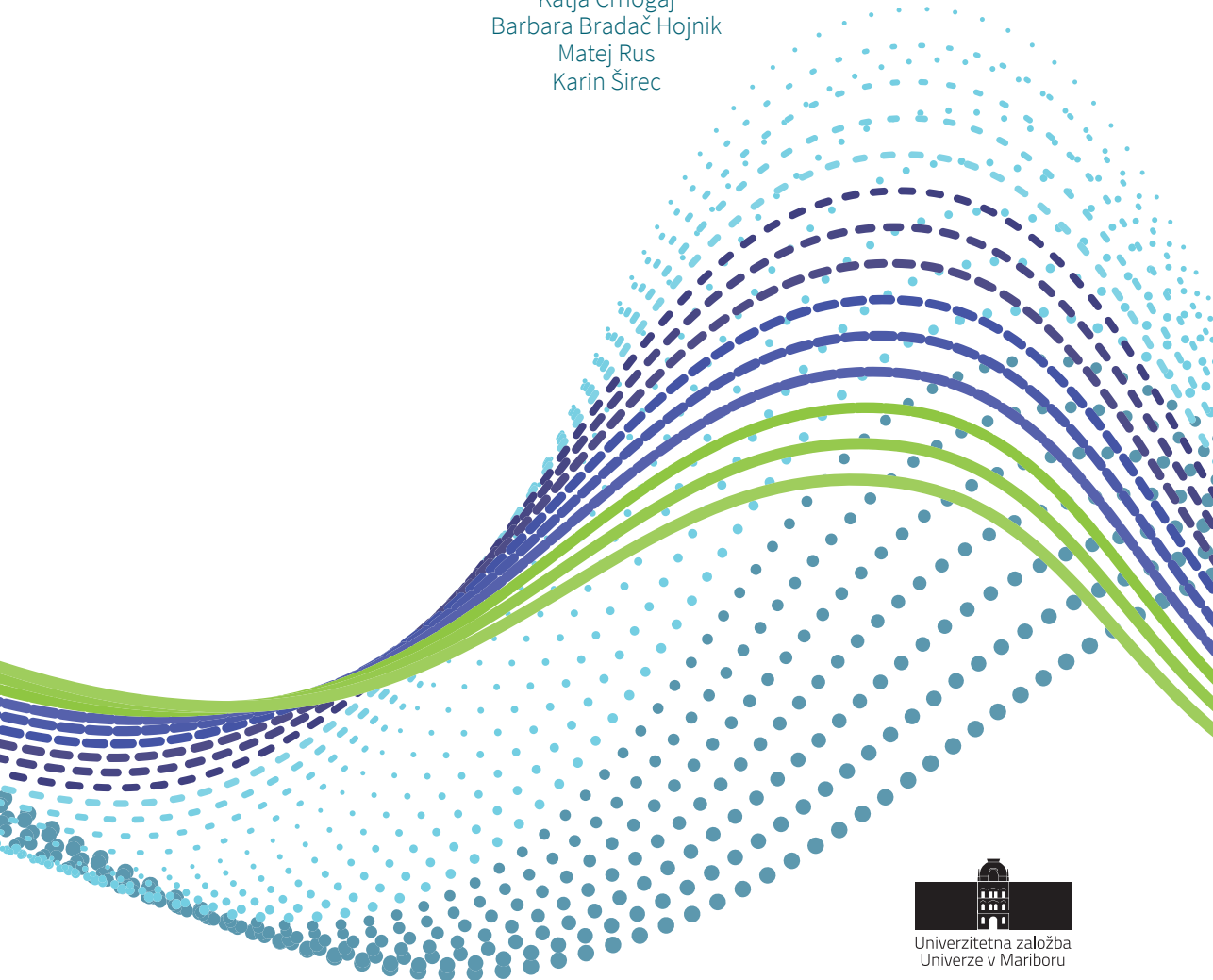




# Rast podjetniških priložnosti

GEM Slovenija 2017

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







Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



# Rast podjetniških priložnosti

GEM Slovenija 2017

Avtorji:

Miroslav Rebernik

Polona Tominc

Katja Crnogaj

Barbara Bradač Hojnik

Matej Rus

Karin Širec



April, 2018

**Knjižna zbirka:** Slovenski podjetniški observatorij

**ISSN:** 1854-8040

**Naslov:** Rast podjetniških priložnosti

**Podnaslov:** GEM Slovenija 2017

**Title:** Growth of Entrepreneurial Opportunities

**Subtitle:** GEM Slovenia 2017

**Urednika:** prof. dr. Miroslav Rebernik, prof. dr. Karin Širec

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

**Recenzija:** prof. dr. Slavica Singer (Univerza v Osijeku, Ekonomska fakulteta)  
in prof. dr. Dijana Močnik (Univerza v Mariboru, Fakulteta za  
elektrotehniko, računalništvo in informatiko)

**Jezikovna recenzija:** mag. Darja Gabrovšek Homšak

**Oblikovanje:** Nebia, d.o.o.

**Grafične priloge:** Avtorji.

**Izdajateljica:** Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Razlagova ulica  
14, 2000 Maribor, Slovenija, <http://www.epf.um.si>, [epf@mb.si](mailto:epf@mb.si)

**Založnik:** Univerzitetna založba Univerze v Mariboru, Slomškov trg 15,  
2000 Maribor, Slovenija, <http://press.um.si>, [zalozba@um.si](mailto:zalozba@um.si)

**Izdaja:** Prva izdaja.

**Vrsta:** Elektronska knjiga.

**Dostopno na:** <http://press.um.si/index.php/ump/catalog/book/330>

**Izid:** Maribor, april 2018

© Univerzitetna založba Univerze v Mariboru

Vse pravice pridržane. Brez pisnega dovoljenja založnika je prepovedano reproduciranje, distribuiranje, predelava ali druga uporaba tega dela ali njegovih delov v kakršnemkoli obsegu ali postopku, vključno s fotokopiranjem, tiskanjem ali shranjevanjem v elektronski obliki.

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

Globalni podjetniški monitor Slovenija financirajo Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije - SPIRIT, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo RS in delno tudi Javna agencija za raziskovalno dejavnost RS v okviru raziskovalnega programa P5-0023.

CIP - Kataložni zapis o publikaciji

Univerzitetna knjižnica Maribor

658(497.4)"2017"

RAST podjetniških priložnosti [Elektronski vir] : GEM Slovenija  
2017 / avtorji Miroslav Rebernik ... [et al.]. - 1. izd. - El. knjiga. -  
V Mariboru : Univerzitetna založba Univerze, 2018. - (Slovenski  
podjetniški observatorij, ISSN 1854-8040)

Način dostopa (URL): [http://press.um.si/index.php/ump/catalog/  
book/330](http://press.um.si/index.php/ump/catalog/book/330). - Nasl. v kolofonu: Growth of entrepreneurial opportunities

ISBN 978-961-286-153-7

doi: [doi.org/10.18690/978-961-286-153-7](https://doi.org/10.18690/978-961-286-153-7)

1. Dr. vzp. stv. nasl. 2. Rebernik, Miroslav

COBISS.SI-ID 94343169

**ISBN:** 978-961-286-153-7

**DOI:** <https://doi.org/10.18690/978-961-286-153-7>

**Cena:** Brezplačen izvod.

**Odgovorna**

**oseba založnika:** prof. dr. Žan Jan Oplotnik, prorektor Univerze v Mariboru

# Rast podjetniških priložnosti

## GEM Slovenija 2017

Miroslav Rebernik

Polona Tominc

Katja Crnogaj

Barbara Bradač Hojnik

Matej Rus

Karin Širec

---

### Izvleček:

Monografija predstavlja rezultate slovenskega dela največje svetovne raziskave podjetništva Globalni podjetniški monitor (GEM), ki je leta 2017 zaključila že svoj 19. cikel. GEM je bil zasnovan zato, da bi (1) meril razlike v odnosu do podjetništva, aktivnosti in v aspiracijah posameznikov v čim večjem številu držav, (2) odkrival dejavnike, ki spodbujajo ali ovirajo podjetniško aktivnost, še zlasti v odnosu do družbenih vrednot, osebnih značilnosti in podjetniškega ekosistema, (3) zagotavljal platformo za ocenjevanje vpliva podjetniške aktivnosti na ekonomsko rast v določenem gospodarstvu ter (4) odkrival potrebne ukrepe ekonomske politike za krepitev podjetništva. S pomočjo te raziskave bolje razumemo odnos družbe do podjetništva ter individualne značilnosti posameznika, kot so dojemanje lastnih sposobnosti za podjetniško delovanje, sposobnost zaznavanja priložnosti, podjetniške namere in strah pred neuspehom. Ker GEM spremlja podjetniško aktivnost 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, podjetniška aktivnost zaposlenih), dobimo precej bogatejšo sliko o dogajanjih, kot če bi izhajali zgolj iz podatkov, ki nam jih ponujajo običajne statistične baze podatkov.

### Ključne besede:

Globalni podjetniški monitor, podjetništvo, celotna zgodnja podjetniška aktivnost, gospodarski razvoj, podjetniški ekosistem

---

### Naslovi avtorjev:

dr. Miroslav Rebernik, redni profesor, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Razlagova ulica 14, 2000 Maribor, Slovenija, e-pošta: miroslav.rebernik@um.si;

dr. Polona Tominc, redna profesorica, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Razlagova ulica 14, 2000 Maribor, Slovenija, e-pošta: polona.tominc@um.si.

dr. Katja Crnogaj, docentka, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Razlagova ulica 14, 2000 Maribor, Slovenija, e-pošta: katja.crnogaj@um.si;

dr. Barbara Bradač Hojnik, izredna profesorica, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Razlagova ulica 14, 2000 Maribor, Slovenija, e-pošta: barbara.bradac@um.si;

mag. Matej Rus, višješolski predavatelj, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Razlagova ulica 14, 2000 Maribor, Slovenija, e-pošta: matej.rus@um.si;

dr. Karin Širec, izredna profesorica, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Razlagova ulica 14, 2000 Maribor, Slovenija, e-pošta: karin.sirec@um.si;

---

# Kazalo

<b>Uvodni povzetek</b> .....	<b>9</b>
Predstavitev Globalnega podjetniškega monitorja .....	9
Podjetniška zmogljivost in odnos družbe do podjetništva .....	11
Podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva .....	12
Demografske značilnosti slovenskega podjetništva .....	14
Podjetniške aspiracije .....	16
Ocena podjetniškega okolja .....	19
<b>1. Predstavitev Globalnega podjetniškega monitorja</b> .....	<b>21</b>
1.1 GEM – globalna raziskava podjetništva .....	21
1.2 Konceptualni okvir GEM .....	23
1.3 Spremljanje podjetniškega procesa in njegovega ekosistema .....	25
1.4 Podatkovne podlage za GEM .....	27
1.5 Dostopnost raziskav in podatkov GEM .....	28
<b>Nacionalni profil: Slovenija</b> .....	<b>29</b>
<b>2. GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji</b> .....	<b>31</b>
<b>3. Podjetniška zmogljivost odraslega prebivalstva in zaznavanje odnosa do podjetništva v družbi</b> .....	<b>35</b>
3.1 Samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika .....	36
3.2 Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu .....	40
3.3 GESI (GEM Entrepreneurial Spirit Index) .....	44
<b>4. Podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva</b> .....	<b>45</b>
4.1 Faze in učinkovitost podjetniškega procesa .....	46
4.2 Zgodnja podjetniška aktivnost .....	50
4.3 Motivacija za podjetništvo .....	52
4.4 Ustaljeni podjetniki .....	55
4.5 Podjetniška aktivnost zaposlenih .....	55
4.6 Prenehanje poslovanja .....	57

<b>5. Demografske značilnosti slovenskega podjetništva</b>	<b>61</b>
5.1 Starost	62
5.2 Podjetništvo in mladi	65
5.3 Spol	68
5.4 Izobrazba	73
5.5 Dohodek	74
<b>6. Podjetniške aspiracije</b>	<b>77</b>
6.1 Usmerjenost v rast	79
6.2 Inovacijska naravnost	82
6.3 Internacionalizacija	85
<b>7. Ocena podjetniškega okolja</b>	<b>89</b>
7.1 Vladne politike	93
7.2 Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo	95
7.3 Kulturne in družbene norme	97
<b>Literatura in viri</b>	<b>99</b>
<b>P1 Slovenski izvedenci v letu 2017</b>	<b>105</b>
<b>P2 Metodološka pojasnila</b>	<b>107</b>
Razlika med podatki GEM in podatki poslovnih registrov ali AJ PES	107
Ključne mere GEM	108
Opis GEM-ovih okvirnih pogojev za podjetništvo	111
<b>P3 Podatkovne tabele</b>	<b>113</b>
Elementi podjetniške zmogljivosti in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi do podjetništva v družbi, GEM 2017, APS	113
Vključenost prebivalstva v posamezne faze podjetniškega procesa, GEM 2017, APS	115
Izbrani kazalniki iz profila celotne zgodnje podjetniške aktivnosti, GEM 2017, APS	117
<b>P4 Raziskovalni timi in sponzorji GEM v letu 2017</b>	<b>119</b>
<b>P5 Avtorji</b>	<b>129</b>

## Kazalo slik

<b>Slika 1.1:</b>	Konceptualni okvir GEM .....	24
<b>Slika 1.2:</b>	Podjetniški proces .....	25
<b>Slika 2.1:</b>	Primerjava Slovenije, povprečja držav EU in povprečja inovacijskih gospodarstvih za izbrane kazalnike .....	32
<b>Slika 3.1:</b>	Podjetniška zmogljivost – samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika .....	37
<b>Slika 3.2:</b>	Zaznavanje poslovnih priložnosti (v evropskih državah GEM) .....	38
<b>Slika 3.3:</b>	Zaznano podjetniško znanje, izkušnje in sposobnosti (v evropskih državah GEM) .....	38
<b>Slika 3.4:</b>	Podjetniške namere (v evropskih državah GEM) .....	39
<b>Slika 3.5:</b>	Strah pred neuspehom (v evropskih državah GEM) .....	40
<b>Slika 3.6:</b>	Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu .....	41
<b>Slika 3.7:</b>	Odstotek ljudi, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani (v evropskih državah GEM) .....	42
<b>Slika 3.8:</b>	Odstotek ljudi, ki menijo, da je podjetništvo primerna izbira karijerne poti (v evropskih državah GEM) .....	42
<b>Slika 3.9:</b>	Odstotek ljudi, ki zaznavajo medijsko podporo podjetništvu v družbi (v evropskih državah GEM) .....	43
<b>Slika 3.10:</b>	GESI – indeks podjetniškega duha, v inovacijskih gospodarstvih GEM .....	44
<b>Slika 4.1:</b>	Izbrani kazalniki podjetniškega procesa v Sloveniji .....	46
<b>Slika 4.2:</b>	Puščanje podjetniškega voda v Sloveniji .....	47
<b>Slika 4.3:</b>	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost, podjetniška aktivnost zaposlenih in ustaljeni podjetniki v izbranih skupinah držav .....	49
<b>Slika 4.4:</b>	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (v evropskih državah GEM) .....	50
<b>Slika 4.5:</b>	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji v letih od 2009 do 2017 .....	51
<b>Slika 4.6:</b>	Podjetništvo iz priložnosti in iz nuje kot odstotek odraslega prebivalstva v Sloveniji v letih od 2009 do 2017 .....	52
<b>Slika 4.7:</b>	Motivacija za zgodnjo podjetniško aktivnost .....	54
<b>Slika 4.8:</b>	Odstotek ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom (v evropskih državah GEM) .....	55
<b>Slika 4.9:</b>	Podjetniška aktivnost zaposlenih kot odstotek odrasle populacije (v evropskih državah GEM) .....	56
<b>Slika 4.10:</b>	Opustitev poslovanja v zadnjih 12 mesecih v celotnem podjetniškem procesu in v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti (v evropskih državah GEM) .....	58
<b>Slika 4.11:</b>	Prenehanje poslovanja in glavni razlogi zanj po skupinah držav .....	59
<b>Slika 5.1:</b>	Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in zaradi nuje po starostnih razredih .....	63
<b>Slika 5.2:</b>	Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost .....	64
<b>Slika 5.3:</b>	Število in delež mladih v registrirani brezposelnosti .....	66



<b>Slika 5.4:</b>	Odstotek nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let .....	66
<b>Slika 5.5:</b>	Podjetniška aktivnost nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let.....	67
<b>Slika 5.6:</b>	Izobrazbena raven nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih skupinah od 18 do 34 let in od 35 do 64 let .....	68
<b>Slika 5.7:</b>	Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol .....	69
<b>Slika 5.8:</b>	Zgodnja podjetniška aktivnost moških in žensk (v evropskih državah GEM) .....	70
<b>Slika 5.9:</b>	Zgodnja podjetniška aktivnost med spoloma.....	71
<b>Slika 5.10:</b>	Zgodnja podjetniška aktivnost žensk zaradi nujnosti (v evropskih državah GEM).....	72
<b>Slika 5.11:</b>	Izobrazba nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov ter nepodjetnikov .....	74
<b>Slika 5.12:</b>	Podjetniška aktivnost glede na dohodek v celotni populaciji.....	75
<b>Slika 5.13:</b>	Dohodkovni razredi v celotnem podjetniškem procesu.....	76
<b>Slika 6.1:</b>	Odstotek podjetnikov, ki pričakujejo v petih letih ustvariti več kot pet delovnih mest, v TEA (v evropskih državah GEM) .....	81
<b>Slika 6.2:</b>	Odstotek podjetnikov, ki že ustvarjajo delovna mesta ali pričakujejo, da bodo v naslednjih petih letih ustvarili vsaj eno delovno mesto, v celotni populaciji (v evropskih državah GEM) .....	82
<b>Slika 6.3:</b>	Inovacijska naravnost nastajajočih in novih podjetnikov po skupinah držav.....	83
<b>Slika 6.4:</b>	Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov, ki ocenjujejo, da imajo nov izdelek ali novo storitev in hkrati malo oziroma nič konkurence po skupinah držav.....	84
<b>Slika 6.5:</b>	Inovacijska naravnost nastajajočih in novih podjetnikov (v evropskih državah GEM).....	85
<b>Slika 6.6:</b>	Intenzivnost internacionalizacije nastajajočih in novih podjetnikov po skupinah držav .....	86
<b>Slika 6.7:</b>	Intenzivnost internacionalizacije nastajajočih in novih podjetnikov (v evropskih državah GEM).....	87
<b>Slika 7.1:</b>	Ključne značilnosti po okvirnih pogojih za podjetništvo v letu 2017 .....	90
<b>Slika 7.2:</b>	Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji, evropskih državah GEM in inovacijskih gospodarstvih .....	91
<b>Slika 7.3:</b>	Dejavniki, ki podjetništvo najbolj zavirajo .....	92
<b>Slika 7.4:</b>	Povprečne ocene izvedencev v okviru vladne politike za podjetništvo v Sloveniji, 2017 (tehtano povprečje, 1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo) .....	94
<b>Slika 7.5:</b>	Zaviralni dejavniki v slovenskem podjetniškem okolju po mnenju izvedencev .....	95
<b>Slika 7.6:</b>	Povprečne ocene izvedencev v okviru izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v Sloveniji, 2017 (tehtano povprečje, 1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo).....	96
<b>Slika 7.7:</b>	Povprečne ocene izvedencev v okviru kulturne in družbene norme v Sloveniji, 2017 (tehtano povprečje, 1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo) .....	98

## Kazalo tabel

<b>Tabela 1.1:</b> Države GEM glede na regijo in stopnjo razvitosti.....	22
<b>Tabela 1.2:</b> Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2017, APS .....	27
<b>Tabela 1.3:</b> Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih državah po tipih gospodarstva, GEM Slovenija 2017, APS.....	27
<b>Tabela 1.4:</b> Število sodelujočih nacionalnih izvedencev v sodelujočih državah po tipih gospodarstva, GEM Slovenija 2017, NES .....	28
<b>Tabela 2.1:</b> GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2017, APS .....	33
<b>Tabela 3.1:</b> Elementi podjetniške zmogljivosti, GEM Slovenija 2017, APS.....	36
<b>Tabela 3.2:</b> Elementi podjetniške zmogljivosti in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi, GEM Slovenija 2017, APS .....	41
<b>Tabela 4.1:</b> Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po posameznih fazah in skupinah držav, GEM Slovenija 2017, APS.....	48
<b>Tabela 4.2:</b> Razmerje med nastajajočimi in novimi podjetniki ter indeks smrtnosti v Sloveniji med letoma 2011 in 2017, GEM Slovenija 2017, APS.....	51
<b>Tabela 4.3:</b> Ključne značilnosti celotne zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti in zaradi nuje v odrasli populaciji, GEM Slovenija 2017, APS.....	53
<b>Tabela 4.4:</b> Podjetništvo iz priložnosti in iz nuje, razvojno usmerjeni podjetniki in motivacijski indeks (v evropskih državah GEM), GEM Slovenija 2017, APS.....	53
<b>Tabela 4.5:</b> Podjetniška aktivnost zaposlenih v Sloveniji v letih od 2011 do 2017, GEM Slovenija 2017, APS.....	57
<b>Tabela 4.6:</b> Razlogi za prenehanje poslovanja po skupinah držav, GEM Slovenija 2017, APS .....	59
<b>Tabela 5.1:</b> Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2017, APS.....	63
<b>Tabela 5.2:</b> Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2017, APS.....	64
<b>Tabela 5.3:</b> Zgodnja podjetniška aktivnost po spolu in stopnji razvitosti gospodarstva, GEM 2017, APS .....	68
<b>Tabela 5.4:</b> Odstotek nastajajočih in novih podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2013–2017, GEM Slovenija 2017, APS.....	70
<b>Tabela 5.5:</b> Odstotek ustaljenih podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2013–2017, GEM Slovenija 2017, APS.....	71
<b>Tabela 6.1:</b> Odstotek najbolj ambicioznih podjetnikov po skupinah držav, GEM Slovenija 2017, APS .....	80
<b>Tabela 6.2:</b> Načrti podjetnikov o zaposlovanju po skupinah držav, GEM Slovenija 2017, APS .....	81



# Uvodni povzetek

## Predstavitev Globalnega podjetniškega monitorja

Največja svetovna raziskava podjetništva Globalni podjetniški monitor (ang. *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM) je leta 2017 zaključila že svoj 19. cikel. Pobuda, ki je ob zagonu zajemala le deset držav, se je izkazala za plodno in je v preteklih letih zajela že skoraj 100 držav. Slovenija je v GEM prisotna vse od leta 2002, tako da imamo za preteklih 16 let tudi podrobno evidentirane rezultate in raziskovalna spoznanja. Velika prednost GEM pred podobnimi raziskavami je, da pridobljeni podatki in rezultati temeljijo na enotni metodologiji, kar omogoča, da lahko Slovenijo dolgoročno primerjamo s številnimi državami in tako dobimo jasnejšo sliko o stanju in razvoju podjetništva v državi. Tako lahko tudi oblikovalci podjetniške politike pridobijo boljše razumevanje in trdnejšo osnovo za pripravo in izbiro učinkovitih ukrepov in programov, usmerjenih k podpiranju takšnega tipa podjetništva, ki lahko najbolj prispeva k razvoju.

Podjetništvo je v jedru vselej individualno, vendar je kot dejavnost globalno, in prav globalnost raziskovalnega programa GEM je tista, ki daje raziskavi posebno veljavo in težo. Na področju podjetništva je primerjava med nacionalnim podjetništvom in podjetništvom v drugih državah nujna, kajti trg je univerzalen in ne dopušča nacionalnih mej, še zlasti ne v današnjem času pospešene digitalizacije poslovanja, ko se že velik del posla pretaka in sodelovalno deli neodvisno od lokacije.

Stališče GEM je, da je temeljno jedro podjetništva posameznik, čigar nagnjenja in dejanja so vselej v tesni interakciji z okoljem. Izhaja iz osnovne predpostavke, da je nacionalna gospodarska rast posledica osebnih sposobnosti posameznikov za odkrivanje in izkoriščanje priložnosti, bodisi samostojno ali v okviru podjetja, ter da je ta proces odvisen od okoljskih dejavnikov, ki vplivajo na posameznikov odnos do razpoznavanja in izkoriščanja podjetniških priložnosti. Proučevanje podjetništva zato pomeni predvsem proučevanje temeljne gonilne sile, to je podjetnika in njegovih ambicij, inovativnosti in podjetnosti, pa tudi strahov, razlogov in omejitev, ki usposobljenim posameznikom preprečujejo, da bi se usmerili v podjetništvo. Podjeme namreč ustanavljajo posamezniki, ki nenehno presojujejo stroške in koristi takšnega ravnanja, na njihove odločitve pa poleg osebnih značilnosti pomembno vplivajo številni dejavniki v njihovem neposrednem

življenjskem prostoru, institucionalno okolje podjetij, prevladujoče kulturne vrednote, splošen odnos družbe do podjetništva in podobno.

GEM je bil zasnovan zato, da bi (1) meril razlike v odnosu do podjetništva, aktivnosti in v aspiracijah posameznikov v čim večjem številu držav, (2) odkrival dejavnike, ki spodbujajo ali ovirajo podjetniško aktivnost, še zlasti v odnosu do družbenih vrednot, osebnih značilnosti in podjetniškega ekosistema, (3) zagotavljal platformo za ocenjevanje vpliva podjetniške aktivnosti na ekonomsko rast v določenem gospodarstvu ter (4) odkrival potrebne ukrepe ekonomske politike za krepitev podjetništva.

GEM torej poskuša razumeti družbeni in individualni odnos do podjetništva, vključevanje v podjetniške aktivnosti ter podjetniške aspiracije posameznikov. Družbeni, kulturni, politični in ekonomski konteksti so predstavljeni z okvirom nacionalnih pogojev, ki upošteva stopnjo razvitosti posameznega nacionalnega gospodarstva (faktorsko, učinkovitostno ali inovacijsko), ter z okvirom podjetniških pogojev. Nacionalni okvir razumemo v sklopu 12 stebrov, kot jih spremlja Svetovni gospodarski forum v svojem vsakoletnem raziskovanju svetovne konkurenčnosti. Gre za naslednje stebre: inštitucije, infrastruktura, makroekonomska stabilnost, zdravstvo in primarno izobraževanje, visoko izobraževanje in usposabljanje, učinkovitost trga dobrin, učinkovitost trga delovne sile, izpopolnjenost finančnega trga, tehnološka usposobljenost, velikost trga, poslovna urejenost, inovacije. Okvir nacionalnih pogojev je nadgrajen z okvirom podjetniških pogojev, v katerem so dejavniki, kot so podjetniško izobraževanje, dostopnost tveganega kapitala, prenos tehnologije itd. V GEM se ti stebri odražajo v devetih komponentah nacionalnega okvira podjetniških pogojev.

Konceptualni okvir GEM ponazarja dejstvo, da je podjetništvo kompleksen sistem, ki ga označujejo različne povezave in sklop povratnih informacij, te pa kažejo odnos med družbenimi vrednotami, osebnimi značilnostmi in različnimi oblikami podjetniške aktivnosti. Prav tako upošteva vpliv, ki ga imajo na ustvarjanje novih delovnih mest ter na ustvarjanje ekonomske in družbene dodane vrednosti temeljni nacionalni pogoji. Konceptualni okvir GEM temelji na predpostavki, da je nacionalna ekonomska rast rezultat soodvisnosti med pogoji za podjetništvo ter osebnimi značilnostmi in sposobnostmi posameznika, da identificira in izkoristi poslovno priložnost. Raziskava GEM tako pomaga identificirati dejavnike, ki spodbujajo ali zavirajo različne oblike podjetniške aktivnosti, in ponuja nastavke za podjetniško politiko, da bi se povečala podjetniška zmogljivost na nacionalni in lokalni ravni.

Pristop, ki ga uporablja GEM, je poseben z več vidikov: najprej, zbira primarne podatke na globalni ravni; drugič, posamezniki so anketirani o različnih ključnih vprašanjih glede podjetniških aspiracij, nagnjenj, namenov in aktivnosti; tretjič, podjetništvo proučuje v celotnem podjetniškem procesu – od zasnove podjetniške priložnosti do njene zrelosti in ustaljenosti ali morebitnega propada.

S pomočjo te raziskave bolje razumemo odnos družbe do podjetništva ter individualne značilnosti posameznika, kot so dojetanje lastnih sposobnosti za podjetniško delovanje, sposobnost zaznavanja priložnosti, podjetniške namere in strah pred neuspehom. Ker GEM spremlja podjetniško aktivnost 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, podjetniška aktivnost zaposlenih), dobimo precej bogatejšo sliko o dogajanjih, kot če bi izhajali zgolj iz podatkov, ki nam jih ponujajo običajne statistične baze podatkov. GEM posveča precej pozornosti tudi podjetniškim aspiracijam in kakovosti podjetniškega ekosistema, saj ta pomembno pospešuje (ali zavira) podjetniške procese v družbi.

## Podjetniška zmogljivost in odnos družbe do podjetništva

Podjetniška aktivnost je rezultat posameznikovega dojemanja priložnosti in lastnih sposobnosti (motivacija in veščine), da ukrepa, pa tudi posebnih pogojev določenega okolja, v katerem ta posameznik živi in dela. Poleg razpoznavanja dobrih poslovnih priložnosti so pomembni tudi samozaznavanje in dojemanje podjetništva, samozaupanje v znanje, potrebno za podjetništvo, morebitni strah pred neuspehom ter neposredne podjetniške namere ljudi. Ker so posamezniki del širšega kulturnega in družbenega okolja, ki prav tako vpliva na njihove podjetniške odločitve in jih sooblikuje, GEM proučuje tudi zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu.

V raziskavi GEM v letu 2017 v primerjavi z letom 2016 ni bilo opaziti bistvenih sprememb v zaznavanju podjetniških zmogljivosti, razen v povprečju nekoliko večjega strahu pred neuspehom. V letu 2017 tudi ni bilo bistvenih premikov v zaznavanju poslovnih priložnosti v okviru svetovnih regij. Še vedno imajo najvišjo stopnjo zaznavanja priložnosti v Severni Ameriki, kjer 61,9 % odraslega prebivalstva meni, da se bodo v prihodnjih šestih mesecih v okolju, v katerem živijo, pojavile dobre poslovne priložnosti. V Evropi je takega mnenja precej manj ljudi, le dobrih 41,3 %. V Evropi največ poslovnih priložnosti pričakujejo na Švedskem (79,5 %), najmanj pa v Bosni in Hercegovini (13,4 %). Čeravno se Slovenija s 34,6 % odraslega prebivalstva, ki v prihodnosti vidi poslovne priložnosti, uvršča šele na 40. mesto v svetovnem merilu in na 12. v Evropi, pa je pozitivno, da se zadnja leta ta odstotek vztrajno veča: v letu 2015 20,5 %, v letu 2016 pa 25,3 %. Zaostajanje v zaznavanju obetavnih poslovnih priložnosti je ena od značilnosti Slovenije zadnjih nekaj let. Čeprav se delež tistih, ki pričakujejo poslovne priložnosti v svojem okolju, v zadnjih letih povečuje, pa je še vedno manjši kot v večini držav inovacijskega tipa gospodarstva ter v državah z razvitim podjetniškim ekosistemom in bolj spodbudno družbeno podporo podjetništvu.

Eden ključnih pogojev za izkoriščanje zaznane podjetniške priložnosti je zadostno znanje in sposobnosti. Slovenci smo o tem, da posedujemo zadostne tovrstne kompetence, prepričani še bolj kot v letu 2016, saj kar 53,3 % ljudi zatrjuje, da so usposobljeni za podjetništvo. To nas uvršča na 18. mesto na svetu in na 1. mesto med evropskimi državami, ki so sodelovale v raziskavi. Ali je ta samozaznani potencial tudi objektivno ocenjen, je seveda drugo vprašanje. Žal nimamo mehanizma, da bi takšno stališče preverili, saj se podjetniško znanje in veščine preverjajo v podjetniški praksi in ne moremo vedeti, kaj bi se zgodilo, če bi ti posamezniki zatrjevano znanje in sposobnosti morali dokazovati v praksi.

Krepijo se tudi podjetniške namere ljudi v Sloveniji: v letu 2016 je bilo odraslih posameznikov, ki razmišljajo o tem, da bi v prihodnjih treh letih ustanovili podjetje, 14,3 %, letu 2017 pa 16,7 %. Izoblikovane podjetniške namere lahko razumemo kot prvi korak posameznikov v proces vključevanja v podjetništvo in ustvarjanja novega podjetja, povezane pa so z različnimi motivi za vključevanje v podjetništvo. V evropskem merilu je največ podjetniških namer mogoče zaznati na Hrvaškem (22,8 %), a se velik odstotek podjetnikov vključuje v podjetništvo zato, ker nimajo druge, boljše možnosti za zaslužek (odstotek podjetništva iz nuje je visok). Na drugem mestu je Estonija (22,3 %), kjer pa je podjetništva iz nuje bistveno manj. Slovenija se glede na podjetniške namere Slovencev v prihodnjih treh letih uvršča na 6. mesto med evropskimi državami GEM. Na drugi strani lestvice, kjer so podjetniške namere najmanj prisotne, v evropskem merilu najdemo Bolgarijo (5,6 %), Bosno in Hercegovino (6,7 %) in Španijo (6,8 %).

Strah pred neuspehom je lahko močan zaviralni dejavnik pri odločanju za vstop v podjetništvo. V inovacijskih gospodarstvih je bil v letu 2017 v povprečju višji kot v faktorskih in učinkovitostnih, kar je podoben rezultat kot v letu 2016 in odraža dejstvo, da so osebne zaznave posameznikov povezane z njihovim družbenim okoljem in kulturnimi normami v tem okolju. Strah pred neuspehom v

razvitih gospodarstvih je zelo verjetno povezan tudi s prevzemanjem tveganja samozaposlitve v primerjavi z morda zaznamim varnejšim delovnim okoljem oziroma zaposlitvijo v uveljavljenih podjetjih, ki jih je v gospodarstvih inovacijskega tipa več kot v učinkovitostnih in faktorskih. Strah pred neuspehom v evropskih državah je bil najmočneje izražen v Grčiji, tako kot je bilo že v letu 2016 (73,8 %). V večini evropskih držav se ta odstotek giblje med približno 55 % na Cipru (55,4 %) in 40,6 % v Švici. Manj strahu pred neuspehom v povprečju občutijo le še Slovenci (39,8 %), Nizozemci (37,5 %) ter ljudje v Bosni in Hercegovini (36,3 %).

Razlike med državami glede zaznavanja zmogljivosti za podjetništvo je mogoče do določene mere razložiti z razlikami v sistemih kulturnih in družbenih norm ter z različnim odnosom družbe do podjetništva. Da bi dobili sliko o tem, spremljamo, koliko so spoštovani uspešni podjetniki, zaželenost podjetništva kot kariere, medijsko podporo podjetništvu ter vidik egalitarizma v družbi.

V povprečju v vseh proučevanih državah GEM v letu 2017 skoraj 70 % odraslega prebivalstva verjame, da so uspešni podjetniki v družbi dobro sprejeti in uživajo velik ugled. V povprečju 61 % odraslih prebivalcev tudi meni, da je uspešno podjetništvo deležno znatne medijske pozornosti, kar je le malenkost več kot leto poprej. Glede na razvojno stopnjo gospodarstva pa velja, da v povprečju skoraj dve tretjini prebivalstva v gospodarstvih faktorskega in učinkovitostnega tipa zaznavata podjetništvo kot zaželeno karierno izbiro, v inovacijskem tipu gospodarstev pa je takih 57,0 % prebivalcev. Med svetovnimi regijami najbolj pozitivno sprejemajo podjetništvo v Afriki, kjer 74,5 % prebivalstva meni, da so podjetniki vredni spoštovanja, v Evropi, Latinski Ameriki in na Karibih pa temu pritrjuje v povprečju samo 60 % ljudi. Z regionalnega vidika evropske države izkazujejo v povprečju najnižjo stopnjo zaznave podjetništva kot dobre karierni izbire (58,7 %) in tudi najnižjo stopnjo zaznane medijske podpore (54,3 %), to pa je rezultat, ki je skoraj povsem identičen kot leto poprej.

Uspešni podjetniki so spoštovani tudi v slovenski družbi. O tem je prepričanih 73,4 % ljudi, kar uvršča Slovenijo na 5. mesto v evropskem merilu, kjer je na 1. mestu Irska z 81,9 % (ki je v svetovnem merilu na 4. mestu), sledita pa ji Nemčija (77,9 %) in Velika Britanija (75,6 %). V letu 2017 so v svetu svojim uspešnim podjetnikom največ spoštovanja izkazovali v Združenih arabskih emiratih (87,8 %), Izraelu (86,1 %) in Egiptu (82,0 %), najmanj pa v Argentini (47,4 %), na Hrvaškem (47,7 %) in v Španiji (47,9 %).

Med regijami v svetu ima Evropa še vedno najmanjši odstotek ljudi, ki verjamejo, da je podjetništvo dobra izbira kariere (58,5 %). V Sloveniji je v letu 2017 odstotek ljudi, ki menijo, da je začeti s podjetništvom dobra izbira kariere, nekoliko upadel (s 56,8 % na 55,1 %), tako da se naša država uvršča na sredino evropske lestvice. V Evropi sta sicer na prvih dveh mestih Nizozemska (81,0 %) in Poljska (79,3 %), na zadnjih dveh pa Luksemburg s 43,0 % in Slovaška s 47,6 %.

Slovenci zaznavajo pozitivno medijsko podporo podjetništvu – več kot 70 % ljudi meni, da je v medijih pogosto mogoče najti zgodbe o uspešnih novih podjetnikih, kar uvršča Slovenijo na 2. mesto med evropskimi državami. Mediji seveda lahko na vrednote vplivajo le omejeno, saj je spreminjanje podjetniških vrednot, tako kot vseh drugih, zelo dolgotrajen proces. Največji delež mora prispevati država z ustreznim vodenjem ekonomske politike, uveljavljanjem pravne države in vzpostavitvijo pogojev poslovanja, ki bodo podjetništvo spodbujali, ne pa ga zavirali.

## Podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva

Raziskava GEM proučuje podjetniški proces v več fazah, ki ponazarjajo posamezne stopnje v življenjskem ciklu podjetja, od zaznavanja poslovne priložnosti do opustitve poslovanja, pri čemer

še zdaleč ni nujno, da se bodo posamezniki, ki prepoznajo poslovno priložnost, tudi odločili, da jo izkoristijo in se vključijo v podjetniški proces. Prvo fazo predstavljajo potencialni podjetniki, to je posamezniki, ki menijo, da imajo dovolj znanja in podjetniških sposobnosti, da uresničijo neki podjem, ki prepoznavajo poslovne priložnosti ter sprejemajo tveganje in potencialni neuspeh svoje podjetniške aktivnosti in tudi izražajo namero, da ustanovijo podjetje. V letu 2017 jih je bilo v Sloveniji 16,7 % odrasle populacije. A le določen del potencialnih podjetnikov preide v naslednjo fazo, ko začnejo priložnosti tudi dejansko uresničevati. To so nastajajoči podjetniki, torej posamezniki, ki so dejansko že začeli izvajati aktivnosti za ustanovitev podjetja ali so podjetje že ustanovili pred manj kot tremi meseci. V Sloveniji jih je bilo v letu 2017 4,02 % odrasle populacije. V naslednjo fazo, med nove podjetnike, ki imajo podjetje več kot tri mesece in izplačujejo plače, vendar ne več kot tri leta in pol, preide le določen delež. V preteklem letu jih je bilo v Sloveniji 2,96 %.

Nastajajoči in novi podjetniki skupaj tvorijo celotno zgodnjo podjetniško aktivnost, ki jo prikazujemo z indeksom zgodnje podjetniške aktivnosti TEA. Indeks TEA je ena temeljnih mer raziskave GEM in prikazuje odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom starosti, ki se vključuje v podjetništvo. V Sloveniji je bilo v letu 2017 novih in nastajajočih podjetnikov skupaj 6,85 %. Ker z indeksom TEA merimo delež odraslega prebivalstva, vključenega v zgodnje podjetništvo, ta delež ni enak seštevku deležev novih in nastajajočih podjetnikov, saj so nekateri posamezniki vključeni tako med nastajajoče kot nove podjetnike, v indeksu TEA pa so upoštevani le enkrat. Podjetniki, ki izplačujejo plače ali kompenzacije za delo več kot tri leta in pol, preidejo med ustaljene podjetnike. V letu 2017 jih je bilo v Sloveniji 6,76 %. Ta podjetja so pomemben vir rasti tako za nova kot tudi za mikro in mala podjetja. Podjetniški proces se konča s prenehanjem poslovanja podjetja, ki skupaj z ustanavljanjem podjetij prispeva k podjetniški dinamiki v določenem okolju, podjetniki pa imajo oblikovane različne strategije žetve. Prenehanja poslovanja ne smemo razumeti le kot zaprtje podjetja zaradi neuspeha, saj se nanaša tudi na druge razloge, zaradi katerih je podjetnik v zadnjih dvanajstih mesecih opustil poslovanje. Med temi razlogi so lahko tudi prodaja podjetja, predaja naslednikom, preoblikovanje ali celo ustanovitev novega podjetja, kar seveda še zdaleč ne pomeni neuspeha, ampak zavestno izbran končni podjetnikov cilj.

Mednarodna primerjava celotne zgodnje podjetniške aktivnosti, merjene z indeksom TEA, pokaže, da največ zgodnje podjetniške aktivnosti že tradicionalno najdemo v factorskih gospodarstvih, kjer znaša v povprečju 16,4 %, sledijo učinkovitostna gospodarstva s 14,9 %, najmanj zgodnje podjetniške aktivnosti pa je v inovacijskih gospodarstvih, v povprečju le 9,2 %. Med evropskimi državami največ celotne zgodnje podjetniške aktivnosti, več kot 10 %, najdemo v Estoniji (19,4 %), Latviji (14,2 %) in na Slovaškem (11,8 %). Manj kot 5 % celotne zgodnje podjetniške aktivnosti pa v Evropi beležijo Bolgarija, Francija, Bosna in Hercegovina, Italija in Grčija. Slovenija je s 6,85 % celotne zgodnje podjetniške aktivnosti tudi pod evropskim povprečjem (8,07 %).

Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (indeks TEA) vključuje nastajajoče in nove podjetnike. Ker v podjetniškem procesu zaznavamo upad pri prehodu v naslednje faze, del nastajajočih podjetnikov ne preide med nove podjetnike. Razmerje med tema dvema skupinama podjetnikov prikazujemo z indeksom smrtnosti, ki je bil za Slovenijo v letu 2017 relativno velik in je znašal 1,36, kar pomeni, da je bilo nastajajočih podjetnikov 36 % več kot novih. Sklepamo torej lahko, da bodo od štirih nastajajočih podjetnikov po treh mesecih in pol verjetno le še trije nadaljevali svojo podjetniško pot (novi podjetniki).

Motivi za odločitev za podjetniško pot so pri posameznikih različni. Nekateri se zanjo odločajo, ker nimajo druge možnosti zaposlitve, drugi zaradi tega, ker so zaznali dobro poslovno priložnost ali kaj podobnega. Med evropskimi državami izkazuje Slovenija nižjo celotno podjetniško aktivnost iz

priložnosti kot leto poprej in je s 5,1 % pod evropskim povprečjem (6,1 %). Slovenija se je med 54 proučevanimi državami uvrstila v zadnjo petino držav, to je na 44. mesto, v evropskem merilu pa na 13. mesto med 20 državami. Med podjetniki, ki izkoriščajo priložnosti, jih del želi s podjetništvom izboljšati svoj položaj s povečanjem svoje neodvisnosti ali dohodkov, del pa je takih, ki želijo ohraniti raven svojih dohodkov. Motivacijski indeks, ki ga izračunamo kot razmerje med deležem razvojno usmerjenih podjetnikov in deležem podjetnikov iz nuje, pove, da je v vseh državah GEM v povprečju 3-krat več razvojno usmerjenih podjetnikov kot podjetnikov iz nuje, v faktorskih gospodarstvih jih je 2,3-krat več, v učinkovitostnih 2,5-krat toliko, v inovacijskih gospodarstvih pa 3,7-krat več. V Sloveniji je 2,5-krat več razvojno usmerjenih podjetnikov kot podjetnikov iz nuje, razmerje pa se je malo poslabšalo v primerjavi z letom 2016, ko je bilo 2,7-krat več razvojno usmerjenih podjetnikov kot podjetnikov iz nuje.

Naslednja faza v razvoju podjetja po fazi novega podjetništva je ustaljeno podjetništvo in predstavlja tiste podjetnike, ki imajo podjetja in izplačujejo plače že več kot tri leta in pol. Taka podjetja imajo drugačne značilnosti kot nova podjetja, saj že imajo razvite proizvode, trg in blagovne znamke, lažje dostopajo do virov in imajo ustaljene načine poslovanja. Med faktorskimi gospodarstvi je v povprečju največ ustaljenih podjetnikov (15,7 %), vendar so med posameznimi državami velike razlike. V učinkovitostnih gospodarstvih je ustaljenih podjetnikov le še 8,9 %, v inovacijskih pa 6,9 %. Velik delež ustaljenih podjetnikov v faktorskih gospodarstvih pa ima hibo, da njihova ustaljena podjetja v povprečju živijo krajši čas kot v učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstvih. V evropskem merilu je Slovenija na 10. mestu med 20 državami. Največ ustaljenih podjetnikov imata Grčija (12,4 %) in Estonija (11,4 %), najmanj pa Bosna in Hercegovina (1,4 %) in Luksemburg (3,3 %).

Prenehanje poslovanja je sklepna faza podjetniškega procesa. Med evropskimi državami je največ podjetnikov (skupaj nastajajočih, novih in ustaljenih) v zadnjem letu opustilo poslovanje v celotnem podjetniškem procesu v Franciji (44,8 %) in Grčiji (29,9 %) – v obeh državah več kot v preteklem letu, v Franciji skoraj dvakrat več. Na drugi strani pa jih je v Evropi najmanj opustilo poslovanje v Švici (6,3 %), ki je tudi v letu prej imela najmanj opustitev poslovanja v Evropi. Sosednji državi Hrvaška in Italija imata z 29,9 % in 20,4 % precej večja deleža prenehanja poslovanja v celotnem podjetniškem procesu kot Slovenija. V Sloveniji je namreč opustilo poslovanje 17,2 % podjetnikov, v letu poprej pa le 13,7 %. Najpogostejši razlog za prenehanje poslovanja je nedobičkonosnost podjetja. Primerjava Slovenije z drugimi skupinami držav kaže precejšnja odstopanja. Tako je v Sloveniji poleg premajhne dobičkonosnosti (22 %) enako pomemben razlog prehod v drugo delo ali poslovno priložnost (22 %), sledi mu opustitev poslovanja zaradi vladnih/davčnih politik ali birokracije (19 %). Zadnja dva razloga se v drugih primerjanih skupinah držav kažeta kot precej manj pomembna. V Sloveniji prehod v drugo delo pomeni, da podjetniki iščejo druge možnosti za pridobivanje prihodkov ali razvoj kariere, kar ni dobra osnova za dolgoročni razvoj podjetja. Ob tem velik delež opustitev poslovanja zaradi politike in birokracije kaže na potrebe po poenostavitvi poslovanja, odpravi birokratskih ovir in zmanjšanju davčnih bremen. Le privlačni pogoji za poslovanje bodo namreč podjetnike obdržali v podjetniškem procesu.

## Demografske značilnosti slovenskega podjetništva

V vseh proučevanih skupinah držav je največ zgodnje podjetniške aktivnosti v starostnih skupinah od 25 do 34 let in od 35 do 44 let. Najvišjo raven zgodnje podjetniške aktivnosti v starostni skupini od 25 do 34 let ima Severna Amerika (23,4 %), v Latinski Ameriki in na Karibih pa je največ zgodnjih podjetnikov starih od 35 do 44 let (20,6 %). Evropa ima v primerjavi z drugimi regijami v vseh



starostnih skupinah najnižjo raven zgodnje podjetniške aktivnosti. Tudi v Sloveniji je v starostni skupini od 25 do 34 let največ zgodnje podjetniške aktivnosti (32,4 %). Zgodnja podjetniška aktivnost starostne skupine od 55 do 64 let se je v letu 2017 povečala (s 5,5 % na 7,4 %). To je spodbuden pokazatelj, saj ima sicer Slovenija eno najnižjih stopenj delovne aktivnosti starejših (55–64 let) v EU-28.

