništvo ter drugimi področji podjetništva in ekonomike poslovanja, rezultate teh raziskav pa objavlja v različnih znanstvenih in strokovnih revijah ter monografijah.

KARIN ŠIREC



Dr. Karin Širec je izredna profesorica za področje podjetništva in ekonomiko 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, na kateri 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 doktorske študijske usmeritve Podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti in članica fakultetnega senata.

BARBARA BRADAČ HOJNIK



Dr. Barbara Bradač 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 ekonomiko poslovanja. 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 Slovenija, vključena pa je tudi v longitudinalni raziskovalni program Podjetništvo za inovativno družbo. Sodelovala je na več mednarodnih znanstvenih konferencah in je avtorica več znanstvenih in strokovnih člankov z raziskovalnih področij zunanjega izvajanja, podpornega okolja za podjetništvo ter korporacijskega, okoljskega in trajnostnega podjetništva. Je predstojnica magistrske študijske usmeritve Podjetništvo in inoviranje na Ekonomsko-poslovni fakulteti, članica fakultetne komisije za znanstveno-raziskovalne zadeve in članica vladne projektne skupine izobraževalnih inštitucij na področju socialne ekonomije.

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. Leta 2001 je soustanovil univerzitetni inkubator Tovarna podjetmov (www.tovarnapodjemov.org), ki je eden ključnih elementov podpornega okolja za podjetništvo in mehanizem za prenos novosti z raziskovalnih inštitutov. Kot direktor Tovarne podjetmov in socialni podjetnik uresničuje načrtano vizijo danes zelo uspešno delujočega podjetniškega inkubatorja Univerze v Mariboru. Tovarna podjetmov pa ni samo univerzitetni inkubator, temveč tudi pobudnik nacionalne iniciative Start:up Slovenija, ki jo vodi skupaj s strateško povezanim partnerjem Tehnološkim parkom Ljubljana ter številnimi drugimi partnerji. V zadnjih letih kot član jedrne ekipe uspešno sodeluje pri čezmejni iniciativi Start:up Alpe-Adria, ki ustvarja enoten čezmejni start-up ekosistem in ga želi narediti prepoznavnega v svetovnem merilu. Uspešne podjetniške, raziskovalne in svetovalne izkušnje prenaša v pedagoško delo in tako prispeva k dvigu uporabne vrednosti med študijem pridobljenih znanj. Med drugim je tudi organizacijski vodja mednarodne konference Podim (www.podim.org), ekspert evropskega Startup Monitor Tracker ter nosilni avtor priročnika in orodja za poslovno načrtovanje (www.poslovninacrt.org).



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

**SPIRIT
SLOVENIJA**

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

**I FEEL
SLOVE**NIA



JAVNA AGENCIJA ZA RAZISKOVALNO DEJAVNOST
REPUBLIKE SLOVENIJE

Inštitut za podjetništvo
in management
malih podjetij



9 789616 802352