Seveda ni vsaka vrsta podjetniške aktivnosti enako zaželeno. Čeravno v vseh starostnih skupinah v Sloveniji prevladuje motiv zaznanih priložnosti, je v primerjavi z letom 2016 zaznati precejšen porast podjetništva iz nuje prav v najstarejši starostni skupini (z 0,7 % na 3,3 %). Najnižjo raven podjetniške aktivnosti, spodbujene z nujo, najdemo v najmlajši starostni skupini (1 %). Precej več podjetništva zaradi izkoriščanja priložnosti v primerjavi z letom 2016 pa beleži tudi starostna skupina od 45 do 54 let.

Med ustaljenimi podjetniki sta bili v letu 2017 najaktivnejši starostni skupini podjetnikov med 35. in 54. letom starosti. Njihov delež je pri nas tudi precej večji v primerjavi z drugimi proučevanimi skupinami držav. Obenem imamo v Sloveniji manjši delež tako mladih (do 34 let) kot najstarejših ustaljenih podjetnikov. V primerjavi z letom 2016 je največji porast zaznati v starostni skupini od 25 do 34 let (s 7,9 % na 11,9 %), kar pa je še vedno precej pod deležem iz leta 2015 (19,8 %). Največji zaostanek med ustaljenimi podjetniki je opazen v starostni skupini od 55 do 64 let. Njihov delež je bil v letu 2016 primerljiv z deležem v drugih proučevanih skupinah držav, v letu 2017 pa se je precej zmanjšal (z 22,3 % na 14,4 %). Takšen padec pomeni pomemben signal različnim institucijam, ki se ukvarjajo z oblikovanjem instrumentov za uspešen prenos podjetniške aktivnosti.

V Sloveniji je delež novih in nastajajočih podjetnikov, mlajših od 34 let, primerljiv z njihovim deležem v državah GEM in je nekoliko nad povprečjem inovacijskih in evropskih držav. V primerjavi z letom 2016 se je nekoliko povečal delež ustaljenih podjetnikov v tej starostni skupini (z 10,9 % na 13,9 %), vendar kot že leta prej ta skupina zaostaja za povprečjem preostalih proučevanih skupin držav (države GEM, inovacijska gospodarstva, evropske države in države Evropske unije). Petletni prikaz gibanja zgodnje in ustaljene podjetniške aktivnosti mlajših od 34 let v Sloveniji kaže, da je izrazitemu porastu v letu 2016 sledil upad na podobno raven, kot smo jo beležili v obdobju 2013–2015. Del odgovorov za ta upad je mogoče najti v ugodnih gospodarskih razmerah in zaposlitvenih priložnostih, ki so se mladim ponujale na trgu delovne sile.

Kar se tiče spola, so v letu 2017 rezultati GEM o vključenosti moških in žensk v zgodnjo podjetniško aktivnost ostali konsistentni s preteklimi leti. Moški so bili intenzivneje vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost v primerjavi z ženskami v vseh proučevanih skupinah držav. V Sloveniji je bilo v letu 2017 največ zgodaj podjetniško aktivnih podjetnic starih od 25 do 34 let. Največ odstopanja med spoloma je zaslediti v starostni skupini od 35 do 44 let, v kateri je bistveno manj podjetniško aktivnih žensk v primerjavi z moškimi. Preostale starostne skupine ne izkazujejo bistvenih razlik med spoloma. Imajo pa po podatkih GEM za obdobje 2012–2016 podjetnice manjše aspiracije po rasti njihovih podjetij v primerjavi s podjetniki.

V obdobju 2013–2017 se je zgodnja podjetniška aktivnost žensk pri nas ustalila na dobrih 30 % in je podobno kot v preteklem obdobju precej pod povprečjem preostalih proučevanih skupin držav. Slovenija se je glede na participacijo žensk v zgodnji podjetniški aktivnosti uvrstila na 49. mesto med 54 državami GEM. V globalnem smislu so se najnižje uvrstili Maroko (26,9 %), Italija (27,6 %) in Egipt (28,5 %). Manj razvita gospodarstva imajo praviloma večji delež zgodnje podjetniške aktivnosti žensk; tako na vrhu globalne lestvice najdemo Vietnam (53,3 %), Ekvador (51,6 %) in Brazilijo (51,0 %). To so tudi edine tri države, v katerih delež zgodaj podjetniško aktivnih žensk presega delež moških. V evropskem merilu so imele ženske največji delež v zgodnji podjetniški aktivnosti na Nizozemskem (47,2 %), v Španiji (45,0 %) in na Poljskem (43,7 %). Najmanjši delež

novih in nastajajočih podjetnic med vsemi podjetniki so ob Italiji (27,6 %) imeli še v Franciji (30,7 %) in Sloveniji (31,3 %). Med 20 proučevanimi evropskimi državami je Slovenija zasedla šele 18. mesto.

Ena temeljnih ovir za uspešen začetek poslovanja je nedvomno posedovanje podjetniških sposobnosti. Po podatkih raziskave GEM je v obdobju 2012–2016 v EU približno ena tretjina žensk (34,1 %) poročala, da imajo znanja in spretnosti za začetek poslovanja. Ta odstotek je precej nižji v primerjavi s povprečnim stališčem moških (49,9 %). V Sloveniji je bilo razmerje precej boljše: 42,1 % žensk in 58,1 % moških je menilo, da imajo znanje in spretnosti za podjetniško udejstvovanje. Navedene podatke lahko tolmačimo tudi tako, da kar dve tretjini žensk verjame, da ne posedujejo znanj in veščin za uspešno poslovanje. Gre torej za področje, na katerem so potrebni konkretni ukrepi ekonomske politike.

V letu 2017 so najvišjo raven izobrazbe izkazovali nastajajoči in novi podjetniki, skoraj 40 % jih je imelo višjo, visoko ali univerzitetno izobrazbo. V primerjavi s preteklimi leti pa je bilo v lanskem letu med zgodnjimi podjetniki več takšnih z dokončano poklicno izobrazbo. Ta skupina je pri vstopu v podjetniško aktivnost še posebej ranljiva, zato bi ji bilo treba nameniti ustrezno pozornost. Med ustaljenimi podjetniki se je v primerjavi z letom 2016 v letu 2017 najbolj povečal delež najvišje izobraženih (z 28,8 % na 36,3 % v letu 2017). Ta podatek je spodbuden, saj nakazuje na višjo raven potencialno kakovostnejše podjetniške aktivnosti. Višje izobraženi podjetniki imajo pogosto ambicioznejše podjetniške načrte in udeležajo smelejše podjetniške projekte. Zato je njihov prispevek k nacionalnemu bogastvu praviloma večji od prispevka tistih, ki se v podjetništvo podajajo zaradi zagotavljanja preživetja sebi in svoji družini. Med nepodjetniki ostaja izobrazbena struktura na približno enaki ravni kot pretekla leta.

Z vidika potencialne kakovosti podjetniške aktivnosti je smiselno spodbujati k podjetništvu čim boljše izobražene posameznike. Spodbudno je dejstvo, da ima dobra polovica zgodnjih podjetnikov več kot srednješolsko izobrazbo, vendar ko govorimo o skupini mladih, s takšnim rezultatom ne moremo biti zadovoljni. Če starejši pomanjkanje formalne izobrazbe lahko kompenzirajo s preteklimi izkušnjami, finančnim zaledjem in že spletenimi poslovnimi vezmi, mladi teh atributov največkrat še nimajo. Zato je lahko prav višja raven formalne izobrazbe tista, ki prispeva k potrebnemu kapitalu posameznika za uspešno podjetniško udejstvovanje.

Kakovost podjetniške aktivnosti je ob posameznikovih zmogljivostih v veliki meri odvisna tudi od njegovih finančnih zmožnosti. Tako med zgodnjimi kot ustaljenimi podjetniki prevladujejo posamezniki z najvišje dohodkovne ravni. V nasprotju s preteklimi leti pa ugotavljamo, da so med zgodnjimi podjetniki na drugem mestu posamezniki z najnižje dohodkovne ravni. Gre za podatek, ki nakazuje na dejstvo, da se podjetništva v precejšnji meri lotevajo posamezniki s slabšimi finančnimi zmožnostmi, kar bi lahko nakazovalo na motivacijo podjetniške aktivnosti iz nuje. Med ustaljenimi podjetniki je razporeditev podjetniško aktivnih posameznikov podobna kot v preteklih letih, čeravno tudi pri tej skupini ugotavljamo precejšen porast tistih z najnižje dohodkovne ravni (delež teh se je povečal z 1,2 % v letu 2016 na 4,1 % v letu 2017).

## Podjetniške aspiracije

Ključna cilja vsakega gospodarstva sta 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. Potencial za doseganje večjega števila delovnih mest in visoke dodane vrednosti, ki nakazujeta na kakovost podjetniške aktivnosti, je

torej odvisen predvsem od podjetniških aspiracij podjetnika, seveda pa tudi od inovativnosti podjetja pri soočanju s podjetniškimi izzivi. 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.

Potencialni prispevek novoustanovljenih podjetij k ustvarjanju delovnih mest je odvisen predvsem od 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 proizvodov na trgu. 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 daje indeks TEA. Namere za rast so namreč med nastajajočimi in novimi podjetniki 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 nastajajoče in nove podjetnike vprašamo, koliko delovnih mest bo njihovo podjetje zagotavljalo čez pet let. Gre seveda za njihovo subjektivno oceno, ki lahko temelji na njihovih strokovnih ocenah o potencialu posla za rast, ali pa so to le njihove 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, ki stopajo na podjetniško pot z novim podjetjem, velikokrat zelo nerealna pričakovanja in želje po rasti svojih podjetij v prihodnosti. 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. Prav zato lahko predpostavljamo, da bo v državah z ugotovljeno višjo stopnjo aspiracij podjetnikov po rasti njihovih podjetij ustvarjenih postopoma tudi relativno več novih delovnih mest.

Ambicioznost slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov ne odstopa bistveno od pričakovanj kolegov iz skupin držav, vključenih v raziskavo, in sicer držav GEM, evropskih držav in držav Evropske unije. Samo podjetniki iz skupine držav inovacijskih gospodarstev izkazujejo malenkost večjo ambicioznost, saj jih je znotraj TEA dobrih 17 % takšnih, ki pričakujejo, da bo njihovo podjetje ustvarilo 10 ali več delovnih mest v petih letih od zagona podjetja (v Sloveniji je ta delež dobrih 14 %). Večje razlike med Slovenijo in proučevanimi skupinami držav po ambicioznosti podjetnikov zasledimo pri še ambicioznejem zastavljenem cilju, in sicer 19 ali več ustvarjenih novih delovnih mest v petih letih. To vprašanje GEM analizira na ravni celotne populacije. Če je v Sloveniji 0,5 % anketirancev prepričanih, da lahko v petih letih ustvarijo 19 ali več delovnih mest, je ta delež v državah GEM in inovacijskih gospodarstvih kar dvakrat večji. V primerjavi s skupino evropskih držav (0,7 %) pa zaostanek v ambicioznosti ni tako velik.

Znotraj TEA je delež nastajajočih in novih podjetnikov, ki pričakujejo, da bo v njihovem podjetju čez pet let več kot pet delovnih mest, v Sloveniji leta 2017 znašal 22 %. S tem se je Slovenija uvrstila v sredino vseh evropskih držav, vključenih v raziskavo GEM. Največji delež ambicioznih podjetnikov med evropskimi državami sta v letu 2017 izkazovali Švica (38 %) in Hrvaška (34 %). Najmanjšo ambicioznost glede števila zaposlenih čez pet let so v skupini evropskih držav izražali nastajajoči in novi podjetniki v Bosni in Hercegovini (2 %), na Švedskem (7 %), v Grčiji (11 %), Španiji (12 %) in Bolgariji (12 %).

Večje razlike lahko zaznamo na ravni vseh anketirancev (18–64 let), vključenih v TEA. V Sloveniji 4,7 % anketiranih oseb poroča, da že ustvarjajo delovna mesta oziroma jih bodo vsaj v naslednjih petih letih od zagona podjetja (ali v petih letih od tega trenutka, če podjetje že posluje) in bodo tako postali »podjetje zaposlovalec«. Pri tej spremenljivki je delež slovenskih podjetnikov manjši v

primerjavi z drugimi skupinami držav (države GEM 9,3 %, države inovacijskih gospodarstev 6,7 %, evropske države 5,7 %, države Evropske unije 5,9 %), kar po drugi strani pomeni, da je v Sloveniji večji delež podjetnikov takšnih, ki niso zaposlovalci in tudi ne načrtujejo postati dejanski zaposlovalci.

Raziskava GEM ugotavlja, da je bilo Sloveniji v letu 2017 zelo ambicioznih nastajajočih in novih podjetnikov kar 14 %. Mednje štejemo tiste, ki pričakujejo, da bo število delovnih mest v njihovem podjetju čez pet let preseгло število deset in da bodo hkrati v tem obdobju dosegli vsaj 50-odstotno rast števila zaposlenih. Ta odstotek pa ne odstopa bistveno od ambicioznosti podjetnikov v drugih proučevanih skupinah držav.

Pomembno vlogo pri razvoju igrajo nova, inovacijsko gnana podjetja, ki razvijajo nove podjetniške ideje, inovacije in tehnologije in jih uvajajo v gospodarsko prakso. Področje inovacijske naravnosti podjetništva proučujemo z ugotavljanjem, ali (potencialni) kupci že poznajo izdelek oziroma storitev, soroden tistemu, 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 zgodnji podjetniški 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 deluje.

Kot pri vrsti drugih kazalnikov lahko tudi glede inovativnosti opazimo, da delež podjetij, ki imajo inovativni značaj, v povprečju narašča z gospodarsko razvitostjo. Če primerjamo posamezne skupine držav in Slovenijo, lahko ugotovimo, da naša država ne zaostaja za najrazvitejšimi, in to po obeh kriterijih. V Sloveniji tako kar 50 % podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva meni, da imajo izdelek ali storitev, ki je nov(a) za nekatere ali celo vse potencialne kupce. Po tem kazalniku so visoko tudi druge evropske države, najvišje je s 76 % Luksemburg, sledijo s 73 % Francija, 64 % Italija, 55 % Ciper in 54 % Irska. Najslabše rezultate so raziskovalci izmerili v Bolgariji (17 %) in Bosni in Hercegovini (19 %).

Prav tako je Slovenija visoko na lestvici po kazalniku usmeritve v nove tržne niše, saj 50 % podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva meni, 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 ali storitev za trg izražajo luksemburški (67 %), irski (64 %) in francoski (61 %) podjetniki TEA. Najslabše rezultate so zabeležili na Poljskem (28 %) in v Bolgariji (31 %).

Uporaba novih tehnologij dokazano prispeva k dvigu uspešnosti poslovanja posameznih podjetij in celotne družbe. Delež nastajajočih in novih podjetnikov, ki menijo, da uporabljajo relativno nove tehnologije, to je takšne, ki niso starejše od pet let, je leta 2017 v Sloveniji znašal 38 %. Po tem kazalniku so od Slovenije izmed evropskih držav izrazito boljše Bolgarija (69 %), Francija (58 %), Hrvaška (56 %) in Ciper (55 %). Pri tem velja poudariti, da so odgovori podjetnikov subjektivne narave in zelo verjetno pomemben odraz okolja, v katerem delujejo, saj najverjetneje podjetniki v gospodarsko manj razvitih državah obravnavajo problematiko uporabe novih tehnologij bolj ohlapno kot njihovi kolegi v gospodarsko razvitejših ter inovacijsko in tehnološko močnejših okoljih.

Stopnja vključenosti Slovenije v mednarodno menjavo je ena višjih med članicami EU-28. Visoka je tudi stopnja internacionalizacije med nastajajočimi in novimi podjetniki. Analiza za Slovenijo kaže, da je leta 2017 delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da je več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov ali storitev iz tujine, znašal 42 %, kar je bistveno več kot v posameznih skupinah držav (države GEM 19 %, države iz skupine inovacijskih gospodarstev 26 %, evropske države 24 %, države Evropske unije 23 %). Očitno se slovenski podjetniki zelo zavedajo pomena mednarodnih trgov, ki

so za majhne države še kako pomembni, saj brez internacionalizacije ni mogoče doseči 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 doseči dovolj prostora za rast.

Najvišje stopnje internacionalizacije (več kot 25 % kupcev v tujini) med nastajajočimi in novimi podjetniki v evropskih državah so bile izmerjene v letu 2017 na Hrvaškem (51 %), v Luksemburgu (51 %) in Grčiji (30 %), najnižje stopnje internacionalizacije pa na Poljskem (5 %), v Španiji (9 %) in na Nizozemskem (9 %).

## Ocena podjetniškega okolja

V okviru raziskave GEM podjetniško okolje presojamo z oceno posameznih okoljskih značilnosti, ki vplivajo na podjetniško vedenje in aktivnost. Pridobimo jih z anketiranjem vsaj 36 nacionalnih izvedencev/ekspertov v vsaki državi GEM in pri tem zajamemo zgolj tiste značilnosti, ki neposredno vplivajo na odločitev posameznikov za ustanovitev podjetja in razvoj podjetništva. Zajete so v devetih okvirnih pogojih za podjetništvo, to pa so: finančna podpora, vladne politike, vladni programi, izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, prenos raziskav in razvoja, poslovna in strokovna infrastruktura, odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, fizična infrastruktura ter kulturne in družbene norme. 54 trditev, razvrščenih v devet okvirnih pogojev za podjetništvo, so izvedenci ocenjevali na Likertovi lestvici od 1 (zelo nezadovoljivo) do 9 (zelo zadovoljivo).

V Sloveniji se je leta 2017 izboljšalo kar 67 % okvirnih podjetniških pogojev v primerjavi z letom poprej. Najbolje ocenjen ostaja dostop do fizične infrastrukture, čemur sledi dinamičnost notranjega trga. Slovenski izvedenci so v povprečju najslabše ocenili vladne politike na področju regulative, sledi pa izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo na osnovni in srednji ravni izobraževanja. Slovenija po mnenju nacionalnih izvedencev za evropskimi državami in tudi za inovacijskimi gospodarstvi najbolj zaostaja pri vladnih politikah na področju regulative (davki, birokracija), temu sledijo kulturne in družbene norme – torej podobno kot leto poprej, le v obratnem vrstnem redu. V nasprotju s skupino držav EU in najrazvitejših gospodarstev so kulturne in družbene norme, ki vplivajo na podjetniško aktivnost v Sloveniji, visoko na lestvici zaviralnih dejavnikov. Na tem področju že vsa leta izraziteje zaostajamo, spodbudno pa je, da se je povprečna ocena tega podjetniškega okvira precej izboljšala glede na leto 2016. K temu so zagotovo pripomogli številni medijsko podprti podjetniški projekti, odmevnejša podjetniška tekmovanja in nagrade oziroma promocija dobrih zgledov. Vladne politike ter podjetniško izobraževanje v osnovnih in srednjih šolah so težava ne le v Sloveniji, temveč tudi v drugih razvitih gospodarstvih.

Najbolje ocenjene elemente podjetniškega ekosistema je v letu 2017 beležila Nizozemska, sledili so ji Indonezija, Združeni arabski emirati, Estonija in Švica. Analiza je prav tako pokazala, da morajo nekatere države temeljiteje urediti vsaj 4–7 okvirnih pogojev za podjetništvo; med njimi so Hrvaška, Egipt, Iran, Maroko, Portoriko, Republika Južna Afrika in Urugvaj. Nacionalni izvedenci že vsa leta ocenjujejo, da so davčna bremena v Sloveniji eden največjih zaviralcev podjetniške aktivnosti oziroma pogosto tudi vzrok za selitev v tujino. Trditev, da višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja, je bila v Sloveniji najnižje ocenjena trditev med vsemi 54 trditvami v vprašalniku NES. Temu sledi okorna državna birokracija in regulativa. V okviru raziskave GEM so najvišje ocene vladnim politikam na področju regulative v letu 2017 namenili izvedenci v Združenih arabskih emiratih, na Nizozemskem, v Švici, Luksemburgu in Indoneziji, povprečne ocene nad 5 pa beležijo tudi Estonija, Katar in Francija.

Največ navedb, kar 64,7 %, so slovenski izvedenci namenili ravno vladni politiki kot zaviraliki podjetniške aktivnosti. Priporočila v tem kontekstu se v največji meri nanašajo na nujnost ugodnejše davčne zakonodaje, na primer na poseben zakon za nova zagonska podjetja s specifičnostjo na področju delovnopravne in davčne regulative, na zmanjšanje davčnih prispevkov v prvih dveh letih ter odpravo davka na dobiček v prvih petih letih poslovanja podjetja, na spodbujanje investicij in posledično zmanjšanje davka za podjetja, ki investirajo v razvoj, na druge davčne spodbude ter predvsem na stabilno in transparentno zakonodajo, ki bi spodbujala in podpirala nastajanje novih podjetij, zdravo rast obstoječih podjetij, investicije in zaposlovanje. Temu sledijo pozivi k zmanjšanju administrativnih ovir, predvsem k manjšemu številu potrebnih pravnih dovoljenj in drugih predpisov. Priporočila so usmerjena tudi v učinkovitejše sankcioniranje neželenih poslovnih praks, nevmešavanje države v gospodarstvo ter k čim bolj sistematični in pregledni podpori vlade.

Komponente, ki se nanašajo na podjetniško izobraževanje in usposabljanje na terciarni ravni, so sorazmerno dobro ocenjene. Najbolje je ocenjena trditev, da je poslovno in managersko izobraževanje v Sloveniji na ravni, ki zagotavlja dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in rast novih podjetij. Ne presenečajo pa ponovno slabe ocene podjetniškega izobraževanja na primarni in sekundarni ravni, torej v osnovnih in srednjih šolah, kar je težava tudi drugih evropskih oziroma inovacijskih gospodarstev. Izvedenci v Sloveniji menijo, da se v osnovnih in srednjih šolah podjetništvu posveča bistveno premalo pozornosti, pa tudi, da poučevanje v osnovnih in srednjih šolah ne spodbuja dovolj ustvarjalnosti, neodvisnosti in osebne iniciative.

Velja izpostaviti, da se je povprečna ocena tega podjetniškega okvira od leta 2016 vendarle izboljšala, najbolj ravno na področju izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo na primarni in sekundarni ravni (v letu 2016 je povprečna ocena znašala zgolj 2,71, v letu 2017 pa 3,38). Nekoliko se je izboljšala tudi skupna povprečna ocena podjetniškega izobraževanja po končani srednji šoli (v letu 2016 je znašala 4,37, v letu 2017 pa 4,71). Podjetniško izobraževanje v osnovnih in srednjih šolah zadnjih nekaj let najvišje ocenjujejo nizozemski izvedenci (5,59), ocene nad 5 pa beležijo tudi v Združenih arabskih emiratih in Indoneziji. Podjetniško izobraževanje po srednji šoli je v povprečju ocenjeno višje, s povprečnimi ocenami nad 6, v Švici in na Nizozemskem ter v Indoneziji in Libanonu. Rezultati raziskave GEM nakazujejo na potrebno močnejšo podporo slovenske politike, ki bi podjetniško izobraževanje prepoznala kot prioriteto in morebiti preko nacionalne strategije ter zgodnjih pobud soprispevala k vzpostavitvi platforme za spodbujanje vključevanja podjetništva v izobraževalni proces.

Če so vladne politike ter izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah izraziti zaviralni dejavniki podjetništva ne le v Sloveniji, ampak tudi v drugih evropskih državah, so kulturne in družbene norme tiste, ki so v večini evropskih držav in tudi v inovacijskih gospodarstvih bistveno boljše ocenjene, kot to velja za Slovenijo. Slovenski izvedenci namreč že vsa leta okvir kulturnih in družbenih norm ocenjujejo zelo kritično. V letu 2017 je bil med vsemi evropskimi državami GEM ta okvirni pogoj za podjetništvo slabše kot pri nas ocenjen le še v Španiji, na Hrvaškem in na Slovaškem.

Odnos družbe do podjetništva pomembno vpliva na odločitve posameznika za vključitev v podjetniške aktivnosti. Postopno ustvarjanje podjetništvu naklonjene družbe v Sloveniji zato ostaja še najprej pomembna naloga vladne politike (predvsem na področju regulative), podpornih institucij za podjetništvo, podjetniškega izobraževanja (predvsem na primarni in sekundarni ravni). K oblikovanju podjetništvu primerne okolja pa morajo prispevati tudi številni drugi deležniki: državne in paradržavne institucije, izobraževalne ustanove, lokalne oblasti in nenazadnje tudi obstoječa podjetja, ki lahko nastajajočim in novim podjetnikom s poslovnim sodelovanjem in mentorskimi nasveti pomagajo k uspešnemu poslovanju in rasti, od njih pa pridobijo sveže in inovativne zamisli za svoje poslovanje.



# Predstavitev Globalnega podjetniškega monitorja

# 1

## 1.1 GEM – globalna raziskava podjetništva

Največja svetovna raziskava podjetništva Globalni podjetniški monitor (ang. *Global Entrepreneurship Monitor – GEM*) je leta 2017 zaključila že svoj 19. cikel. Pobuda, ki je ob zagonu zajemala le deset držav, se je izkazala za plodno in je v preteklih letih zajela že skoraj 100 držav. Slovenija je v GEM prisotna vse od leta 2002, tako da imamo za preteklih 16 let tudi podrobno evidentirane rezultate in raziskovalna spoznanja. Velika prednost GEM pred podobnimi raziskavami je, da pridobljeni podatki in rezultati temeljijo na enotni metodologiji, kar omogoča, da lahko Slovenijo dolgoročno primerjamo s številnimi državami in tako dobimo jasnejšo sliko o stanju in razvoju podjetništva v državi. Tako lahko tudi oblikovalci podjetniške politike pridobijo boljše razumevanje in trdnejšo osnovo za pripravo in izbiro učinkovitih ukrepov in programov, usmerjenih k podpiranju takšnega tipa podjetništva, ki lahko najbolj prispeva k razvoju. To omogočajo tudi predstavitve številnih primerov dobre in učinkovite podpore za podjetništvo v javno dostopnih raziskovalnih poročilih posameznih držav ([www.gemconsortium.org/report](http://www.gemconsortium.org/report)). Prav dobri podjetniški podpora sta posvečeni tudi posebni publikaciji *GEM Policy Briefs* (Herrington, 2017), v kateri so opisani uspešni podporni programi in ukrepi v 37 državah, ter *Influence of GEM on Policy* (Herrington et al., 2018), v kateri je opisano, na katera področja vpliva raziskava GEM v oblikovanju podjetniških politik v 21 državah in kolikšen je ta vpliv.

Prav globalnost raziskovalnega programa GEM je tista, ki daje raziskavi posebno veljavo in težo, saj je na področju podjetništva primerjava s podjetništvom v drugih državah nujna, kajti trg je univerzalen in ne dopušča nacionalnih mej, še zlasti ne v današnjem času pospešene digitalizacije poslovanja, ko se že velik del posla pretaka in sodelovalno deli neodvisno od lokacije. Leta 2017 je v raziskavi sodelovalo 54 držav; v *tabeli 1.1.* smo jih razvrstili glede na njihovo stopnjo razvitosti in geografsko regijo. Stopnja razvitosti posamezne države in kontekst poslovanja, ki je determiniran z njo, namreč pomembno vplivata ne samo na potek podjetniškega procesa od zagonske ideje pa vse do opustitve poslovanja, ampak tudi na možnosti, kako na ta kontekst vplivati.

Razvrščanje držav po razvojnih stopnjah je narejeno po zgledu Svetovnega gospodarskega foruma ([www.weforum.org](http://www.weforum.org)), skladno z njihovim letnim globalnim poročilom o konkurenčnosti (Schwab, 2017), svetovne makro regije pa po klasifikaciji Združenih narodov ([www.unstats.un.org/unsd/methodology/m49](http://www.unstats.un.org/unsd/methodology/m49)).

Tabela 1.1: Države GEM glede na regijo in stopnjo razvitosti

	Faktorska gospodarstva	Učinkovitostna gospodarstva	Inovacijska gospodarstva
Afrika	Egipt, Madagaskar	Egipt, Republika Južna Afrika, Maroko	
Azija in Oceanija	Indija, Iran, Kazahstan, Vietnam	Indonezija, Kitajska, Libanon, Malezija, Saudova Arabija, Tajska	Avstralija, Izrael, Katar, Južna Koreja, Tajvan, Združeni arabski emirati, Japonska
Latinska Amerika in Karibi		Argentina, Brazilija, Čile, Ekvador, Gvatemala, Kolumbija, Mehika, Panama, Peru, Urugvaj	Portoriko
Evropa		Bolgarija, Bosna in Hercegovina, Hrvaška, Latvija, Poljska, Slovaška	Ciper, Estonija, Francija, Grčija, Irska, Italija, Luksemburg, Nemčija, Nizozemska, Slovenija, Španija, Švedska, Švica, Velika Britanija
Severna Amerika			Kanada, ZDA

Države se med seboj ne razlikujejo le po stopnji gospodarske razvitosti, ki jo merimo z bruto domačim proizvodom na prebivalca, pač pa tudi ekonomsko, kulturno in politično. Zaradi njihove raznolikosti ni enotnega napotka, kako v njih spodbujati podjetništvo, saj različne razvojne stopnje družb nosijo s seboj različne zahteve ne samo za najučinkovitejši način gospodarjenja, ampak tudi za najracionalnejšo odločitev posameznika o vstopanju v podjetniško kariero.

V državah na nizki stopnji gospodarskega razvoja je temeljni pogoj za razvoj, da se mobilizira čim več osnovnih proizvodnih dejavnikov: zemlje, primarnih dobrin in delovne sile, ki je praviloma še nekvalificirana. Vloga države je predvsem v tem, da zagotavlja politično in makroekonomsko stabilnost ter omogoča zadovoljevanje temeljnih življenjskih potreb (zdravstvo, šolstvo, infrastruktura itd.), enostavno angažiranje osnovnih proizvodnih dejavnikov, to je zemlje, dela in kapitala, ter njihovo usklajeno proizvodno 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 v njih pa je samozaposlitvenega, preživetvenega tipa. Tudi prevladujoča narava poslovnih priložnosti je drugačna, enostavnejša kot v najrazvitejših državah, čeravno jih je zaradi pomanjkanja temeljnih pogojev za poslovanje pogosto težje realizirati.

Z rastjo družbenega proizvoda se nacionalna gospodarstva preoblikujejo najprej v *učinkovitostna* in zatem v *inovacijska*. Pri prvih je temeljni pogoj za nadaljnjo rast investiranje in vpenjanje v mednarodne gospodarske tokove, pri čemer je vloga države še posebej velika zlasti pri izboljšanju fizične infrastrukture in na področju regulative z namenom, zagotavljati integracijo z globalnim tržiščem. V tej fazi je učinkovitost pri proizvodnji standardnih izdelkov in storitev glavni vir gospodarske rasti in globalne konkurenčnosti gospodarstva. Naraščati začne število uspešnih



podjetij, ki so postopoma sposobna tudi zaposlovati in rasti, podjetništvo zaradi nujnosti pa začne upadati in vse več je podjetništva zaradi poslovnih priložnosti.

Z nadaljnjo rastjo postaja inoviranje ključni razvojni dejavnik in v inovacijskih gospodarstvih se spremeni tudi vloga države. Posebej pomembno postane spodbujanje visoke stopnje inovativnosti obenem s spodbujanjem javnih in zasebnih investicij v znanost in razvoj, visoko izobrazbo, s spodbujanjem razvoja trga kapitala in ustvarjanja regulativnega sistema, ki podpira nastanek visokotehnoloških podjetij. Podjetja hkrati veliko vlagajo v razvoj in nadgradnjo znanja in kompetenc svojih zaposlenih. V inovacijskih gospodarstvih se spremeni tudi sama narava ekonomske in podjetniške politike, ki se mora preusmeriti od predpisovanja in prepovedovanja k omogočanju in spodbujanju.

Vsekakor je pri tem treba upoštevati, da ne gre za čiste tipe gospodarstev. Tudi v državah inovacijskega gospodarstva lahko najdemo posamezne značilnosti učinkovitostnega ali factorskega gospodarstva in obratno. Da bi lahko podjetniška in razvojna politika čim učinkoviteje podpirali razvoj podjetništva, z njim pa tudi ekonomski in družbeni razvoj, morata te značilnosti upoštevati, še prej pa jih seveda dovolj dobro poznati in razumeti. Po doseženi stopnji razvitosti se Slovenija uvršča med inovacijska gospodarstva, največ držav v GEM pa prihaja iz učinkovitostnih in nekaj tudi iz factorskih gospodarstev. Pri oblikovanju podjetniške politike je zato treba upoštevati različen družbeni in gospodarski kontekst, saj razvojnih konceptov ni mogoče slepo prenašati, ampak jih je treba oblikovati prilagojeno kontekstu in razvojnemu okolju države. Izkušnje drugih držav so lahko zelo dragocene, še zdaleč pa ne zadoščajo. Potrebna je zanesljiva podatkovna podlaga, ki omogoča z dejstvi utemeljeno vodenje podjetniške politike (ang. *evidence based policy making*). GEM je tako usmerjen že od samega začetka, saj je bil prav to eden njegovih temeljnih namenov.

## 1.2 Konceptualni okvir GEM

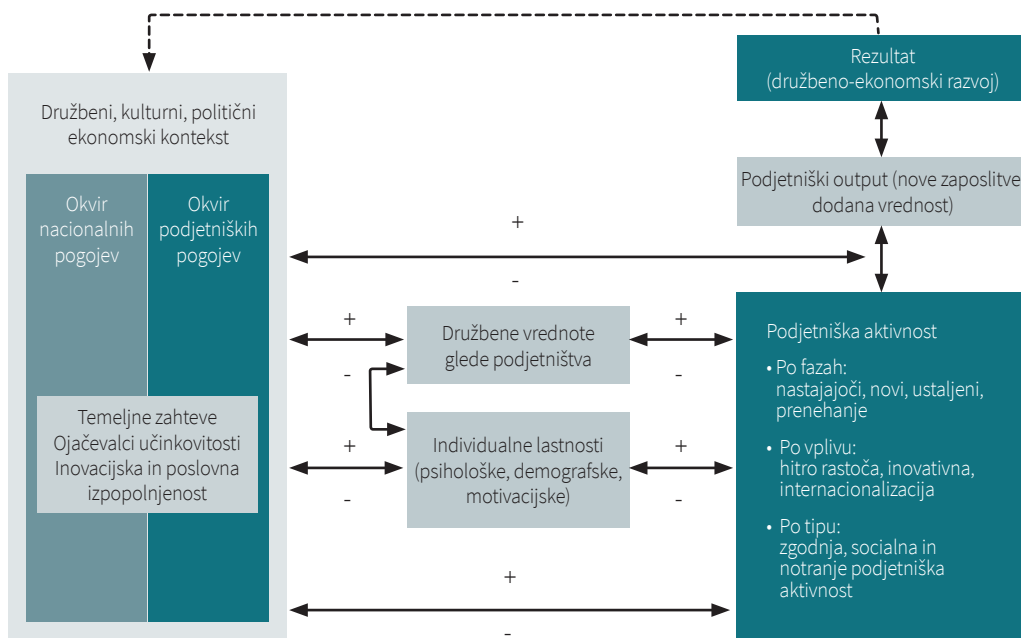
Stališče GEM je, da je temeljno jedro podjetništva posameznik, čigar nagnjenja in dejanja so vselej v tesni interakciji z okoljem. Izhaja iz osnovne predpostavke, da je nacionalna gospodarska rast posledica osebnih sposobnosti posameznikov za odkrivanje in izkoriščanje priložnosti, bodisi samostojno ali v okviru podjetja, ter da je ta proces odvisen od okoljskih dejavnikov, ki vplivajo na posameznikov odnos do razpoznavanja in izkoriščanja podjetniških priložnosti. Proučevanje podjetništva zato pomeni predvsem proučevanje temeljne gonilne sile, to je podjetnika in njegovih ambicij, inovativnosti in podjetnosti, pa tudi strahov, razlogov in omejitev, ki usposobljenim posameznikom preprečujejo, da bi se usmerili v podjetništvo. Podjeme ustanavljajo posamezniki, ki nenehno presojujejo stroške in koristi takšnega ravnanja, na njihove odločitve pa poleg osebnih značilnosti pomembno vplivajo številni dejavniki v njihovem neposrednem življenjskem prostoru, institucionalno okolje podjetij, prevladujoče kulturne vrednote, splošen odnos družbe do podjetništva in podobno.

GEM je bil zasnovan zato, da bi:

- meril razlike v odnosu do podjetništva, aktivnosti in v aspiracijah posameznikov v čim večjem številu držav,
- odkrival dejavnike, ki spodbujajo ali ovirajo podjetniško aktivnost, še zlasti v odnosu do družbenih vrednot, osebnih značilnosti in podjetniškega ekosistema,
- zagotavljal platformo za ocenjevanje vpliva podjetniške aktivnosti na ekonomsko rast v določenem gospodarstvu ter
- odkrival potrebne politične ukrepe za krepitev podjetništva.

Na *sliki 1.1* je prikazan konceptualni okvir, ki kaže, da je GEM pozoren ne samo na individualne lastnosti podjetnikov, ampak tudi na družbeni in ekonomski kontekst določenega okolja, ki sooblikuje podjetniško kulturo v državi.

*Slika 1.1: Konceptualni okvir GEM*



GEM torej poskuša razumeti družbeni in individualni odnos do podjetništva, vključevanje v podjetniške aktivnosti ter podjetniške aspiracije posameznikov. **Družbeni, kulturni, politični in ekonomski kontekst** so predstavljeni z okvirom nacionalnih pogojev, ki upošteva stopnjo razvitosti posameznega nacionalnega gospodarstva (faktorsko, učinkovitostno ali inovacijsko), ter z okvirom podjetniških pogojev. Nacionalni okvir razumemo v sklopu 12 stebrov, kot jih spremlja Svetovni gospodarski forum v svojem vsakoletnem raziskovanju svetovne konkurenčnosti. 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. Z okvirom nacionalnih pogojev je prepleten okvir podjetniških pogojev, v katerem so dejavniki, kot so podjetniško izobraževanje, dostopnost tveganega kapitala, prenos tehnologije itd. V GEM se ti stebri odražajo v devetih komponentah nacionalnega okvira podjetniških pogojev, ki jih podrobneje analiziramo v 7. poglavju.

Konceptualni okvir GEM ponazarja dejstvo, da je podjetništvo kompleksen sistem, ki ga označujejo različne povezave in sklop povratnih informacij, te pa kažejo odnos med družbenimi vrednotami, osebnimi značilnostmi in različnimi oblikami podjetniške aktivnosti. Prav tako upošteva vpliv, ki ga imajo na ustvarjanje novih delovnih mest ter na ustvarjanje ekonomske in družbene dodane vrednosti temeljni nacionalni pogoji. Podjetniška aktivnost je tako rezultat posameznikovega dojemanja priložnosti in lastnih sposobnosti (motivacija in veščine), da ukrepa, pa tudi posebnih pogojev določenega okolja, v katerem ta posameznik živi in dela. K temu je treba dodati še, da

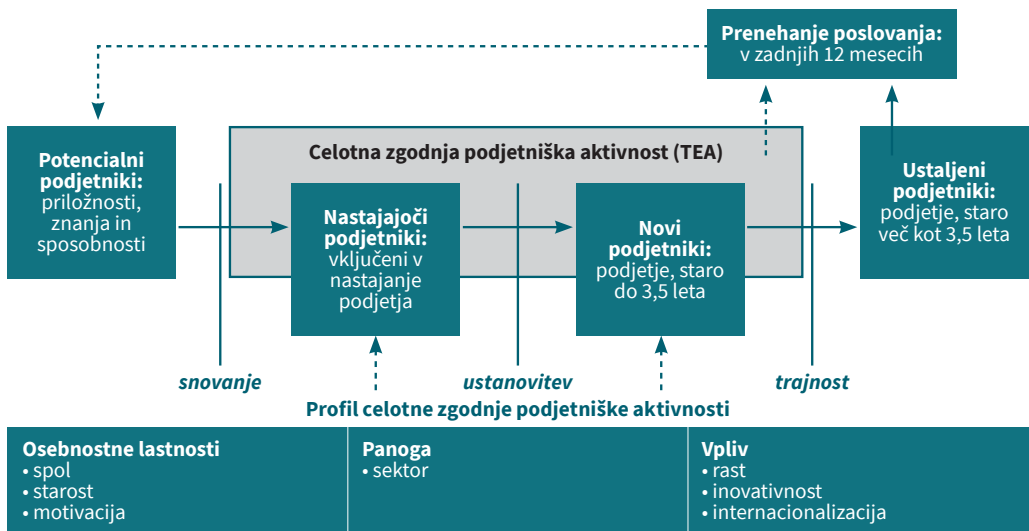
tako kot je podjetniška aktivnost odvisna od razmer v danem okolju, v katerem poteka, je tudi to okolje odvisno od podjetniške aktivnosti, ki zagotavlja ekonomske in družbene koristi.

Konceptualni okvir GEM tako temelji na predpostavki, da je nacionalna ekonomska rast rezultat soodvisnosti med pogoji za podjetništvo ter osebnimi značilnostmi in sposobnostmi posameznika, da identificira in izkoristi poslovno priložnost. Raziskava GEM pomaga identificirati dejavnike, ki spodbujajo ali zavirajo različne oblike podjetniške aktivnosti, in ponuja nastavke za podjetniško politiko, da bi se povečala podjetniška zmogljivost na nacionalni in lokalni ravni.

### 1.3 Spremljanje podjetniškega procesa in njegovega ekosistema

Pristop, ki ga uporablja GEM, je poseben z več vidikov: najprej, zbira primarne podatke na globalni ravni; drugič, posamezniki so anketirani o različnih ključnih vprašanih glede podjetniških aspiracij, nagnjenj, namenov in aktivnosti; tretjič, podjetništvo proučuje v celotnem podjetniškem procesu – od zasnove podjetniške priložnosti do njene zrelosti in ustaljenosti ali morebitnega propada. Podjetniški proces prikazujemo na *sliki 1.2*. V nasprotju z drugimi raziskavami se GEM ne osredotoča na podjetja in statistično spremljanje njihovega poslovanja, ampak na podjetnega posameznika, ki se odloči za podjetniško kariero in ustanovi podjetje. Razliko med podatki, ki jih pridobimo v GEM, in podatki, ki jih zagotavljajo različni statistični viri, smo podrobneje opisali že pred časom (Rebernik et al., 2008) in je strnjeno predstavljena v *prilogi 2*.

Slika 1.2: Podjetniški proces



Za spremljanje ključnih elementov tega procesa so bile razvite tudi ustrezne mere. Ker so tako viri podatkov kot tudi rezultati primerno harmonizirani, jih lahko primerjamo med posameznimi državami in delno spremljamo tudi njihovo dinamiko. Te mere temeljijo na konceptualnem okviru GEM in jih lahko strnemo v več skupkov, ki opisujejo ključne dejavnike podjetniškega procesa: stanje v podjetniškem ekosistemu, družbene vrednote in dojemanje podjetništva, individualne

značilnosti potencialnega podjetnika, posamezne faze podjetniške aktivnosti in podjetniške aspiracije.

**Podjetniški ekosistem** ocenjujemo v skladu s konceptualnim modelom GEM, v katerem je to ponazorjeno z okvirom splošnih nacionalnih pogojev, ki vplivajo na napredek družbe glede na razvojno stopnjo njihovega gospodarstva (faktorska, učinkovitostna, inovacijska gospodarstva), in z okvirom podjetniških pogojev, ki na podjetniško aktivnost vplivajo še bolj neposredno. Pri oceni teh dejavnikov gre za strokovno mnenje, ki ga pridobimo z nacionalno raziskavo izvedencev (NES). Ti izvedenci ocenijo devet okvirnih pogojev za podjetništvo, ki so podrobneje pojasnjeni v *prilogi 2*. Z njimi pridobivamo vpogled v različne vidike in dimenzije dejavnikov okolja, ki v posamezni državi vplivajo tako na odločitev posameznikov za ustanovitev podjetij kot tudi na nadaljnji razvoj novoustanovljenega podjetja. Ocena kakovosti dejavnikov podjetniškega okolja temelji na povprečni oceni stališč in dojemanj izbranih izvedencev, ki te dejavnike ocenjujejo na Likertovi lestvici od 1 (zelo nezadovoljivo) do 9 (zelo zadovoljivo). Ocenjuje se 54 trditev, razvrščenih v naslednjih devet okvirnih pogojev za podjetništvo: finančna podpora, vladne politike (podpora ter davki in birokracija), vladni programi, izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo na šolski in izvenšolski ravni, prenos raziskav in razvoja, poslovna in strokovna infrastruktura, odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, fizična infrastruktura ter kulturne in družbene norme.

**Družbene vrednote in dojetanje podjetništva** poskušamo razumeti tako, da vprašamo vzorec odraslih prebivalcev, ali družba sprejema podjetništvo kot dobro karierno izbiro, ali imajo podjetniki visok družbeni status ter kolikšno pozornost posvečajo podjetništvu mediji in s tem prispevajo k razvoju podjetniške kulture. Odgovori na ta vprašanja prispevajo k boljšemu razumevanju dejavnikov, ki lahko vplivajo na to, ali se bo posameznik odločil za podjetniško pot ali ne.

**Individualne značilnosti** dejanskih podjetnikov in posameznikov, ki imajo potencial, da bi lahko postali podjetniki, GEM spremlja s pomočjo nekaterih demografskih dejavnikov (spol, starost, geografska lokacija), psiholoških dejavnikov (samoznavanje osebnih zmogljivosti za podjetništvo, zaznavanje poslovnih priložnosti, strah pred propadom) in motivacijskih vidikov (podjetništvo zaradi nujnosti, zaradi priložnosti ali zaradi izboljšanja položaja). Na temelju nekaterih teh značilnosti lahko tudi ocenimo delež *potencialnih podjetnikov*. To so posamezniki, ki menijo, da imajo dovolj znanja in podjetniških sposobnosti, da bi lahko začeli s podjetništvom, ki prepoznavajo poslovne priložnosti v svojem okolju in jih strah pred potencialnim neuspehom njihovega podjetja ne bi odvrnil od ustanovitve podjetja.

**Podjetniško aktivnost** proučuje GEM glede na fazo življenjskega cikla podjetja. *Nastajajoči podjetniki* so posamezniki, ki so za to, da bi se začeli ukvarjati s podjetništvom, že vložili svoj čas in morebiti tudi denarna sredstva, z omejitvijo, da še ne izplačujejo plač dlje kot tri mesece. *Novi podjetniki* so posamezniki, ki so lastniki podjetja in ga tudi vodijo, to podjetje pa ne izplačuje plač dlje kot tri leta in pol. *Ustaljeni podjetniki* so tisti, ki imajo podjetje, ki plače izplačuje že dlje kot tri leta in pol. Določen delež jih tudi opusti poslovanje, kar je prav tako evidentirano. Zbir nastajajočih in novih podjetnikov predstavlja celotno zgodnjo podjetniško aktivnost, ki jo izražamo z *indeksom TEA*. V okviru kazalnika TEA se analizira tako imenovani profil zgodnje podjetniške aktivnosti, v okviru katerega proučujemo izbrane značilnosti teh podjetnikov, med katerimi so osebne lastnosti (spol, starost in motivacija), panoge in aspiracije podjetnikov po rasti, inovativnosti in internacionalizaciji podjetja.

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

## 1.4 Podatkovne podlage za GEM

V okviru raziskave GEM se v vseh sodelujočih državah primarni podatki zbirajo iz treh virov. Osrednji vir je anketiranje odraslega prebivalstva (APS), ki ga v vsaki sodelujoči državi izvede usposobljena agencija; v Sloveniji je anketiranje izvedlo podjetje Mediana iz Ljubljane v času od 21. aprila do 13. junija 2017. Značilnosti vzorca v Sloveniji so prikazane v *tabeli 1.2*. Struktura vzorca je usklajena s strukturo statistične množice glede na statistične regije (12 regij), spol in starost ljudi ter glede na značilnost območja (urbano ali ruralno okolje). 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: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2017, APS*

	Neuteženi vzorec (18 do 88 let)	Uteženi vzorec (18–64 let)
Skupaj	2.005	1.611
Moški	984	821
Ženske	1.021	790
Število nastajajočih podjetij	63	65
Število novih podjetij	48	48
Motivacija – priložnost	79	82
Motivacija – nujnost	22	22
Število ustaljenih podjetij	123	109
Neformalni investitorji	75	62

V *tabeli 1.3* prikazujemo obseg te primarne podatkovne baze GEM – v letu 2017 je bilo v sodelujočih 54 državah anketiranih skupaj 164.438 ljudi.

*Tabela 1.3: Število anketiranih oseb v vzorcih sodelujočih držav po tipih gospodarstva, GEM 2017, APS*

Tip gospodarstva	Število držav	Število anketiranih oseb v vzorcu		Skupno število anketiranih oseb
		min.	maks.	
Inovacijska gospodarstva	24	1.533	23.400	79.947
Učinkovitostna gospodarstva	26	1.615	8.043	74.299
Faktorska gospodarstva	4	1.988	4.000	10.192
Skupno število anketiranih oseb				164.438

Anketna raziskava poteka s pomočjo razvitega vprašalnika GEM, ki je v vseh sodelujočih državah enak in preveden v nacionalne jezike. Vzorčni okvir raziskave predstavlja telefonski imenik stacionarnih in mobilnih telefonov, kar zagotavlja ustrezno vključenost vseh starostnih razredov in s tem reprezentativnost vzorca odrasle populacije. Metodologija zbiranja podatkov in kodiranja je uveljavljena in enotna za vse sodelujoče države. To zagotavlja primerljivost zbranih podatkovnih baz, zanesljive in smiselne poglobljene analize v posameznem gospodarstvu ter primerjalne analize med sodelujočimi državami. Metodologija raziskave in proces harmoniziranja podatkov sta podrobno opisana v Reynolds et al. (2005).

Drugi pomemben vir primarnih podatkov v okviru raziskave GEM so ključni ugledni nacionalni izvedenci (NES). Ti izpolnijo podroben vprašalnik, ki je prav tako identičen v vseh sodelujočih državah in tematsko usklajen z vprašalnikom v okviru APS, vsebuje pa še dodatni nabor tem, ki se nanašajo na okvirne pogoje za podjetništvo, podjetniško zmogljivost ter razpoznavanje poslovnih priložnosti, pa tudi na druge družbeno-demografske značilnosti. 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.

Odgovori nacionalnih izvedencev iz vseh držav udeleženk so bili vneseni preko online platforme in ustrezno harmonizirani. Opravljena je bila analiza zanesljivosti in z metodo glavnih komponent pridobljena večdimenzionalna mera – skupna povprečna ocena posameznega okvirnega pogoja za podjetništvo v posamezni državi. Vzorec izvedencev za vse sodelujoče države in tako tudi za Slovenijo je utežen glede na že omenjenih devet okvirnih pogojev za podjetništvo, glede na tip izvedenca (strokovnjak ali podjetnik), spol, sektor gospodarstva (javni ali zasebni) in geografsko porazdelitev; v Sloveniji je sodelovalo 36 izvedencev (seznam slovenskih izvedencev za leto 2017 je mogoče najti v *prilogi 1*). Anketiranje je tako kot v drugih državah GEM tudi v Sloveniji potekalo od aprila do julija 2017. V letu 2017 je bilo anketiranih skupaj 2.250 nacionalnih izvedencev, kar je po skupinah držav glede na tip gospodarstva prikazano v *tabeli 1.4*.

*Tabela 1.4: Število sodelujočih nacionalnih izvedencev v sodelujočih državah po tipih gospodarstva, GEM 2017, NES*

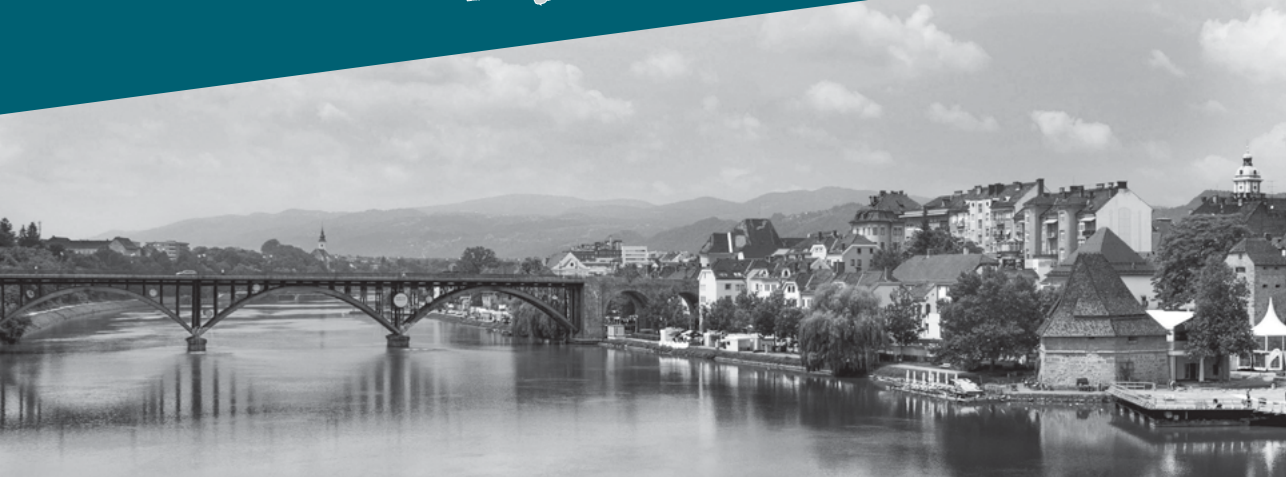
Tip gospodarstva	Število držav	Število nacionalnih izvedencev		Skupno število nacionalnih izvedencev
		min.	maks.	
Inovacijska gospodarstva	24	23	97	992
Učinkovitostna gospodarstva	26	36	83	1.076
Faktorska gospodarstva	4	36	72	182
Skupno število anketiranih oseb				2.250

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

## 1.5 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](http://www.gemconsortium.org)) in tudi na slovenski strani (<http://ipmmp.um.si/globalni-podjetniski-monitor/>) lahko zainteresirani bralci najdejo številne informacije – od nacionalnih raziskav do podatkovnih baz in pregleda vse bogatejše zbirke znanstvenih člankov, ki nastajajo z uporabo podatkov, pridobljenih v raziskavah GEM. Od leta 2012 so podatkovne baze za pretekla leta urejene tako, da ponujajo možnosti primerjav posameznih indikatorjev med državami (glej <http://www.gemconsortium.org/Data>), kar je še posebej priročno za nekatere hitre preglede stanja podjetništva.

# Nacionalni profil: Slovenija



**Število prebivalcev:**  
2,1 milijona (2017)



**BDP:**  
40,4 milijonov € (2016)



**BDP na prebivalca:**  
19.576 € (2016)



**Prispevek MSP k BDP:**  
63 % (2015)



**Ocena enostavnosti poslovanja  
Svetovne banke (Doing Business)  
(2017): rang: 30/190**



**Ocena pogojev ustanovitve  
podjetja Svetovne banke  
(Starting a Business) (2017):  
rang: 49/190**



**Ocena konkurenčnosti  
Svetovnega gospodarskega  
foruma (WEF) (2015):  
4,4/7; rang: 56/138**



**Faza gospodarskega razvoja:  
inovacijska**

## Sestavljen indeks

	Vrednost	Rang/54
Podjetniški duh	-0,07	31

## Samozaznavanje in dojemanje podjetništva

	Vrednost %	Rang/54
Zaznane priložnosti	34,6	40
Zaznane zmogljivosti	53,3	18
Strah pred neuspehom ni ovira	31,8	36
Podjetniške namere	14,2	33

## Podjetniška aktivnost

	Vrednost %	Rang
Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (TEA)		
TEA 2017	6,9	45/54
TEA 2016	8,0	48/65
TEA 2015	5,9	53/60
Stopnja ustaljenega podjetništva	6,8	27/54
Podjetniška aktivnost zaposlenih	6,0	11/54

## Motivacijski indeks

	Vrednost	Rang/54
Razvojno usmerjeni podjetniki/podjetniki iz nuje	2,5	24

## Enakost med spoloma

	Vrednost	Rang/54
Ženske/moški, razmerje TEA	0,46	48
Ženske/moški, razmerje priložnost	0,87	37

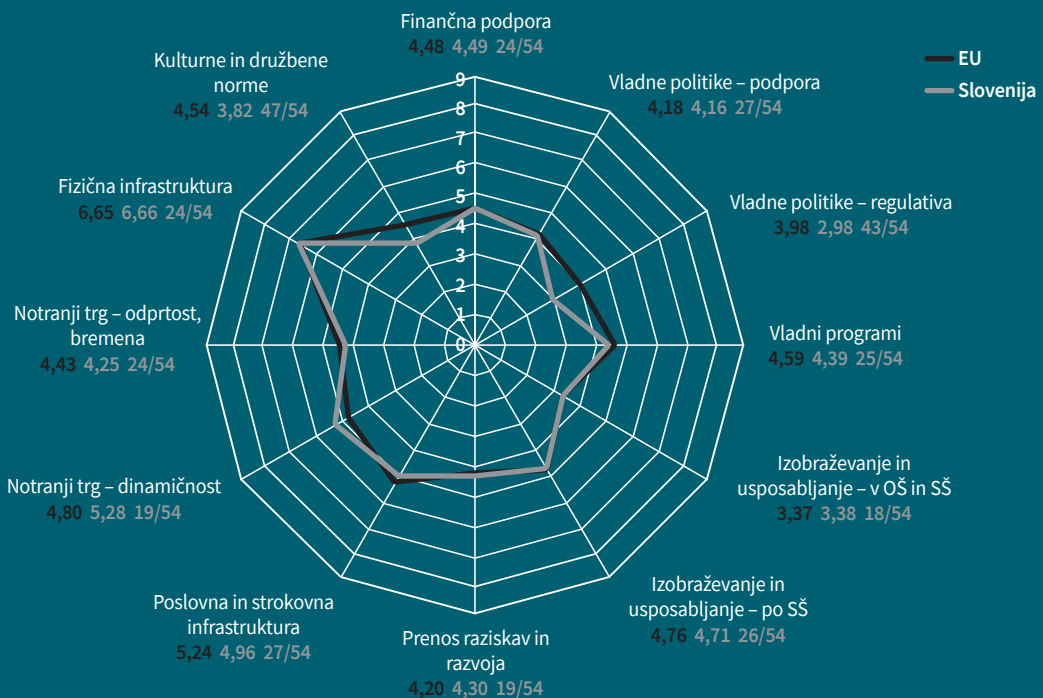
## Vpliv podjetništva

	Vrednost %	Rang/54
Pričakovana nova delovna mesta (6+)	21,1	26
Inovacijska naravnost	34,2	10
Panoga (% v dejavnosti poslovnih storitev)	35,6	2


## Družbene vrednote o podjetništvu

	Vrednost %	Rang/52
Spoštovanje podjetnikov	73,4	20
Podjetništvo kot zaželena karierna izbira	55,1	35

**Ocena podjetniškega ekosistema s strani nacionalnih izvedencev** (rang/54 vse države GEM)  
1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo







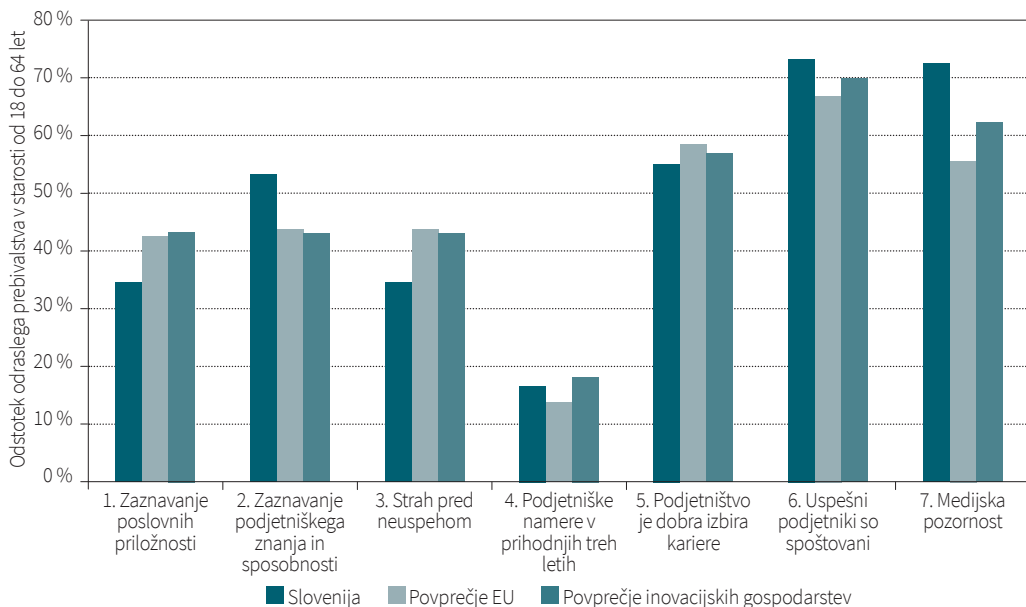
# GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji

# 2

Raziskava GEM z različnih vidikov pokriva celoten »življenjski cikel« podjetniške aktivnosti: od identificiranja podjetniških namer prebivalstva v prihodnosti do analiziranja zgodnje podjetniške aktivnosti in ustaljenega podjetništva, pa tudi prenehanje podjetniške aktivnosti, kar je prav tako sestavni del podjetniškega procesa. Poleg tega GEM identificira tudi podjetniške zmogljivosti, notranje podjetništvo ter odnos ljudi in družbe do podjetništva, kar odraža kompleksnost in večdimenzionalnost podjetniškega procesa. V okviru raziskave GEM vse te vidike merimo oziroma opisujemo s kazalniki in indikatorji, ki so z metodološkega vidika opisani v *poglavju 1* in v *prilogi 2*.

Na *sliki 2.1* prikazujemo izbrane kazalnike za dva izbrana vidika proučevanja podjetništva. Prvi vidik (sklop kazalnikov od 1 do 3) se nanaša na podjetniške zmogljivosti, in sicer na razpoznavanje poslovnih priložnosti v okolju, na samooceno znanja, izkušenj in sposobnosti za podjetništvo ter strahu pred neuspehom, ki posameznika lahko odvrne od podjetniškega udejstvovanja. Nato so prikazane podjetniške namere prebivalstva v prihodnosti (kazalnik 4), drugi sklop (kazalniki od 5 do 7) pa se nanaša na skupino kazalnikov, ki opisujejo elemente družbenega okolja ter kulturnih in družbenih norm, ki lahko podpirajo ali zavirajo podjetniške procese v družbi.

Slika 2.1: Primerjava Slovenije, povprečja držav EU in povprečja inovacijskih gospodarstev za izbrane kazalnike



GEM Slovenija 2017, APS

Slovenija izkazuje največji zaostanek pri pomembnem kazalniku motiva za vključevanje ljudi v podjetništvo – pri razpoznavanju poslovnih priložnosti – tako za povprečjem EU kot za povprečjem inovacijskih gospodarstev. Po drugi strani sta močno pozitivno izražena druga dva vidika podjetniških zmogljivosti. V povprečju je Slovence manj strah neuspeha; strah pred podjetniškim neuspehom je namreč lahko pomembna ovira za vstop v podjetništvo. Ljudje v Sloveniji v povprečju tudi v večji meri kot v EU in tudi v večji meri, kot na splošno velja v gospodarstvih inovacijskega tipa, menijo, da imajo ustrezno podjetniško znanje, izkušnje in sposobnosti. Podobna razmerja smo ugotavljali tudi v letu 2016.

Podjetniške namere Slovencev so nekoliko večje v primerjavi s povprečjem držav EU in nekoliko manjše od povprečja inovacijskih gospodarstev. Podjetniške namere so pomemben predhodnik podjetniškega udejstvovanja, saj raziskave kažejo, da so izražene namere ljudi dober napovedovalec dejanskega prihodnjega vedenja oziroma aktivnosti (Sheeran, 2002).

V okviru drugega sklopa kazalnikov posebej izstopa pozitiven odnos medijev do podjetništva, ki ga zaznavajo Slovenci, pa tudi spoštovanje uspešnih podjetnikov v slovenski družbi, saj sta oba vidika v Sloveniji izražena močneje kot v povprečju v državah EU in v inovacijskih gospodarstvih. Da je podjetništvo med Slovenci zaznano kot zahtevna karierna pot, se odraža v deležu ljudi, ki menijo, da je podjetništvo dobra izbira kariere; ta delež je nekoliko manjši tako od povprečja EU kot tudi od povprečja inovacijskih gospodarstev.

V tabeli 2.1 zbirno prikazujemo različne vidike podjetniške aktivnosti v Sloveniji leta 2017 primerjalno z letom poprej. V naslednjih poglavjih te monografije podrobneje analiziramo vse te vidike podjetniške aktivnosti.

Tabela 2.1: GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2017, APS


Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja*				Ustaljena podjetja			
	2016	rang	2017	rang	2016	rang	2017	rang	2016	rang	2017	rang	2016	rang	2017	rang
Vključenost v podjetništvo (% populacije)	5,06	38/65	4,02	39/54	3,08	51/65	2,96	40/54	8,02	48/65	6,85	45/54	6,75	37/65	6,76	28/54
<b>Spol (% populacije)</b>																
Moški	6,8		5,5		4,1		4,1		10,83	47/65	9,34	40/54	9,71	30/65	9,45	25/54
Ženske	3,3		2,5		2,0		1,8		5,06	53/65	4,26	47/54	3,62	44/65	3,97	35/54
<b>Spol (% podjetnikov)</b>																
Moški	68,5		70,0		67,8		70,2		69,4		69,5		73,9		71,2	
Ženske	31,5		30,0		32,2		29,8		30,6		30,5		26,1		28,8	
<b>Starost (% populacije)</b>																
Od 18 do 24 let	7,9		4,4		4,9		3,2		12,78	17/65	7,59	32/54	1,86	28/61	1,27	30/52
Od 25 do 34 let	7,9		6,3		5,7		5,3		13,23	34/65	10,89	34/54	2,54	53/65	3,96	29/54
Od 35 do 44 let	5,0		5,8		3,8		3,3		8,57	51/65	9,14	42/54	9,74	24/65	10,48	20/54
Od 45 do 54 let	4,9		2,9		1,4		2,1		6,23	54/65	5,03	46/54	9,82	35/65	10,32	28/54
Od 55 do 64 let	1,2		1,0		0,7		1,3		1,99	63/65	2,27	51/54	6,83	47/65	4,33	43/54
<b>Starost (% podjetnikov)</b>																
Od 18 do 24 let	17,1		11,7		17,4		11,3		17,49	23/65	11,78	37/54	3,03	41/61	1,99	41/52
Od 25 do 34 let	32,7		31,8		38,6		36,3		34,60	19/65	32,38	18/54	7,90	61/65	11,92	38/54
Od 35 do 44 let	22,5		34,2		28,5		26,3		24,46	37/65	31,44	9/54	33,07	12/65	36,51	6/54
Od 45 do 54 let	22,3		16,7		10,2		16,5		18,00	32/65	16,96	32/54	33,74	17/65	35,21	9/54
Od 55 do 64 let	5,4		5,6		5,3		9,6		5,45	56/65	7,44	40/54	22,26	27/65	14,37	43/54
<b>Izobrazba (% podjetnikov)</b>																
Dokončana osnovna šola ali manj	0,0		1,7		2,2		2,1		0,8		1,9		0,9		0,8	
Dokončana poklicna šola	11,3		14,4		2,2		8,5		8,0		12,1		7,6		10,3	
Srednješolska izobrazba	45,3		35,6		29,7		34,7		40,0		34,9		45,9		41,3	
Višješolska strok. izobrazba	8,7		11,5		16,3		13,0		11,8		11,4		16,8		11,2	
Visokošol. ali univ. izobr. ali več	34,7		36,8		49,6		41,8		39,4		39,7		28,8		36,3	
<b>Izobrazba (% populacije)</b>																
Manj kot srednješolska									4,54	50/65	5,37	39/53	4,96	40/60	4,22	36/54
Srednješolska									7,85	41/64	5,93	41/53	7,57	26/64	6,93	24/53
Več kot srednješolska									9,58	46/64	7,42	49/53	7,17	31/64	7,09	28/53
Visokošolska/univerzitetna									8,64	50/58	15,54	22/44	6,66	37/55	12,39	15/46
<b>Dohodkovni razred (% populacije)</b>																
Spodnja tretjina	4,1		4,2		1,3		1,5		5,37	48/65	5,69	40/54	1,52	61/65	4,11	31/54
Srednja tretjina	5,0		2,4		1,7		2,0		6,68	48/64	4,20	51/54	3,87	50/64	4,93	35/54
Zgornja tretjina	6,1		5,7		4,2		4,9		9,91	48/63	10,34	39/53	10,51	32/63	8,69	35/53
<b>Dohodkovni razred (% podjetnikov)</b>																
Spodnja tretjina	19,8		25,6		11,4		13,2		17,2		20,9		5,9		16,8	
Srednja tretjina	23,2		24,1		14,9		27,2		20,7		24,8		14,5		32,4	
Zgornja tretjina	57,0		50,3		73,7		59,7		62,1		54,3		79,6		50,8	
<b>Motivacija (% populacije)</b>																
Nujnost	0,9		0,5		0,98		0,8		1,75	40/65	1,34	38/54	1,5		1,8	
Priložnost	4,0		3,3		2,10		1,9		6,07	46/65	5,07	44/54	5,1		4,2	

\* Zgodnja podjetniška aktivnost zajema nastajajoča in nova podjetja, seštevek pa je različen od vsote vseh teh, saj predstavlja posameznike, med katerimi imajo nekateri tako nastajajoče kot tudi novo podjetje.

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2016	rang	2017	rang	2016	rang	2017	rang	2016	rang	2017	rang	2016	rang	2017	rang
Motivacija (% podjetnikov)																
V celoti priložnost	68,2		61,5		54,0		52,1		63,1		55,5		56,9		50,5	
Deloma priložnost	11,0		21,5		14,0		12,5		13,1		18,2		18,3		11,9	
Nujnost	17,1		12,3		32,0		27,1		21,5		20,0		22,0		25,7	
Ne more opredeliti	3,7		4,6		0,0		8,3		2,3		6,4		2,8		11,9	
Izkoriščanje poslovne priložnosti zaradi (% podjetnikov, katerih motivacija je v celoti priložnost):																
Neodvisnosti in osebne svobode pri delu	54,2		46,2		57,9		39,5		55,42	19/65	43,36	29/54	47,9		54,6	
Povečanja dohodka	28,1		18,5		34,3		40,1		30,09	52/65	27,82	44/54	32,5		33,2	
Ohranitve ravni dohodka	8,0		20,9		7,8		5,1		7,93	29/65	15,50	11/54	14,2		10,1	
Drugega	9,7		14,4		0,0		15,3		6,56	14/65	13,33	4/54	5,4		2,1	

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2016	rang	2017	rang	2016	rang	2017	rang
Inovacijska naravnost (% podjetnikov)								
Novost izdelkov – izdelek je nov za vse kupce	18,00	18/65	19,86	12/54	7,85	39/65	18,38	11/54
Konkurenca – ni konkurenčnih podjetij	7,22	45/65	15,83	6/54	4,59	32/65	5,59	20/54
Tehnologija – uporaba tehnologij, ki so na voljo manj kot eno leto	28,70	8/65	16,63	23/54	3,66	24/65	5,58	16/54
Nagnjenost k rasti (% podjetnikov)								
Zaposlovanje – porast za najmanj 10 delovnih mest in hkrati za najmanj 50 % v petih letih	18,38	24/65	14,41	26/54	6,48	21/65	5,66	21/54
Izvoz – več kot 50 % strank živi zunaj države	1,25	27/65	2,15	10/54	1,11	12/65	0,93	13/54

Podjetniški dejavniki	Nastajajoči podjetniki		Novi podjetniki		Ustaljeni podjetniki		% prebivalstva v starosti od 18 do 64 let				Nepodjetniki	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	rang	2017	rang	2016	2017
Razpoznavanje poslovnih priložnosti	58,0	54,2	51,0	43,5	29,9	47,3	25,34	59/65	34,60	40/54	22,0	32,5
Podjetniške namere v prihodnjih treh letih									16,72	35/54		14,2
Podjetniška zmogljivost – dojemanje kulturne podpore												
Egalitarizem	75,0	75,5	82,8	77,6	72,9	81,9	82,71	3/58	80,45	5/49	83,8	80,7
Poklicna izbira	54,3	47,2	46,2	43,7	50,3	48,7	56,81	42/62	55,12	35/52	57,8	56,2
Spoštovanje podjetniškega poklica	73,8	59,1	71,6	53,5	67,1	55,8	68,98	34/62	73,42	21/52	68,6	75,9
Odnos medijev	77,2	74,3	73,3	62,5	66,8	65,0	65,91	24/62	72,65	14/52	65,1	73,4
Podjetniška zmogljivost – samozaupanje												
Znanje in veščine	89,6	82,3	85,3	89,5	89,6	88,3	51,80	27/65	53,31	18/54	45,5	48,2
Strah pred neuspehom	19,0	14,6	16,2	19,4	18,5	16,4	35,72	41/65	34,77	39/54	38,6	37,5



# Podjetniška zmogljivost odraslega prebivalstva in zaznavanje odnosa do podjetništva v družbi

# 3

## Ključna spoznanja:

- Slovenija zaostaja v zaznavanju obetavnih poslovnih priložnosti. Čeprav se delež tistih, ki v svojem okolju pričakujejo poslovne priložnosti, v zadnjih letih povečuje, je še vedno manjši kot v večini držav inovacijskega tipa gospodarstva.
- V Sloveniji v povprečju 53,3 % ljudi ocenjuje, da posedujejo zadostne podjetniške kompetence. To našo državo uvršča na 18. mesto na svetu in na 1. mesto med evropskimi državami GEM.
- V Sloveniji le 39,76 % ljudi zaznava strah pred podjetniškim neuspehom. V Evropi je manj strahu pred neuspehom prisotnega le še med Nizozemci (37,48 %) ter v Bosni in Hercegovini (36,31 %).
- Podjetniške namere ljudi v Sloveniji se krepijo: v letu 2017 je bilo odraslih posameznikov, ki razmišljajo o tem, da bi v prihodnjih treh letih ustanovili podjetje, 16,7 %. Slovenija se glede na podjetniške namere svojih državljanov uvršča na 6. mesto med evropskimi državami GEM.
- V Sloveniji je 73,4 % ljudi prepričanih, da so uspešni podjetniki v slovenski družbi spoštovani, 56,8 % pa, da je začetni s podjetništvom dobra izbira kariere.
- Slovenci zaznavajo pozitivno medijsko podporo podjetništvu. Več kot 70 % ljudi meni, da je v medijih pogosto mogoče najti zgodbe o uspešnih novih podjetnikih, kar uvršča Slovenijo na 2. mesto med evropskimi državami.

Raziskava GEM ugotavlja, da za vključevanje ljudi v podjetništvo obstajata dva osnovna motiva: posamezniki začnejo s podjetniško aktivnostjo zato, da bi izkoristili poslovno priložnost, ki so jo zaznali, ali pa so v podjetništvo prisiljeni, ker ni drugih, primernejših možnosti za delo in dohodek. Poleg analize razpoznavanja dobrih poslovnih priložnosti sodijo v analizo samozaznavanja in dojemanja podjetništva tudi samozaupanje v znanje, potrebno za podjetništvo, morebitni strah ljudi pred neuspehom, ki bi jih odvrnil od podjetniške poti, ter podjetniške namere ljudi. Po drugi strani so posamezniki del širšega kulturnega in družbenega okolja, ki prav tako vpliva na podjetniške odločitve posameznikov in jih sooblikuje (GEM, 2018). V okviru raziskave GEM zato proučujemo tudi zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu.

Kazalniki o podjetniški zmogljivosti odraslega prebivalstva in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi so za vse sodelujoče države GEM v letu 2017 prikazani v *tabeli 1 v prilogi 3*.

### 3.1 Samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika

V raziskavi GEM v letu 2017 v primerjavi z letom 2016 ni bilo opaziti bistvenih sprememb v zaznavanju podjetniških zmogljivosti, razen v povprečju nekoliko večjega strahu pred neuspehom. V *tabeli 3.1* prikazujemo primerjavo Slovenije z izbranimi skupinami držav glede samozaznavanja in dojemanja podjetništva.

*Tabela 3.1: Elementi podjetniške zmogljivosti, GEM Slovenija 2017, APS*

	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropske države	Evropska unija
<b>Podjetniška zmogljivost – samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika</b>					
Zaznavanje poslovnih priložnosti	34,60	43,43	43,41	41,31	42,60
Zaznavanje sposobnosti za podjetništvo	53,31	48,86	43,02	43,44	43,95
Zaznavanje strahu pred neuspehom	34,77	40,81	43,21	43,04	43,95
Podjetniške namere	16,72	25,19	18,11	13,40	13,84

Poslovne priložnosti so sestavni del podjetništva, sposobnost posameznikovega zaznavanja obetavnih poslovnih priložnosti pa igra pomembno vlogo pri vključevanju v podjetništvo. V letu 2017 ni bilo bistvenih premikov v zaznavanju poslovnih priložnosti. V okviru svetovnih regij imajo še vedno najvišjo stopnjo v Severni Ameriki, kjer 61,9 % odraslega prebivalstva meni, da se bodo v prihodnjih šestih mesecih v okolju, v katerem živijo, pojavile dobre poslovne priložnosti. V Evropi je takega mnenja precej manj ljudi, le dobrih 41,3 %, še manj v Afriki (37,2 %). V Evropi največ poslovnih priložnosti pričakujejo na Švedskem (79,5 %), na Poljskem (68,8 %) in na Nizozemskem (64,1 %). Na drugem koncu lestvice so Bosna in Hercegovina (13,4 %), Grčija (13,7 %) in Bolgarija (19,5 %). V svetu je v povprečju najnižje zaznavanje poslovnih priložnosti v Afriki (37,2 %).

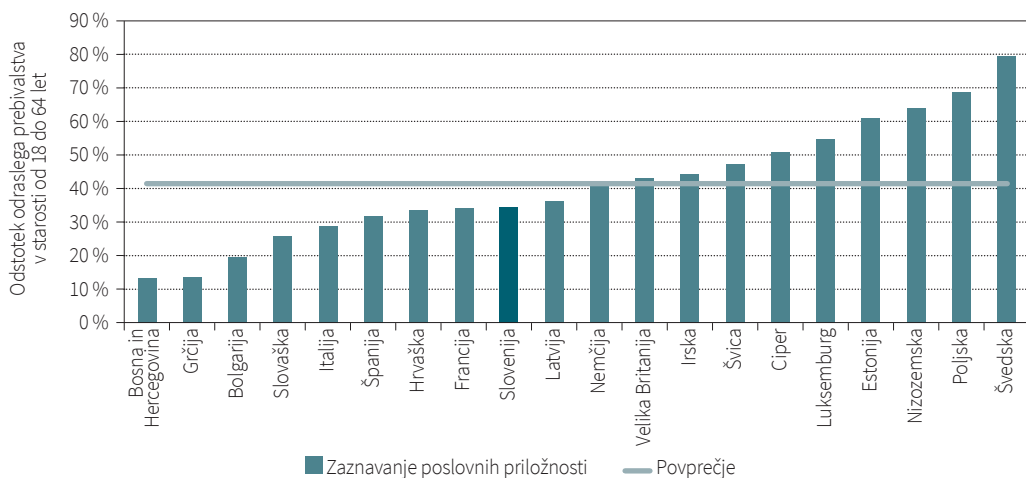
Slika 3.1: Podjetniška zmogljivost – samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika



GEM Slovenija 2017, APS

Čeravno se Slovenija s 34,6 % odraslega prebivalstva, ki v prihodnosti vidi poslovne priložnosti, uvršča šele na 40. mesto v svetovnem merilu in na 12. v Evropi, kot je razvidno s *slike 3.2*, pa je pozitivno, da se zadnja leta ta odstotek vztrajno večja: v letu 2015 20,5 %, v letu 2016 pa 25,3 %. Videti poslovno priložnost, bodisi za ustanovitev novega podjetja bodisi za nov posel znotraj obstoječega, je zagotovo temeljni pogoj za vsako podjetniško aktivnost. To pomeni, da ni dovolj, da podporni podjetniški ekosistem izobražuje in spodbuja uresničevanje poslovnih idej, posamezniki morajo pridobiti tudi veščine, da bodo znali videti, kaj so nezapolnjene vrzeli na trgu in katere potrebe imajo potencialni kupci. Brez razumevanja trga so poslovne ideje in podjetniški poskusi vnaprej obsojeni na propad (Rebernik et al., 2017).

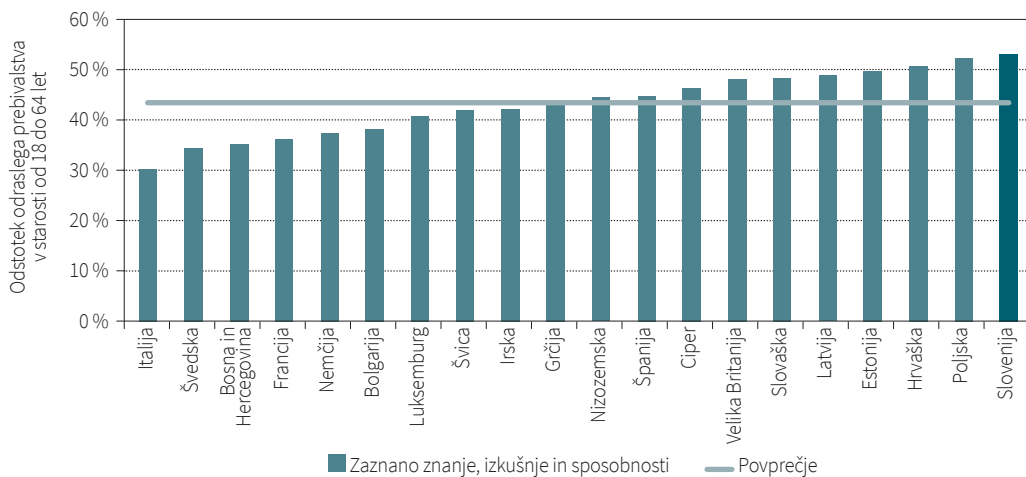
Slika 3.2: Zaznavanje poslovnih priložnosti (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2017, APS

Eden ključnih pogojev za izkoriščanje zaznane podjetniške priložnosti je zadostno znanje in sposobnosti. Slovenci smo o tem, da posedujemo zadostne tovrstne kompetence, prepričani še bolj kot v letu 2016, saj kar 53,3 % ljudi zatrjuje, da so usposobljeni za podjetništvo. To nas uvršča na 18. mesto na svetu in na 1. mesto med evropskimi državami, ki so sodelovale v raziskavi, kot prikazujemo na *sliki 3.3*. Seveda pa nimamo mehanizma, da bi takšno stališče preverili, saj se podjetniško znanje in veščine preverjajo v podjetniški praksi, in ne moremo vedeti, kaj bi se zgodilo, če bi ti posamezniki zatrjevano znanje in sposobnosti morali dokazovati v praksi. Zato nas ne sme zavajati, da podjetniškega izobraževanja ne potrebujemo. Ravno nasprotno: potrebujemo ga več (Halilović et al., 2014), čim bolj kakovostnega in usmerjenega tako, da bo dajalo vsaj na univerzitetni ravni dovolj uporabnega znanja za uresničevanje inovativnih podjetij.

Slika 3.3: Zaznano podjetniško znanje, izkušnje in sposobnosti (v evropskih državah GEM)



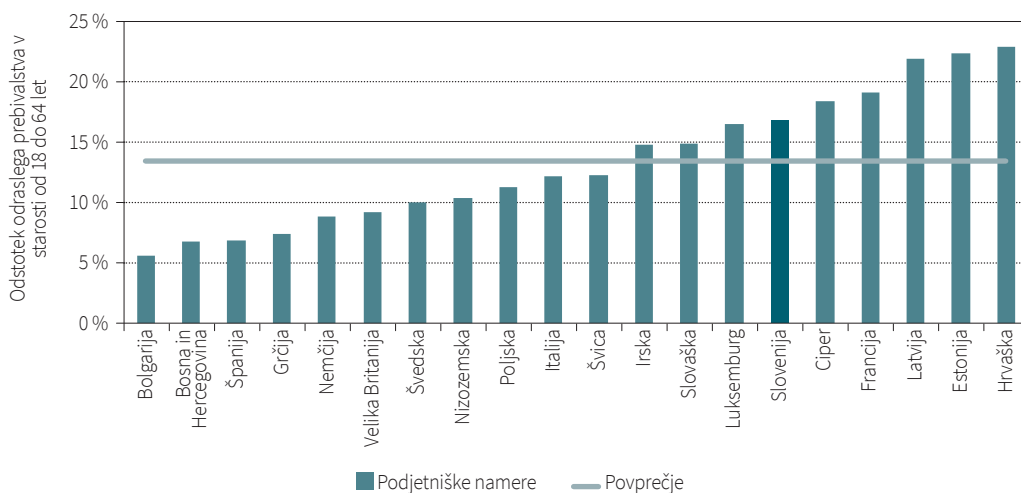
GEM Slovenija 2017, APS



Podjetniške namere ljudi o tem, da bodo v prihodnjih treh letih ustanovili podjetje, so pozitivno povezane z njihovo dejansko kasnejšo podjetniško aktivnostjo v okviru novega ali obstoječega posla (Sheeran, 2002). Izoblikovane podjetniške namere lahko zato razumemo kot prvi korak posameznikov v proces vključevanja v podjetništvo in ustvarjanja novega podjetja (Šebjan et al., 2017). Prav zato je tudi obetavno, da se podjetniške namere ljudi v Sloveniji krepijo: v letu 2016 je bilo odraslih posameznikov, ki razmišljajo o tem, da bi v prihodnjih treh letih ustanovili podjetje, 14,3 %, letu 2017 pa 16,7 %. Podjetniške namere so seveda povezane z različnimi motivi za vključevanje v podjetništvo – tako je v evropskem merilu največ podjetniških namer mogoče zaznati na Hrvaškem (22,83 %), kjer se velik odstotek podjetnikov vključuje v podjetništvo zato, ker nimajo druge, boljše možnosti za zaslužek (odstotek podjetništva iz nuje je visok). Na drugem mestu je Estonija (22,3 %), kjer pa je podjetništva iz nuje bistveno manj. Slovenija se glede na podjetniške namere Slovencev v prihodnjih treh letih uvršča na 6. mesto med evropskimi državami GEM, kot prikazujemo na *sliki 3.4*.

Na drugi strani lestvice, kjer so podjetniške namere najmanj prisotne, v evropskem merilu najdemo Bolgarijo (5,6 %), Bosno in Hercegovino (6,75 %) in Španijo (6,8 %).

Slika 3.4: Podjetniške namere (v evropskih državah GEM)

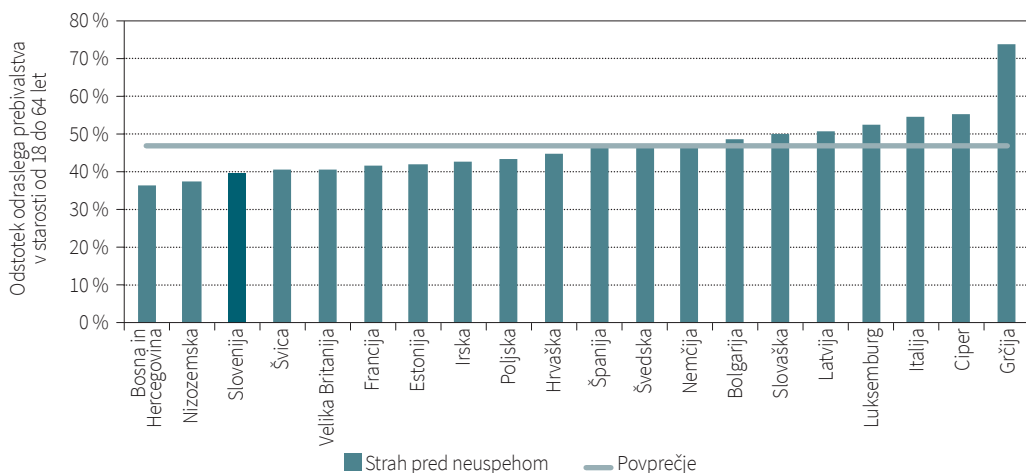


GEM Slovenija 2017, APS

Stopnja strahu pred neuspehom je v inovacijskih gospodarstvih v povprečju višja kot v faktorskih in učinkovitostnih, kar je podoben rezultat kot v letu 2016 in odraža dejstvo, da so osebne zaznave posameznikov povezane z njihovim družbenim okoljem in kulturnimi normami v tem okolju. Kot smo ugotavljali že v prejšnjih letih, je strah pred neuspehom v razvitih gospodarstvih gotovo povezan tudi s prevzemanjem tveganja samozaposlitve v primerjavi z morda zaznanim varnejšim delovnim okoljem oziroma zaposlitvijo v uveljavljenih podjetjih, ki jih je v gospodarstvih inovacijskega tipa več kot v učinkovitostnih in faktorskih.

Kot prikazujemo na *sliki 3.5*, je strah pred neuspehom v evropskih državah najmočneje izražen v Grčiji, tako kot je bilo že v letu 2016 (73,76 %). V večini evropskih držav se ta odstotek giblje med približno 55 % na Cipru (55,41 %) in 40,57 % v Švici. Manj strahu pred neuspehom v povprečju občutijo le še Slovenci (39,76 %), Nizozemci (37,48 %) ter ljudje v Bosni in Hercegovini (36,31 %).

Slika 3.5: Strah pred neuspehom (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2017, APS

Zaključimo lahko, da je zaostajanje v zaznavanju tega, kar bi lahko pomenilo obetavno poslovno priložnost, ena od značilnosti Slovenije zadnjih nekaj let. Čeprav se delež tistih, ki pričakujejo poslovne priložnosti v svojem okolju, v zadnjih letih povečuje, pa je še vedno manjši kot v večini držav inovacijskega tipa gospodarstva ter v državah z razvitim podjetniškim ekosistemom in bolj spodbudno družbeno podporo podjetništvu.

Na drugi strani je podjetniški potencial, izražen v samozaupanju v lastno podjetniško znanje, v Sloveniji velik. Ali je ta samozaznani potencial tudi objektivno ocenjen, je seveda drugo vprašanje. Različne raziskave kažejo, da se v podjetništvo v večji meri vključujejo ljudje, ki verjamejo, da imajo znanje in obvladujejo veščine, potrebne za podjetništvo, kot tisti, ki tega samozaupanja nimajo, samozaupanje ljudi pa se krepi prav z njihovo udeležbo v podjetniškem izobraževanju in usposabljanju. Rezultati preteklih raziskav kažejo, da so tri najpomembnejše oblike izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo predvsem formalno izobraževanje v okviru rednega izobraževanja v osnovni in srednji šoli, neformalno izobraževanje na univerzi ter podjetniško samoizobraževanje z nabiranjem izkušenj, znanja, sposobnosti in spretnosti z opazovanjem drugih podjetnikov in sodelovanjem pri poslih drugih (Tominc, 2013) – vpliv slednjega na vključevanje v podjetništvo je celo najmočnejši. Z vidika priprave izobraževalnih vsebin v okviru formalnega rednega izobraževanja, še posebej v terciarnem izobraževanju, bi bilo zato treba zelo pazljivo proučiti tista specifična znanja in veščine, ki jih potencialni podjetniki najbolj potrebujejo – to pomeni predvsem nabiranje znanja, izkušenj in spretnosti v resničnem podjetniškem okolju.

### 3.2 Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu

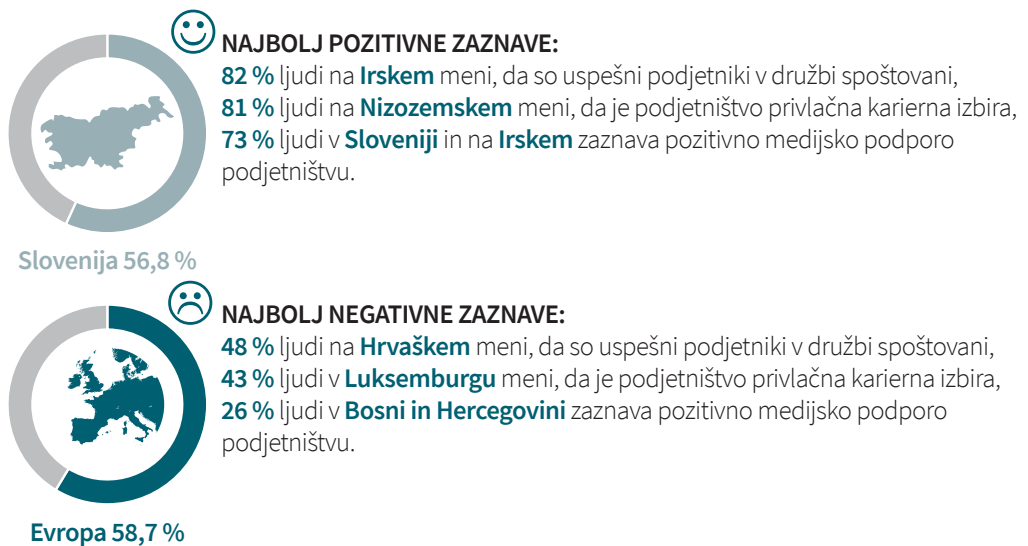
Hofstede (1980) definira kulturo in družbene norme kot skupek vrednot, prepričan in pričakovanih vedenj, ki si jih delijo posamezniki. Neko kulturno in družbeno okolje lahko tako motivira posameznike za njihovo podjetniško udejstvovanje na drugačen način, kot to velja za posameznike v drugih okoljih. V preteklih raziskavah je bilo ugotovljeno, da kulturno in družbeno okolje posredno vpliva na odnos med ekonomskim sistemom in institucionalnim okoljem na eni strani ter podjetništvom na drugi strani (Hayton et al., 2002). V tabeli 3.2 prikazujemo primerjavo Slovenije z izbranimi skupinami držav glede zaznavanja družbenih vrednot o podjetništvu.

Tabela 3.2: Elementi podjetniške zmogljivosti in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi, GEM Slovenija 2017, APS

	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropske države	Evropska unija
Zaznavanje družbenih vrednost o podjetništvu					
Podjetništvo kot karierna pot	56,81	62,52	57,61	58,65	57,41
Spoštovanje podjetnikov	68,98	68,53	69,56	66,86	66,49
Medijska podpora podjetništvu	65,91	61,27	62,22	54,64	54,25
Egalitarizem	82,71	61,35	63,12	63,79	64,25

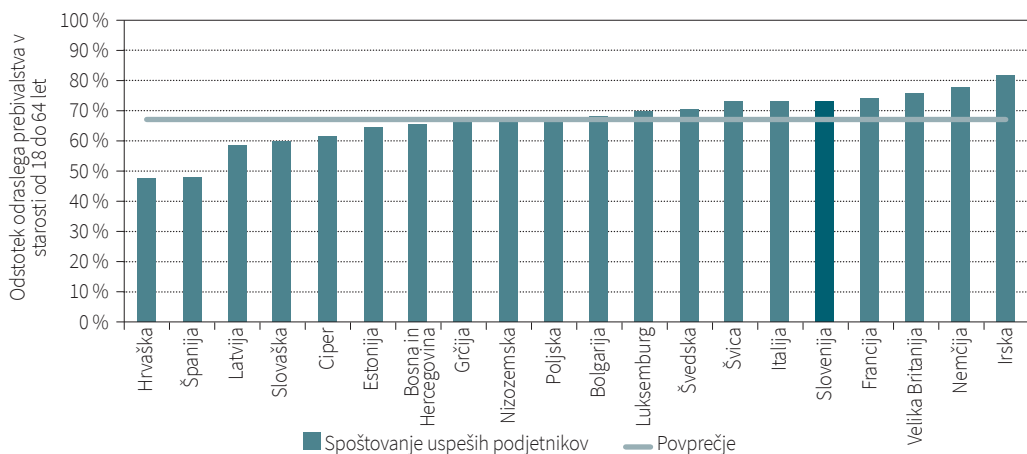
Razlike med državami glede zaznavanja zmogljivosti za podjetništvo je mogoče do določene mere razložiti z razlikami v sistemih kulturnih in družbenih norm. V povprečju v vseh proučevanih državah GEM v letu 2017 skoraj 70 % odraslega prebivalstva verjame, da so uspešni podjetniki v družbi dobro sprejeti in uživajo velik ugled; rezultat je zelo podoben tistemu v letu 2016. V povprečju 61 % odraslih prebivalcev tudi meni, da je uspešno podjetništvo deležno znatne medijske pozornosti, kar je le malenkost več kot leto poprej. Glede na razvojno stopnjo gospodarstva pa velja, da v povprečju skoraj dve tretjini prebivalstva v gospodarstvih faktorskega in učinkovitostnega tipa zaznavata podjetništvo kot zaželeno karierno izbiro, v inovacijskem tipu gospodarstev pa je takih 57,0 % prebivalcev. Med svetovnimi regijami najbolj pozitivno sprejemajo podjetništvo v Afriki, kjer 74,5 % prebivalstva meni, da so podjetniki vredni spoštovanja, v Evropi, Latinski Ameriki in na Karibih pa temu pritrjuje v povprečju samo 60 % ljudi. Z regionalnega vidika evropske države izkazujejo v povprečju najnižjo stopnjo zaznave podjetništva kot dobre kariernih izbire (58,7 %) in tudi najnižjo stopnjo zaznane medijske podpore (54,3 %), kar pa je rezultat, ki je skoraj povsem identičen kot leto poprej.

Slika 3.6: Zaznavanje družbenih vrednost o podjetništvu



Uspešni podjetniki so spoštovani tudi v slovenski družbi. O tem je prepričanih 73,4 % ljudi, kar uvršča Slovenijo na 5. mesto v evropskem merilu, kjer je na 1. mestu Irska s 81,9 % (ki je v svetovnem merilu na 4. mestu), sledita pa ji Nemčija (77,9 %) in Velika Britanija (75,6 %), kot prikazujemo na *sliki 3.7*. V letu 2017 so v svetu svojim uspešnim podjetnikom največ spoštovanja izkazovali v Združenih arabskih emiratih (87,8 %), Izraelu (86,1 %) in Egiptu (82,0 %), najmanj pa v Argentini (47,4 %), na Hrvaškem (47,7%) in v Španiji (47,9 %).

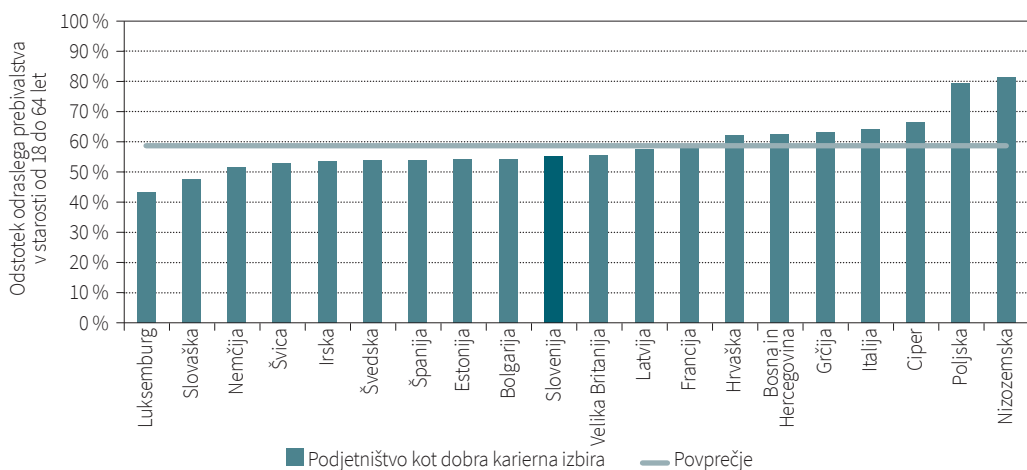
Slika 3.7: Odstotek ljudi, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2017, APS

Med regijami v svetu ima Evropa še vedno najmanjši odstotek ljudi, ki verjamejo, da je podjetništvo dobra izbira kariere (58,5%). V Sloveniji je v letu 2017 odstotek ljudi, ki menijo, da je začetni s podjetništvom dobra izbira kariere, nekoliko upadel (s 56,8 % na 55,1 %), tako da se naša država uvršča na sredino evropske lestvice, kar prikazujemo na *sliki 3.8*. V Evropi sta sicer na prvih dveh mestih Nizozemska (81,0%) in Poljska (79,3%), na zadnjih dveh pa Luksemburg s 43,0 % in Slovaška s 47,6 %.

Slika 3.8: Odstotek ljudi, ki menijo, da je podjetništvo primerna izbira karierni poti (v evropskih državah GEM)



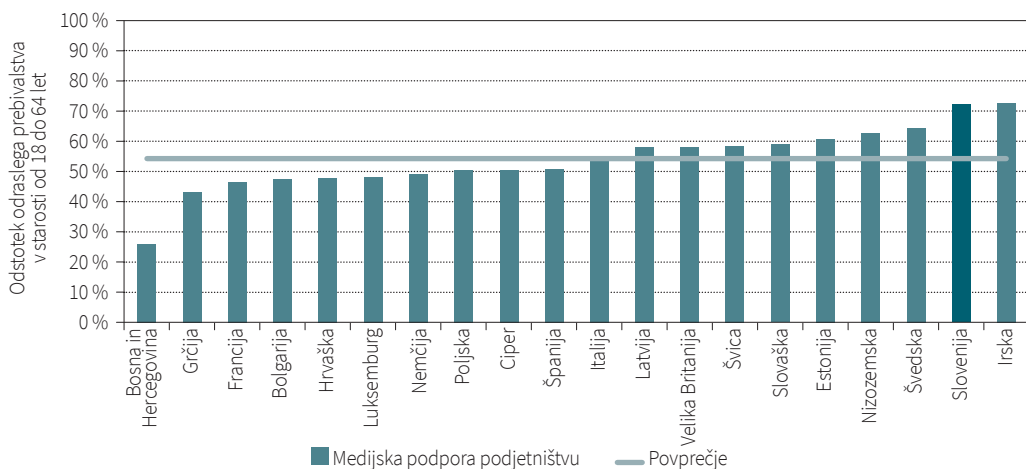
GEM Slovenija 2017, APS

Rezultati preteklih raziskav GEM so pokazali, da bolj pozitivne družbene vrednote o podjetništvu večinoma pomenijo več podjetniške aktivnosti med prebivalci, pa tudi več kakovostnega podjetništva, to je tistega, ki je sposobno ustvarjati podjetja, ki bodo rasla in zaposlovala. Pri spreminjanju odnosa do podjetništva lahko poleg temeljne vzgoje vrednot v okviru družine ter formalnega in neformalnega izobraževanja, ki podpira inovativnost in podjetnost, veliko prispevajo tudi mediji. V letu 2017 so uspešnemu podjetništvu med svetovnimi regijami največ pozornosti posvetili mediji v ZDA in Kanadi, kjer so to opazile tri četrtine prebivalstva, najmanj pa še vedno v Evropi, le 54 %.

Sloenci zaznavajo pozitivno medijsko podporo podjetništvu – več kot 70 % ljudi meni, da je v medijih pogosto mogoče najti zgodbe o uspešnih novih podjetnikih, kar uvršča Slovenijo na 2. mesto med evropskimi državami. Mediji pa lahko na vrednote vplivajo le omejeno, saj je spreminjanje podjetniških vrednot, tako kot vseh drugih, zelo dolgotrajen proces. Največji delež mora prispevati država z ustreznim vodenjem ekonomske politike, uveljavljanjem pravne države in vzpostavitvijo pogojev poslovanja, ki bodo podjetništvo spodbujali, ne pa ga zavirali.

Zaznano medijsko podporo podjetništvu v evropskih državah GEM prikazujemo na sliki 3.9.

Slika 3.9: Odstotek ljudi, ki zaznavajo medijsko podporo podjetništvu v družbi (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2017, APS

Za oblikovalce ekonomske politike je bistveno, da upoštevajo tako pogoje družbenega, ekonomskega in kulturnega okolja kot tudi značilnosti posameznikov, nosilcev podjetniške ali potencialne podjetniške aktivnosti. Poleg krepitve zaznanih sposobnosti, znanja in izkušenj za podjetništvo pri posameznikih, ki smo jih že omenjali, je pomemben tudi vidik strahu pred neuspehom. Čeprav je strahu pred neuspehom v Sloveniji relativno manj v primerjavi z drugimi evropskimi državami, je krepitev spodbudnega kulturnega okolja in pozitivnega dojetja izjemno pomembna. Kljub temu da je posameznikova prepričanja in vrednote težko hitro spreminjati (Audretsch et al., 2002), pa družbeni sistem vrednot, ki kaznuje podjetniški neuspeh, ni spodbuden.

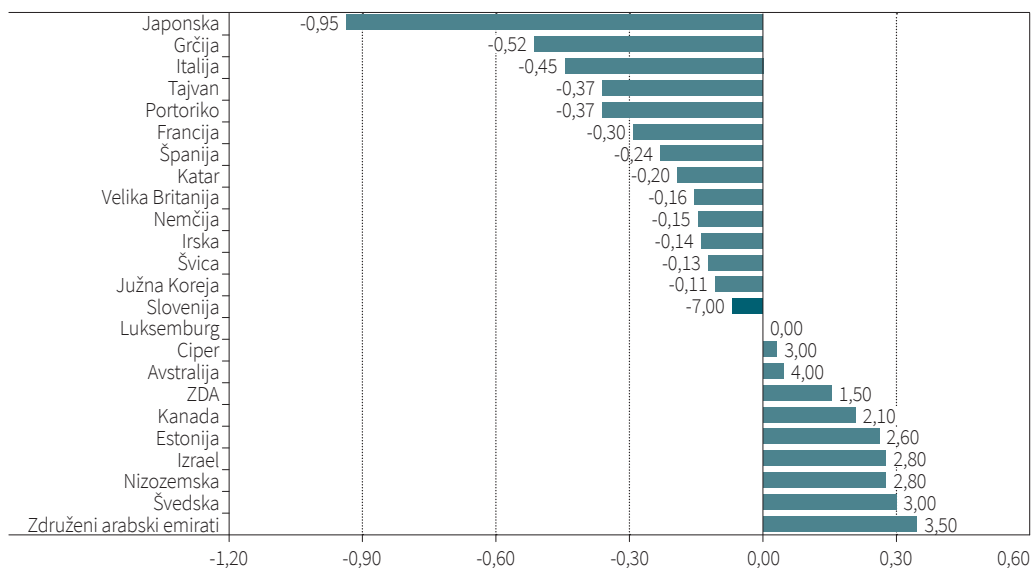
### 3.3 GESI (GEM Entrepreneurial Spirit Index)

GESI je bil v letu 2017 preliminarni raziskovalni poskus oblikovanja večdimenzionalnega kazalnika podjetniškega duha, ki je kljub nekaterim metodološkim pomanjkljivostim prinesel nekoliko drugačen pogled na podjetniške zmogljivosti posameznikov in družbeno podporo podjetništvu. V sintetičnem kazalniku – indeksu GESI – je namreč skušal zajeti tri vidike: podjetniško ozaveščenost (poznavanje podjetnika, ki je v preteklem letu ustanovil podjetje), podjetniško zmogljivost (prepričanje v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo) in zaznavanje poslovnih priložnosti (zaznavanje obetavnih poslovnih priložnosti v prihodnjih šestih mesecih).

Najvišje in tudi najnižje vrednosti indeksa GESI so dosegle tako države inovacijskega kot tudi učinkovitostnega in faktorskega tipa gospodarstva. To pomeni, da je na vseh treh stopnjah gospodarskega razvoja mogoče najti države tako z visoko kot tudi z nizko vrednostjo indeksa GESI, čeprav je večino visokih vrednosti indeksa GESI mogoče najti v državah učinkovitostnega tipa gospodarstva. Slovenija se je z rahlo negativno vrednostjo indeksa GESI uvrstila na sredino lestvice, ob bok Hrvaški in Latviji.

Čeprav bo indeks GESI v prihodnjih raziskovalnih ciklih oblikovan na spremenjenih in dopoljenih vprašanjih, ga na *sliki 3.10* prikazujemo kot dodatno ilustracijo podjetniškega duha v inovacijskih državah GEM.

*Slika 3.10: GESI – indeks podjetniškega duha, v inovacijskih gospodarstvih GEM*



GEM Slovenija 2017, APS



# Podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva

# 4

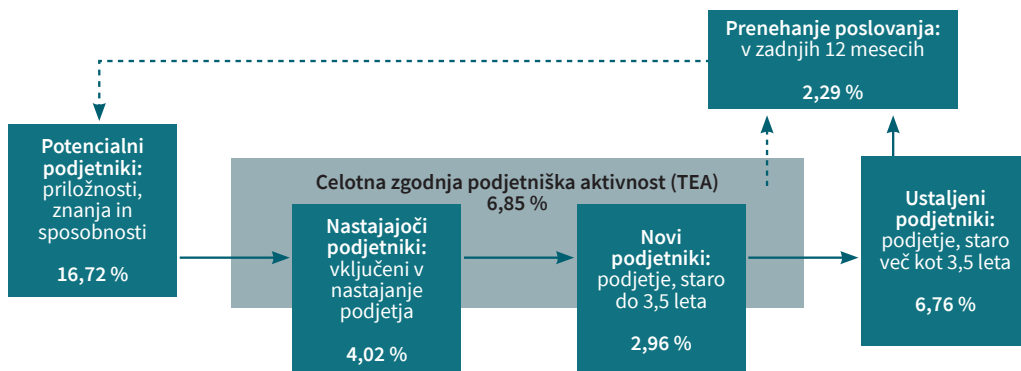
## Ključna spoznanja:

- V Sloveniji v primerjavi s preteklimi leti zaznavamo porast prepričanja posameznikov v svoje podjetniške sposobnosti pred dejanskim začetkom podjetniških aktivnosti, vendar je dejanskega začetka podjetniških aktivnosti manj kot leto prej. Ena izmed nalog podpornega okolja zato je, da z različnimi specifičnimi ukrepi pritegne te motivirane posameznike, da se bodo dejansko podali na podjetniško pot in na njej tudi vztrajali.
- V zadnjih dveh letih je tudi v mnogih drugih državah, ne samo v Sloveniji, opazen porast zgodnje podjetniške aktivnosti (indeks TEA), zato relativna umestitev Slovenije še zmeraj kaže podpovprečno celotno zgodnjo podjetniško aktivnost. Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji (6,85 %) za povprečjem evropskih držav zaostaja za 15 %, za povprečjem vseh držav GEM pa skoraj za 50 %.
- Indeks TEA, ki vključuje nastajajoče in nove podjetnike, je v Sloveniji relativno visok predvsem zaradi porasta nastajajočih podjetnikov (4,02 %) in manj zaradi novih podjetnikov (2,96 %). Razmerje med tema dvema skupinama podjetnikov prikazujemo z indeksom smrtnosti, ki znaša 1,36, kar pomeni, da je nastajajočih podjetnikov 36 % več kot novih. Iz tega lahko sklepamo, da bo od štirih nastajajočih podjetnikov več kot eden opustil svojo podjetniško pot najkasneje tri mesece in pol po začetku.
- V Sloveniji se v povprečju 74 % posameznikov (kot delež indeksa TEA) odloča za podjetništvo zaradi izkoriščanja priložnosti in le 19,6 % zaradi tega, ker na trgu nimajo drugih priložnosti za zaposlitev ali pridobivanje dohodka. V Sloveniji je tudi 2,5-krat več razvojno usmerjenih podjetnikov kot podjetnikov iz nuje.
- Za prenehanje poslovanja se je med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki v zadnjih 12 mesecih v Sloveniji odločilo 2,3 % posameznikov, kar je malo manj kot v Evropi (2,9 %) in pol manj kot v vseh državah GEM. Najpogostejši razlog za prenehanje poslovanja tako v Sloveniji kot v vseh proučevanih skupinah držav je nedobičkonosnost podjetja.

## 4.1 Faze in učinkovitost podjetniškega procesa

Podjetniški proces je prehajanje aktivnosti v več fazah, med katerimi so najpogosteje navedene (Varela in Soler, 2012; Varela, Moreno in Bedoya, 2014) in tiste, ki jih spremlja tudi raziskava GEM, 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*) in prenehanje poslovanja (ang. *business discontinuance*). Prvi trije elementi so bili proučevani v prejšnjem poglavju, v katerem smo ugotovili, da le določen del potencialnih podjetnikov, ki izkazuje podjetniške namere, začne priložnosti tudi dejansko uresničevati (Arenius in Minniti, 2005). Osnova za nastajanje novih podjetij je zaznavanje poslovnih priložnosti (Wiklund, Davidsson, Audretsch in Karlsson, 2011; McMullen in Dimov, 2013), kar pomeni, da posamezniki, ki izražajo podjetniške namere, še ne spadajo med tiste, ki se dejansko vključijo v podjetniški proces. Raziskava GEM proučuje podjetniški proces v več fazah – prikazane so na *sliki 4.1* –, ki sledijo konceptu življenjskega cikla. Posamezni indikatorji, obravnavani v tem poglavju, so pojasnjeni v *poglavju 1* v kontekstu *slike 1.2*.

Slika 4.1: Izbrani kazalniki podjetniškega procesa v Sloveniji



GEM Slovenija 2017, APS

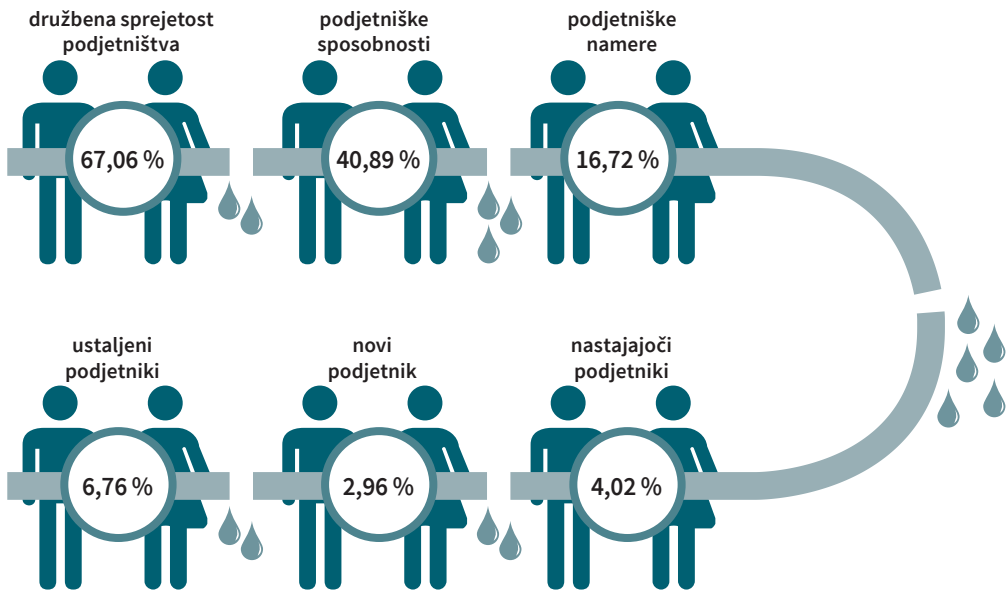
Prvo fazo predstavljajo *potencialni podjetniki*, to je posamezniki, ki menijo, da imajo dovolj znanja in podjetniških sposobnosti, da uresničijo neki podjem, ki prepoznavajo poslovne priložnosti ter sprejemajo tveganje in potencialni neuspeh svoje podjetniške aktivnosti. V letu 2017 jih je bilo v Sloveniji 16,72 %. Naslednjo fazo predstavljajo *nastajajoči podjetniki*, torej posamezniki, ki so dejansko že začeli izvajati aktivnosti za ustanovitev podjetja ali so podjetje že ustanovili pred manj kot tremi meseci; v Sloveniji jih je bilo v letu 2017 4,02 %. V naslednjo fazo, med *nove podjetnike*, ki imajo podjetje več kot tri mesece in izplačujejo plače, vendar ne več kot tri leta in pol, ponovno preide le določen delež nastajajočih podjetnikov. V preteklem letu jih je bilo v Sloveniji 2,96 %. Kot izhaja s *slike 4.1*, *celotno zgodnjo podjetniško aktivnost* skupaj tvorijo nastajajoči in novi podjetniki; prikazujemo jo z *indeksom zgodnje podjetniške aktivnosti TEA* (ang. *total early-stage entrepreneurial activity*). Indeks TEA je ena temeljnih mer raziskave GEM in prikazuje odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom starosti, ki se vključuje v podjetništvo. V Sloveniji je bilo v letu 2017 novih in nastajajočih podjetnikov skupaj 6,85 %. Ker z indeksom TEA merimo delež odraslega prebivalstva, vključenega v zgodnje podjetništvo, ta delež ni enak seštevku deležev novih in nastajajočih podjetnikov, saj so nekateri posamezniki vključeni tako med nastajajoče kot nove podjetnike, v indeksu TEA pa so upoštevani le enkrat.



Podjetniki, ki jim uspe uspešno voditi podjetje več kot tri leta in pol, preidejo med *ustaljene podjetnike*. V letu 2017 jih je bilo v Sloveniji 6,76%. Ta podjetja so pomemben vir rasti za nova kot tudi za mikro in mala podjetja. Podjetniški proces se konča s prenehanjem poslovanja podjetja, ki skupaj z ustanavljanjem podjetij prispeva k podjetniški dinamiki v določenem okolju, podjetniki pa imajo oblikovane različne strategije žetve. V modelu GEM je *prenehanje poslovanja* pojmovano široko, ne le kot zaprtje podjetja zaradi neuspeha, ampak se nanaša tudi na druge razloge, zaradi katerih je podjetnik v zadnjih dvanajstih mesecih opustil poslovanje (2,29% v Sloveniji v letu 2017). Med temi razlogi so lahko tudi prodaja podjetja, predaja naslednikom, preoblikovanje ali celo ustanovitev novega podjetja, kar seveda še zdaleč ne pomeni neuspeha, ampak zavestno izbran končni podjetnikov cilj.

Za poglobljeno ponazoritev poteka podjetniškega procesa lahko uporabimo analizo podjetniškega voda (ang. *entrepreneurial pipeline*), s pomočjo katerega jasno prikažemo velike razlike v posameznih fazah in s tem izgubo podjetniškega potenciala (Varela et al., 2017). Upadanje podjetniškega potenciala in neuspešnost prehajanja v naslednje faze v podjetniškem procesu v Sloveniji sta nazorno prikazana na *sliki 4.2*.

Slika 4.2: Puščanje podjetniškega voda v Sloveniji



GEM Slovenija 2017, APS

Z *družbeno sprejetostjo podjetništva* ponazarjamo družbeno-kulturni kontekst, v katerem posamezniki oblikujejo svoja prepričanja in namere, zaznavajo (ali pa ne) poslovne priložnosti in se odločajo, ali se bodo podali na podjetniško pot ali ne. Merimo torej delež posameznikov, ki imajo pozitivno percepcijo o podjetništvu. V raziskavi GEM je mera izračunana kot aritmetična sredina treh elementov, in sicer (1) mnenj posameznikov, ki dojemajo podjetništvo kot družbeno zaželeno poklicno izbiro, (2) posameznikov, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status, in (3) posameznikov, ki zaznavajo, da je v medijih mogoče pogosto zaslediti zgodbe o uspešnih podjetnikih. V Sloveniji je imelo leta 2017 pozitiven odnos do podjetništva 67,1% odraslega prebivalstva (63,9% v letu 2016). Ta delež zadnja tri leta narašča in v zadnjem letu samo še manj kot tretjina prebivalcev ne izraža pozitivnega odnosa do podjetništva.

Drugo fazo podjetniškega voda predstavljajo *podjetniške sposobnosti*, to je delež posameznikov, ki izkazujejo potencial, da bi v prihodnosti postali podjetniki. V raziskavi GEM so to 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 ta delež zadnja tri leta narašča in v letu 2017 je bilo že 40,4 % potencialnih podjetnikov (37,6 % v letu 2016). Upad pri prehodu iz prve faze v drugo v podjetniškem vodu je v primerjavi z letom poprej manjši, kar pomeni, da je le še dobra tretjina posameznikov v Sloveniji sposobna prevzemati podjetniško tveganje in se podati na podjetniško pot.

Tretjo fazo podjetniškega voda predstavljajo *podjetniške namere* (posamezniki, ki nameravajo v prihodnjih treh letih začeti ustanavljati svoje podjetje). V Sloveniji jih je v letu 2017 izkazovalo le še 16,7 % odraslega prebivalstva. Tudi ta delež je v zadnjih treh letih naraščal (14,3 % v letu 2016 in le 10 % v letu 2015).

V četrto fazo, med *nastajajoče in nove podjetnike (indeks TEA)*, preide v Sloveniji le še 6,85 % posameznikov, kar pomeni upad v primerjavi z letom 2016 (8,02 %). Toda tudi vsi ti ne uspejo dolgoročno, saj je *ustaljenih podjetnikov*, ki vodijo podjetje več kot tri leta in pol, v Sloveniji 6,76 %. Toda upad pri prehodu v to fazo je zelo majhen, kar kaže na visoko stopnjo preživetja predvsem novih podjetnikov.

Z analizo podjetniške aktivnosti v podjetniškem vodu ugotavljamo uspešnost prehoda v naslednje faze v podjetniškem procesu in poudarjamo potrebo po sprejemanju ustreznih ukrepov za vsako posamezno fazo. Rezultati, ki jih izkazujemo, so zadnji dve leti optimistični, vendar v letu 2017 manj kot leto poprej. Največji porast zaznavamo v prvih fazah, pred dejanskim začetkom podjetniških aktivnosti, medtem ko je dejanskega začetka podjetniških aktivnosti manj kot leto prej. Sklepamo lahko, da so posamezniki sicer prepričani v svoje podjetniške sposobnosti, dejansko pa se za podjetniško kariero ne odločijo. Ena izmed nalog podpornega okolja zato je, da z različnimi specifičnimi ukrepi pritegne te motivirane posameznike, da se bodo dejansko podali na podjetniško pot in na njej tudi vztrajali.

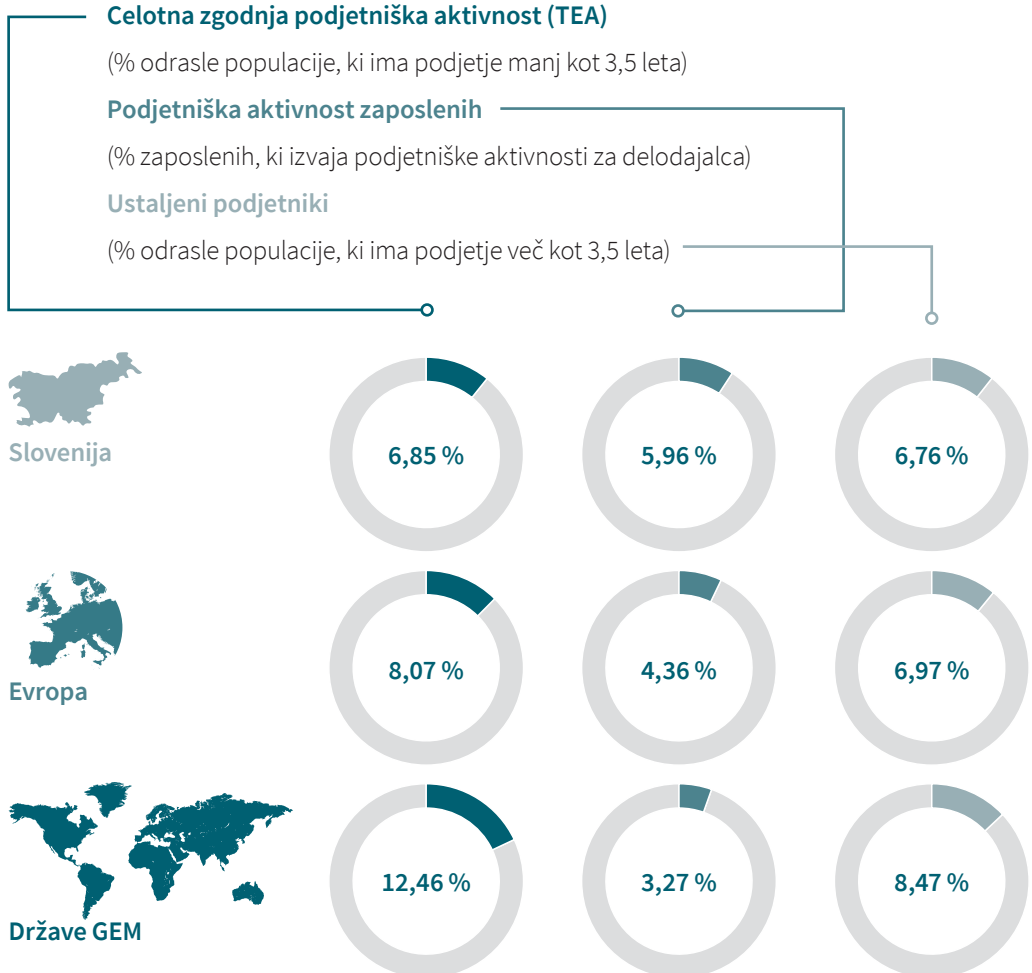
Dejanska podjetniška aktivnost v izbranih ključnih fazah modela GEM primerjalno med Slovenijo in izbranimi skupinami držav je prikazana v *tabeli 4.1*. Slovenija zaostaja za povprečjem vseh primerjanih skupin držav v vseh fazah, od nastajajočih in novih do ustaljenih podjetnikov, pa tudi pri prenehanju poslovanja, podobno kot tudi v preteklem letu. Najbolj zaskrbljujoče je, da zaostaja v skupini inovacijskih držav, torej najrazvitejših, pa tudi med evropskimi državami. To kaže na primerjalno še vedno majhno podjetniško aktivnost Slovencev v celotnem podjetniškem procesu.

*Tabela 4.1: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po posameznih fazah in skupinah držav, GEM Slovenija 2017, APS*

Faze podjetniške aktivnosti	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropske države	Evropska unija
Nastajajoči podjetniki	4,02 %	7,12 %	5,54 %	5,06 %	5,22 %
Novi podjetniki	2,96 %	5,60 %	3,83 %	3,14 %	3,19 %
Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	6,85 %	12,46 %	9,20 %	8,07 %	8,28 %
Ustaljeni podjetniki	6,76 %	8,47 %	6,85 %	6,97 %	7,09 %
Prenehanje poslovanja	2,29 %	4,57 %	3,58 %	2,92 %	3,11 %

V tem poglavju se v nadaljevanju osredotočamo na dejansko podjetniško aktivnost, posamezni indikatorji, ki jih obravnavamo v tem poglavju, pa so pojasnjeni v *prilogi 2* in v *prilogi 3*, v *tabeli 2*. Konceptualni okvir GEM dejansko podjetniško aktivnost spremlja na osnovi treh indikatorjev (GEM, 2018, str. 32): celotne zgodnje podjetniške aktivnosti, ustaljenih podjetnikov in podjetniške aktivnosti zaposlenih. Vsi trije indikatorji so za Slovenijo, evropske države in vse države GEM prikazani na *sliki 4.3*, vsakega od njih pa podrobneje proučujemo v naslednjih podpoglavjih.

Slika 4.3: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost, podjetniška aktivnost zaposlenih in ustaljeni podjetniki v izbranih skupinah držav

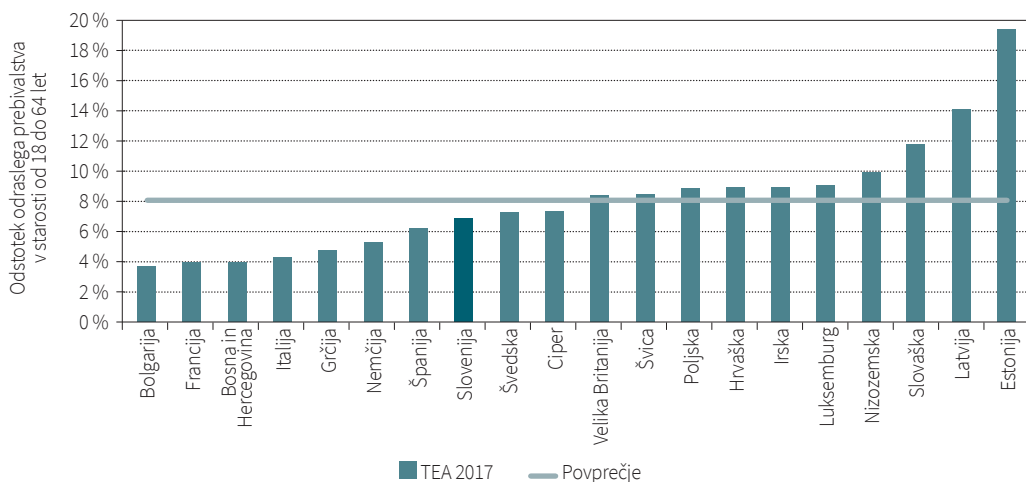


GEM Slovenija 2017, APS

## 4.2 Zgodnja podjetniška aktivnost

Mednarodna primerjava celotne zgodnje podjetniške aktivnosti, merjene z indeksom TEA (za podrobno pojasnilo kazalnika glej *prilogo 2*), nam daje vpogled v to, koliko posameznikov je v posamezni državi dejansko ustanovilo podjetje in začelo poslovati. Pregled za evropske države GEM v letu 2017 je prikazan na *sliki 4.4*, za vse države GEM pa v *prilogi 3*, v *tabeli 2*. Največ zgodnje podjetniške aktivnosti že tradicionalno najdemo v faktorskih gospodarstvih, kjer jih je v povprečju 16,4 %, sledijo učinkovitostna gospodarstva s 14,9 %, najmanj zgodnje podjetniške aktivnosti pa je v inovacijskih gospodarstvih, v povprečju le 9,2 %. Med evropskimi državami največ celotne zgodnje podjetniške aktivnosti, več kot 10 %, najdemo v Estoniji (19,4 %), Latviji (14,2 %) in na Slovaškem (11,8 %). Manj kot 5 % celotne zgodnje podjetniške aktivnosti pa v Evropi beležijo Bolgarija, Francija, Bosna in Hercegovina, Italija in Grčija.

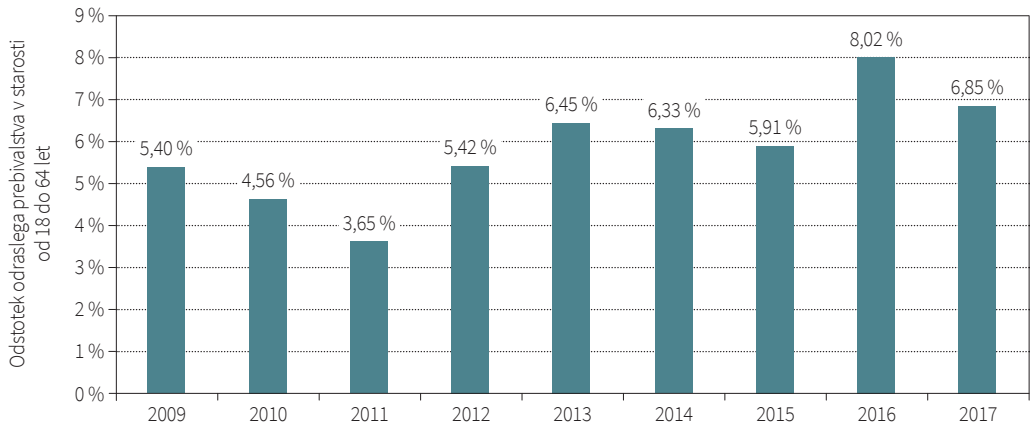
Slika 4.4: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2017, APS

Slovenija je s 6,85 % celotne zgodnje podjetniške skrivnosti pod evropskim povprečjem (8,07 %). Ob tem v Sloveniji zaznavamo tudi upad indeksa TEA glede na preteklo leto, ko je bil 8,02 %, kar je prikazano na *sliki 4.5*, kljub temu pa je še zmeraj višji kot v letih od 2009 do 2015, ko je bil najvišji v letu 2013 (6,45 %). Takšen porast indeksa TEA je sicer razveseljiv, vendar je pomembna primerjava z drugimi državami. V zadnjih dveh letih je namreč v mnogih državah opazen porast zgodnje podjetniške aktivnosti, zato relativna umestitev Slovenije še zmeraj kaže podpovprečno celotno zgodnjo podjetniško aktivnost.

Slika 4.5: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji v letih od 2009 do 2017



GEM Slovenija 2017, APS

Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (indeks TEA) vključuje nastajajoče in nove podjetnike (glej *slika 4.1*). Čeprav je celotni indeks TEA v Sloveniji relativno visok glede na pretekla leta, je tako predvsem zaradi porasta nastajajočih podjetnikov (4,02 %) in manj zaradi novih podjetnikov (2,96 %). Ker v podjetniškem procesu zaznavamo upad pri prehodu v naslednje faze, del nastajajočih podjetnikov ne preide med nove podjetnike. Razmerje med tema dvema skupinama podjetnikov prikazujemo z indeksom smrtnosti, ki je za Slovenijo med letoma 2011 in 2017 skupaj z nastajajočimi in novimi podjetniki prikazan v *tabeli 4.2*. Vidimo, da je upad podjetnikov iz faze nastajajočih med nove podjetnike v naši državi relativno velik, v opazovanih letih pa je bil največji v letu 2016. Razmerje med njimi v letu 2017 je bilo 1,36, kar pomeni, da je bilo nastajajočih podjetnikov 36 % več kot novih. Tudi ta indikator kaže, da je treba celotno zgodnjo podjetniško aktivnost proučevati dovolj poglobljeno, saj lahko iz rezultatov sklepamo, da bodo verjetno od štirih nastajajočih podjetnikov po treh mesecih in pol le še trije nadaljevali svojo podjetniško pot (novi podjetniki).

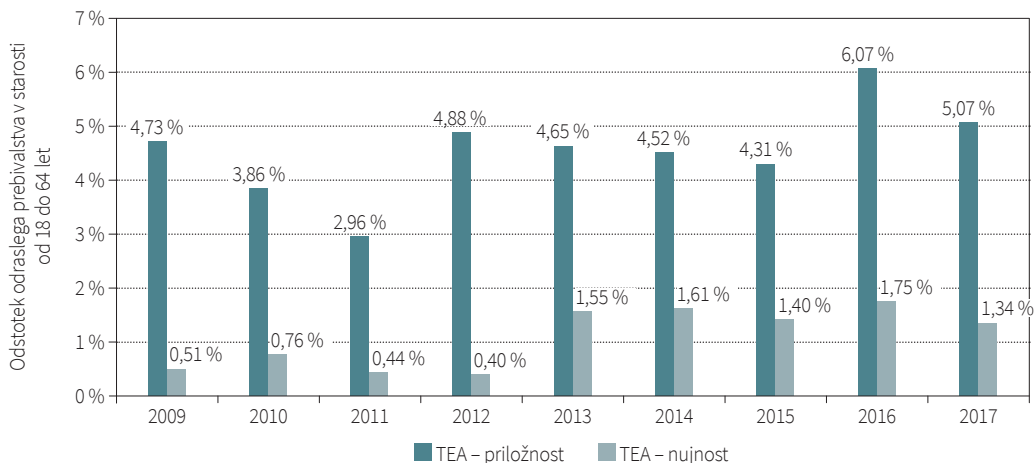
Tabela 4.2: Razmerje med nastajajočimi in novimi podjetniki ter indeks smrtnosti v Sloveniji med letoma 2011 in 2017, GEM Slovenija 2017, APS

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
2016	5,06	3,08	1,64
2017	4,02	2,96	1,36

### 4.3 Motivacija za podjetništvo

Odločanje za podjetniško pot temelji na različnih razlogih oziroma motivih. V splošnem so posamezniki lahko motivirani z dvema temeljnima motivoma, in sicer z izkoriščanjem poslovne priložnosti in z nujnostjo, ker nimajo alternativne možnosti zaposlitve. Povlečni dejavniki, ki temeljijo na izkoriščanju poslovnih priložnosti, so doseganje višjega dohodka, neodvisnost posameznika in drugi. Potisni dejavniki, ki temeljijo na nujni posameznika brez drugih ustreznih možnosti, so predvsem pomanjkanje drugih zaposlitev, izhod iz brezposelnosti in drugi. Raziskava GEM proučuje podjetništvo iz nuje in podjetništvo iz priložnosti kot delež celotne zgodnje podjetniške aktivnosti (indeks TEA) in kot delež odraslega prebivalstva, za vse države GEM pa sta ta dva kazalnika prikazana v *prilogi 3 v tabeli 2*. Podjetništvo iz nuje in podjetništvo iz priložnosti kot delež odraslega prebivalstva za Slovenijo v letih od 2009 do 2017 sta prikazana na *sliki 4.6*. Med evropskimi državami izkazuje Slovenija podpovprečno celotno podjetniško aktivnost iz priložnosti kot delež odraslega prebivalstva (evropsko povprečje je 6,1 %). Ob tem največ zgodnje podjetniške aktivnosti iz nuje v Evropi izkazuje Slovaška (4,1 %), najmanj pa Švedska (0,6 %). Tudi v tem primeru je Slovenija pod povprečjem evropskih držav, ki znaša 1,6 %, vendar je v letu 2017 izkazovala manj podjetništva iz nuje (1,3 %) kot v letu 2016 (1,8 %). Po enoletnem porastu podjetništva v letu 2016 smo v letu 2017 ponovno zaznali upad, in to tako podjetništva iz priložnosti (6,1 % leta 2016 in 5,1 % leta 2017) kot tudi iz nuje (1,8 % leta 2016 in 1,3 % leta 2017). Iz tega lahko sklepamo, da posamezniki v okolju zaznavajo manj poslovnih priložnosti in zmanjšujejo potrebe po podjetniški karieri zaradi pomanjkanja dela ali prihodkov. Na to nakazujejo tudi podatki o zmanjšanju brezposelnih oseb v Sloveniji (ZRSZZ, 2018); ti podatki kažejo na ustrezne zaposlitvene možnosti, ki predstavljajo alternativo podjetniški karieri.

Slika 4.6: Podjetništvo iz priložnosti in iz nuje kot odstotek odraslega prebivalstva v Sloveniji v letih od 2009 do 2017



GEM Slovenija 2017, APS

Podrobnejša primerjava Slovenije z izbranimi skupinami držav glede na motivacijo za podjetništvo je prikazana v *tabeli 4.3*. V podjetniški aktivnosti iz priložnosti (TEA – priložnost v odrasli populaciji) se je Slovenija med vsemi državami GEM uvrstila na 44. mesto med 54 državami. Negativno sliko kaže predvsem to, da smo pri vključevanju v zgodnjo podjetniško aktivnost iz priložnosti uvrščeni v zadnjo petino držav. Primerjava podjetniške aktivnosti iz priložnosti z evropskimi državami GEM

kaže, da je Slovenija na 13. mestu med 20 državami, primerjava z državami EU pa, da je na 12. mestu med 24 državami. Države z največ zgodnje podjetniške aktivnosti sicer običajno spadajo med factorska ali učinkovitostna gospodarstva, v katerih so zaradi okvirnih pogojev za podjetništvo indeksi TEA visoki v celoti, to je tako zaradi nuje kot tudi zaradi priložnosti. Boljšo informacijo tako daje motivacijski indeks, ki ga prikazujemo v nadaljevanju.

Tabela 4.3: Ključne značilnosti celotne zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti in zaradi nuje v odrasli populaciji, GEM Slovenija 2017, APS

	TEA - priložnost v odrasli populaciji	TEA - nužnost v odrasli populaciji
Slovenija	5,07 %	1,34 %
Najvišja vrednost	Peru 19,74 %	Ekvador 12,54 %
Najnižja vrednost	Bolgarija 2,70 %	Švedska 0,55 %
Rang Slovenije med vsemi državami GEM	44/54	38/54
Rang Slovenije med inovacijskimi državami GEM	18/24	12/24
Rang Slovenije med evropskimi državami GEM	13/20	8/20
Rang Slovenije med državami EU	12/18	8/18

V svetu se v povprečju 74 % posameznikov kot delež celotne zgodnje podjetniške aktivnosti (indeksa TEA) odloča za podjetništvo zaradi izkoriščanja priložnosti. Zaradi izkoriščanja poslovnih priložnosti je svojo podjetniško pot v povprečju začelo 67 % podjetnikov v factorskih gospodarstvih, 71 % v učinkovitostnih in kar 79 % v inovacijskih (GEM, 2018). Podjetništvo iz nuje in podjetništvo iz priložnosti kot delež celotne zgodnje podjetniške aktivnosti (indeksa TEA) za evropske države sta prikazana v tabeli 4.4 skupaj s podatki o razvojno usmerjenih podjetnikih in motivacijskim indeksom.

Tabela 4.4: Podjetništvo iz priložnosti in iz nuje, razvojno usmerjeni podjetniki in motivacijski indeks (v evropskih državah GEM), GEM Slovenija 2017, APS

Evropske države	TEA – nužnost (% TEA)	TEA – priložnost (% TEA)	Razvojno usmerjeni podjetniki (% TEA)	Motivacijski indeks
Bolgarija	26,89	73,11	28,54	1,06
Bosna in Hercegovina	28,25	68,74	33,41	1,18
Ciper	28,91	70,38	46,72	1,62
Estonija	18,60	75,70	50,87	2,73
Francija	20,60	77,62	61,51	2,99
Grčija	20,19	79,81	36,98	1,83
Hrvaška	34,69	63,20	41,17	1,19
Irska	20,88	76,54	52,09	2,49
Italija	13,97	75,23	35,21	2,52
Latvija	22,72	72,03	46,88	2,06
Luksemburg	13,56	80,24	55,33	4,08
Nemčija	11,05	79,04	59,88	5,42

Evropske države	TEA – nujnost (% TEA)	TEA – priložnost (% TEA)	Razvojno usmerjeni podjetniki (% TEA)	Motivacijski indeks
Nizozemska	7,23	83,84	72,59	10,04
Poljska	8,99	90,17	67,56	7,52
Slovaška	34,75	61,44	47,46	1,37
<b>Slovenija</b>	<b>19,60</b>	<b>74,00</b>	<b>48,41</b>	<b>2,47</b>
Španija	28,27	68,53	48,16	1,70
Švedska	7,54	76,84	44,82	5,94
Švica	13,92	78,69	67,61	4,86
Velika Britanija	13,58	82,20	60,75	4,47
<i>Netehtano povprečje</i>	<i>19,71</i>	<i>75,37</i>	<i>50,30</i>	<i>3,38</i>

V okviru raziskave GEM posamezne motive združujemo v skupine in jih med seboj primerjamo. Med podjetniki, ki izkoriščajo priložnosti, jih del želi s podjetništvom izboljšati svoj položaj s povečanjem svoje neodvisnosti ali dohodkov, del pa je takih, ki želijo ohraniti raven svojih dohodkov. Tiste podjetnike, ki izkoriščajo priložnosti in želijo povečati prihodke in neodvisnost, 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*), ki je za vse države prikazan v prilogi 3 v tabeli 2. Motivacijski indeks se izračuna kot razmerje med deležem razvojno usmerjenih podjetnikov in deležem podjetnikov iz nuje. V vseh državah GEM je v povprečju 3-krat več razvojno usmerjenih podjetnikov kot podjetnikov iz nuje, v faktorskih gospodarstvih jih je 2,3-krat več, v učinkovitostnih 2,5-krat toliko, v inovacijskih gospodarstvih pa 3,7-krat več. V Sloveniji je 2,5-krat več razvojno usmerjenih podjetnikov kot podjetnikov iz nuje, razmerje pa se je malo poslabšalo v primerjavi z letom 2016, ko je bilo 2,7-krat več razvojno usmerjenih podjetnikov kot podjetnikov iz nuje. Posamezni podatki za motivacijo za zgodnjo podjetniško aktivnost in motivacijski indeks so prikazani na sliki 4.7.

Slika 4.7: Motivacija za zgodnjo podjetniško aktivnost



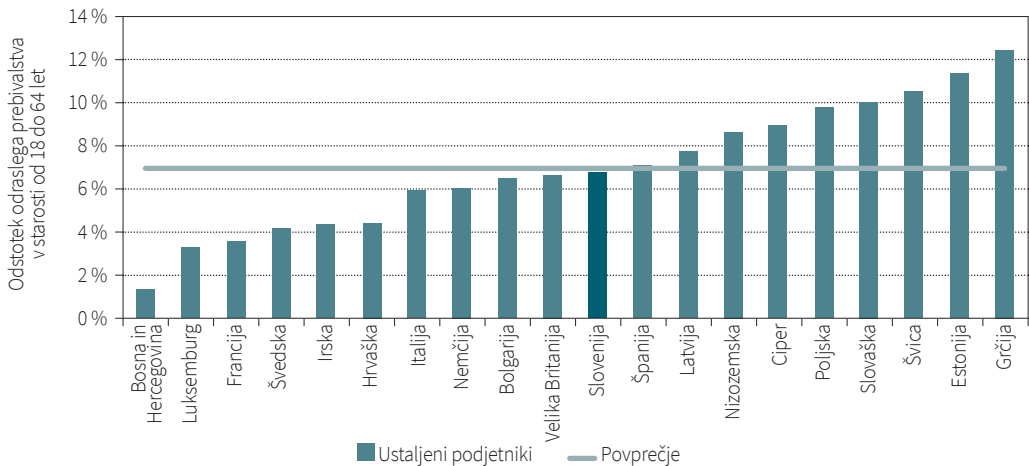


## 4.4 Ustaljeni podjetniki

Naslednja faza v razvoju podjetja po fazi novega podjetništva je ustaljeno podjetništvo. Ta faza v okviru raziskave GEM predstavlja tiste podjetnike, ki imajo podjetja in izplačujejo plače najmanj tri leta in pol. Taka podjetja imajo drugačne značilnosti kot nova podjetja, saj že imajo razvite proizvode, trg in blagovne znamke, lažje dostopajo do virov in imajo ustaljene načine poslovanja (npr. Martineau in Pastoriza, 2016), med njimi pa so ključen dejavnik rasti inovacije (OECD, 2016). Ustaljena MSP, ki inovirajo, so gonilna sila rasti v veliko državah OECD in zagotavljajo koordinacijo, nadgradnjo in udeležbo manjšim dobaviteljem v dobavnih verigah (OECD, 2017). S tega vidika predstavljajo vezni člen med novimi, pogosto mikro podjetji, in ustaljenimi velikimi podjetji ter jim omogočajo nadaljnji razvoj.

Med faktorskimi gospodarstvi je v povprečju največ ustaljenih podjetnikov (15,7 %), vendar so med posameznimi državami največje razlike. V učinkovitostnih gospodarstvih je ustaljenih podjetnikov le še 8,9 %, v inovacijskih pa 6,9 %. Njihov delež se manjša predvsem zato, ker v faktorskih gospodarstvih ustaljena podjetja v povprečju živijo krajši čas kot v učinkovitostnih in inovacijskih gospodarstvih (npr. Acs in Amorós, 2008; Amorós, Fernández in Tapia, 2011). V evropskem merilu je Slovenija na 10. mestu med 20 državami, kar je prikazano na *sliki 4.8*. Največ ustaljenih podjetnikov imata Grčija (12,4 %) in Estonija (11,4 %), najmanj pa Bosna in Hercegovina (1,4 %) in Luksemburg (3,3 %).

Slika 4.8: Odstotek ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2017, APS

## 4.5 Podjetniška aktivnost zaposlenih

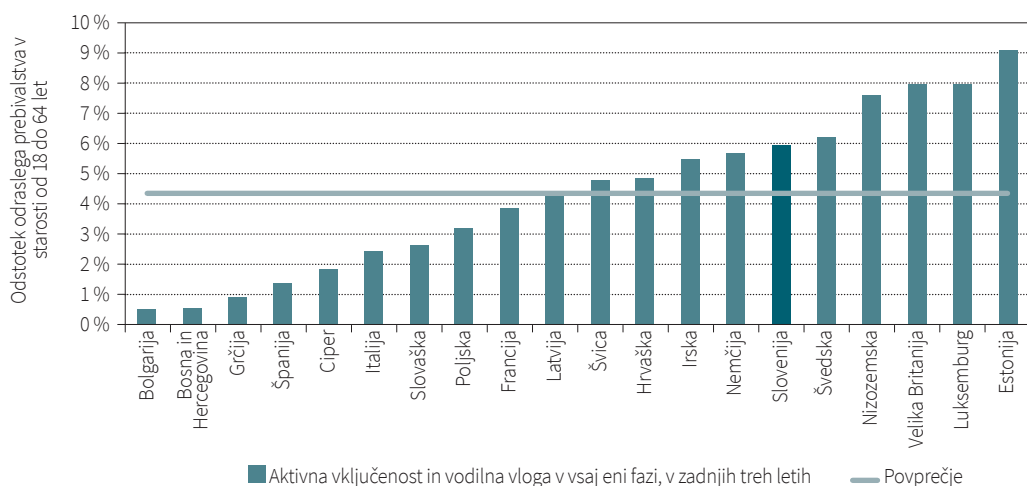
S prevladujočo vlogo malih podjetij je postala konkurenca na trgu za večja podjetja ostrejša in jih spodbuja, da se obnašajo podjetniško (Haller, 2014). Tako se uresničuje velik del podjetniških zamisli z novimi iniciativami prav v velikih in srednje velikih podjetjih, v katerih spodbujajo zaposlene, da predlagajo in implementirajo možne izboljšave v podjetju ali razvijejo nove podjeme (Bradač

Hojnik, 2015). Po vsebini je to notranje podjetništvo, ki je lahko v posameznih podjetjih razvito na različnih ravneh. Pri uresničevanju vseh tovrstnih aktivnosti pa potrebujemo posameznika – notranjega podjetnika, ki notranjepodjetniške aktivnosti razvija, vodi, nadzira in implementira v okviru obstoječega podjetja. Za podjetja je izziv to, kako poiskati primerne notranje podjetnike, jih motivirati, nagrajevati in razvijati. Raziskava GEM se osredotoča na individualno raven proučevanja notranjega podjetništva, to je na notranje podjetnike, ki jih proučuje od leta 2011. Ti podjetniki imajo specifične lastnosti in prevzemajo različne vloge v notranjepodjetniških timih. Podjetniška aktivnost zaposlenih v raziskavi GEM vključuje široko in ozko opredelitev (podrobna opredelitev kazalnikov je navedena v *prilogi 2*). Široka opredelitev pomeni vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost in vodilno vlogo v preteklih treh letih, ozka pa 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.

V povprečju je takih podjetnih zaposlenih v vseh državah GEM 3,27 %, kar je malo manj kot leto poprej (3,4 %), zato v podjetjih predstavljajo redek vir. Glede na razvojne stopnje gospodarstva imajo največ podjetnih zaposlenih (kot delež vseh zaposlenih) inovacijska gospodarstva, kar 7,65 %, sledijo učinkovitostna gospodarstva s 3,7 % in factorska gospodarstva z 2,76 % podjetnih zaposlenih, ki imajo vodilno vlogo v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih. Največ notranjih podjetnikov je v inovacijskih gospodarstvih predvsem zato, ker so v teh gospodarstvih najbolj razvita obstoječa velika in srednje velika podjetja, ki nudijo dovolj zaposlitvenih možnosti. Taka podjetja se morajo obnašati podjetno, to pa jim omogočajo prav podjetni zaposleni – notranji podjetniki s svojim angažiranjem. V factorskih gospodarstvih, v katerih je takih podjetij bistveno manj, je tudi notranjega podjetništva bistveno manj.

Podjetniška aktivnost zaposlenih v evropskih državah je prikazana na *sliki 4.9*. Največ podjetnih zaposlenih kot delež zaposlenih, ki imajo vodilno vlogo v vsaj eni fazi v zadnjih treh letih, je v Estoniji (9,1 %), najmanj pa v Bolgariji in Bosni in Hercegovini (0,5 %). Slovenija ima med njimi nadpovprečen delež podjetnih zaposlenih, kar 6 %. Manj podjetnih zaposlenih od Slovenije imata tudi sosednji Italija (2,4 %) in Hrvaška (4,8 %).

Slika 4.9: Podjetniška aktivnost zaposlenih kot odstotek odrasle populacije (v evropskih državah GEM)



V Sloveniji se je raven podjetniške aktivnosti zaposlenih v preteklih letih precej spreminjala, kar je razvidno iz *tabele 4.5*. V preteklih letih je nihala, v letu 2017 pa je ponovno nekoliko narasla glede na leto 2016. Podjetnih zaposlenih je bilo leta 2017 glede na široko opredelitev 9,9 % vseh zaposlenih oziroma 6 % odraslih prebivalcev. Če podjetne zaposlene opredelimo ožje, pa je bilo v istem letu 8,3 % zaposlenih oziroma 5 % odraslih prebivalcev.

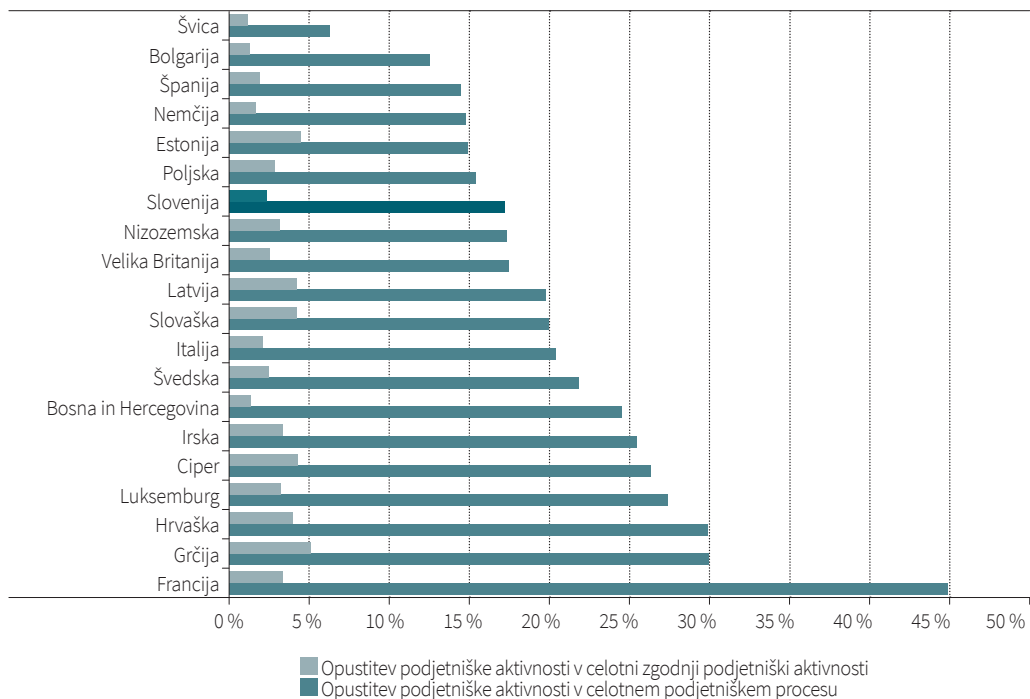
*Tabela 4.5: Podjetniška aktivnost zaposlenih v Sloveniji v letih od 2011 do 2017, GEM Slovenija 2017, APS*

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
2016	4,7	8,0	4,3	7,3
2017	6,0	9,9	5,0	8,3

## 4.6 Prenehanje poslovanja

Ob ustanavljanju in rasti podjetja je tako z vidika podjetnika kot tudi z vidika panoge in družbe pomembno tudi prenehanje poslovanja. Nanaša se na podjetnika, ki opusti poslovanje določenega podjetja. To lahko izvede s prenosom podjetja na drugo osebo, s prodajo, stečajem ali z likvidacijo podjetja. Glede na vrsto opustitve poslovanja je ta proces treba načrtovati, da se lahko uspešno izvede. V poslovni praksi namreč prav zaradi nepravočasne priprave podjetja na odhod podjetnika iz podjetja velikokrat pride do izgube tržišča in delovnih mest, neuspešnega nadaljevanja dela podjetnika za razvoj podjetja ali celo do prenehanja poslovanja podjetja (Alpeza et al., 2017). Raziskava GEM v splošnem proučuje dva vidika prenehanja poslovanja. Prvi vidik je proučevanje deleža posameznikov, ki so v zadnjem letu opustili poslovanje, drugi pa proučevanje razlogov, ki so posameznike vodili, in sicer v dveh skupinah posameznikov: (1) med vsemi podjetniško aktivnimi posamezniki v evropskih državah GEM (nastajajočimi, novimi in ustaljenimi) in (2) med nastajajočimi in novimi podjetniki (% od indeksa TEA).

Slika 4.10: Opustitev poslovanja v zadnjih 12 mesecih v celotnem podjetniškem procesu in v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2017, APS

Med evropskimi državami je največ podjetnikov v zadnjem letu opustilo poslovanje v celotnem podjetniškem procesu v Franciji (44,8 %) in Grčiji (29,9 %) – v obeh državah več kot v preteklem letu, v Franciji skoraj dvakrat več. Na drugi strani pa jih je v Evropi najmanj opustilo poslovanje v Švici (6,3 %), ki je tudi v letu prej imela najmanj opustitev poslovanja v Evropi. Sosednji državi Hrvaška in Italija imata z 29,9 % in 20,4 % precej večja deleža prenehanja poslovanja v celotnem podjetniškem procesu kot Slovenija. V Sloveniji je namreč opustilo poslovanje 17,2 % podjetnikov, v letu poprej pa le 13,7 %. Po podatkih SURS (2017) je v Sloveniji v letu 2015 prenehalo poslovati in je bilo brez naslednika nekaj več kot 5.000 podjetij z vsaj enim zaposlenim. Med podjetji, ki so prenehala poslovati, so prevladovala podjetja v dejavnosti gradbeništvo, sledila so podjetja v dejavnostih trgovina, vzdrževanje in popravilo motornih vozil ter podjetja v strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih. Toda ta vidik vključuje le podatke na ravni podjetij, ki so ugasnila, ne vključuje pa drugih vidikov na individualni ravni z vidika spremembe lastnika-podjetnika, kot to proučuje GEM.

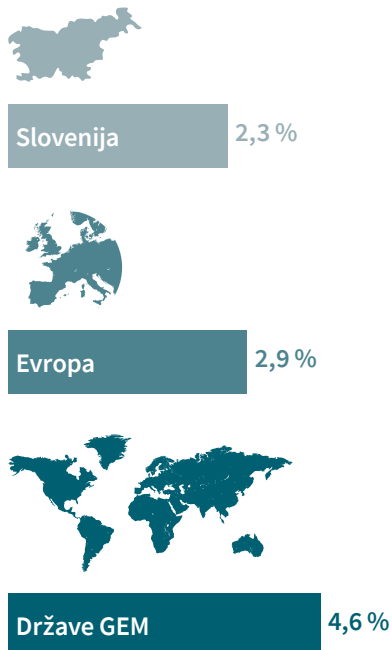
Druga mera prenehanja poslovanja, ki kaže, koliko podjetnikov je opustilo poslovanje med vsemi nastajajočimi in novimi podjetniki (% indeksa TEA), pove, da je v Sloveniji med njimi v zadnjih 12 mesecih opustilo poslovanje 2,3 % posameznikov. Tudi v tej skupini je najmanj posameznikov opustilo poslovanje v Švici (1,1 %), največ pa v Grčiji (5,1 %). Ta podatek nam pove, koliko posameznikov je že v začetnih fazah opustilo poslovanje svojega podjetja, še preden so prešli med ustaljene podjetnike. Če primerjamo prenehanje poslovanja med posameznimi skupinami držav (podatek za vse države GEM je v prilogi 3, v tabeli 2), imajo v povprečju faktorska in učinkovitostna gospodarstva enaki stopnji prenehanja poslovanja, v inovacijskih gospodarstvih pa je prenehanja

poslovanja manj. Na *sliki 4.11* pa so prikazani prenehanje poslovanja in ključni razlogi zanj v Sloveniji, evropskih državah in vseh državah GEM.

*Slika 4.11: Prenehanje poslovanja in glavni razlogi zanj po skupinah držav*

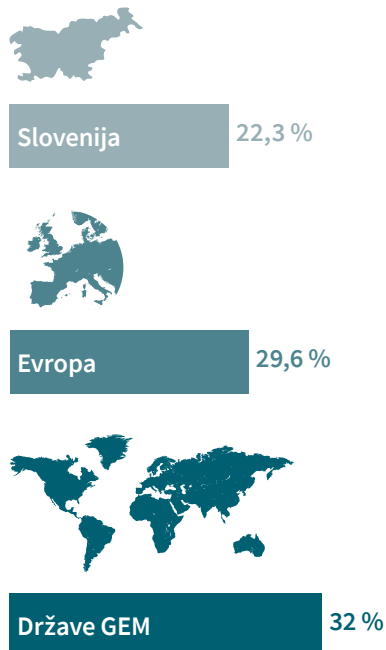
### Prenehanje poslovanja

Stopnje prenehanja poslovanja v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti upadajo z razvitostjo gospodarstev.



### Razlogi za prenehanje poslovanja

Najpogostejši razlog v vseh skupinah držav za prenehanje poslovanja je nedobičkonosnost podjetja.



GEM Slovenija 2017, APS

Velikokrat se prenehanje poslovanja povezuje z neuspešnim ali nedonosnim poslovanjem, vendar ni zmeraj tako. Gre namreč za individualne odločitve posameznikov o izstopu iz podjetja. Razlogi za prenehanje poslovanja so lahko številni, od upokojevanja do prodaje podjetja ali drugih odločitev podjetnika. Različne raziskave (npr. DeTiennea, McKelvieb in Chandler, 2015; Parastuty, Breiteneker, Schwarz in Harms, 2016) ugotavljajo, da prenehanje poslovanja ne pomeni nujno negativnega konca podjetniškega procesa, četudi gre za neuspeh podjetja, saj lahko pozitivno vpliva na podjetniško aktivnost v prihodnosti. Raziskava GEM proučuje devet skupin razlogov za prenehanje poslovanja podjetnikov; po skupinah držav so prikazani v *tabeli 4.6*.

Tabela 4.6: Razlogi za prenehanje poslovanja po skupinah držav, GEM Slovenija 2017, APS

	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropske države	Evropska unija
Podjetje ni bilo dobičkonosno	22,27 %	32,00 %	26,44 %	29,59 %	30,92 %
Drugo delo ali poslovna priložnost	22,01 %	10,43 %	13,04 %	11,22 %	11,82 %
Vladne/davčne politike/birokracija	18,95 %	8,01 %	10,07 %	11,49 %	12,48 %
Osební razlogi	9,41 %	18,75 %	19,04 %	18,41 %	17,22 %
Finančni razlogi	9,34 %	13,62 %	10,69 %	12,21 %	11,63 %
Upokojitev	8,43 %	3,10 %	3,89 %	3,97 %	4,28 %
Opustitev je bila planirana vnaprej	3,29 %	4,37 %	5,76 %	5,28 %	3,92 %
Priložnost prodati podjetje	3,25 %	6,13 %	7,84 %	5,27 %	5,12 %
Neki nepričakovan dogodek	3,05 %	3,59 %	3,23 %	2,55 %	2,62 %

V Sloveniji in v vseh primerjanih skupinah držav močno prevladuje razlog premajhne dobičkonosnosti podjetja. V Sloveniji temu razlogu sledi opravljanje drugega dela ali sledenje novi poslovni priložnosti. V drugih skupinah držav to ni bil tako pomemben razlog, ampak prevladujejo osebni razlogi. Med najmanj pogostimi razlogi se v vseh skupinah držav pojavljajo upokojitev, vnaprej planirana opustitev in prodaja podjetja. Ti razlogi so v kontekstu prenosa poslovanja med seboj povezani (Alpeza et al., 2017), vendar jih podjetniki ne vidijo kot pomembne za izstop iz podjetja. Primerjava Slovenije z drugimi skupinami držav kaže precejšnja odstopanja. Tako je v Sloveniji poleg premajhne dobičkonosnosti (22 %) enako pomemben razlog prehod v drugo delo ali poslovno priložnost (22 %), sledi mu opustitev poslovanja zaradi vladnih/davčnih politik ali birokracije (19 %). Zadnja dva razloga se v drugih primerjanih skupinah držav kažeta kot precej manj pomembna. V Sloveniji prehod v drugo delo pomeni, da podjetniki iščejo druge možnosti za pridobivanje prihodkov ali razvoj kariere, kar ni dobra osnova za dolgoročni razvoj podjetja. Ob tem velik delež opustitev poslovanja zaradi politike in birokracije kaže na potrebe po poenostavitvi poslovanja, odpravi birokratskih ovir in zmanjšanju davčnih bremen. Le privlačni pogoji za poslovanje bodo namreč podjetnike obdržali v podjetniškem procesu.



# Demografske značilnosti slovenskega podjetništva

# 5

## Ključna spoznanja:

- V letu 2017 se je povečala zgodnja podjetniška aktivnost najstarejše starostne skupine (od 55 do 64 let), vendar je obenem v isti skupini zaznani tudi precejšen porast podjetništva iz nuje.
- Makroekonomske napovedi kažejo rast zaposlitvenih možnosti skoraj v vseh dejavnostih tudi v letu 2018, zato po naših ocenah ne gre pričakovati bistvenega porasta zgodnje in ustaljene podjetniške aktivnosti mladih.
- V Sloveniji je bilo v letu 2017 največ zgodaj podjetniško aktivnih podjetnic starih od 25 do 34 let. Razmerje med spoloma je v Sloveniji precej slabše od evropskega povprečja. Na vsakih 10 podjetnikov je zgodaj podjetniško aktivnih le 4,6 podjetnic.
- V letu 2017 so najvišjo raven izobrazbe izkazovali nastajajoči in novi podjetniki, skoraj 40 % jih je imelo višjo, visoko ali univerzitetno izobrazbo. Obenem je bilo med zgodnjimi podjetniki tudi več takšnih z dokončano poklicno izobrazbo. Ta skupina je pri vstopu v podjetniško aktivnost še posebej ranljiva, zato bi ji bilo treba nameniti ustrezno pozornost.
- V letu 2017 je opazen padec deleža podjetniško aktivnih posameznikov iz najvišjega dohodkovnega razreda in posledičen porast podjetniške aktivnosti tistih z nižjimi razpoložljivimi dohodki.

Raziskava Globalni podjetniški monitor nam daje kakovosten vpogled v podjetniško udejstvovanje različnih ciljnih skupin. Prav to je njena ključna komparativna prednost v primerjavi z drugimi podjetniškimi raziskavami. Na ta način ustvarjalcem ekonomske politike pomaga oblikovati kakovostne ukrepe po meri različnih uporabnikov. Poglavje je namenjeno prikazu izbranih demografskih značilnosti slovenskega podjetništva. V nadaljevanju podajamo pregled zgodnje in ustaljene podjetniške aktivnosti po starosti, spolu, izobrazbi in dohodku.

## 5.1 Starost

Starost posameznikov, ki se podjetniško udeležujejo, je eden izmed pomembnih indikatorjev, ki prispevajo k oblikovanju programov in projektov, namenjenih specifičnim ciljnim skupinam. V vseh proučevanih skupinah držav glede na raven njihove razvitosti (faktorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva) prevladuje zgodnja podjetniška aktivnost v starostnih skupinah od 25 do 34 let in od 35 do 44 let. Najvišjo raven zgodnje podjetniške aktivnosti v starostni skupini od 25 do 34 let ima Severna Amerika (23,4 %). V Latinski Ameriki in na Karibih je največ zgodnjih podjetnikov starih od 35 do 44 let (20,6 %), Evropa pa ima najnižjo raven zgodnje podjetniške aktivnosti v primerjavi z drugimi regijami v vseh starostnih skupinah (GEM, 2018).

Analizo zgodnje podjetniške aktivnosti po starostnih skupinah prikazujemo v *tabeli 5.1*. Kot že rečeno, je v Sloveniji in v vseh proučevanih skupinah držav najaktivnejša starostna skupina mladih od 25 do 34 let. Tudi v letu 2017 je bil njihov delež (v primerjavi s proučevanimi skupinami držav) najvišji prav v Sloveniji (32,38 %). V primerjavi z letom 2016 je zaznati pozitiven premik v starostni skupini od 35 do 44 let, v kateri se je delež nastajajočih in novih podjetij precej povečal (s 24,46 % na 31,44 %; *tabela 5.1*) in presega deleže te starostne skupine v drugih proučevanih skupinah držav. Obenem je po presenetljivem porastu deleža najmlajše starostne skupine v letu 2016 ta delež v letu v 2017 precej upadel (s 17,49 % na 11,78 %; *tabela 5.1*), vendar je ostal na primerljivi ravni z inovacijskimi in evropskimi gospodarstvi. V obdobju od leta 2012 do leta 2016 so v Evropski uniji (EU) mladi (stari od 18 do 30 let) kot najpogostejšo oviro za podjetniško udejstvovanje navajali pomanjkanje znanj in veščin za podjetništvo (36,0 % v primerjavi z 41,9 % odraslih). Skoraj polovica mladih je v istem obdobju v EU dojemala strah pred neuspehom kot oviro za podjetništvo (46,6 %) (OECD/European Union, 2017).

Zgodnja podjetniška aktivnost starostne skupine od 55 do 64 let se je v letu 2017 povečala (s 5,45 % na 7,44 %). To je spodbuden pokazatelj. Izpostavimo naj, da ima Slovenija eno najnižjih stopenj delovne aktivnosti starejših (55–64 let) v EU-28; v letu 2015 je znašala 36,6 % (ženske 30,5 %, moški 42,6 %), kar našo državo uvršča močno pod povprečje EU-28 (53,3 %) (UMAR, 2017a). Demografska gibanja, katerih posledica je spreminjanje starostne strukture prebivalstva, posredno vplivajo tako na gospodarsko rast kot na posameznikov socialni položaj. Zmanjševanje ponudbe delovne sile (zmanjševanje števila delovno sposobnih prebivalcev) v naslednjih desetletjih in spreminjanje njene starostne strukture lahko upočasnijo gospodarsko rast in vpliva na strukturo potrošnje (MDDSZ, 2016), zato je še kako pomembno starejše spodbujati k različnim oblikam ohranjanja delovne aktivnosti. Podjetniška aktivnost je ena izmed možnosti. Starejši se srečujejo s številnimi ovirami za uspešen vstop v podjetništvo in so zato ciljna skupina, ki ji je smiselno nameniti več pozornosti. Medtem ko nekateri kot oviro izpostavljajo nizko raven svojih upokojitvenih prihrankov in zastarele poslovne vezi (mreže), več kot štirje od desetih seniorjev v EU (42,8 %) menijo, da so v obdobju 2012–2016 imeli znanja in spretnosti za začetek poslovanja. Starejši tudi manj izpostavljajo strah pred neuspehom kot oviro za podjetništvo (OECD/European Union, 2017).



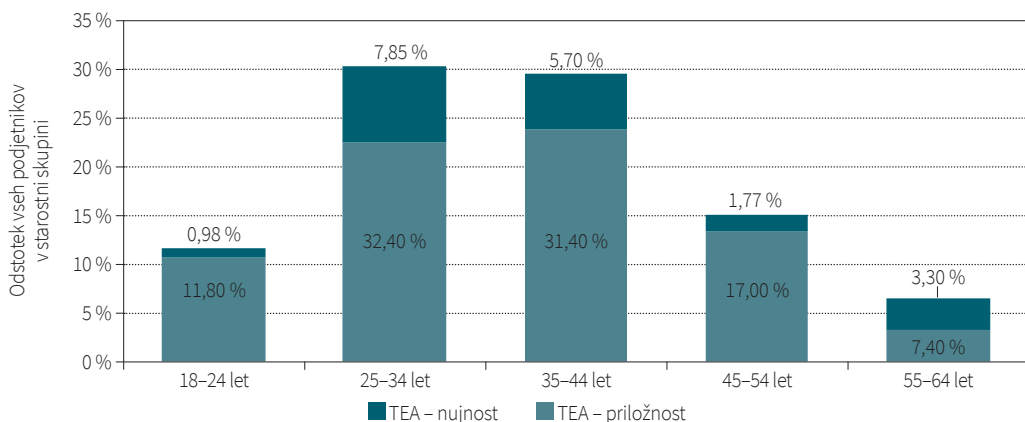
Tabela 5.1: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2017, APS

Starost podjetnikov	Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov*				
	Slovenija	GEM	inovacijska gospodarstva	evropske države	Evropska unija
18–24 let	11,78	14,56	11,15	11,38	11,30
25–34 let	32,38	30,52	29,17	29,89	29,73
35–44 let	31,44	26,85	28,14	28,15	28,13
45–54 let	16,96	18,21	20,21	19,55	19,64
55–64 let	7,44	9,86	11,34	11,04	11,20

\*Izračunana so netehtana povprečja.

Seveda ni vsaka vrsta podjetniške aktivnosti enako zaželena. Na *sliki 5.1*<sup>1</sup> je prikazana zgodnja podjetniška aktivnost zaradi priložnosti in zaradi nuje po starostnih razredih. Čeravno v vseh starostnih skupinah v Sloveniji prevladuje motiv zaznanih priložnosti, je v primerjavi z letom 2016 zaznati precejšen porast podjetništva iz nuje v najstarejši starostni skupini (z 0,70 % na 3,30 %). Najnižjo raven podjetniške aktivnosti, spodbujene z nujo, najdemo v najmlajši starostni skupini (0,98 %). Precej več priložnostnega podjetništva v primerjavi z letom 2016 pa beleži tudi starostna skupina od 45 do 54 let.

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



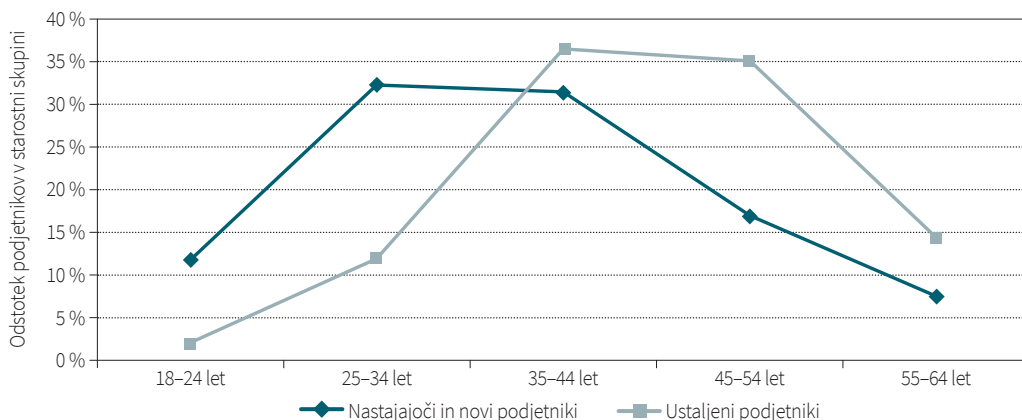
GEM Slovenija 2017, APS

Med ustaljenimi podjetniki sta bili v letu 2017 najaktivnejši starostni skupini podjetnikov med 35. in 54. letom starosti (*slika 5.2*). Njihov delež je pri nas tudi precej večji v primerjavi z drugimi proučevanimi skupinami držav (*tabela 5.2*). Obenem imamo v Sloveniji manjši delež tako mladih

<sup>1</sup> Na *sliki 5.1* se pri seštevku »TEA – nujnost« in »TEA – priložnost« za posamezno starostno skupino pojavi razhajanje v primerjavi s podatki v *tabeli 5.1*. Nekateri zgodnji podjetniki se namreč niso mogli odločiti za en sam motiv, zato so na *sliki 5.1* izključeni iz prikaza (gre za skupno razliko 3,43%).

(do 34 let) kot najstarejših ustaljenih podjetnikov. Po podatkih OECD/European Union (2017) za obdobje 2012–2016 (izračunanih na podlagi podatkov GEM) je bila vrzel med deležem mladih in odraslimi ustaljenimi podjetniki največja v Franciji, kjer so bili odrasli skoraj šestkrat bolj verjetno kot mladi lastniki ustaljenih podjetij. Najmanjšo razliko je izkazovala Romunija (1,6-kratno).

Slika 5.2: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost



GEM Slovenija 2017, APS

V primerjavi z letom 2016 je največji porast zaznati v starostni skupini od 25 do 34 let (s 7,90 % na 11,92 % v letu 2017), kar pa je še vedno precej pod deležem iz leta 2015 (19,79 %). Ta podatek je spodbuden še zlasti od dejstvu, da so mladi podjetniki (po podatkih raziskave GEM za obdobje 2012–2016) optimistični glede potenciala kreiranja novih delovnih mest (OECD/European Union, 2017). Podjetja, ki jih vodijo mladi podjetniki, imajo nižjo preživetveno stopnjo v primerjavi s podjetji, ki jih vodijo odrasli (van Praag, 2003), vendar tista, ki preživijo, praviloma izkazujejo večji potencial rasti (OECD/European Commission, 2012). Sklenemo torej lahko, da so mladi podjetniki bolj tvegana skupina, ki pa prispeva več h kakovostnejšim oblikam podjetništva. Prav ta vidik je ključen za oblikovalce vladnih politik in programov, saj predpostavlja, da bodo ukrepi, namenjeni tej ciljni skupini, imeli v nacionalnem gospodarstvu večji učinek.

Tabela 5.2: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2017, APS

Starost podjetnikov	Odstotek ustaljenih podjetnikov*				
	Slovenija	GEM	inovacijska gospodarstva	evropske države	Evropska unija
18–24 let	1,99	4,86	3,25	3,19	3,34
25–34 let	11,92	16,94	13,29	13,12	13,97
35–44 let	36,51	28,70	29,08	29,66	29,38
45–54 let	35,21	28,68	30,04	30,50	30,29
55–64 let	14,37	21,00	24,60	23,69	23,21

\*Izračunana so netehtana povprečja.

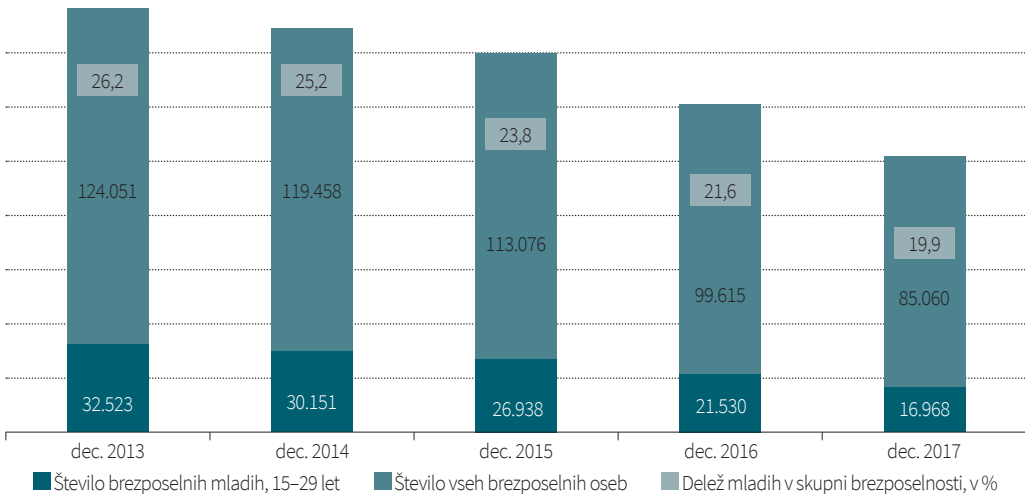
Največji zaostanek med ustaljenimi podjetniki (*tabela 5.2*) je opazen v starostni skupini od 55 do 64 let. Njihov delež je bil v letu 2016 primerljiv z deležem v drugih proučevanih skupinah držav, v letu 2017 pa se je precej zmanjšal (z 22,26 % na 14,37 %). Takšen padec pomeni pomemben signal različnim institucijam, ki se ukvarjajo z oblikovanjem instrumentov za uspešen prenos podjetniške aktivnosti (angl. *business transfer*) (Mezulić Juric in Alpeza, 2017). V Sloveniji namreč nimamo podatkov o tem, na kakšen način in koliko uspešni so ustaljeni podjetniki pri vprašanih prenosa lastništva svojih podjetij, ko pridejo v fazo, da bi želeli prenehati z lastno podjetniško aktivnostjo. Marsikatero podjetje, ki ne uspe prenesti lastništva bodisi na novo, mlajšo generacijo ali poiskati novih zunanjih lastnikov, namreč prekine poslovanje. Gre za izjemno kompleksno in zahtevno vprašanje izgradnje ustreznega podjetniškega ekosistema za pomoč podjetnikom pri vprašanih ureditve prenosa lastništva, od kreiranja primernih finančnih instrumentov in pravnega svetovanja do usposabljanja in izobraževanja o pomembnosti in težavnosti tovrstnih vprašanj.

## 5.2 Podjetništvo in mladi

Na podjetniško udejstvovanje mladih ob zaznavanju obetavnih poslovnih priložnosti in njihovem dojetanju lastnih sposobnosti nedvomno bistveno vplivajo tudi makroekonomski kazalniki v družbi. UMAR (2017b) in Evropska komisija za slovenski trg dela v prihodnjih dveh letih napovedujeta nadaljnjo rast zaposlenosti (2,7 % v letu 2017, 1,7 % v letu 2018 in 0,9 % v letu 2019), vendar bodo nanjo sčasoma vse bolj negativno vplivali demografski trendi. Primerjava strukture delovno sposobnih po starostnih razredih za leti 1995 in 2015 ter projekcija za leto 2035 kaže, da se je delež mladih delovno sposobnih (15–29 let) v zadnjih dvajsetih letih precej zmanjšal zaradi nizke rodnosti ob koncu osemdesetih in v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja. Do leta 2035 se bodo te številčno manj obsežne generacije premaknile v starostni razred 30–39 let, zato bo delež te skupine delovno sposobnih v naslednjih dvajsetih letih precej upadel. Kot smo že izpostavili, bodo vse večjo skupino delovno sposobnih predstavljali stari od 50 do 64 let – v letu 2015 jih je bilo že skoraj tretjina – in pričakovati je, da se bo delež še naprej večal (ZRSZ, 2017).

Upoštevač okrepljeno zaposlovanje, lahko predpostavimo, da bodo mladi v večjem deležu neposredno prehajali iz šol v zaposlitev. Uspešnost mladih pri prvem vključevanju na trg dela po zaključku šolanja je izrednega pomena za nadaljnji razvoj karierne poti. Z vidika družbe je hitro vključevanje na trg dela pomembno predvsem zato, da se ne izgubi potencial znanja, in kot povračilo investicije, ki ju država vложи v izobraževanje posameznika, še posebej če je to izobraževanje dolgotrajno (terciarna izobrazba). Ker je podjetniška kariera eden izmed obetavnih in zaželenih izhodov v zaposlitev, je seveda še kako pomembno mlade že v izobraževalnem procesu opolnomočiti za prepoznavanje poslovnih priložnosti in udejanjanje lastne podjetniške poti. V Sloveniji so se razmere na trgu dela stabilizirale že leta 2014. Število brezposelnih oseb je začelo padati, nadpovprečno se je zmanjševalo tudi število brezposelnih mladih. Konec decembra 2017 je bilo pri Zavodu za zaposlovanje prijavljenih 16.968 mladih (*slika 5.3*), kar je manj kot petina (19,9 %) skupne brezposelnosti. Upadanje brezposelnosti odraža okrevanje gospodarstva in več delovnih mest ter priložnosti za zaposlitev, obenem pa tudi manjše generacije mladih, ki zaključujejo šolanje in se vključujejo na trg dela (ZRSZ, 2017).

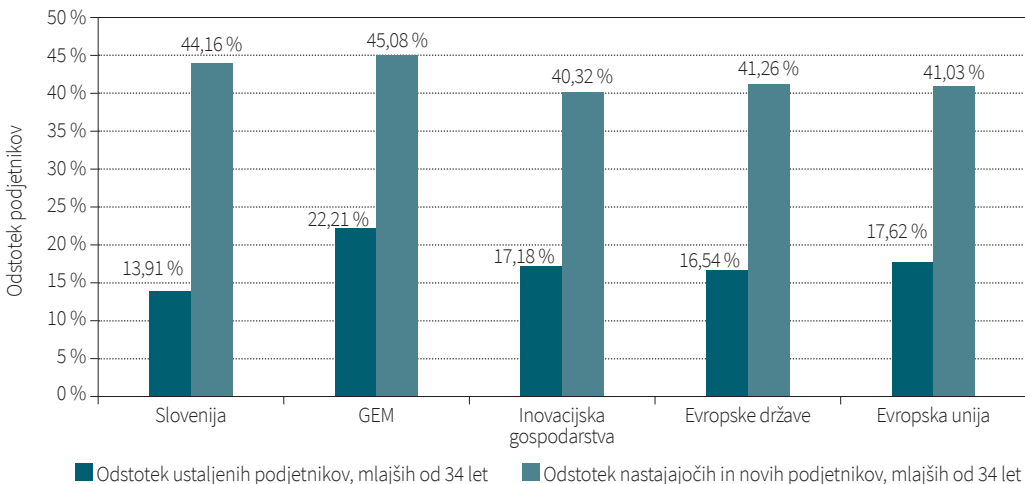
Slika 5.3: Število in delež mladih v registrirani brezposelnosti



Vir: ZRSZ, 2018.

Podjetniška aktivnost je lahko ena izmed oblik zaposlitve. Na *sliki 5.4* prikazujemo zgodnjo in ustaljeno podjetniško aktivnost mlajših od 34 let. V Sloveniji je delež nastajajočih in novih podjetnikov, mlajših od 34 let, primerljiv z njihovim deležem v državah GEM in je nekoliko nad povprečjem inovacijskih in evropskih držav. V primerjavi z letom 2016 se je nekoliko povečal delež ustaljenih podjetnikov v tej starostni skupini (z 10,93 % v letu 2016 na 13,91 % v letu 2017), vendar kot že leta prej ta skupina zaostaja za povprečjem preostalih proučevanih skupin držav (države GEM, inovacijska gospodarstva, evropske države in države Evropske unije).

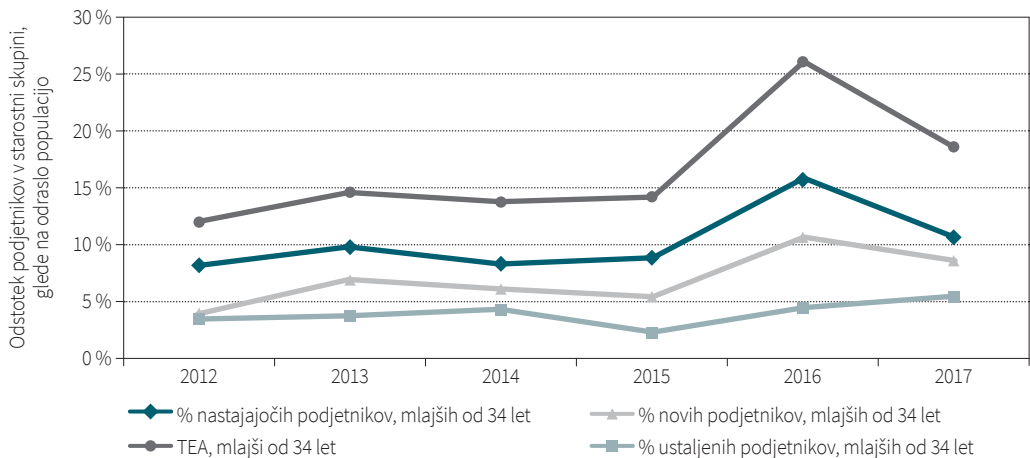
Slika 5.4: Odstotek nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let



GEM Slovenija 2017, APS

Petletni prikaz gibanja zgodnje in ustaljene podjetniške aktivnosti mlajših od 34 let v Sloveniji kaže, da je izrazitemu porastu v letu 2016 sledil upad na podobno raven, kot smo jo beležili v obdobju 2013–2015 (slika 5.5). Da bi lahko ponudili natančnejšo razlago za takšen premik, bi seveda potrebovali nadaljnjo poglobljeno analizo te starostne skupine. Del odgovora je zagotovo moč pripisati ugodnim gospodarskim razmeram in priložnostim, ki so se mladim ponujale na trgu delovne sile v obliki zaposlitvenih možnosti pri delodajalcih. Ne smemo namreč pozabiti, da je podjetniško udejstvovanje bistveno bolj tvegana oblika zaposlitve, zato bo še zlasti mlajši posameznik raje izbral priložnost zaposlitve kot samozaposlitve, če lahko izbira med tema dvema alternativama. Zaposlitvene možnosti bodo tudi v letu 2018 rasle skoraj v vseh dejavnostih, predvsem v zasebnem sektorju in kot posledica sprostitve omejitev zaposlovanja tudi v državnem sektorju (ZRSZ, 2017), zato po naših ocenah tudi v prihodnje ne gre pričakovati bistvenega porasta zgodnje in ustaljene podjetniške aktivnosti mladih.

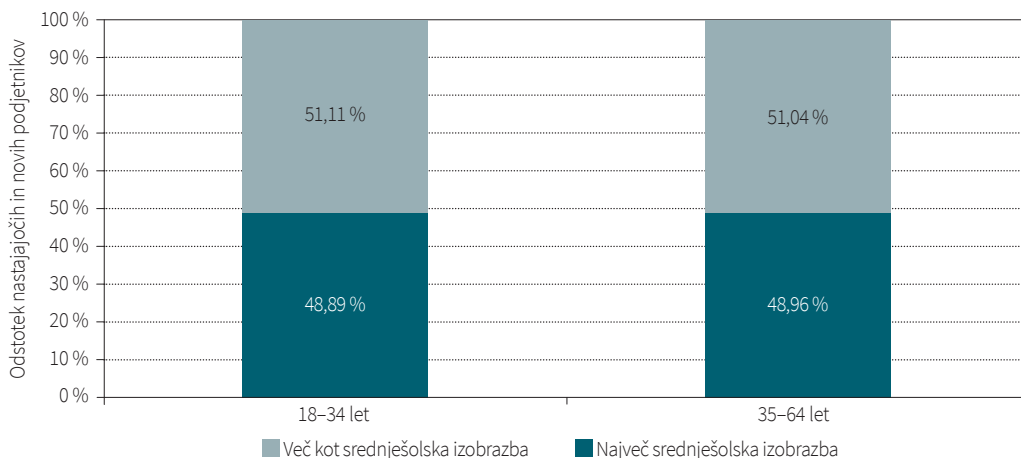
Slika 5.5: Podjetniška aktivnost nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let



GEM Slovenija 2017, APS

Z vidika potencialne kakovosti podjetniške aktivnosti je smiselno spodbujati k podjetništvu čim bolj izobražene posameznike. Na sliki 5.6 prikazujemo izobrazbeno raven nastajajočih in novih podjetnikov v dveh starostnih skupinah, od 18 do 34 let in od 35 do 64 let. Podatki za leto 2017 kažejo na precejšnjo usklajenost izobrazbene ravni obeh proučevanih skupin. Spodbudno je dejstvo, da ima dobra polovica zgodnjih podjetnikov več kot srednješolsko izobrazbo, vendar ko govorimo o skupini mladih, s takšnim rezultatom ne moremo biti zadovoljni. Če starejši pomanjkanje formalne izobrazbe lahko kompenzirajo s preteklimi izkušnjami, finančnim zaledjem in že spletenimi poslovnimi vezmi, mladi teh atributov največkrat še nimajo. Zato je lahko prav višja raven formalne izobrazbe tista, ki prispeva k potrebnemu kapitalu posameznika za uspešno podjetniško udejstvovanje (Acs et al., 2009; Oosterbeek et al., 2010; Rae et al., 2011).

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



GEM Slovenija 2017, APS

## 5.3 Spol

V letu 2017 so rezultati GEM o vključenosti moških in žensk v zgodnjo podjetniško aktivnost ostali konsistentni s preteklimi leti. Moški so bili intenzivneje vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost v primerjavi z ženskami v vseh proučevanih skupinah držav (tabela 5.3). Razmerje podjetniškega udejstvovanja med spoloma je bilo najbolj uravnovešeno v faktorskih gospodarstvih, v katerih je bila v primerjavi z letom 2016 zabeležena tudi največja sprememba v razmerju med spoloma (z 0,79 v letu 2016 na 0,98 v letu 2017). Tudi delež zgodnje podjetniške aktivnosti iz nuje je bil največji in najbolj primerljiv med spoloma v faktorskih gospodarstvih. V inovacijskih gospodarstvih, med katera sodi tudi Slovenija, je bilo najmanj ženske zgodnje podjetniške aktivnosti ob sočasnem največjem nesorazmerju podjetniškega udejstvovanja med spoloma.

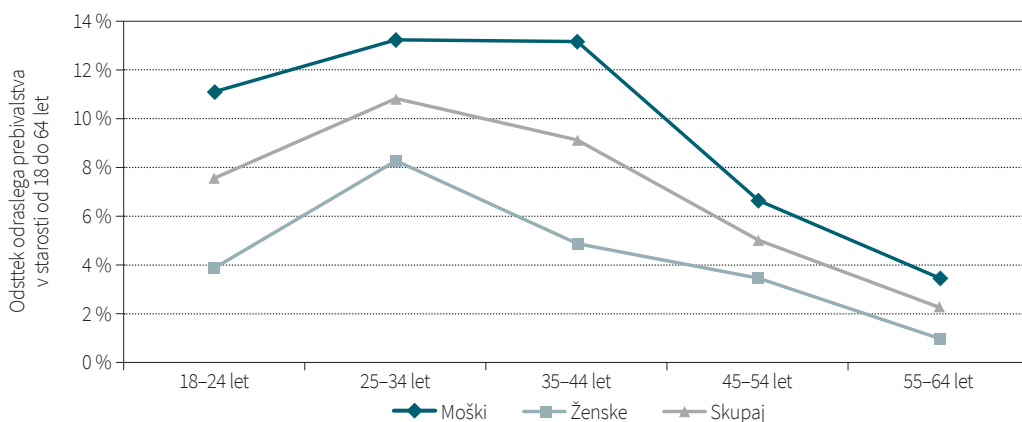
Tabela 5.3: Zgodnja podjetniška aktivnost po spolu in stopnji razvitosti gospodarstva, GEM 2017, APS

Stopnja razvitosti gospodarstva	TEA moški (% od moške odrasle populacije)	TEA ženske (% od ženske odrasle populacije)	Razmerje ženske : moški	TEA moški nujnost (% od moške TEA)	TEA ženske nujnost (% od ženske TEA)	Razmerje ženske : moški TEA nujnost
Inovacijska gospodarstva	11,3	7,1	0,63	16,1	19,1	1,19
Učinkovitostna gospodarstva	16,9	12,8	0,76	23,2	30,9	1,33
Faktorska gospodarstva	16,6	16,2	0,98	23,8	23,2	0,97

V Sloveniji je bilo v letu 2017 največ zgodaj podjetniško aktivnih podjetnic starih od 25 do 34 let (slika 5.7). Največ odstopanja med spoloma je zaslediti v starostni skupini od 35 do 44 let, v kateri je bistveno manj podjetniško aktivnih žensk v primerjavi z moškimi. Preostale starostne skupine

ne izkazuje bistvenih razlik med spoloma. Po podatkih GEM za obdobje 2012–2016 imajo podjetnice manjše aspiracije po rasti njihovih podjetij v primerjavi s podjetniki. Na ravni EU je v opazovanem obdobju 6 % podjetnic napovedovalo, da bodo ustvarile najmanj 19 novih delovnih mest v prihodnjih petih letih. To je manj kot polovica zaposlitev, ki so jih napovedali podjetniki (12,3 %) (OECD/European Union, 2017). Podjetja, ki jih ustanavljajo ženske, so v povprečju manjša od podjetij, ki jih ustanavljajo moški. Po podatkih Bisnode (Bilten, 2017) ženske prevladujejo v drugih dejavnostih (npr. frizerska, kozmetična, pedikerska), v strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih, gostinstvu ter zdravstvu in socialnem varstvu, medtem ko podjetniki prevladujejo v gradbeništvu, informacijski in komunikacijski dejavnosti, prometu in skladiščenju ter v predelovalnih dejavnostih. Zdi se, da ženske tudi drugače vodijo svoja podjetja. Manj pogosto kot moški se lotevajo podjetništva v timih. V EU 14,8 % nastajajočih podjetnic deluje v timih s tremi člani, v primerjavi z 21,1 % moških (OECD/European Union, 2017). Bisnode (Bilten, 2017) tudi ugotavlja, da imajo ženski s. p.-ji na splošno bistveno daljšo zgodovino poslovanja in manj fluktuacij v odpiranju in zapiranju poslovne dejavnosti kot moški s. p.-ji. Kar 90 % ženskih s. p.-jev je na trgu prisotnih že več kot pet let, delež moških pa je zgolj 43-odstoten.

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



GEM Slovenija 2017, APS

V tabeli 5.4 prikazujemo odstotek nastajajočih in novih podjetnic med vsemi podjetniki v Sloveniji in proučevanih skupinah držav za obdobje 2013–2017. Zgodnja podjetniška aktivnost žensk se je pri nas ustalila na dobrih 30 % in je podobno kot v preteklem obdobju precej pod povprečjem preostalih proučevanih skupin držav. Slovenija se je glede na participacijo žensk v zgodnji podjetniški aktivnosti uvrstila na 49. mesto med 54 državami GEM. V globalnem smislu so se najnižje uvrstili Maroko (26,9 %), Italija (27,6 %) in Egipt (28,5 %). Kot smo poudarili že uvodoma, imajo manj razvita gospodarstva večji delež zgodnje podjetniške aktivnosti žensk; tako na vrhu globalne lestvice najdemo Vietnam (53,3 %), Ekvador (51,6 %) in Brazilijo (51,0 %). To so tudi edine tri države, v katerih delež zgodaj podjetniško aktivnih žensk presega delež moških. Podatki o deležu zgodnje podjetniške aktivnosti žensk za vseh 54 gospodarstev so v prilogi 3, v tabeli 3.

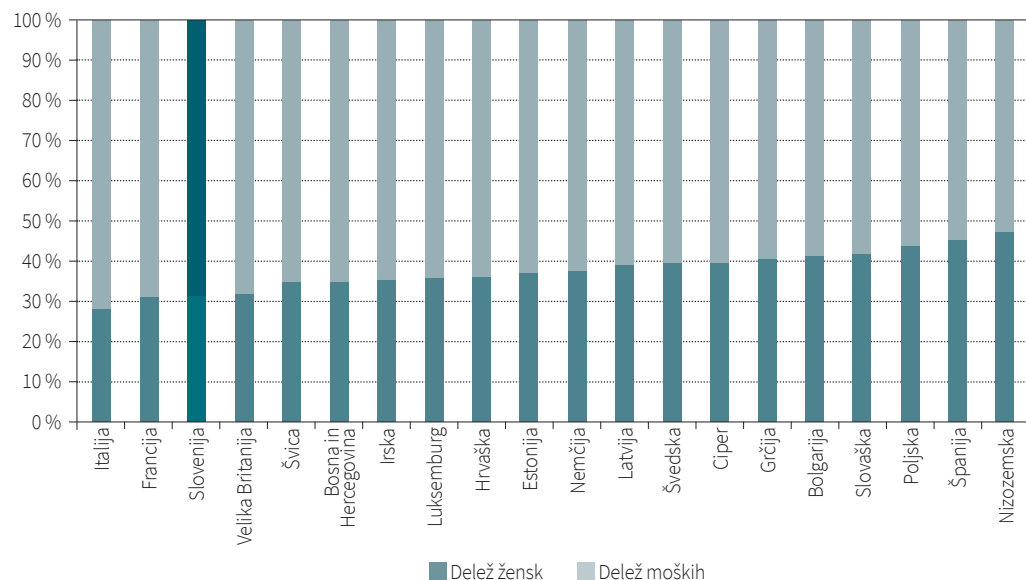
Tabela 5.4: Odstotek nastajajočih in novih podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2013–2017, GEM Slovenija 2017, APS

Odstotek podjetnic	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropske države	Evropska unija
2013	31,4	38,8	34,9	35,5	35,3
2014	32,7	40,7	35,7	37,2	35,7
2015	27,9	39,5	35,2	36,4	34,9
2016	30,6	39,5	36,9	37,3	36,5
2017	30,5	40,6	37,7	38,0	37,3

<sup>1</sup> Izračunana so netehtana povprečja.

V evropskem merilu so imele ženske največji delež v zgodnji podjetniški aktivnosti na Nizozemskem (47,2 %), v Španiji (45,0 %) in na Poljskem (43,7 %). Najmanjši delež nastajajočih in novih podjetnic med vsemi podjetniki so ob Italiji (27,6 %) imeli še v Franciji (30,7 %) in Sloveniji (31,3 %) (slika 5.8). Med 20 proučevanimi evropskimi državami je Slovenija zasedla šele 18. mesto.

Slika 5.8: Zgodnja podjetniška aktivnost moških in žensk (v evropskih državah GEM)

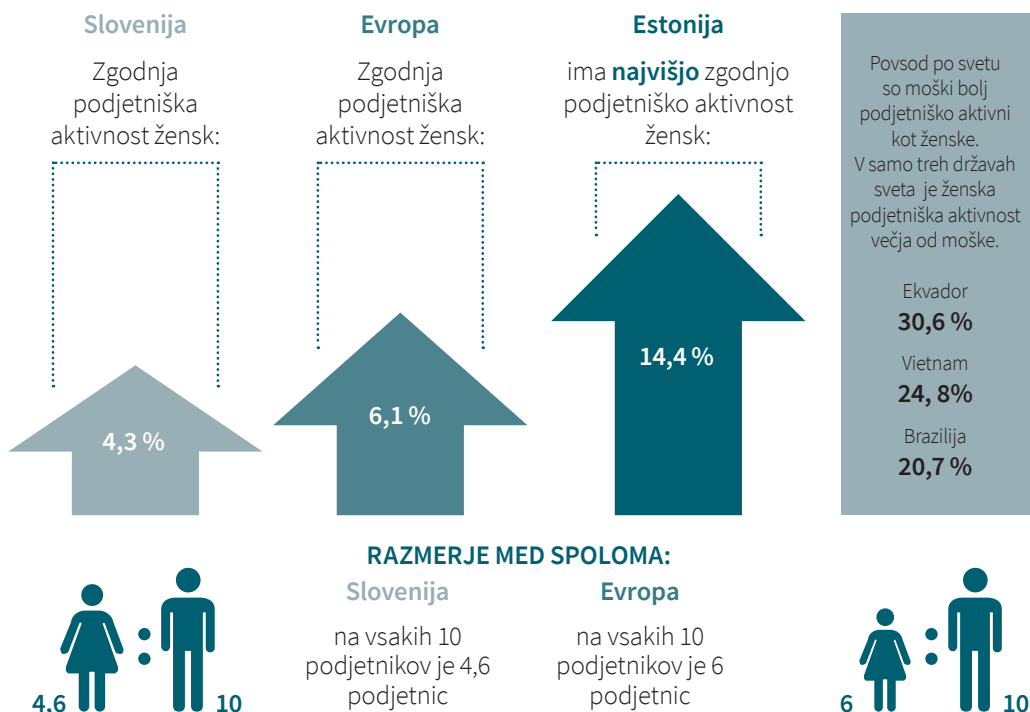


GEM Slovenija 2017, APS

V prilogi 3, v tabeli 3 za 54 držav GEM prikazujemo zgodnjo podjetniško aktivnost moških in žensk v celotni populaciji. Najvišjo zgodnjo podjetniško aktivnost žensk med evropskimi državami ima Estonija (14,4 %). V Sloveniji je ta odstotek precej nižji in znaša le 4,3 %. V primerjavi s proučevanimi skupinami držav je na repu tudi Evropa s 6,1-odstotno zgodnjo podjetniško aktivnostjo žensk (slika 5.9).



Slika 5.9: Zgodnja podjetniška aktivnost med spoloma



GEM 2017, APS

Med ustaljenimi podjetnicami že tretje leto zapovrstjo opažamo pozitiven trend (tabela 5.5). Njihov delež je v letu 2017 precej bližje povprečju, ki ga izkazujejo evropska in inovacijska gospodarstva. V obdobju 2012–2016 je bilo v EU 4,3 % žensk ustaljenih podjetnic. Ta delež je približno za polovico manjši od deleža ustaljenih podjetnikov v EU (8,4 %). Na ravni držav je zaslediti razpon v ustaljeni aktivnosti podjetnic od 2,1 % v Franciji do 9,1 % v Grčiji. Največjo vrzel med spoloma je imela prav Slovenija (2,9 % ustaljenih podjetnic v primerjavi s 7,9 % ustaljenih podjetnikov) in najmanjšo Španija (OECD/European Union, 2017). Podjetnice kot ena ranljivejših skupin ostajajo v slovenskem nacionalnem gospodarstvu izrazito neizkoriščen potencial.

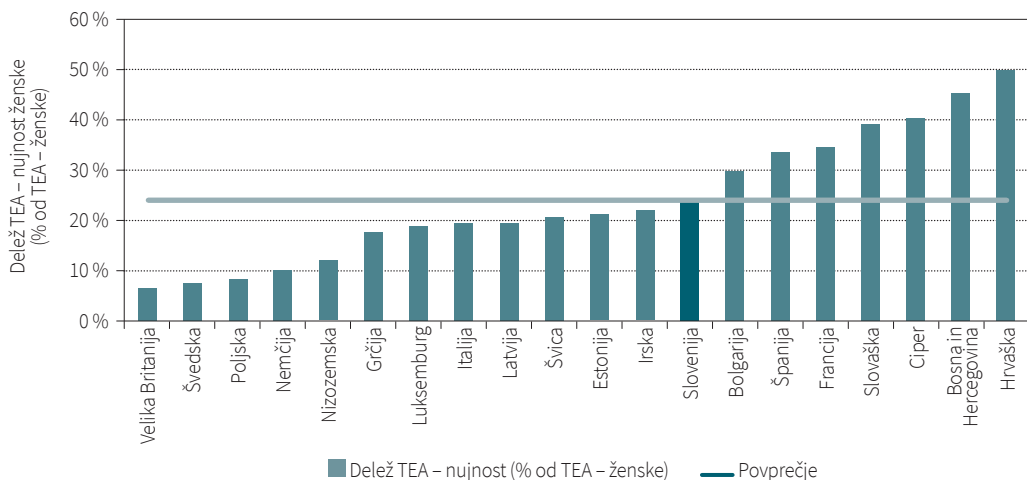
Tabela 5.5: Odstotek ustaljenih podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2013–2017, GEM Slovenija 2017, APS

Odstotek podjetnic	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropske države	Evropska unija
2013	26,8	35,0	31,1	30,9	31,6
2014	28,4	36,2	33,2	34,1	33,1
2015	26,6	35,5	33,9	33,7	33,4
2016	26,1	35,2	33,3	33,5	34,1
2017	29,6	35,8	32,2	33,6	31,8

\*Izračunana so netehtana povprečja.

Zanimiv dodatni vpogled v zgodnjo podjetniško aktivnost podaja delež te aktivnosti, spodbujen z motivacijo zaznanih poslovnih priložnosti oziroma nuje. Pokazatelj tega deleža nam namreč daje precej več informacij o dejanski kakovosti podjetniške aktivnosti. Na *sliki 5.10* je prikazan delež ženskega podjetništva iz nuje za evropske države. Povprečen delež podjetništva iz nuje je ostal na približno enaki ravni kot leta 2016 (24,1 %). Sedem evropskih držav je to vrednost preseгло, na vrhu lestvice pa sta Hrvaška (45,5 %) ter Bosna in Hercegovina (50 %). V Sloveniji se je delež ženskega podjetništva iz nuje zmanjšal z 29,4 % v letu 2016 na 24,2 % v letu 2017 (gre za delež v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti žensk) in je tako padel pod evropsko povprečje. Slovenija se je uvrstila na 13. mesto lestvice proučevanih evropskih držav, med katerimi imata najmanj nastajajočih in novih podjetnic zaradi nuje Velika Britanija (6,6 %) in Švedska (7,5 %). Prevladujoč motiv za vključevanje v podjetništvo je zaznavanje podjetniških priložnosti, vendar je razmerje na strani žensk v Sloveniji bistveno slabše v primerjavi z moškimi. Razlika je skoraj 10-odstotna.

Slika 5.10: Zgodnja podjetniška aktivnost žensk zaradi nujnosti (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2017, APS

Ena temeljnih ovir za uspešen začetek poslovanja je nedvomno posedovanje podjetniških sposobnosti. Gre za znanje in veščine poslovnega upravljanja (npr. poslovno in finančno načrtovanje), osebne spretnosti in lastnosti (npr. občutek za pobude, obvladovanje tveganja) in tehnične veščine (npr. reševanje problemov). Čeprav posedovanje teh znanj in veščin dokazano povečuje možnosti za preživetje in rast podjetij, formalno izobraževanje in usposabljanje na teh področjih samo po sebi še ne zagotavlja uspeha.

Po podatkih raziskave GEM je v obdobju 2012–2016 v EU približno ena tretjina žensk (34,1 %) poročala, da imajo znanja in spretnosti za začetek poslovanja. Ta odstotek je precej nižji v primerjavi s povprečnim stališčem moških (49,9 %). V Sloveniji je bilo razmerje precej boljše: 42,1 % žensk in 58,1 % moških je menilo, da imajo znanje in spretnosti za podjetniško udejstvovanje (OECD/ European Union, 2017). Na ravni EU takšen rezultat kaže, da kar dve tretjini žensk verjame, da ne posedujejo znanj in veščin za uspešno poslovanje. Gre torej za področje, na katerem so potrebni konkretni ukrepi ekonomske politike. V EU je trenutno velik interes za vključevanje podjetništva v učne programe formalnega izobraževanja na vseh ravneh. Podjetniško izobraževanje je najbolj

razvito na visokošolski ravni izobraževanja, vendar se kakovost podjetniškega usposabljanja in zagonska podpora med državami razlikujeta. Podobno je s podjetniškim izobraževanjem na nižjih ravneh izobraževanja. Tudi tukaj je zaslediti precej neenakomerne razpoložljivosti in kakovosti tovrstnega izobraževanja. Dvig ravni usposobljenosti za podjetništvo je mogoče spodbujati tudi s programi usposabljanja zunaj izobraževanja s povečano uporabo inštruiranja in mentorstev.

## 5.4 Izobrazba

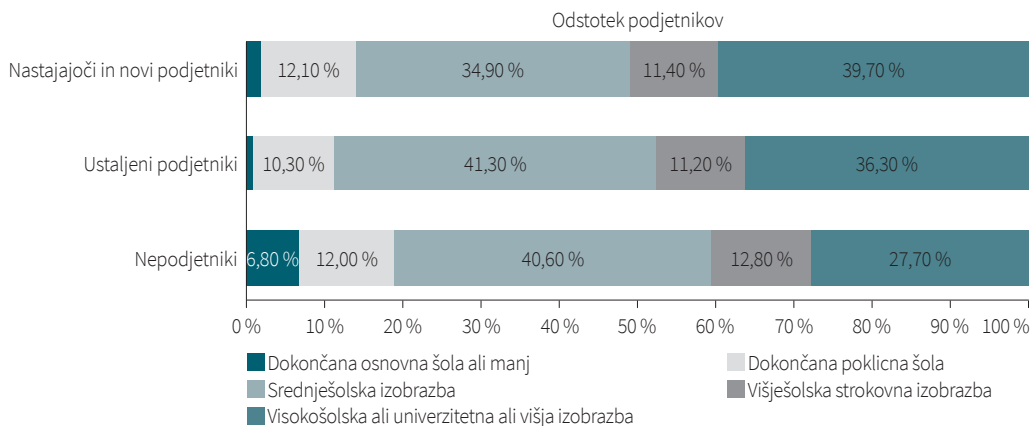
Splet veščin in sposobnosti ter posameznikov odnos do podjetništva vplivata na zaznavanje posameznikovih zmogljivosti in poslovnih priložnosti v okolju (Arenius in Minitti, 2005). Te se odražajo v podjetniških namerah, ki se realizirajo s podjetniško aktivnostjo posameznika in posledično vplivajo na ekonomsko rast in razvoj nacionalnega gospodarstva. Naraščajoče zavedanje pomena podjetniškega vedenja sproža zahtevo po izpopolnjevanju podjetniških veščin in sposobnosti za reševanje tveganj in negotovosti. Inovativnost, ustvarjalnost, samozavest, prevzemanje in obvladovanje tveganj, pripravljenost na spremembe in drugačno reševanje problemov postajajo čedalje pomembnejši atributi za reševanje dinamičnih ekonomskih, socialnih in političnih izzivov. Vse te lastnosti so močno povezane s podjetništvom, zato potreba po izobraževanju za podjetništvo še nikoli ni bila večja.

Viri podjetniškega izobraževanja in usposabljanja so različni. V okviru formalnega izobraževanja posameznik pridobiva podjetniška znanja v učnem procesu 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, kot 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 et al. (2008) so pokazali, da imajo podjetniško izobraženi ljudje višjo stopnjo podjetniških namer in interes za vključevanje v podjetniško aktivnost v primerjavi s tistimi, ki takega izobraževanja niso bili deležni. Tudi rezultati raziskave P. Tominc (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 čimer so krepili samozaupanje v svoje znanje, veščine in spretnosti, ki so po njihovem mnenju pomembni za uspešno opravljanje podjetniškega poklica.

Izobraževanje za podjetništvo v prvi vrsti pomeni razvoj določenih osebnostnih lastnosti oziroma kakovosti in ni nujno neposredno povezano z vzpostavljanjem novih podjetij (European Commission, 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 zamisli spreminjati v dejanja (European Commission, 2013, 6).

V letu 2017 so najvišjo raven izobrazbe izkazovali nastajajoči in novi podjetniki, skoraj 40 % jih je imelo višjo, visoko ali univerzitetno izobrazbo (*slika 5.11*). V primerjavi s preteklimi leti je bilo v lanskem letu med zgodnjimi podjetniki več takšnih z dokončano poklicno izobrazbo. Ta skupina je pri vstopu v podjetniško aktivnost še posebej ranljiva, zato bi ji bilo treba nameniti ustrezno pozornost. Ena izmed sprememb, ki jo Slovenija ponovno uvaja, je pilotni vajeniški sistem (ZRSZ, 2017). Ta bo mlade s poklicno izobrazbo krepil zlasti na področju znanj in veščin za opravljanje poklica, ne pa tudi za samostojno podjetniško pot, zato mora ta del usposabljanja izraziteje podpreti izobraževalni sistem.

Slika 5.11: Izobrazba nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov ter nepodjetnikov



GEM Slovenija 2017, APS

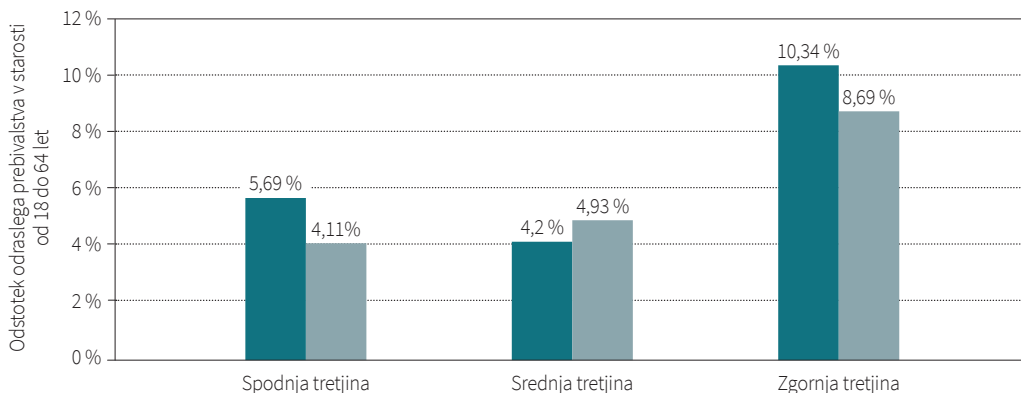
Med ustaljenimi podjetniki se je v letu 2017 najbolj povečal delež najvišje izobraženih (z 28,80 % v letu 2016 na 36,30 % v letu 2017) (slika 5.11). Ta podatek je spodbuden, saj nakazuje na višjo raven potencialno kakovostnejše podjetniške aktivnosti. Višje izobraženi podjetniki imajo pogosto ambicioznejše podjetniške načrte in udeležajo se smelejših podjetniških projektov. Zato je njihov prispevek k nacionalnemu bogastvu praviloma večji od prispevka tistih, ki se v podjetništvo podajajo zaradi zagotavljanja preživetja sebi in svoji družini. Med nepodjetniki ostaja izobrazbena struktura na približno enaki ravni kot pretekla leta.

Podjetništvo skupaj s samoiniciativnostjo sodi med ključne kompetence vseživljenjskega učenja. Gre za sposobnosti, s pomočjo katerih se realizirajo ideje. Za podjetništvo so potrebne kompetence, kot so ustvarjalnost, inovativnost, zaznavanje priložnosti in sprejemanje tveganja ter sposobnost načrtovanja in vodenja resursov za doseganje ciljev. Ker ima izobraževanje za podjetnost in podjetništvo pozitiven vpliv na podjetniško miselnost pri mladih, na njihove namere do podjetništva, njihovo zaposljivost, pa tudi na njihovo vlogo v družbi in gospodarstvu, je še kako pomembno zagotoviti vključitev podjetništva v učne načrte na vseh ravneh izobraževanja, saj bo le tako mogoče oblikovati podjetniško miselnost (angl. *entrepreneurial mindset*).

## 5.5 Dohodek

Kakovost podjetniške aktivnosti je ob posameznikovih zmogljivostih v veliki meri odvisna tudi od njegovih finančnih zmožnosti. V raziskavi GEM nas zato zanima tudi podjetniška aktivnost z vidika razpoložljivosti dohodkov nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov. Gospodinjstva v raziskavi delimo v tri primerjalne dohodkovne razrede (spodnja, srednja in zgornja tretjina). Primerjava dohodkovnih ravni med letoma 2017 in 2016 je za obravnavane skupine prikazana v GEM-ovi preglednici značilnosti podjetništva v Sloveniji v drugem poglavju (tabela 2.1).

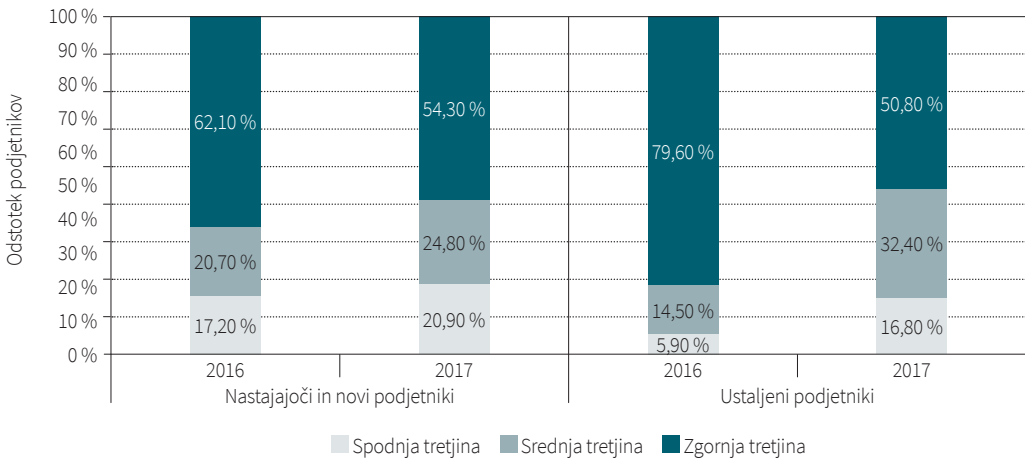
Slika 5.12: Podjetniška aktivnost glede na dohodek v celotni populaciji



GEM Slovenija 2017, APS

Razdelitev dohodka in dohodkovna neenakost v družbi povzročata številne probleme in odpirata razprave o tem, kako narediti neenakost čim bolj »pravično«. Razdelitev dohodka ima namreč velik vpliv na to, kako ljudje v neki družbi živijo, koliko si lahko privoščijo in, nenazadnje, kako zdravi so. Srakar in Verbič (2015) izpostavljata, da je dohodkovna neenakost v Sloveniji med najnižjimi na svetu (merjeno z Ginijevim količnikom) in je v letih gospodarske krize še upadla. Študija OECD (2013) sicer kaže nasprotno. Z vidika podjetniške aktivnosti je seveda smiselno proučiti razpoložljivost dohodkov zgodnjih in ustaljenih podjetnikov. Na *sliki 5.12* vidimo, da tako med zgodnjimi kot ustaljenimi podjetniki prevladujejo posamezniki z najvišje dohodkovne ravni. V nasprotju s preteklimi leti pa ugotavljamo, da so med zgodnjimi podjetniki na drugem mestu posamezniki z najnižje dohodkovne ravni. Gre za podatek, ki nakazuje na dejstvo, da se podjetništva v precejšnji meri lotevajo posamezniki s slabšimi finančnimi zmožnostmi, kar bi lahko nakazovalo na motivacijo podjetniške aktivnosti iz nuje. Med ustaljenimi podjetniki je razporeditev podjetniško aktivnih posameznikov podobna kot v preteklih letih, čeravno tudi pri tej skupini ugotavljamo precejšen porast tistih z najnižje dohodkovne ravni (delež teh se je povečal z 1,52 % v letu 2016 na 4,11 % v letu 2017).

Slika 5.13: Dohodkovni razredi v celotnem podjetniškem procesu



GEM Slovenija 2017, APS

Primerjava deležev nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov glede na posamezni dohodkovni razred med letoma 2016 in 2017 je prikazana na *sliki 5.13*. V obeh opazovanih skupinah je opazen padec deleža podjetniško aktivnih posameznikov iz najvišjega dohodkovnega razreda in posledičen porast podjetniške aktivnosti tistih z nižjimi razpoložljivimi dohodki. Da bi lahko ponudili nadaljnjo poglobljeno razlago v povezavi z motiviranostjo za podjetništvo in potenciali podjetij, ki izvirajo iz teh dveh skupin, bi seveda morali dodatno proučiti povezave med temi spremenljivkami, vendar to presega namen tega poročila.



# Podjetniške aspiracije

# 6

## Ključna spoznanja:

- Raziskava GEM ugotavlja, da je bilo Sloveniji v letu 2017 zelo ambicioznih nastajajočih in novih podjetnikov kar 14%. Mednje štejemo tiste, ki pričakujejo, da bo število delovnih mest v njihovem podjetju čez pet let preseglo število deset in da bodo hkrati v tem obdobju dosegli vsaj 50-odstotno rast števila zaposlenih. Ta odstotek pa ne odstopa bistveno od ambicioznosti podjetnikov v drugih proučevanih skupinah držav.
- Dobrih 50 % slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov meni, da imajo izdelek ali storitev, ki je nov(a) za nekatere ali celo vse potencialne kupce. Enak je tudi odstotek tistih, ki menijo, da so njihovi izdelki ali storitve na trgu novi, saj naj bi bilo na trgu zelo malo ali celo nič konkurentov.
- Raziskava GEM ugotavlja, da je v Sloveniji delež nastajajočih in novih podjetnikov, ki menijo, da uporabljajo relativno nove tehnologije, leta 2017 znašal 38 %.
- Analiza podatkov GEM za Slovenijo kaže, da je leta 2017 delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov oziroma storitev prihaja iz tujine, znašal 42 %. Slovenija se že tradicionalno uvršča v skupino držav z relativno visoko stopnjo internacionalizacije poslovanja, kar nakazuje, da se podjetniki pri nas zelo zavedajo pomena mednarodnih trgov.

Raziskava GEM zajema in analizira podatke o podjetniški aktivnosti tako v fazi zagona novega podjetja kakor tudi v fazi njegove rasti in razvoja, ki je z vidika razvoja gospodarstva še posebej pomembna. 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 et al. (2013) navajajo podatek, da v Veliki Britaniji hitrorastoča 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.

Potencial za doseganje večjega števila delovnih mest in visoke dodane vrednosti, ki nakazujeta na kakovost podjetniške aktivnosti, je torej odvisen predvsem od podjetniških aspiracij podjetnika, seveda pa tudi od inovativnosti podjetja pri soočanju s podjetniškimi izzivi.

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*. Podjetja z majhnim potencialom sta opredelila kot tako imenovana tradicionalna mala in srednja podjetja, podjetja z velikim potencialom pa kot tako imenovana inovacijsko gnana podjetja. Razlikovanje navedenih tipov podjetij je še posebej pomembno v luči razvojnih vladnih politik, ki želijo spodbuditi dolgoročno trajnostno naravnano gospodarsko rast in razvoj ter posledično družbeno blaginjo. Velike podjetniške aspiracije so namreč dokazano pozitivno povezane z gospodarskim razvojem (Wennekers et al., 2010) in igrajo pomembno vlogo pri pojasnjevanju razlik v podjetniški dinamiki v gospodarstvu, pri čemer lahko daleč največji prispevek k ustvarjanju novih delovnih mest pripišemo skupini podjetnikov z visokimi aspiracijami po rasti. S tem ta skupina podjetnikov ustvarja največji prispevek h gospodarski rasti in razvoju (Estrin, Korosteleva in Mickiewicz, 2014).

Kot ugotavljajo Estrin et al. (2014), so ambiciozni podjetniki kljub svojim velikokrat preveč optimističnim pričakovanjem tisti, ki so pripravljeni prevzemati večja tveganja in stremeti k rasti podjetja, zato praviloma ustvarjajo tudi boljše rezultate v primerjavi z manj ambicioznimi podjetniškimi kolegi. Do potencialnega uspeha jih vodi proces hitrega učenja na osnovi številnejših poskusov in napak ter višje stopnje podjetniške osredotočenosti na uspešno premagovanje izzivov, ki bi jih lahko pripisali preveliki optimističnosti. Številne empirične študije so potrdile, da raven podjetniških ambicij podjetnikov zelo pomembno vpliva na rast njihovih podjetij (Kolvereid in Bullvag, 1996; Baum, Locke in Kirkpatrick, 1998; Baum, Locke in Smith, 2001; Wiklund in Shepherd, 2003; Delmar in Wiklund, 2008).

Inovativna rastoča podjetja so si s svojimi uspehi in merljivimi učinki v zadnjem času pridobila pozornost vladnih politik. Te se vse bolj osredotočajo na ustvarjanje ustreznih okvirnih pogojev za spodbujanje ambicioznega podjetništva, ki v družbi velikokrat ni bilo povsem jasno in pravilno razumljeno. K spremembi te miselnosti je s proučevanjem podjetnikov in s strokovnimi podlagami, izdelanimi na osnovi teh ugotovitev, zagotovo prispevala tudi raziskava GEM.



## 6.1 Usmerjenost v rast

Kot v svoji študiji ugotavlja Schoar (2010), 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. SURS (2017b) ugotavlja, da je bilo leta 2015 v Sloveniji 628 (532 v letu 2014) tako imenovanih hitrorastočih podjetij, ki so zaposlovala 42.000 oseb ali 30 % več kot v letu prej. Gre za podjetja z več kot 10-odstotno povprečno letno rastjo v triletnem obdobju, ki so imela v prvem letu spremljanja triletne rasti vsaj 10 zaposlenih, pri čemer se rast meri s številom zaposlenih.

Številne empirične raziskave ugotavljajo, da večina novih podjetij ostane malih in da rast podjetja pri veliki večini podjetnikov sploh ni cilj. Gre za neambiciozne podjetnike, ki jih Schoar (2010) uvršča v kategorijo tako imenovanega preživetvenega podjetništva (ang. *subsistence entrepreneurship*).

Potencialni prispevek novoustanovljenih podjetij k ustvarjanju delovnih mest je 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 proizvodov na trgu.

Kot vidimo, je eden pomembnih dejavnikov prav rast novih podjetij; ta dejavnik v raziskavi GEM proučujemo s pomočjo merjenja aspiracij podjetnikov po rasti podjetja v zgodnji podjetniški aktivnosti. Razlike v aspiracijah podjetnikov med posameznimi državami se praviloma odražajo v številu ustvarjenih dodatnih delovnih mest v teh državah (Stam et al., 2012).

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 daje indeks TEA. Namere za rast so namreč med nastajajočimi in novimi podjetniki 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 nastajajoče in nove podjetnike vprašamo, koliko delovnih mest bo njihovo podjetje zagotavljalo čez pet let. Gre seveda za njihovo subjektivno oceno, ki lahko temelji na njihovih strokovnih ocenah o potencialu posla za rast, ali pa so to le njihove 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, ko stopajo na podjetniško pot z novim podjetjem, 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). Prav zato lahko predpostavljamo, da bo v državah z ugotovljeno višjo stopnjo aspiracij podjetnikov po rasti njihovih podjetij ustvarjenih postopoma tudi relativno več novih delovnih mest.

Tabela 6.1: Odstotek najbolj ambicioznih podjetnikov po skupinah držav, GEM Slovenija 2017, APS

	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropske države	Evropska unija
Odstotek podjetnikov v TEA, ki pričakujejo, da bo njihovo podjetje ustvarilo 10 ali več delovnih mest v petih letih od zagona podjetja*	14,41 %	14,79 %	17,14 %	14,03 %	14,32 %
Odstotek podjetnikov v celotni populaciji, ki pričakujejo, da bodo ustvarili 19 ali več delovnih mest v petih letih od zagona podjetja**	0,53 %	1,07 %	1,06 %	0,69 %	0,72 %

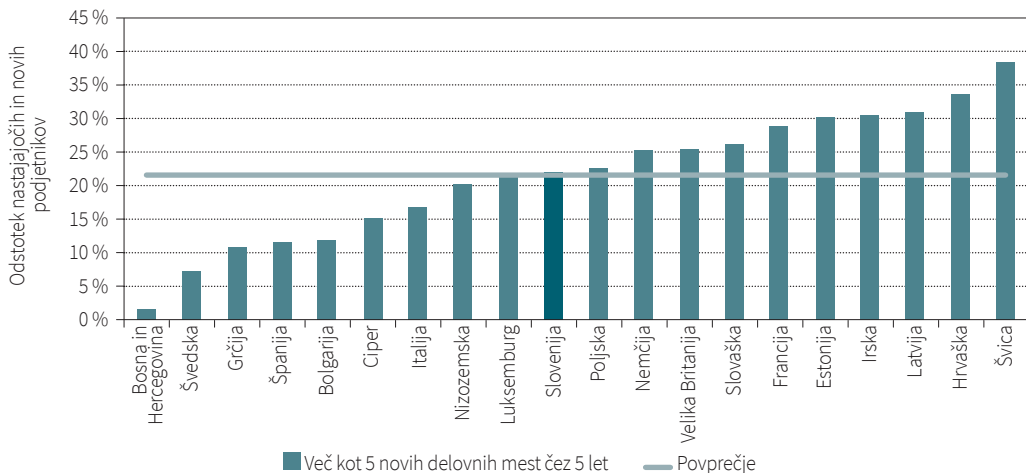
\* Ali v petih letih od tega trenutka, če podjetje že posluje, pri čemer se dodatno zahteva, da znaša rast števila delovnih mest vsaj 50 %.

\*\* Ali v petih letih od tega trenutka, če podjetje že posluje

V tabeli 6.1 so prikazani odstotki najambicioznejših podjetnikov v Sloveniji in proučevanih skupinah držav. Ambicioznost slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov ne odstopa bistveno od pričakovanj kolegov iz skupin držav, vključenih v raziskavo, in sicer držav GEM, evropskih držav in držav Evropske unije. Samo podjetniki iz skupine držav inovacijskih gospodarstev izkazujejo malenkost višjo ambicioznost, saj jih je znotraj TEA dobrih 17 % takšnih, ki pričakujejo, da bo njihovo podjetje ustvarilo 10 ali več delovnih mest v petih letih od zagona podjetja (v Sloveniji je ta delež dobrih 14 %). Večje razlike med Slovenijo in proučevanimi skupinami držav po ambicioznosti podjetnikov zasledimo pri še ambicioznejše zastavljenem cilju, in sicer 19 ali več ustvarjenih novih delovnih mest v petih letih. To vprašanje GEM analizira na ravni celotne populacije. Če je v Sloveniji 0,53 % anketirancev prepričanih, da lahko v petih letih ustvarijo 19 ali več delovnih mest, je ta delež v državah GEM in inovacijskih gospodarstev kar dvakrat večji. V primerjavi s skupino evropskih držav (0,69 %) in držav Evropske unije (0,72 %) pa zaostanek v ambicioznosti ni tako velik.

Na sliki 6.1 so prikazana pričakovanja nastajajočih in novih podjetnikov glede dejstva, ali bo v njihovem podjetju čez pet let več kot pet delovnih mest. Delež takšnih nastajajočih in novih podjetnikov v Sloveniji je leta 2017 znašal 22 %. S tem se je Slovenija uvrstila v sredino vseh evropskih držav, vključenih v raziskavo GEM. Sicer je v letu 2016 ta delež v naši državi znašal 33 %, v letu 2015 24 %, v letu 2014 29 % in v letu 2013 35 %. Največji delež ambicioznih podjetnikov med evropskimi državami sta v letu 2017 izkazovali Švica (38 %) in Hrvaška (34 %). Najnižjo ambicioznost glede števila zaposlenih čez pet let so v skupini evropskih držav izražali nastajajoči in novi podjetniki v Bosni in Hercegovini (2 %), na Švedskem (7 %), v Grčiji (11 %), Španiji (12 %) in Bolgariji (12 %). V prilogi 3, v tabeli 3 so navedeni podatki o načrtovanih novih delovnih mestih vseh podjetnikov, zajetih v raziskavo, in sicer za vse države, vključene v raziskavo, razvrščene v tri skupine gospodarstev (faktorska, učinkovitostna in inovacijska).

Slika 6.1: Odstotek podjetnikov, ki pričakujejo, da bodo v petih letih ustvarili več kot pet delovnih mest, v TEA (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2017, APS

Če Slovenijo primerjamo s posameznimi skupinami držav, kar prikazujemo v tabeli 6.2, razlike v pričakovanjih o obstoju več kot petih delovnih mest v njihovem podjetju čez pet let niso tako velike.

Večje razlike lahko zaznamo na ravni vseh anketirancev (18–64 let), vključenih v TEA. V Sloveniji 4,74 % oseb poroča, da že ustvarjajo delovna mesta oziroma jih bodo vsaj v naslednjih petih letih od zagona podjetja (ali v petih letih od tega trenutka, če podjetje že posluje) in bodo tako postali »podjetje zaposlovalec«. Pri tej spremenljivki je delež slovenskih podjetnikov manjši v primerjavi z drugimi skupinami držav (države GEM 9,25 %, države inovacijskih gospodarstev 6,67 %, evropske države 5,71 %, države Evropske unije 5,85 %), kar po drugi strani pomeni, da je v Sloveniji večji delež podjetnikov takšnih, ki niso zaposlovalci in tudi ne načrtujejo postati dejanski zaposlovalci.

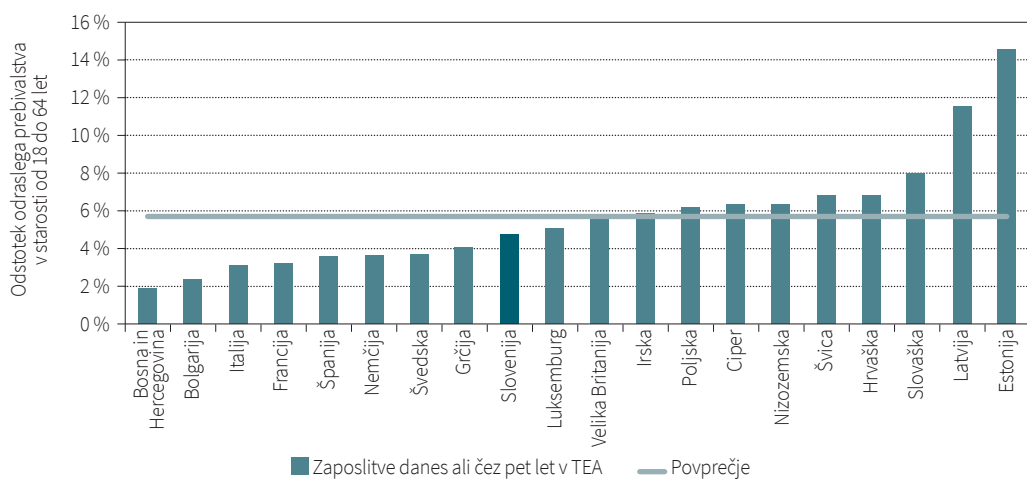
Tabela 6.2: Načrti podjetnikov o zaposlovanju po skupinah držav, GEM Slovenija 2017, APS

	Slovenija	GEM	Inovacijska gospodarstva	Evropske države	Evropska unija
Odstotek podjetnikov v TEA, ki pričakujejo, da bo v njihovem podjetju čez pet let več kot pet delovnih mest	22,07 %	23,63 %	26,25 %	21,60 %	21,77 %
Odstotek podjetnikov v celotni populaciji, ki že ustvarjajo delovna mesta oziroma jih bodo vsaj v naslednjih petih letih od zagona podjetja	4,74 %	9,25 %	6,67 %	5,71 %	5,85 %

Na sliki 6.2 so prikazana pričakovanja odraslega prebivalstva v evropskih državah, vključenih v raziskavo GEM, glede dejstva, ali s svojo poslovno dejavnostjo že ustvarjajo delovna mesta

oziroma ali pričakujejo, da bodo v naslednjih petih letih ustvarili vsaj eno delovno mesto. Delež takšnih odraslih prebivalcev je v Sloveniji v letu 2017 znašal 4,74 %. S tem se je Slovenija v evropskem merilu uvrstila v sredino vseh držav, vključenih v raziskavo GEM. Največji delež odraslih prebivalcev, ki že ustvarjajo delovna mesta ali verjamejo, da jih bodo ustvarjali v naslednjih petih letih, je v Estoniji (14,62 %), Latviji (11,59 %) in na Slovaškem (8,05 %). Najmanjši delež odraslih, ki že ustvarjajo delovna mesta ali verjamejo, da jih bodo ustvarjali v naslednjih petih letih, pa je v Bosni in Hercegovini (1,89 %) in v Bolgariji (2,40 %).

Slika 6.2: Odstotek podjetnikov, ki že ustvarjajo delovna mesta ali pričakujejo, da bodo v naslednjih petih letih ustvarili vsaj eno delovno mesto, v celotni populaciji (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2017, APS

## 6.2 Inovacijska naravnost

Pomembno vlogo pri razvoju igrajo nova, inovacijsko gnana podjetja, ki razvijajo nove podjetniške ideje, inovacije in tehnologije in jih uvajajo v gospodarsko prakso. Kot navajajo Estrin et al. (2014), so inovacije dejansko obravnavane kot zelo kompleksen in raznolik fenomen ter eden pomembnih dejavnikov, ki pozitivno prispevajo k doseganju rasti. Avtorji citirajo tudi Carreeja in Thurika (2006), ki sta pripravila pregled literature o obravnavani tematiki.

Po eni strani lahko gre za invencije, ko podjetja na trgu predstavijo nov izdelek ali storitev, nadomestijo zastarelo tehnologijo, vpeljejo inovativen poslovni model in s tem ustrezajo konceptu kreativne destrukcije kot glavnega vira rasti, ki ga je predstavil Schumpeter. Do takšnih inovacij lahko podjetniki oziroma podjetja pridejo v procesu vlaganj v raziskave in razvoj ter s komercializacijo izumov ali drugih rešitev, razvitih v procesu inoviranja. Po drugi strani pa lahko o inovacijah govorimo tudi takrat, ko imajo enostavnejšo obliko, na primer ko podjetje s svojimi proizvodi prodre v tržno nišo, ki še ni bila izkoriščena, ali ko prenese že razvito tehnologijo z enega področja uporabe na drugo, na katerem še ni bila uporabljena. Pri takšnih tipih inoviranja lahko govorimo o kreativni imitaciji, ki prispeva k širitvi novih tehnologij, rasti prodaje z diverzifikacijo proizvodov in krepitevi konkurence na trgu, brez vlaganj v raziskave in razvoj. Za obe vrsti inovacij pa velja, da pozitivno prispevajo k doseganju rasti, seveda v različnem obsegu.

V okviru raziskave *European Innovation Scoreboard* (European Commission, 2017) se je Slovenija umestila v skupino držav tako imenovanih močnih inovatorjev, v katero spadajo tudi Francija, Avstrija, Luksemburg, Belgija in Irska; Slovenija je sicer inovacijsko najšibkejša država v tej skupini. V naši državi se je z inovacijsko dejavnostjo med letoma 2012 in 2014 po podatkih SURS (2016) ukvarjalo več kot 46 % opazovanih podjetij. V predelovalni dejavnosti je bilo v tem obdobju za ta namen porabljenih 657 milijonov EUR, v storitvenih dejavnostih pa 269 milijonov EUR.

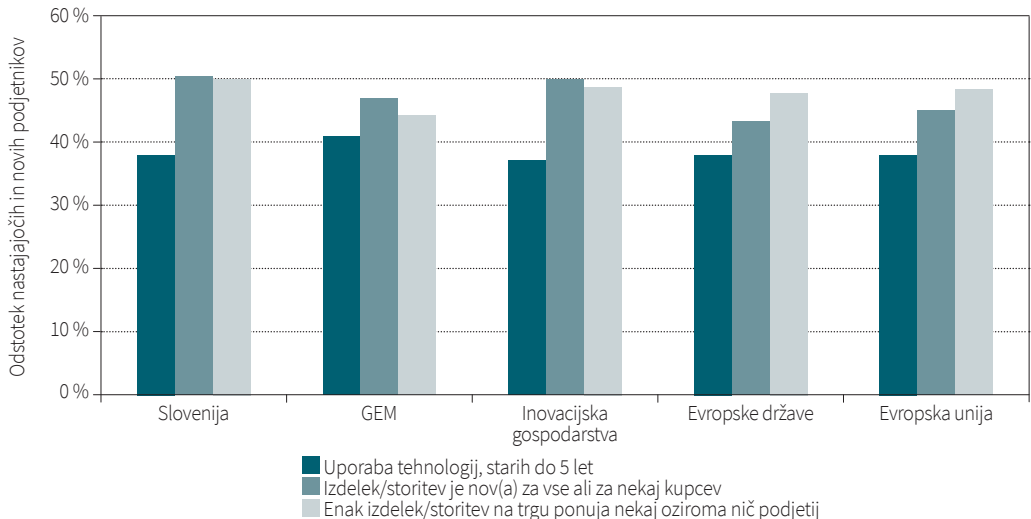
Prav zato je pomembno, da se v okviru raziskave GEM posebej posvečamo temu področju. Področje inovacijske naravnosti podjetništva proučujemo z ugotavljanjem, ali (potencialni) kupci že poznajo izdelek oziroma storitev, soroden tistemu, ki ga trži nastajajoče ali novo podjetje. Ob tem nas zanima tudi podjetnikova ocena, ali na tržišču obstajajo konkurenčna podjetja, ki ponujajo enake ali podobne izdelke ali storitve. Pri raziskovanju inovacijske naravnosti v zgodnji podjetniški 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 deluje.

Na *sliki 6.3* je prikazan delež podjetnikov v zgodnji podjetniški aktivnosti (TEA) v letu 2017 za Slovenijo in posamezne skupine držav. Ti podjetniki izražajo inovativen značaj, merjen z:

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

Dodali smo tudi podatek o deležu tistih podjetnikov v zgodnji podjetniški aktivnosti, ki ocenjujejo, da uporabljajo relativno nove tehnologije, to je tiste, ki so stare od 1 do 5 let.

*Slika 6.3: Inovacijska naravnost nastajajočih in novih podjetnikov po skupinah držav*



GEM Slovenija 2017, APS

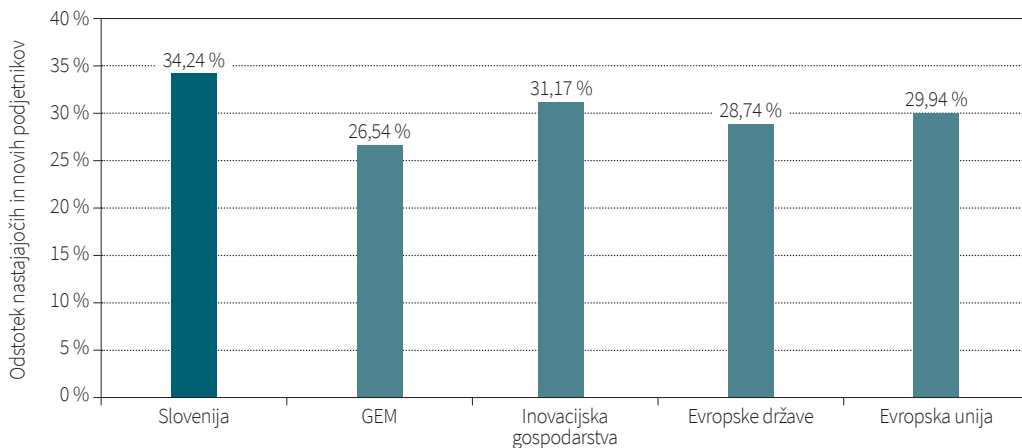
Kot pri vrsti drugih kazalnikov lahko tudi glede inovativnosti opazimo, da delež podjetij, ki imajo inovativni značaj, v povprečju narašča z gospodarsko razvitostjo. Če primerjamo posamezne skupine držav in Slovenijo, lahko ugotovimo, da naša država ne zaostaja za najrazvitejšimi, in to po

obeh kriterijih. V Sloveniji tako kar 50 % podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva meni, da imajo izdelek ali storitev, ki je nov(a) za nekatere ali celo vse potencialne kupce (*slika 6.3*). Po tem kazalniku so visoko tudi druge evropske države (*slika 6.5*), najvišje je s 76 % Luksemburg, sledijo s 73 % Francija, 64 % Italija, 55 % Ciper in 54 % Irska. Najslabše rezultate so raziskovalci izmerili v Bolgariji (17 %) in Bosni in Hercegovini (19 %).

Prav tako je Slovenija visoko na lestvici po kazalniku usmeritve v nove tržne niše, saj 50 % podjetnikov v najzgodnejših fazah podjetništva meni, 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 ali storitev za trg izražajo luksemburški (67 %), irski (64 %) in francoski (61 %) podjetniki TEA. Najslabše rezultate so zabeležili na Poljskem (28 %) in v Bolgariji (31 %).

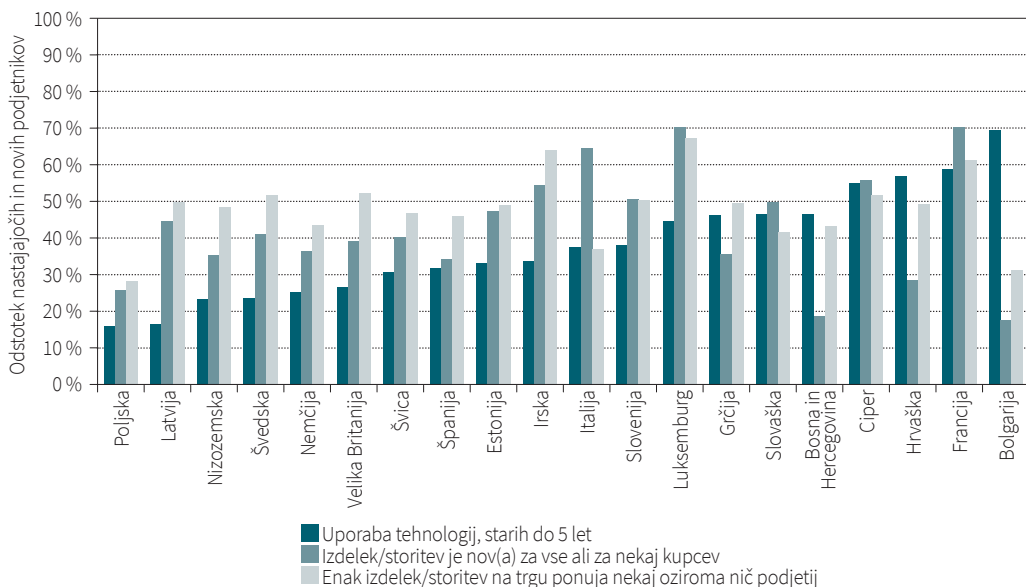
Na *sliki 6.4* prikazujemo rezultate kombiniranega kazalnika. Ta kazalnik kaže delež podjetnikov v zgodnji podjetniški aktivnosti, ki ocenjujejo, da imajo tak izdelek ali tako storitev, ki je nov(a) za nekatere ali celo vse potencialne kupce, in hkrati tudi, da so na trgu novi, saj takšen izdelek ali takšno storitev na trgu ponuja le malo drugih podjetij ali celo nobeno. Slovenski podjetniki izkazujejo boljši rezultat (34 %) kot kolegi iz posameznih skupin držav. V *prilogi 3*, v *tabeli 3* so navedeni podatki za ta kombinirani kazalnik za vse države, vključene v raziskavo, razvrščene v tri razvojne stopnje gospodarstev (faktorska, učinkovitostna in inovacijska).

*Slika 6.4: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov, ki ocenjujejo, da imajo nov izdelek ali novo storitev in hkrati malo oziroma nič konkurence, po skupinah držav*



GEM Slovenija 2017, APS

Slika 6.5: Inovacijska naravnost nastajajočih in novih podjetnikov (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2017, APS

Uporaba novih tehnologij dokazano prispeva k dvigu uspešnosti poslovanja posameznih podjetij in celotne družbe. Kot navaja Svetovna banka (World bank, 2016), 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.

Na *sliki 6.5* 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 2017 v Sloveniji znašal 38 %. Po tem kazalniku so od Slovenije med evropskimi državami izrazito boljše Bolgarija (69 %), Francija (58 %), Hrvaška (56 %) in Ciper (55 %). Pri tem velja poudariti, da so odgovori podjetnikov subjektivne narave in zelo verjetno pomemben odraz okolja, v katerem delujejo, saj najverjetneje podjetniki v gospodarsko manj razvitih državah obravnavajo problematiko uporabe novih tehnologij bolj ohlapno kot njihovi kolegi v gospodarsko razvitejših ter inovacijsko in tehnološko močnejših okoljih.

## 6.3 Internacionalizacija

Praktično je vsako gospodarstvo, ne glede na svojo velikost, tudi del globalnega gospodarstva, zato je pomembno, da poskušamo razumeti, kako lahko internacionalizacija poslovanja prispeva k rasti podjetij in posledično celotnega gospodarstva. Kot pomembno dimenzijo moramo torej upoštevati tudi internacionalizacijo poslovanja podjetja, pri kateri se morajo podjetniki proaktivno soočiti z odkrivanjem in zadovoljevanjem priložnosti na tujih trgih. To je po eni strani povezano z določenimi tveganji, po drugi strani pa s potencialno rastjo podjetja (Estrin et al., 2014).

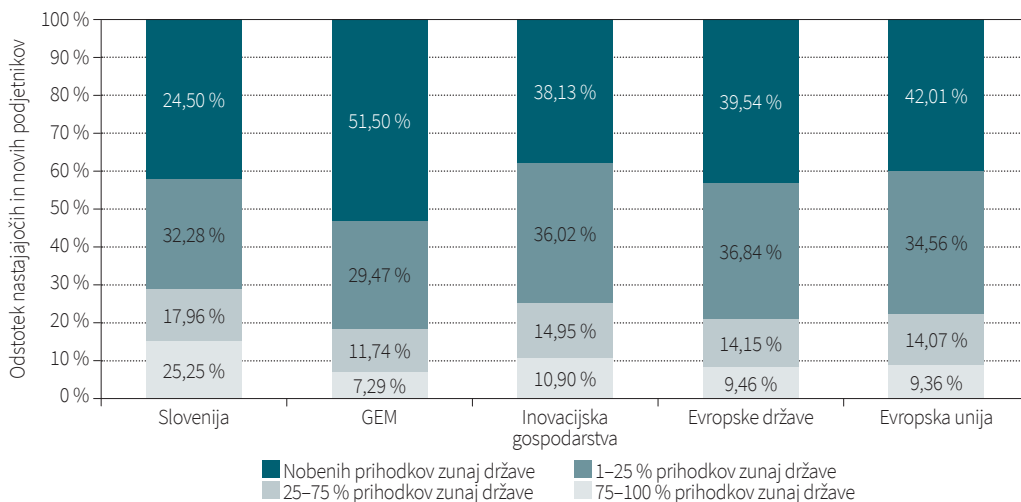
Po podatkih SURS (2017c) je stopnja vključenosti Slovenije v mednarodno menjavo, merjena s kazalnikom tržne integracije v blagu (povprečje vrednosti izvoza in uvoza blaga v vrednosti BDP), ena višjih med članicami EU-28. Slovenija je bila v letu 2016 po tem kazalniku na 4. mestu (v letu 2015 na 5.), po kazalniku tržne integracije v storitvah pa se med temi državami uvršča približno na sredino (na 15. mesto v letu 2016). Slovenija je leta 2016 glede na leto 2015 ponovno povečala vrednost izvoza in uvoza blaga in storitev. Po kazalniku izvoza oziroma uvoza blaga in storitev v BDP (izvoz 77,7 %, uvoz 68,5 %) je ohranila 10. oziroma 11. mesto, ki ga je med državami članicami EU imela v letu 2015. Višje relativne deleže izvoza blaga in storitev od Slovenije so izkazovali Luksemburg, Malta, Irska, Slovaška, Madžarska, Češka republika, Belgija, Nizozemska in Estonija.

GEM loči štiri razrede intenzivnosti internacionalizacije, in sicer glede na kriterij deleža kupcev izdelkov ali storitev podjetij zunaj njihove države:

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

Slika 6.6: Intenzivnost internacionalizacije nastajajočih in novih podjetnikov po skupinah držav



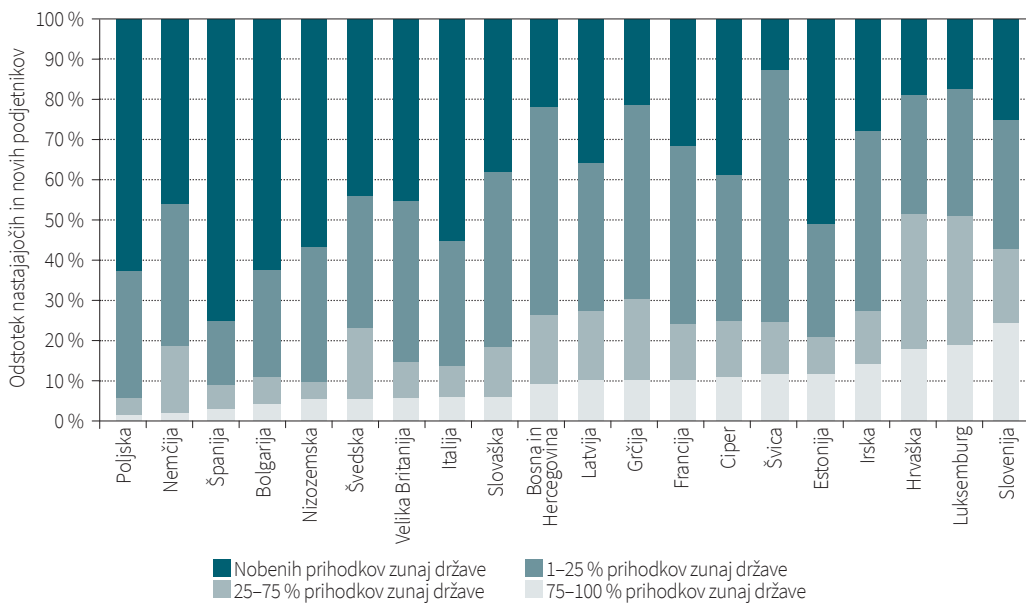
GEM Slovenija 2017, APS

Na *sliki 6.6* je prikazana intenzivnost internacionalizacije v Sloveniji in v posameznih skupinah gospodarstev. Analiza za Slovenijo kaže, da je leta 2017 delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da je več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov ali storitev iz tujine, znašal 42,46 %, kar je bistveno več kot v posameznih skupinah držav (države GEM 19,03 %, države iz skupine inovacijskih gospodarstev 25,85 %, evropske države 23,61 %, države Evropske unije 23,43 %). Slovenija se že tradicionalno uvršča v skupino držav z relativno visoko stopnjo internacionalizacije poslovanja, kar



nakazuje, da se slovenski podjetniki zelo zavedajo pomena mednarodnih trgov. Ti so za majhne države še kako pomembni, saj brez internacionalizacije ni mogoče doseči 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 doseči dovolj prostora za rast.

Slika 6.7: Intenzivnost internacionalizacije nastajajočih in novih podjetnikov (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2017, APS

Najvišje stopnje internacionalizacije (več kot 25 % kupcev v tujini) med nastajajočimi in novimi podjetniki v evropskih državah so bile izmerjene (slika 6.7) na Hrvaškem (51 %), v Luksemburgu (51 %) in Grčiji (30 %), najnižje stopnje internacionalizacije pa na Poljskem (5 %), v Španiji (9 %) in na Nizozemskem (9 %).





# Ocena podjetniškega okolja

# 7

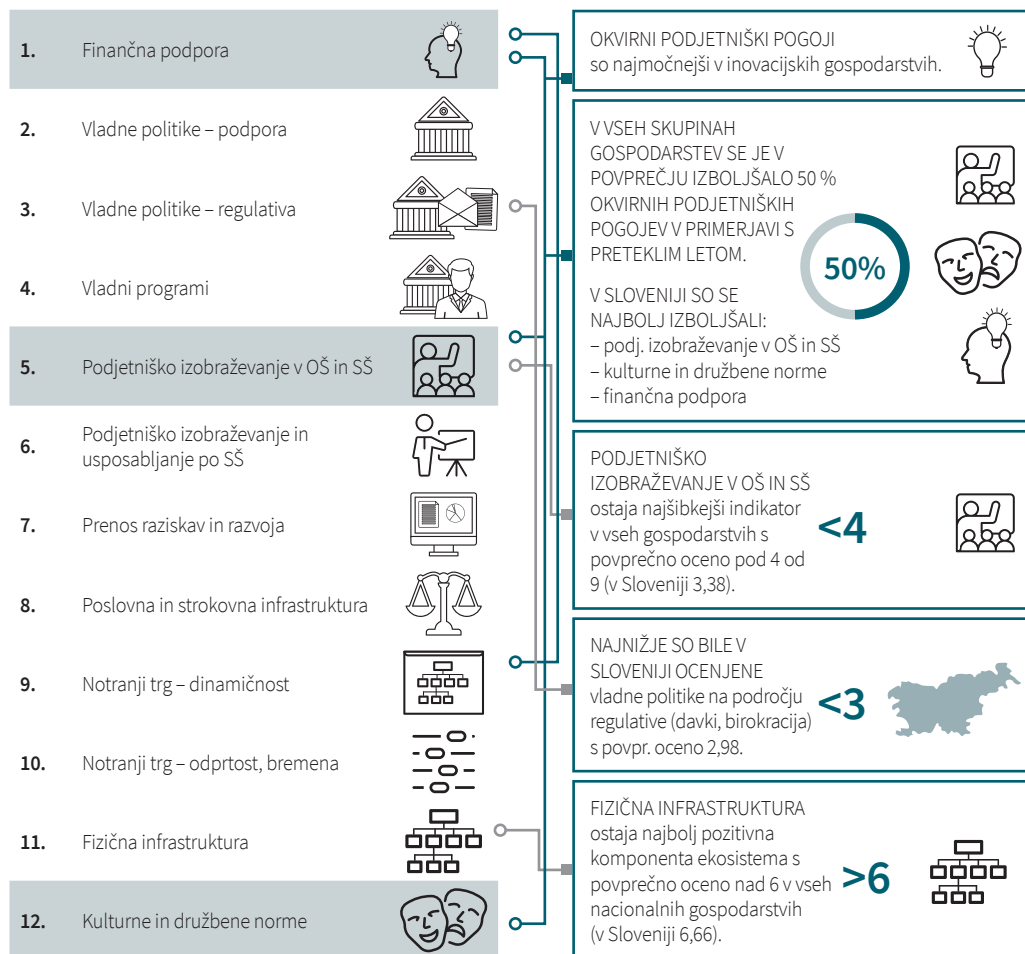
## Ključna spoznanja:

- V Sloveniji sta se leta 2017 izboljšali dve tretjini okvirnih podjetniških pogojev v primerjavi z letom poprej.
- Najbolje ocenjen okvirni pogoj za podjetništvo ostaja dostop do fizične infrastrukture, temu pa sledi dinamičnost notranjega trga.
- Najslabše so slovenski izvedenci v povprečju ocenili vladne politike na področju regulative (davki, birokracija), sledi izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah, kar sta izrazita zaviralna dejavnika za podjetništvo ne le v Sloveniji, temveč tudi v drugih razvitih gospodarstvih.
- V nasprotju s skupino držav EU in skupino inovacijskih gospodarstev so v Sloveniji kulturne in družbene norme visoko na lestvici zaviralnih dejavnikov za podjetništvo.
- Postopno ustvarjanje podjetništvu naklonjene družbe v Sloveniji je še najprej naloga vladne politike (predvsem na področju regulative), podpornih inštitucij za podjetništvo, podjetniškega izobraževanja (predvsem na primarni in sekundarni ravni) in medijev.

Oceno podjetniškega okolja za Slovenijo kot kombinacijo družbenih, političnih, ekonomskih in kulturnih elementov, ki podpirajo rast in razvoj inovativnih podjetij in spodbujajo nastajajoče podjetnike ter druge akterje, da sprejmejo tveganje pri zagonu, financiranju in drugih aktivnostih visokotveganih podjetij (Spigel, 2015 v Stam in Spigel, 2016), je mogoče pridobiti iz različnih virov, na primer iz Svetovne banke, Svetovnega gospodarskega foruma, Organizacije za ekonomsko sodelovanje in razvoj, fundacije Heritage, Kauffmanove fundacije ali Združenih narodov. V okviru raziskave GEM pa podjetniško okolje presojamo z oceno posameznih okoljskih

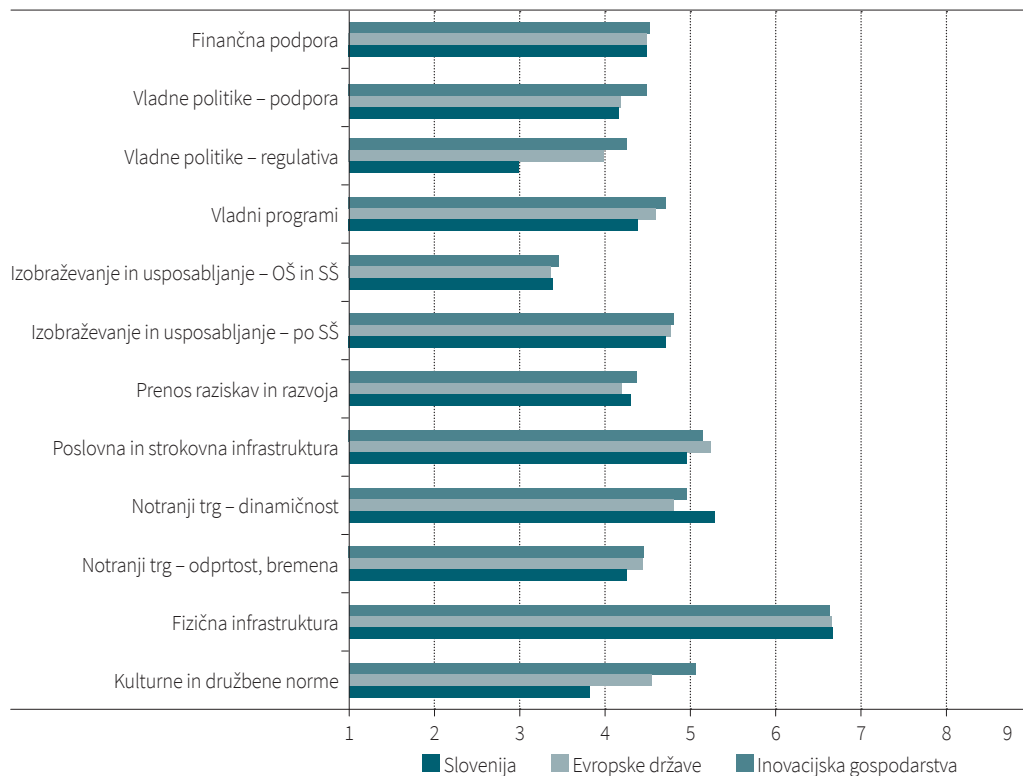
značilnosti, ki vplivajo na podjetniško vedenje in aktivnost. Pridobimo jih z anketiranjem vsaj 36 nacionalnih izvedencev/ekspertov v vsaki državi GEM (Nacionalna raziskava ekspertov – NES). Poimenski seznam slovenskih ekspertov za leto 2017 je v *prilogi 1*. V primerjavi z drugimi tovrstnimi raziskavami GEM v tem delu ne zajema vseh splošnih ekonomskih dejavnikov, temveč zgolj tiste značilnosti, ki neposredno vplivajo na odločitev posameznikov za ustanovitev podjetja in razvoj podjetništva. Zajete so v devetih okvirnih pogojih za podjetništvo, to pa so: finančna podpora, vladne politike, vladni programi, izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, prenos raziskav in razvoja, poslovna in strokovna infrastruktura, odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, fizična infrastruktura ter kulturne in družbene norme (podjetniški okvirni pogoji so podrobneje predstavljeni v *prilogi 2*). Na ta način dobimo dober vpogled v to, kako okvirni pogoji za podjetništvo sooblikujejo slovensko podjetniško klimo. Prav to predstavljamo v nadaljevanju primerjalno z drugimi državami GEM.

Slika 7.1: Ključne značilnosti po okvirnih pogojih za podjetništvo v letu 2017



V Sloveniji se je leta 2017 izboljšalo kar 67 % okvirnih podjetniških pogojev v primerjavi z letom poprej. Najbolje ocenjen ostaja dostop do fizične infrastrukture, temu pa sledi dinamičnost notranjega trga. Slovenski izvedenci so v povprečju najslabše ocenili vladne politike na področju regulative, sledi pa izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo na osnovni in srednji ravni izobraževanja. 54 trditev, razvrščenih v devet okvirnih pogojev za podjetništvo, so izvedenci ocenjevali na Likertovi lestvici od 1 (zelo nezadovoljivo) do 9 (zelo zadovoljivo). Skupne povprečne ocene posameznih okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji smo na *sliki 7.2* primerjali z evropskimi državami GEM in inovacijskimi gospodarstvi.

*Slika 7.2: Povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji, evropskih državah in inovacijskih gospodarstvih*

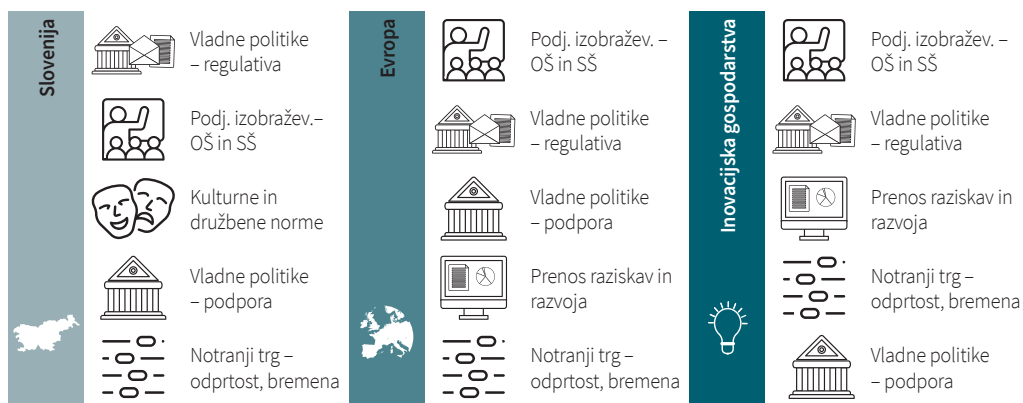


GEM Slovenija 2017, NES

Slovenija po mnenju nacionalnih izvedencev za evropskimi državami in tudi za inovacijskimi gospodarstvi najbolj zaostaja pri vladnih politikah na področju regulative (davki, birokracija), temu sledijo kulturne in družbene norme – torej podobno kot leto poprej, le v obratnem vrstnem redu. Povprečju skupine evropskih držav se po mnenju izvedencev povsem približamo pri finančni podpori, izobraževanju in usposabljanju za podjetništvo na osnovni ravni (osnovna in srednja šola), pri fizični infrastrukturi, pa tudi pri podpori vladne politike ter izobraževanju in usposabljanju za podjetništvo po končani srednji šoli. Najbolj nad povprečjem skupine evropskih držav so slovenski izvedenci ocenili dinamiko notranjega trga.

Povprečje skupine inovacijskih gospodarstev pa v Sloveniji, enako kot že leta 2016, ponovno presežemo pri oceni dinamike notranjega trga, pa tudi pri razpoložljivosti fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij. Zgolj manjši zaostanek za povprečjem beležimo pri finančnih virih za podjetništvo, pri izobraževanju in usposabljanju za podjetništvo ter prenosu raziskav in razvoja. Izobraževanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah je edina komponenta, ki je pri tej skupini držav ocenjena zelo nizko (s povprečno oceno pod 4).

Slika 7.3: Dejavniki, ki podjetništvo najbolj zavirajo



GEM Slovenija 2017, NES

Ugotovimo lahko, da so vladne politike ter podjetniško izobraževanje v osnovnih in srednjih šolah težava ne le v Sloveniji, temveč tudi v drugih razvitih gospodarstvih. Na pomen izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo smo že večkrat opozarjali, spodbude na tem področju pa ostajajo prioritetni politični cilji v EU: Strategija 2020, Mladinska politika EU 2010–2018, projekt Erasmus+ (European Commission, 2018a). V sodobnih tržnih gospodarstvih vladne politike in pobude pomembno sooblikujejo pogoje, ki spodbujajo podjetniški potencial. Kot kritične na tem področju večina MSP izpostavlja predvsem neugodno davčno okolje ter administrativne ovire. Direktorat za notranji trg, industrijo, podjetništvo in MSP pod okriljem EU izvaja študije in projekte na področju obdavčevanja MSP z namenom, izboljšati davčno situacijo. Izsledki njihovega zadnjega projekta (*Tax compliance cost for SMEs*) še niso na voljo (European Commission, 2018b). Za oblikovalce politik je pomembno, da razumejo, kako obdavčitev podjetij vpliva na podjetništvo v njihovi državi. Kot primer dobre prakse na tem področju velja izpostaviti dansko kreditno shemo (PwC, 2018), pa tudi nizozemski davčni sistem ter njihovo podporno davčno okolje za mednarodna podjetja (Netherlands Foreign Investment Agency, 2017).

V nasprotju s skupino držav EU in najrazvitejših gospodarstev so kulturne in družbene norme, ki vplivajo na podjetniško aktivnost v Sloveniji, visoko na lestvici zaviralnih dejavnikov. Na tem področju že vsa leta izraziteje zaostajamo, spodbudno pa je, da se je povprečna ocena tega podjetniškega okvira pomembno izboljšala glede na leto 2016. K temu so zagotovo pripomogli številni medijsko podprti podjetniški projekti, odmevnejša podjetniška tekmovanja in nagrade oziroma promocija dobrih zgledov.

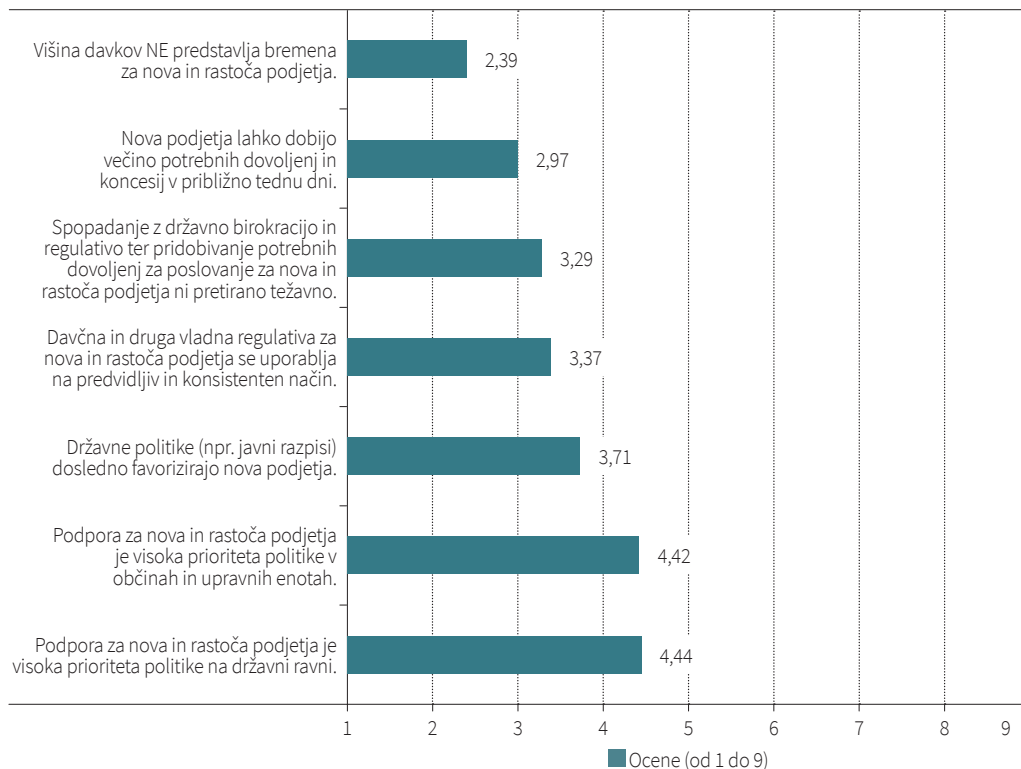
Najbolje ocenjene elemente podjetniškega ekosistema je v letu 2017 beležila Nizozemska, sledili so ji Indonezija, Združeni arabski emirati, Estonija in Švica. Analiza je prav tako pokazala, da

morajo nekatere države temeljiteje urediti vsaj 4–7 okvirnih pogojev za podjetništvo; med njimi so Hrvaška, Egipt, Iran, Maroko, Portoriko, Republika Južna Afrika in Urugvaj. Več o globalni primerjavi rezultatov podjetniškega ekosistema je mogoče najti v globalnem poročilu raziskave GEM (GEM, 2018).

## 7.1 Vladne politike

Nacionalni izvedenci že vsa leta ocenjujejo, da so davčna bremena v Sloveniji eden največjih zaviralcev podjetniške aktivnosti oziroma pogosto tudi vzrok za preselitev posla v tujino. Trditev, da višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja, je bila v Sloveniji najnižje ocenjena trditev med vsemi 54 trditvami v vprašalniku NES. Temu sledi okorna državna birokracija in regulativa, kar je prikazano na *sliki 7.4*, čeprav se je po podatkih raziskave Svetovne banke o pogojih poslovanja (Doing Business, 2017) uvrstitev Slovenije glede zagotavljanja pogojev za ustanovitev podjetja izboljšala za tri mesta, kar nas uvršča na 46. mesto med 190 državami sveta. Skupno, z upoštevanjem vseh kategorij, je Slovenija v letu 2017 zasedla 37. mesto, kar je nekaj mest slabše kot leta 2016. Na vrhu lestvice raziskave *Doing Business* je že drugo leto zapored Nova Zelandija, ki je najboljšo mesto zasedla prav pri pogojih za ustanovitev podjetja, med evropskimi državami pa Danska, ki je zasedla 3. mesto. V okviru raziskave GEM so najvišje ocene vladnim politikam na področju regulative v letu 2017 namenili izvedenci v Združenih arabskih emiratih, na Nizozemskem, v Švici, Luksemburgu in Indoneziji, povprečne ocene nad 5 pa beležijo tudi Estonija, Katar in Francija. Kot uravnilovka neugodnim davčnim bremenom in birokratskim oviram, s katerimi se srečujejo podjetniki v Sloveniji, pa vlada na drugi strani postavlja podporo za nova in rastoča podjetja na državni in lokalni ravni na prioritarno raven, kar je v povprečju najvišje ocenjena trditev tega okvirnega pogoja za podjetništvo.

Slika 7.4: Povprečne ocene izvedencev v okviru vladne politike za podjetništvo v Sloveniji, 2017 (tehtano povprečje, 1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo)

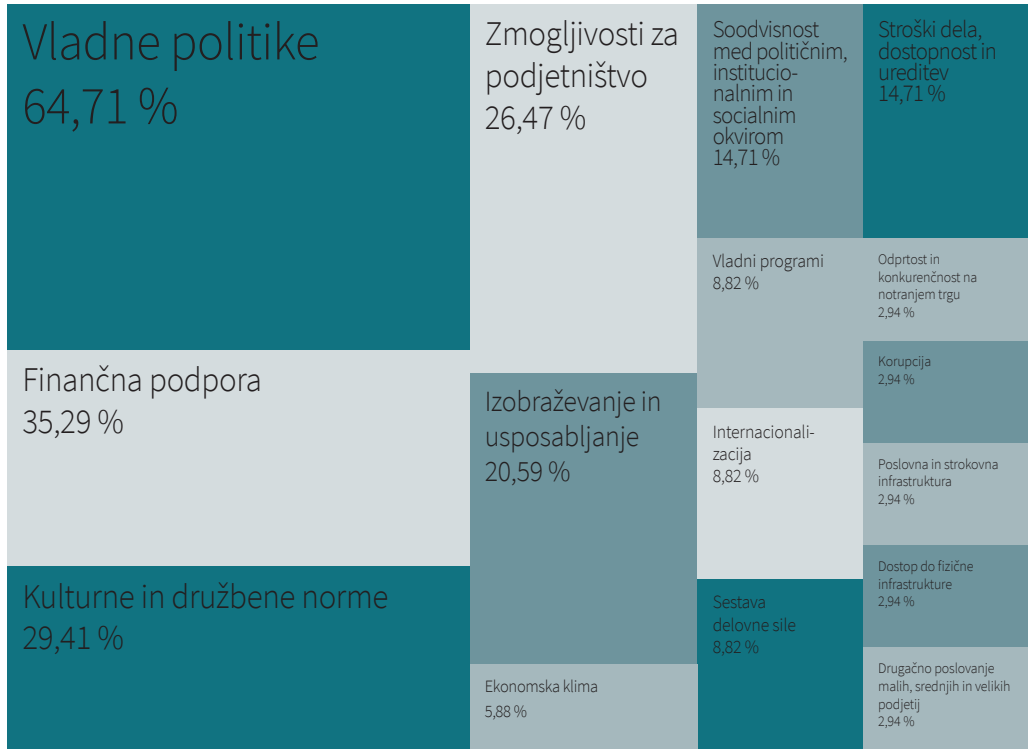


GEM Slovenija 2017, NES

Največ navedb, kar 64,7 %, so slovenski izvedenci namenili ravno vladni politiki kot zaviraliki podjetniške aktivnosti. Priporočila v tem kontekstu se v največji meri nanašajo na ugodnejšo davčno zakonodajo, na primer na poseben zakon za nova zagonska podjetja s specifičnostjo na področju delovnopravne in davčne regulative, na zmanjšanje davčnih prispevkov v prvih dveh letih ter odpravo davka na dobiček v prvih petih letih poslovanja podjetja, na spodbujanje investicij in posledično zmanjšanje davka za podjetja, ki investirajo v razvoj, na druge davčne spodbude ter predvsem na stabilno in transparentno zakonodajo, ki bi spodbujala in podpirala nastajanje novih podjetij, zdravo rast obstoječih podjetij, investicije in zaposlovanje. Temu sledijo pozivi k zmanjšanju administrativnih ovir, predvsem k manjšemu številu potrebnih pravnih dovoljenj in drugih predpisov. Priporočila so usmerjena tudi v učinkovitejše sankcioniranje neželenih poslovnih praks, nevmešavanje države v gospodarstvo ter k čim bolj sistematični in pregledni podpori vlade. Druge zaviralne dejavnike po mnenju izvedencev prikazujemo na *sliki 7.5*.



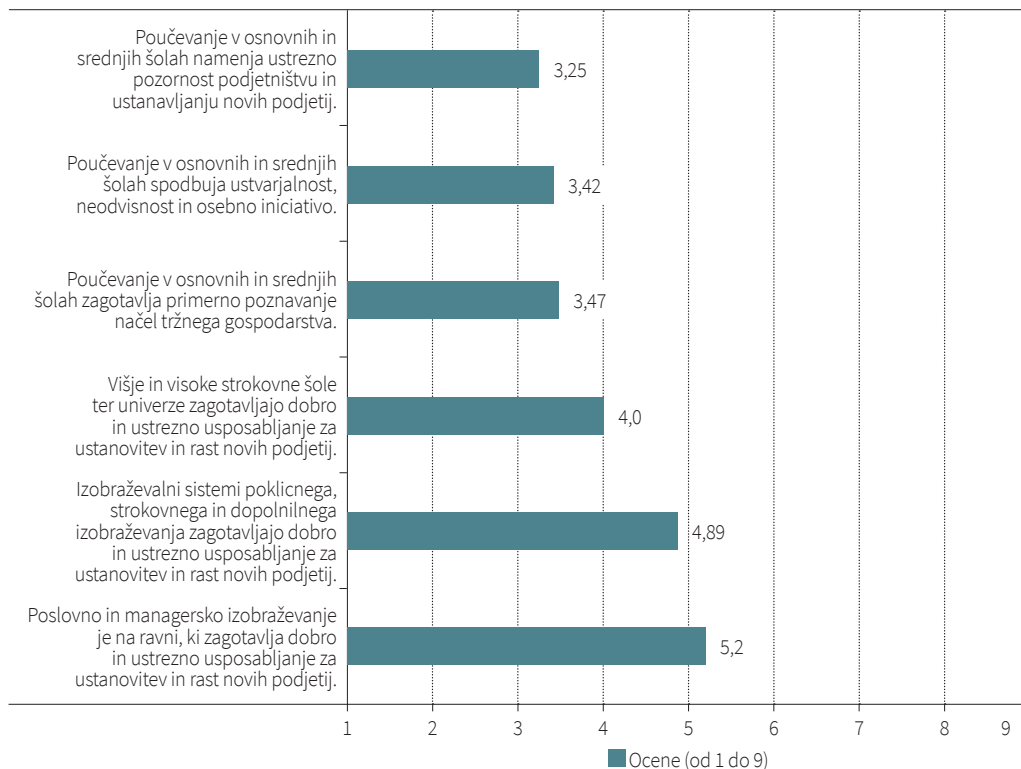
Slika 7.5: Zaviralni dejavniki v slovenskem podjetniškem okolju po mnenju izvedencev



## 7.2 Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo

Kot je prikazano na *sliki 7.6*, so vse komponente, ki se nanašajo na podjetniško izobraževanje in usposabljanje na terciarni ravni, sorazmerno dobro ocenjene. Najbolje je ocenjena trditev, da je poslovno in managersko izobraževanje v Sloveniji na ravni, ki zagotavlja dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in rast novih podjetij. Ne presenečajo pa ponovno slabe ocene podjetniškega izobraževanja na primarni in sekundarni ravni, torej v osnovnih in srednjih šolah, kar je težava tudi drugih evropskih oziroma inovacijskih gospodarstev. Izvedenci v Sloveniji menijo, da se v osnovnih in srednjih šolah bistveno premalo pozornosti posveča podjetništvu in ustanavljanju novih podjetij, pa tudi, da poučevanje v osnovnih in srednjih šolah ne spodbuja dovolj ustvarjalnosti, neodvisnosti in osebne iniciative.

Slika 7.6: Povprečne ocene izvedencev v okviru izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v Sloveniji, 2017 (tehtano povprečje, 1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo)



GEM Slovenija 2017, NES

Največ predlogov nacionalnih izvedencev se v tem okvirnem pogoju nanaša na izboljšavo izobraževalnega sistema v smislu uvedbe obveznih ali vsaj izbirnih podjetniških vsebin v vse osnovne in srednje šole. Programi spodbujanja podjetniške miselnosti in načina razmišljanja (ustvarjalnosti, kreativnosti, inovativnosti ...) naj bi se pravzaprav izvajali že od vrtca naprej. Ker pa podjetniško izobraževanje ne more potekati v izolaciji od sveta zunaj izobraževalne institucije, izvedenci kot priporočilo za spodbujanje podjetništva v Sloveniji pogosto predlagajo tudi tesnejše povezovanje šolskega sistema z gospodarstvom.

Velja izpostaviti, da se je povprečna ocena tega podjetniškega okvira od leta 2016 vendarle izboljšala, najbolj ravno na področju izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo na primarni in sekundarni ravni (v letu 2016 je povprečna ocena znašala 2,71, v letu 2017 pa 3,38). Nekoliko se je izboljšala tudi skupna povprečna ocena podjetniškega izobraževanja po končani srednji šoli (v letu 2016 je znašala 4,37, v letu 2017 pa 4,71). Podjetniško izobraževanje v osnovnih in srednjih šolah zadnjih nekaj let najvišje ocenjujejo nizozemski izvedenci (5,59), ocene nad 5 pa beležijo tudi v Združenih arabskih emiratih in Indoneziji. Podjetniško izobraževanje po srednji šoli je v povprečju ocenjeno višje, s povprečnimi ocenami nad 6, v Švici in na Nizozemskem ter v Indoneziji in Libanonu.

Projekt E360 (Lackéus, 2015) je rezultat pobude med Evropsko komisijo in Organizacijo za gospodarsko sodelovanje in razvoj, ki proučuje podjetniško učenje v osnovnošolskem,

srednješolskem in poklicnem izobraževanju in usposabljanju. Strokovnjaki in predstavniki iz Evrope so si v sklopu projekta izmenjali dobre prakse in pomagali ustvarjati smernice za oblikovalce politike in učitelje, da bi spodbudili in izboljšali prakso podjetniškega voditeljstva, kulture, poučevanja in učenja v šolah ter ustanovah poklicnega izobraževanja in usposabljanja (School Education Gateway, 2018). Prav tako je bilo na evropski ravni razvitih več vodnikov podjetniškega izobraževanja za učitelje (*Entrepreneurship Education – A Guide for Educators*<sup>1</sup>, *Teacher 2020 – handbook on entrepreneurship education*<sup>2</sup>).

Rezultati raziskave GEM nakazujejo na potrebno močnejšo podporo slovenske politike, ki bi podjetniško izobraževanje prepoznala kot prioriteto in morebiti preko nacionalne strategije ter zgodnjih pobud soprispevala k vzpostavitvi platforme za spodbujanje vključevanja podjetništva v izobraževalni proces. Pomemben korak v tej smeri je zagotovo nadaljevanje izvajanja aktivnosti za spodbujanje ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetnosti med mladimi v osnovnih in srednjih šolah pod okriljem javne agencije SPIRIT Slovenija, ki jih financira Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. Vlada RS je pilotni projekt UPI izvajala med letoma 2010 in 2012. To je bil prvi usklajen korak oblikovalcev politike k sistematičnemu pristopu k podjetniškemu izobraževanju. SPIRIT želi s takšnimi aktivnostmi pri mladih spodbuditi razvoj osebnostnih lastnosti, pomembnih za podjetnost (ustvarjalnost, samoiniciativnost, sprejemanje tveganja in odgovornosti), ter oblikovati osnovna znanja in stike s poslovnim svetom in s tem razumevanje vloge ustvarjalnosti, podjetnosti in podjetništva za družbo, obenem pa tudi spodbuditi razvijanje zavesti o podjetništvu kot družbeni kategoriji ter zagotoviti sodelovanje vseh deležnikov in celotne družbe. Zagotovljeni so tudi programi usposabljanja za učitelje, profesorje in študente pedagoških fakultet (povzeto po SPIRIT Slovenija, 2017).

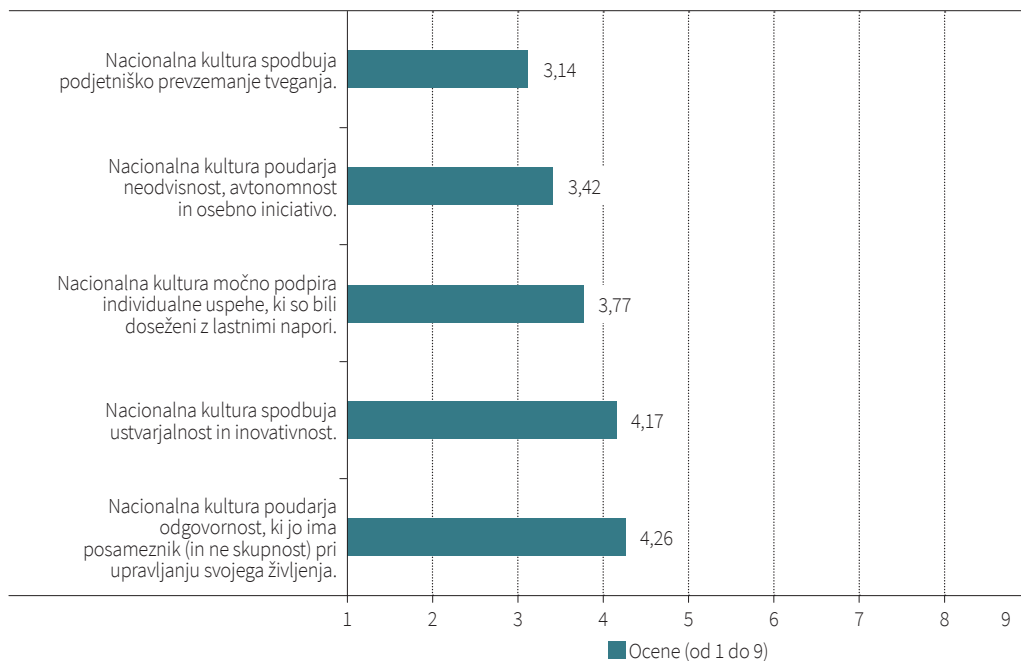
### 7.3 Kulturne in družbene norme

Če so vladne politike ter izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah izraziti zaviralni dejavniki podjetništva ne le v Sloveniji, ampak tudi v drugih evropskih državah, so kulturne in družbene norme tiste, ki so v večini evropskih držav in tudi v inovacijskih gospodarstvih bistveno bolj ocenjene, kot to velja za Slovenijo. Slovenski izvedenci namreč že vsa leta okvir kulturnih in družbenih norm ocenjujejo zelo kritično. V letu 2017 je bil med vsemi evropskimi državami GEM ta okvirni pogoj za podjetništvo slabše kot pri nas ocenjen le še v Španiji, na Hrvaškem in na Slovaškem.

<sup>1</sup> <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/7465>

<sup>2</sup> [https://issuu.com/teacher2020/docs/teacher\\_2020\\_entrepreneurial\\_educat](https://issuu.com/teacher2020/docs/teacher_2020_entrepreneurial_educat)

Slika 7.7: Povprečne ocene izvedencev v okviru kulturne in družbene norme v Sloveniji, 2017 (tehtano povprečje, 1 = zelo nezadovoljivo, 9 = zelo zadovoljivo)



GEM Slovenija 2017, NES

Odnos družbe do podjetništva pomembno vpliva na odločitev posameznika za vključitev v podjetniške aktivnosti. Po mnenju izvedencev družba v Sloveniji podjetništvu ni naklonjena oziroma je celo zaviralna. Kot navajajo Mulej et al. (2003, 436), je bila podjetniška miselnost v času pred osamosvojitvijo tako rekoč prepovedana, zato smo iz te dobe podedovali kulturo, ki podjetništvu še ni zares naklonjena. Ovine, ki izhajajo iz podjetništvu nenaklonjene družbe, pa je praviloma najtežje prestopiti. V letu 2017 so se v okviru kulturnih in družbenih norm slovenski izvedenci najmanj strinjali s trditvijo, da nacionalna kultura spodbuja podjetniško prevzemanje tveganja, ki je zaradi negotovosti trga neizogibno pri vstopu na podjetniško pot. Sprejemanje tveganja in odgovornosti je nekaj, česar se posameznik lahko tudi nauči, na ravni družbe pa je potrebna sprememba miselnosti, ki bo dajala prednost posameznikovemu prevzemanju odgovornosti. Enako velja za spodbujanje neodvisnosti, avtonomnosti in samoiniciativnosti. Izvedenci v tem okviru predlagajo predvsem večjo odprtost družbe, krepitev medposlovnega zaupanja ter spodbujanje podjetniške kulture na vseh ravneh političnega odločanja, od lokalnih skupnosti do nacionalne, evropske in širše ravni. Veliko vlogo, tudi po mnenju nacionalnih izvedencev, odigrajo mediji s promocijo uspešnih zgodb. V Sloveniji smo v zadnjih letih pričali nekaterim odmevnim projektom, medijsko dobro podprtim, ki širijo zgodbe o uspehu in pomen podjetništva med ljudmi, na primer podjetniška oddaja Prava ideja, projekt Štartaj, Slovenija, številne podjetniške delavnice in dogodki po regijah, izbori Podjetnik leta, Mladi podjetnik leta, Slovenska gazela in drugi. V primerjavi z letom 2016 se nam je ta okvirni pogoj nekoliko izboljšal, postopno ustvarjanje podjetništvu naklonjene družbe pa še najprej ostaja naloga vladne politike (predvsem na področju regulative), podpornih inštitucij za podjetništvo, podjetniškega izobraževanja (predvsem na primarni in sekundarni ravni) in medijev.



## Literatura in viri

1. Acs, Z. J. in Amorós, J. E. (2008). Entrepreneurship and Competitiveness Dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), str. 305–322.
2. Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P. in Carlsson, B. (2009). The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 32(1), str. 15–30.
3. Acs, Z. J., Desai, S. in Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, Economic Development and Institutions. *Small Business Economics*, 31(3), str. 219–234.
4. Alpeza, M., Grubišić, N. in Mikrut, M. (2017). *Business transfer barometar Hrvatska*. Zagreb: CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva.
5. Amorós, J. E., Fernández, C., in Tapia, J. (2011). Quantifying the Relationship between Entrepreneurship and Competitiveness Development Stages in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(3), str. 249–270.
6. Arenius, P. in Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), str. 233–247.
7. Audretsch, D., Thurik, R., Verheul, I. in Wennekers, S. (2002). An Eclectic Theory of Entrepreneurship. Audretsch, D., Thurik, R., Verheul, I. in Wennekers, S. (Eds.). *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US comparison*, str. 11–82, Boston/Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
8. Aulet, B. in Murray, F. (2013). *A Tale of Two Entrepreneurs: Understanding Differences in the Types of Entrepreneurship in the Economy*. Kansas City: Ewing Marion Kauffman Foundation. Pridobljeno s [http://real.mit.edu/documents/AuletMurray\\_KauffmanPaper\\_a-tale-of-two-entrepreneurs.pdf](http://real.mit.edu/documents/AuletMurray_KauffmanPaper_a-tale-of-two-entrepreneurs.pdf).
9. Baum, J. R., Locke, E. A. in Smith, K. J. (2001). A Multidimensional Model of Venture Growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), str. 292–303.

10. Baum, J. R., Locke, E. A., in Kirkpatrick, S. A. (1998). A Longitudinal Study of the Relation of Vision and Vision Communication to Venture Growth in Entrepreneurial Firms. *Journal of Applied Psychology*, 83(1), str. 43–54.
11. Bisnode d.o.o. (2017). Ženske podjetnice bolj učinkovite in dobičkonosne od moških. *Bilten marec 2017*. Pridobljeno s <https://www.bisnode.si/globalassets/slovenia/bilten/bilten-marec-2017-final.pdf>.
12. Bosma, N., Jones, K., Autio, E. in Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor: 2007 Executive Report*. USA: Babson College, London: London Business School, and GERA.
13. Bosma, N., Wennekers, S. in Amoros, J. E. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor, 2011 Extended Report*. Babson College; Universidad de Desarrollo, Universiti Tun Abdul Razak: Wellesley MA, Santiago, Chile, Kuala Lumpur, Malaysia.
14. Bradač Hojnik, B. (2015). Notranji podjetniki v poslovni praksi. V: Štrukelj, T. (ur.). *Izbrani vidiki družbenih in gospodarskih transformacij: strokovna monografija* (Knjižna zbirka Sodobna ekonomija in poslovanje – SEP). Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta UM.
15. Bravo-Biosca, A., Criscuolo, C. in Menon, C. (2013). *What Drives the Dynamics of Business Growth?* France: OECD.
16. Calvino, F., Criscuolo C. in Menon, C. (2015). *Cross-Country Evidence on Start-up Dynamics*. OECD Science, Technology and Industry Working Papers. Paris: OECD Publishing. Pridobljeno s <http://dx.doi.org/10.1787/5jrxtkb9mxtb-en>.
17. Carree, M. in Thurik, R. (2006). *Entrepreneurship and Economic Growth*. Cheltenham, UK and Northampton, MA: Edward Elgar.
18. Delmar, F. in Wiklund, J. (2008). The Effect of Small Business Managers' Growth Motivation on Firm Growth: A Longitudinal Study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(3), str. 437–457.
19. DeTiennea, D. R., McKelvie, A. in Chandler, G. N. (2015). Making Sense of Entrepreneurial Exit Strategies: A Typology and Test. *Journal of Business Venturing*, 30(2), str. 255–272.
20. Doing Business. (2017). *Doing Business 2017. Equal Opportunity for All*. World Bank Group. Pridobljeno s <http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB17-Report.pdf>.
21. Estrin, S., Korosteleva, J. in Mickiewicz T. (2014). Entrepreneurial Growth Aspirations, Innovation Propensity and National Knowledge Intensity: Unveiling the Complexity of the Relationship, using GEM Data. *GRINCOH Working Paper Series*, Paper No. 3.08.2.
22. European Commission. (2006). *Entrepreneurship Education in Europe: Fostering Entrepreneurial Mindsets through Education and Learning*. Pridobljeno s <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/17642/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>.
23. European Commission. (2013). *Entrepreneurship 2020 Action Plan*. Pridobljeno s <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:EN:PDF>.
24. European Commission. (2017). *European Innovation Scoreboard 2017*. Pridobljeno s [https://www.rvo.nl/sites/default/files/2017/06/European\\_Innovation\\_Scoreboard\\_2017.pdf](https://www.rvo.nl/sites/default/files/2017/06/European_Innovation_Scoreboard_2017.pdf).
25. European Commission. (2018a). *Entrepreneurship in Education*. Pridobljeno s [http://ec.europa.eu/education/policy/strategic-framework/entrepreneurship\\_en](http://ec.europa.eu/education/policy/strategic-framework/entrepreneurship_en).

26. European Commission. (2018b). *Taxation and SMEs*. Pridobljeno s [https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/taxation\\_en](https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/taxation_en).
27. GERA. Global Entrepreneurship Research Association. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor: Global Report 2017/18*. Global Entrepreneurship Research Association.
28. Halilović, P., Cankar, F. in Tominc, P. (2014). Innovation and Entrepreneurship can be Learned and Built on = Inovativnost i poduzetništvo može se naučiti i nadograditi. *Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje: [CJE]*, 16(3), str. 133–153.
29. Haller, H. E. (2014). *Intrapreneurship: Ignite Innovation*. USA: Silver Eagle Press.
30. Haltiwanger, J., Jarmin, R. in Miranda, J. (2012). *Where have all the Young Firms Gone?* Kauffman Foundation. Pridobljeno s [http://www.census.gov/ces/pdf/BDS\\_StatBrief6\\_Young\\_Firms.pdf](http://www.census.gov/ces/pdf/BDS_StatBrief6_Young_Firms.pdf).
31. Hayton, C. J., Gerard, G. in Shaker A. Z. (2002). National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavioral Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), str. 33–52.
32. Herrington, M. (2017). *Policy Briefs*. London: GERA.
33. Herrington, M. (Ed.) (2018). *The Influence of GEM on Policy 2017-2018*. London: GERA.
34. Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
35. Kolvereid, L. in Bullvag, E. (1996). Growth Intentions and Actual Growth: The Impact of Entrepreneurial Choice. *Journal of Enterprising Culture*, 4(1), str. 1–17.
36. Lackéus, M. (2015). *Entrepreneurship in Education: What, Why, When, How*. *Entrepreneurship 360*. Background Paper. European Commission and OECD. Pridobljeno s [https://www.schooleducationgateway.eu/downloads/entrepreneurship/40.1%20OECD%20\(2014\)\\_BGP\\_Entrepreneurship%20in%20Education.pdf](https://www.schooleducationgateway.eu/downloads/entrepreneurship/40.1%20OECD%20(2014)_BGP_Entrepreneurship%20in%20Education.pdf).
37. Levie, J. in Autio, E. (2008). A Theoretical Grounding and Test of the GEM Model. *Small Business Economics*, 31(3), str. 235–263.
38. Martineau, C. in Pastoriza, D. (2016). International Involvement of Established SMEs: A Systematic Review of Antecedents, Outcomes and Moderators. *International Business Review*, 25(2), str. 458–470.
39. MDDSZ. Ministrstvo za delo družino in socialne zadeve. (2016). *Starejši in trg dela v Sloveniji*. Ljubljana: MDDSZ.
40. Mezulić Juric, P. in Alpeza, M. (2017). *Izazovi prijenosa poslovanja u malim i srednjim poduzećima*. Zagreb: CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva.
41. Mulej, M., Ženko, Z., Rebernik, M., Potočan, V. in Bučar, M. (2003). Dvogeneracijski cikli in podjetništvo v Sloveniji. *Naše gospodarstvo*, 49(5-6), str. 436–453.
42. Netherlands Foreign Investment Agency. (2017). *Why Invest in Holland? Incentives & Taxes in the Netherlands 2017*. Netherlands: NFIA. Pridobljeno s [http://docplayer.net/47506113-Why-invest-in-holland-incentives-taxes-in-the-netherlands-2017.html#download\\_tab\\_content](http://docplayer.net/47506113-Why-invest-in-holland-incentives-taxes-in-the-netherlands-2017.html#download_tab_content).
43. OECD. (2013). *Crisis Squeezes Income and Puts Pressure on Inequality and Poverty*. Pridobljeno s <http://www.oecd.org/els/soc/OECD2013-Inequality-and-Poverty-8p.pdf>.
44. OECD. (2016). *Small Businesses, Job Creation and Growth: Facts, Obstacles and Best Practices*. Pridobljeno s <https://www.oecd.org/cfe/smes/2090740.pdf>.

45. OECD. (2017). *Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalised Economy*. Pridobljeno s <https://www.oecd.org/mcm/documents/C-MIN-2017-8-EN.pdf>.
46. OECD/European Commission. (2012). *Policy Brief on Youth Entrepreneurship: Entrepreneurial Activities in Europe*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
47. OECD/European Union. (2017). *The Missing Entrepreneurs 2017: Policies for Inclusive Entrepreneurship*. Paris: OECD Publishing. Pridobljeno s <http://dx.doi.org/10.1787/9789264283602-en>.
48. Oosterbeek, H., van Praag, C. M. in Ijsselstein, A. (2010). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation. *European Economic Review*, 54, str. 442–454.
49. Parastuty, Z., Breitenecker, R. J., Schwarz, E. J. in Harms, R. (2016). Exploring the Reasons and Ways to Exit: The Entrepreneur Perspective, str. 159–172. V: Bögenhold, D., Bonnet, J., Dejardin, M. in Pérez de Lema, D. G. (Eds.). *Contemporary Entrepreneurship*. Switzerland: Springer.
50. PwC. (2018). *The Danish Tax Credit Scheme (Skattekreditordningen)*. Pridobljeno s <https://www.pwc.dk/en/news/the-danish-tax-credit-scheme.html>.
51. Rae, D., Penaluna, A. in Dhaliwal, H. (2011). *Higher Education and Graduate Enterprise in the New Era: Should Every Student Learn Enterprise Skills?* Manchester: Graduate Market Trends, Higher Education Careers Service Unit, str. 9–11.
52. Rebernik, M., Crnogaj, K., Širec, K., Bradač Hojnik, B., Rus, M. in Tominc, P. (2017). *Dinamika podjetniškega potenciala: GEM Slovenija 2016* (Slovenski podjetniški observatorij). Maribor: Univerzitetna založba Univerze.
53. Rebernik, M., Tominc, P. in Crnogaj, K. (2011). *Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva. GEM Slovenija 2010*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta UM.
54. Rebernik, M., Tominc, P. in Pušnik, K. (2009). *Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta UM.
55. 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), str. 205–231.
56. Schoar, A. (2010). The Divide between Subsistence and Transformational Entrepreneurship. In: Lerner, J. in Stern, S. (Eds.). *Innovation Policy and the Economy*, 10, str. 57–81. MA: University of Chicago Press.
57. School Education Gateway. (2018). *Entrepreneurship Education*. Pridobljeno s [https://www.schooleducationgateway.eu/en/pub/theme\\_pages/entrepreneurship-education.htm](https://www.schooleducationgateway.eu/en/pub/theme_pages/entrepreneurship-education.htm).
58. Schwab, K. (Ed.) (2017). *The Global Competitiveness Report 2017–2018*. Geneve: World Economic Forum.
59. Šebjan, U., Tominc, P. in Boršič, D. (2016). Cross-Country Entrepreneurial Intentions Study: The Danube Region Perspective. *Croatian Economic Survey*, 18(2), str. 39–76.
60. Sheeran, P. (2002). Intention-Behavior Relations: A Conceptual and Empirical Review. *European Review of Social Psychology*, 12(1), str. 1–36.



61. SPIRIT Slovenija. (2017). *SPIRIT Slovenija tudi v 2017 spodbuja ustvarjalnost, inovativnost in podjetnost med mladimi*. Pridobljeno s <http://www.spiritslovenia.si/novice/2017-06-08-SPIRIT-Slovenija-tudi-v-2017-spodbuja-ustvarjalnost-inovativnost-in-podjetnost-med-mladimi>.
62. Srakar, A. in Verbič, M. (2015). Dohodkovna neenakost v Sloveniji in gospodarska kriza. *Teorija in praksa*, 52(3), str. 538–553.
63. Stam, E. in Spigel, B. (2016). *Entrepreneurial Ecosystems*. Discussion Paper Series 16–13. Utrecht: Utrecht University, School of Economics. Pridobljeno s <https://www.uu.nl/en/file/55729/download?token=dzRMYt-t>.
64. 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.
65. SURS. Statistični urad RS. (2016). *Statopis, Statistični pregled Slovenije*. Pridobljeno s <http://www.stat.si/StatWeb/File/DocSysFile/9199>.
66. SURS. Statistični urad RS. (2017a). *Demografija podjetij z vsaj eno zaposleno osebo, Slovenija, 2015*. Pridobljeno s <http://www.stat.si/StatWeb/News/Index/6812>.
67. SURS. Statistični urad RS. (2017b). *Statopis, Statistični pregled Slovenije 2017*. Pridobljeno s <http://www.stat.si/StatWeb/File/DocSysFile/9199>.
68. SURS. Statistični urad RS. (2017c). *Kazalniki globalizacije, Slovenija 2016*. Pridobljeno s <http://www.stat.si/StatWeb/News/Index/7104>.
69. Tominc, P. (2013). Podjetniško izobraževanje ter podjetniška aktivnost v delu Podonavske regije. *Didactica Slovenica (Pedagoška obzorja)*, 28(2), str. 118–130.
70. UMAR. Urad RS za makroekonomske analize in razvoj. (2017a). *Poročilo o razvoju*. Ljubljana: UMAR.
71. UMAR. Urad RS za makroekonomske analize in razvoj. (2017b). *Jesenska napoved gospodarskih gibanj*. Ljubljana: UMAR.
72. van Praag, M. (2000). Business Survival and Success of Young Small Business Owners: An Empirical Analysis. *Small Business Economics*, 21(1), str. 1–17.
73. Varela R., Moreno, J. A. in Bedoya, M. (2014). *Colombian Entrepreneurial Dynamics: Global Entrepreneurship Monitor Caribbean*. Colombia: Universidad Icesi.
74. Varela, R. in Soler, J. (2012). *GEM Caribbean Regional Report 2011*. Colombia: Universidad Icesi.
75. Varela, R., Moreno, J., Franco, C., Gomez, L., Lopez, S., Osorio, F., Pereira, F., Buelvas, P., Matiz, F. in Garcia, G. (2017). *Actividad eEmpresarial Colombiana*. Colombia: Universidad Icesi, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana Cali, Universidad EAN, Corporación Universitaria del Caribe – CECAR, Universidad Cooperativa de Colombia.
76. Wennekers, S., Van Stel, A., Carree, M. in Thurik, A. R. (2010). The Relationship between Entrepreneurship and Economic Development: Is it U-shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 6(3), str. 167–237.
77. Wiklund, J. in Shepherd, D. (2003). Aspiring for and Achieving Growth: The Moderating Role of Resources and Opportunities. *Journal of Management Studies*, 40, str. 1919–1941.

78. World Bank. (2016). *Doing Business 2016: Measuring Regulatory Quality and Efficiency*. Washington, DC: World Bank.
79. ZRSZ. Zavod RS za zaposlovanje. (2017). *Strokovna izhodišča 2018*. Ljubljana: Zavod RS za zaposlovanje. Pridobljeno s [https://www.ess.gov.si/\\_files/10610/Strokovna%20izhodi%C5%A1%C4%8Da\\_2018.pdf](https://www.ess.gov.si/_files/10610/Strokovna%20izhodi%C5%A1%C4%8Da_2018.pdf).
80. ZRSZ. Zavod RS za zaposlovanje. (2018). *Stopnja registrirane brezposelnosti*. Pridobljeno s [https://www.ess.gov.si/trg\\_dela/trg\\_dela\\_v\\_stevilkah/stopnja\\_registrirane\\_brezposelnosti](https://www.ess.gov.si/trg_dela/trg_dela_v_stevilkah/stopnja_registrirane_brezposelnosti).

# Slovenski izvedenci v letu 2017

# P1

Izvedenec/izvedenka	Funkcija v času anketiranja	Ustanova
dr. Boštjan Antončič	redni profesor	Ekonomska fakulteta, Univerza v Ljubljani
dr. Maja Bučar	redna profesorica	Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani
Edita Cetinski Malnar	urednica in voditeljica oddaje Prava ideja	RTV Slovenija
mag. Helena Cvikl	direktorica	VSGT Maribor
Viljenka Godina	direktorica	Ekonomski inštitut Maribor
mag. Ladeja Godina Košir	izvršna direktorica, solastnica	Giacomelli Medija, platforma Circular Change
Jernej Golc	direktor	PRJ Halo podeželsko razvojno jedro
mag. Alenka Gorenčič	direktorica	Deloitte d.o.o.
Franjo Gorjak	direktor	Orodjarstvo Gorjak d.o.o.
mag. Mojca Gornjak	pooblaščenka uprave	Sava pokojninska družba, d.d.
mag. Samo Hribar Milič	generalni direktor	Gospodarska zbornica Slovenije
dr. Marko Jaklič	redni profesor, predstojnik katedre	Ekonomska fakulteta, Univerza v Ljubljani
Simon Jeraj	vodja projektov	Razvojni center Novo mesto d.o.o.
Peter Korun	direktor	A.s.K., d.o.o.
Blažej Kupec	novinar, urednik	Časnik Finance d.o.o.
Urban Lapajne	vodja projektov	Tovarna podjemov, Univerzitetni inkubator
dr. Marina Letonja	docentka, prodekanja za mednarodno sodelovanje	GEA College, Fakulteta za podjetništvo
Milan Lukič	prokurist	Lumar IG, d.o.o.
Dorijan Maršič	direktor	Univerzitetni inkubator Primorske d.o.o.

Izvedenec/izvedenka	Funkcija v času anketiranja	Ustanova
mag. Anamarija Megič	svetovalka uprave, nekdanja direktorica	Zavod Ypsilon
Irena Meterc	vodja sektorja za spodbujanje podjetništva, inovativnosti in tehnološkega razvoja	SPIRIT Slovenija, javna agencija
mag. Jure Mikuž	direktor	RSG Kapital d.o.o.
mag. Nastja Mulej	vodja	Nastja Mulej s.p.
dr. Rasto Ovin	redni profesor, dekan	DOBA Fakulteta Maribor
Saša Podpeskar	marketing specialist	SID banka d.d.
mag. Dušan Pšeničnik	vodja gospodarskega oddelka, ekonomski svetovalec	Veleposlaništvo RS na Dunaju
Maja Rajer Obid	vodja tekmovanj za najboljšo podjetniško idejo POPRI	Primorski tehnološki park d.o.o.
mag. Gregor Sakovič	vodja, NLB, Center inovativnega podjetništva	NLB d.d.
Tadej Smogavec	direktor, lastnik	Poslovni prevozi business travel Tadej Smogavec s.p.
dr. Špela Stres	vodja Centra za prenos tehnologij in inovacij	Institut "Jožef Stefan"
Timotej Šooš	vodja Strategije razvoja Slovenije	Služba Vlade RS za razvoj in evropsko kohezijsko politiko
mag. Maja Tomanič Vidovič	direktorica	Slovenski podjetniški sklad
Marta Turk	direktorica, ustanoviteljica	BIRO M, d.o.o.
dr. Elen Twrdy	redna profesorica, dekanja	Fakulteta za pomorstvo in promet, Univerza v Ljubljani
dr. Draško Veselinovič	predsednik uprave	Slovensko gospodarsko in raziskovalno združenje
mag. Benjamin Vrankar	vodja finančnega sektorja in Organa za potrjevanje	Slovenski regionalno razvojni sklad

\* Rezultati anketiranja izražajo stališča izvedencev in ne nujno tudi ustanov, v katerih so zaposleni.



# Metodološka pojasnila

# P2

## Razlika med podatki GEM in podatki poslovnih registrov ali AJPES

Kljub dolgoletnemu pojasnjevanju razlik med podjetništvom kot procesom, v katerem sodeluje posameznik, ter podjetništvom, ki se ukvarja z organizacijskimi in pravnimi subjekti (d.d., d.o.o., s.p.), še vedno pogosto prihaja do mešanja podjetniškega procesa in poslovnega registra, do mešanja ljudi in organizacij. Oba vidika je pomembno proučevati, vendar pa vsak zahteva svoje podatkovne vire. Kadar se ukvarjamo s podjetji kot organizacijskimi in poslovnimi subjekti, lahko uporabljamo podatkovne podlage, ki nam jih ponujajo poslovni registri, AJPES, slovenski statistični urad, Eurostat ali druge specializirane organizacije in podjetja, ki se ukvarjajo s poslovnimi podatki (e-Bonitete, GVIN, ipd). Ko pa imamo opraviti z ljudmi, lahko vpogled v njihove sposobnosti, namere, strahove, ambicije ipd. dobimo samo tako, da z zanesljivo metodologijo anketiramo statistično zanesljiv vzorec prebivalstva.

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

- Podatki GEM so pridobljeni v raziskavi, ki je harmonizirana med vsemi sodelujočimi državami. Kljub iniciativam Eurostata, OECD in Svetovne banke harmonizacija podatkov nacionalnih poslovnih registrov še ni uresničena.
- Metodologija GEM vsebuje statistično negotovost agregatnih rezultatov (na ravni države), kar lahko ponazarjamo z objavljanjem intervalov zanesljivosti za ugotovljene podjetniške indekse. Podatki iz poslovnega registra so »številčni podatki« in kot taki ne zahtevajo intervala zanesljivosti. Vendar je število »umetnih« registracij za določene države neznan. Nekateri podjetji sploh niso registrirani (ali se jim ni treba registrirati), nekatera podjetja so registrirana samo zaradi davčnih razlogov, ne da bi v njih potekala karšna koli podjetniška aktivnost. Obseg, v kolikšni meri se to dogaja, med državami verjetno močno variira.
- GEM spremlja ljudi, ki so v procesu ustanavljanja podjetja (nastajajoči podjetniki), kakor tudi ljudi, ki so lastniki in managerji svojega podjetja (nova in ustaljena podjetja). To vključuje

tudi svobodne poklice ali druge podjetnike, ki se jim ni treba registrirati. GEM tudi ugotavlja nagnjenost k podjetništvu in njegovo dojetje. Vpogled v najzgodnejše faze podjetništva in duh podjetnosti pa je seveda zelo relevantna informacija za oblikovalce ekonomske in razvojne politike.

- Bistvo GEM ni v preštevanju podjetij in izračunavanju stopnje ustanavljanja podjetij. Gre za merjenje podjetniškega duha in podjetniške aktivnosti v različnih fazah podjetniškega procesa. Zato podatki GEM niso najboljši vir za proučevanje podjetij (kot pravnih subjektov) in njihovih značilnosti. Za panožno razvrstitev obstoječih podjetij so npr. zagotovo boljši podatki, ki jih zagotavljajo poslovni registri (razen morda v državah, v katerih GEM zajame res veliko število respondentov, kot npr. v Španiji ali Veliki Britaniji).
- GEM pa ponuja številne podatke, ki jih ni mogoče dobiti iz poslovnih registrov. Takšni primeri so motivacija za samozaposlovanje, raven podjetniške aktivnosti, strah pred neuspehom ali pričakovanja bodoče rasti. Vendarle pa je pri tem treba biti pozoren na to, da se takšne značilnosti ugotavljajo na primernem (in dovolj velikem) vzorcu. V ta namen je ponekod smiselno združevati vzorce GEM iz več let.

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

## 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](http://www.gemconsortium.org) → *about gem* → *gem wiki* → *definitions* → *measures*

Mera	Opis
<b>Odnos do podjetništva in njegovo dojetanje (Entrepreneurial attitudes and perceptions)</b>	
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.
<b>Podjetniška aktivnost (Entrepreneurial activity)</b>	
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 ustaljenega 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 ustaljenega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).

Mera	Opis
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. 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 nujne: relativni delež (Necessity-driven entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek posameznikov, ki so vključeni v zgodnjo podjetniško aktivnost (kot je opredeljena zgoraj) zaradi nujne, 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 odstotkom razvojno usmerjenih podjetnikov in odstotkom podjetnikov iz nujne.

#### Podjetniške aspiracije (Entrepreneurial aspirations)

Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo zaposlovanja (Job 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), ki pričakujejo, da bodo čez pet let zaposlovali določeno število ljudi (več kot 5, 10 ali več, več kot 19).
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo zaposlovanja: relativni delež (Job expectation early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov (nastajajoči in novi), ki pričakujejo, da bodo čez pet let zaposlovali določeno število ljudi (več kot 5, 10 ali več, več kot 19).
Delež inovativnih zgodnjih podjetnikov (Percentage of respondents within TEA: reporting some new product/market combination: the product is new to all/most customers AND there are no/few competitors)	Odstotek zgodnjih podjetnikov, ki izjavljajo, da imajo neko novo kombinacijo izdelka in trga: da je njihov izdelek nov za vse ali večino kupcev IN da imajo nič ali malo konkurentov.
Mednarodno usmerjena zgodnja podjetniška aktivnost: relativni delež (International oriented early-stage entrepreneurial activity: relative prevalence)	Odstotek zgodnjih podjetnikov ki, navajajo, da je vsaj 25 % njihovih kupcev iz drugih držav.



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

## Opis GEM-ovih okvirnih pogojev za podjetništvo

Okvirni pogoj		Opis
Tema	Opis	
A	Finančna podpora	Razpoložljivost različnih finančnih virov – lastniški in dolžniški viri financiranja – za MSP, vključno z garancijami in subvencijami.
B	Vladne politike	Obseg, v katerem javne politike podpirajo podjetništvo. Okvirni pogoj ima dve komponenti: a) podpora – podjetništvo kot pomembno gospodarsko vprašanje (ocena vladne podpore za MSP); b) 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).
C	Vladni programi	Prisotnost in kakovost vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva (spodbuda za MSP), na vseh vladnih ravneh (nacionalni, regionalni, občinski).
D	Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo	Obseg, v katerem je usposabljanje pri ustanavljanju ali vodenju MSP vključeno v izobraževanje in usposabljanje na vseh ravneh. Okvirni pogoj ima dve komponenti: a) razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v osnovni in srednji šoli; b) razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo po srednji šoli (poklicno izobraževanje, fakultete, poslovne šole itd.)
E	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).
F	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).
G	Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu	Okvirni pogoj ima dve komponenti: a) dinamičnost – stopnja spremembe trga iz leta v leto; b) odprtost, bremena – v kolikšni meri lahko nova podjetja prosto vstopijo na obstoječa tržišča.
H	Fizična infrastruktura	Enostaven dostop do razpoložljive fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij (na primer komunikacije, komunalne storitve, ceste, zemljišče ali prostor), po ceni, ki ne diskriminira MSP.
I	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.

# Podatkovne tabele

# P3

Tabela 1: Elementi podjetniške zmogljivosti in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi, GEM 2017, 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
<b>faktorska gospodarstva</b>								
Indija	52,96	56,18	44,79	50,91	44,92	42,05	34,52	14,06
Kazahstan	59,65	80,11	49,07	78,38	50,42	64,68	19,44	51,51
Madagaskar	83,62	77,78	53,27	84,54	24,4	55,41	40,25	45,04
Vietnam	62,11	74,77	81,08	46,21	46,41	53,03	54,85	32,36
<i>netehtano povprečje</i>	<i>64,59</i>	<i>72,21</i>	<i>57,05</i>	<i>65,01</i>	<i>41,54</i>	<i>53,79</i>	<i>37,27</i>	<i>35,74</i>
<b>učinkovitostna gospodarstva</b>								
Argentina	60,4	47,43	47,29	65,23	29,65	43,08	42,45	14,04
Bolgarija	54,29	67,98	47,56	64,65	19,46	38,36	44,03	5,57
Bosna in Hercegovina	62,66	65,64	26,39	82,31	13,42	35,49	34,47	6,75
Brazilija					46,42	55,89	43,48	18,73
Čile	73,76	62,87	62,04	59,34	55,53	61,83	32,41	47,26
Egipt	75,94	82,01	68,71	73,83	43,51	46,6	34,04	57,57
Ekvador	60,63	60,68	71,48	63,17	51,15	74,06	31,7	52,32
Gvatemala	91,91	73,42	55,06	69,92	53,31	64,49	35,18	46,05
Hrvaška	62,19	47,71	48,13	77,47	33,59	50,84	37,1	22,83
Indonezija	70,01	80,95	83,82	67,78	47,74	57,34	50	28,33
Iran	48,28	79,4	49,39	53,35	33,62	53,35	43,91	42,34
Kitajska	66,35	74,57	71,02	51,76	35,21	27,24	40,68	19,97
Kolumbija	68,42	75,34	52,08	48,54	52,4	68,5	28,08	56,86
Latvija	57,49	58,54	58,19	51,87	36,28	49,03	46,13	21,84
Libanon					59,18	74,61	34,37	40
Malezija	77,06	69,88	83,15	65,74	45,06	46,12	47,69	28,3

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
Maroko	75,81	63,26	45,87	72,47	37,7	49,64	51,87	30,74
Mehika	50,67	52,34	57,87	52,52	36,38	50,07	27,46	18,75
Panama	60,16	67,46	52,57	50,96	48,86	57,59	22,97	23,68
Peru	64,72	62,86	74,34	56,48	55,77	67,55	30,74	48,72
Poljska	79,26	67,73	50,5	49	68,83	52,36	43,58	11,23
Republika Južna Afrika	69,36	74,86	72,68	64,33	43,17	39,93	36,19	15,21
Saudova Arabija	69,66	69,25	66,86	60,57	79,47	71,82	37,32	33,65
Slovaška	47,55	59,99	59,03	70,73	25,82	48,45	45,75	14,88
Tajska	74,72	74,48	84,25	89,01	49,13	48,86	58,93	44,89
Urugvaj	54,86	51,94	54,28	65,21	36,86	57,52	37,01	32,2
<i>netehtano povprečje</i>	<i>65,80</i>	<i>64,91</i>	<i>63,76</i>	<i>63,37</i>	<i>47,91</i>	<i>53,63</i>	<i>39,96</i>	<i>27,48</i>
<b>inovacijska gospodarstva</b>								
Avstralija	53,87	68,91	74	79,03	51,39	49,3	41,79	15,35
Ciper	66,2	61,53	50,51	51,93	51,01	46,35	54,85	18,4
Estonija	54,22	64,74	60,99	57,01	60,95	49,72	36,84	22,33
Francija	59,06	74,21	47,04	53	34,13	36,31	38,3	19,08
Grčija	63,36	66,49	43,35	61,26	13,74	43,4	70,19	7,38
Irska	53,24	81,88	72,94		44,5	42,21	39,22	14,79
Italija	64,17	73,21	54,94	68,92	28,78	30,39	51,11	12,17
Izrael	65,16	86,07	55,32	41,01	58,29	44,14	54,71	30,61
Japonska	24,27	51,96	56,17	43,01	7,41	10,77	43,96	7,5
Južna Koreja	47,24	68,57	60,48	67,11	35,3	45,68	32,56	25,01
Kanada	65,61	73,96	76,5	74,85	60,23	55,59	47,17	23,09
Katar	65,93	77,32	54,04	57,02	45,59	41,07	43,34	18,79
Luksemburg	42,98	69,95	48,67	44,8	54,77	40,86	50,58	16,51
Nemčija	51,31	77,9	49,53	62,83	41,96	37,45	41,95	8,85
Nizozemska	81	67,5	63,18	63	64,09	44,61	32,9	10,41
Portoriko	22,56	52,3	81,15	55,57	27,97	46,65	33,35	24,73
<b>Slovenija</b>	<b>55,12</b>	<b>73,42</b>	<b>72,65</b>	<b>80,45</b>	<b>34,6</b>	<b>53,31</b>	<b>34,77</b>	<b>16,72</b>
Španija	53,83	47,88	50,91	71,39	31,86	44,8	43,55	6,83
Švedska	53,6	70,52	64,69	64,31	79,49	34,5	43,07	10
Švica	53,02	73,2	58,96	60,23	47,16	42,09	35,23	12,26
Tajvan	71,08	60,13	81,32		26,57	25,89	42,24	29,54
Velika Britanija	55,59	75,6	58,48		42,98	48,21	37,27	9,21
ZDA	63,05	75,49	74,48	52,42	63,59	54,31	34,45	18,97
Združeni arabski emirati	82,73	87,77	84,46	82,33	35,45	64,79	53,57	56,27
<i>netehtano povprečje</i>	<i>57,01</i>	<i>70,02</i>	<i>62,28</i>	<i>61,50</i>	<i>43,41</i>	<i>43,02</i>	<i>43,21</i>	<i>18,12</i>

\* Vsi kazalniki so izraženi 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 ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja;

- 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 izraženi v odstotku ljudi, starih od 18 do 64 let.

Tabela 2: Vključenost prebivalstva v posamezne faze podjetniškega procesa, GEM 2017, APS

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost-TEA	TEA-priložnost kot % odraslega prebivalstva	TEA-nujnost kot % odraslega prebivalstva	TEA-priložnost kot % indeksa TEA	TEA-nujnost kot % indeksa TEA	Razvojno usmerjeni podjetniki kot % indeksa TEA	Motivacijski indeks	Ustajeni podjetniki	Prenehanje poslovanja kot % indeksa TEA
<b>faktorska gospodarstva</b>											
Indija	4,85	4,56	9,28	3,62	3,58	39,05	38,60	28,88	0,75	6,22	3,24
Kazahstan	7,96	3,84	11,32	7,87	2,02	69,51	17,84	31,75	1,78	2,41	7,17
Madagaskar	10,93	11,20	21,76	16,91	4,69	77,69	21,58	46,51	2,16	29,42	6,72
Vietnam	2,47	20,80	23,27	19,58	3,69	84,15	15,85	72,92	4,60	24,66	4,23
<i>netehtano povprečje</i>	<i>6,55</i>	<i>10,10</i>	<i>16,41</i>	<i>12,00</i>	<i>3,50</i>	<i>67,60</i>	<i>23,47</i>	<i>45,02</i>	<i>2,32</i>	<i>15,68</i>	<i>5,34</i>
<b>učinkovitostna gospodarstva</b>											
Argentina	3,93	2,1	5,97	4,62	1,28	77,45	21,44	52,77	2,46	6,71	3,03
Bolgarija	1,75	1,95	3,7	2,70	0,99	73,11	26,89	28,54	1,06	6,45	1,26
Bosna in Hercegovina	2,53	1,42	3,95	2,71	1,12	68,74	28,25	33,41	1,18	1,37	1,3
Brazilija	4,44	16,32	20,3	12,05	8,10	59,38	39,92	46,43	1,16	16,5	5,29
Čile	14,71	9,69	23,8	17,39	6,13	53,53	42,73	27,06	0,63	9,94	7,13
Egipt	6,48	6,95	13,25	7,09	5,66	73,06	25,74	59,72	2,32	5,69	10,24
Ekvador	21,17	9,75	29,62	16,98	12,54	57,31	42,33	36,72	0,87	15,35	8,82
Gvatemala	13,77	11,7	24,75	16,69	7,95	67,43	32,11	52,29	1,63	12,29	5,97
Hrvaška	6,13	2,91	8,91	5,63	3,09	63,2	34,69	41,17	1,19	4,41	3,95
Indonezija	3,58	3,89	7,47	5,55	1,85	74,31	24,77	42,61	1,72	10,38	4,83
Iran	6,75	6,88	13,32	9,17	3,98	68,87	29,87	47,64	1,59	10,63	6,58
Kitajska	3,66	6,4	9,87	6,52	3,20	66,01	32,41	32,54	1,00	6,83	2,81
Kolumbija	10,81	8,1	18,68	14,46	3,75	77,42	20,05	59,37	2,96	8,67	6,45
Latvija	9,44	5,12	14,15	10,19	3,21	72,03	22,72	46,88	2,06	7,73	4,16
Libanon	8,59	16,04	24,13	14,82	9,16	61,4	37,97	41,49	1,09	33,2	6,62
Malezija	15,35	6,58	21,6	19,29	1,51	89,31	6,98	64,36	9,22	3,82	8,27
Maroko	4,19	4,64	8,76	6,77	1,96	77,3	22,34	35,39	1,58	10,43	4,49
Mehika	10,64	3,61	14,14	10,31	3,61	72,92	25,52	54,72	2,14	1,4	3,53
Panama	10,08	6,44	16,18	12,84	3,20	79,33	19,76	62,61	3,17	4,67	2,73
Peru	18,74	6,51	24,6	19,74	4,10	80,23	16,66	62,26	3,74	7,44	6,16
Poljska	6,71	2,15	8,85	7,98	0,80	90,17	8,99	67,56	7,52	9,76	2,84
Republika Južna Afrika	7,45	3,76	10,96	8,23	2,73	75,08	24,92	36,42	1,46	2,15	6,03
Saudova Arabija	4,75	6,92	11,45	7,50	3,73	65,46	32,54	37,34	1,15	3,16	8,77

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost-TEA	TEA-priložnost kot % odraslega prebivalstva	TEA-nujnost kot % odraslega prebivalstva	TEA-priložnost kot % indeksa TEA	TEA-nujnost kot % indeksa TEA	Razvojno usmerjeni podjetniki kot % indeksa TEA	Motivacijski indeks	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje poslovanja kot % indeksa TEA
učinkovitostna gospodarstva											
Slovaška	8,2	3,75	11,8	7,25	4,10	61,44	34,75	47,46	1,37	10	4,21
Tajska	10,63	12,11	21,62	18,76	1,90	86,77	8,78	69,37	7,90	15,18	9,15
Urugvaj	10,74	4,25	14,74	11,40	3,17	77,31	21,48	48,97	2,28	6,43	4,98
<i>netehtano povprečje</i>	<i>8,66</i>	<i>6,54</i>	<i>14,87</i>	<i>10,64</i>	<i>3,95</i>	<i>71,87</i>	<i>26,33</i>	<i>47,50</i>	<i>2,48</i>	<i>8,87</i>	<i>5,37</i>
inovacijska gospodarstva											
Avstralija	6,38	5,94	12,21	10,03	2,06	82,15	16,82	63,03	3,75	9,01	3,82
Ciper	3,61	3,82	7,33	5,16	2,12	70,38	28,91	46,72	1,62	8,91	4,25
Estonija	13,43	6,21	19,38	14,67	3,61	75,7	18,6	50,87	2,73	11,37	4,41
Francija	2,90	1,08	3,92	3,05	0,81	77,62	20,6	61,51	2,99	3,58	3,30
Grčija	2,26	2,61	4,82	3,85	0,97	79,81	20,19	36,98	1,83	12,42	5,11
Irska	5,82	3,25	8,93	6,84	1,86	76,54	20,88	52,09	2,49	4,37	3,29
Italija	2,66	1,73	4,28	3,22	0,60	75,23	13,97	35,21	2,52	5,95	2,06
Izrael	8,44	5,14	12,78	9,69	2,09	75,85	16,37	33,07	2,02	3,32	4,73
Japonska	3,18	1,60	4,68	3,73	0,73	79,56	15,56	52,19	3,35	6,34	1,45
Južna Koreja	6,15	6,87	12,98	9,88	2,85	76,12	21,95	64,23	2,93	11,37	2,67
Kanada	11,34	8,05	18,75	14,83	3,21	79,09	17,1	53,6	3,13	6,18	6,85
Katar	4,68	2,83	7,43	6,12	0,89	82,35	12,03	47,42	3,94	1,26	5,78
Luksemburg	6,66	2,61	9,05	7,26	1,23	80,24	13,56	55,33	4,08	3,27	3,21
Nemčija	3,37	2,00	5,28	4,18	0,58	79,04	11,05	59,88	5,42	6,05	1,63
Nizozemska	4,72	5,43	9,92	8,32	0,72	83,84	7,23	72,59	10,04	8,63	3,13
Portoriko	9,47	1,44	10,63	7,14	3,37	67,14	31,65	42,32	1,34	1,64	2,73
<b>Slovenija</b>	<b>4,02</b>	<b>2,96</b>	<b>6,85</b>	<b>5,07</b>	<b>1,34</b>	<b>74</b>	<b>19,6</b>	<b>48,41</b>	<b>2,47</b>	<b>6,76</b>	<b>2,29</b>
Španija	2,76	3,54	6,19	4,24	1,75	68,53	28,27	48,16	1,70	7,05	1,88
Švedska	5,25	2,11	7,29	5,60	0,55	76,84	7,54	44,82	5,94	4,17	2,48
Švica	4,68	3,91	8,47	6,67	1,18	78,69	13,92	67,61	4,86	10,51	1,14
Tajvan	3,63	5,02	8,56	7,24	1,32	84,62	15,38	56,44	3,67	12,07	4,01
Velika Britanija	4,35	4,17	8,40	6,91	1,14	82,2	13,58	60,75	4,47	6,67	2,57
ZDA	9,35	4,60	13,64	11,75	1,44	86,18	10,58	76,26	7,21	7,75	3,98
Združeni arabski emirati	3,96	5,06	8,97	7,15	1,48	79,7	16,49	55,55	3,37	5,63	9,09
<i>netehtano povprečje</i>	<i>5,54</i>	<i>3,83</i>	<i>9,20</i>	<i>7,19</i>	<i>1,58</i>	<i>77,98</i>	<i>17,16</i>	<i>53,54</i>	<i>3,66</i>	<i>6,85</i>	<i>3,58</i>

Tabela 3: Izbrani kazalniki iz profila celotne zgodnje podjetniške aktivnosti, GEM 2017, APS

Država	Ženske TEA (% odrasle populacije)	Moški TEA (% odrasle populacije)	Delež žensk (% v TEA)	Delež moških (% v TEA)	Nič delovnih mest v petih letih (% TEA)	1 do 5 delovnih mest v petih letih (% TEA)	6 ali več delovnih mest v petih letih (% TEA)	Stopnja inovativnosti* (% TEA)
<b>faktorska gospodarstva</b>								
Indija	8,2	10,3	44,41	55,59	63,5	27,0	9,5	25,6
Kazahstan	11,3	11,4	49,80	50,20	67,6	7,0	25,4	23,5
Madagaskar	20,6	23,0	47,25	52,75	64,1	34,7	1,1	20,9
Vietnam	24,8	21,7	53,27	46,73	59,9	31,1	9,1	13,9
<i>netehtano povprečje</i>	<i>16,23</i>	<i>16,6</i>	<i>48,68</i>	<i>51,32</i>	<i>63,8</i>	<i>24,9</i>	<i>11,3</i>	<i>21,0</i>
<b>učinkovitostna gospodarstva</b>								
Argentina	5,4	6,5	45,31	54,69	42,6	44,7	12,7	14,0
Bolgarija	3,0	4,4	41,05	58,95	72,1	26,2	1,7	10,9
Bosna in Hercegovina	2,7	5,2	34,62	65,38	74,1	22,8	3,1	13,9
Braziliya	20,7	19,9	51,01	48,99	63,5	27,1	9,4	13,4
Čile	19,6	28,0	41,10	58,90	22,3	47,9	29,8	54,0
Egipt	7,5	18,8	28,52	71,48	53,0	22,7	24,3	25,5
Ekvador	30,6	28,7	51,57	48,43	19,9	42,5	37,7	14,9
Gvatemala	21,8	27,9	43,88	56,12	37,8	31,8	30,4	19,9
Hrvaška	6,4	11,5	35,75	64,25	35,3	58,1	6,6	16,5
Indonezija	6,1	8,8	40,72	59,28	52,5	23,8	23,7	25,3
Iran	10,5	16,1	39,42	60,58	27,5	50,3	22,2	29,5
Kitajska	9,2	10,5	46,58	53,42	65,8	30,6	3,6	11,6
Kolumbija	18,2	19,2	48,65	51,35	34,6	30,4	35,0	16,2
Latvija	11,0	17,4	38,77	61,23	32,5	40,0	27,5	28,4
Libanon	19,8	28,8	40,72	59,28	55,8	40,1	4,1	46,9
Malezija	20,1	23,0	46,60	53,40	31,8	55,0	13,2	29,3
Maroko	4,7	12,9	26,87	73,13	27,5	61,8	10,8	31,7
Mehika	11,2	17,4	39,09	60,91	53,2	36,0	10,8	18,7
Panama	14,2	18,1	43,86	56,14	40,4	41,6	17,9	8,5
Peru	22,9	26,3	46,61	53,39	28,1	52,8	19,1	17,8
Poljska	7,7	10,0	43,68	56,32	59,3	25,8	14,9	12,1
Republika Južna Afrika	9,0	13,0	40,89	59,11	45,5	34,7	19,8	27,6
Saudova Arabija	10,3	12,4	45,47	54,53	53,0	24,2	22,9	29,2

Država	Ženske TEA (% odrasle populacije)	Moški TEA (% odrasle populacije)	Delež žensk (% v TEA)	Delež moških (% v TEA)	Nič delovnih mest v petih letih (% TEA)	1 do 5 delovnih mest v petih letih (% TEA)	6 ali več delovnih mest v petih letih (% TEA)	Stopnja inovativnosti* (% TEA)
Slovaška	9,8	13,8	41,44	58,56	20,7	47,3	32,0	29,7
Tajska	20,0	23,3	46,28	53,72	36,4	34,1	29,6	29,3
Urugvaj	11,3	18,4	38,12	61,88	36,8	42,6	20,6	26,2
<i>netehtano povprečje</i>	<i>12,83</i>	<i>16,93</i>	<i>41,79</i>	<i>58,21</i>	<i>43,2</i>	<i>38,3</i>	<i>18,6</i>	<i>23,1</i>
<b>inovacijska gospodarstva</b>								
Avstralija	9,2	15,3	37,47	62,53	35,3	36,5	28,2	28,5
Ciper	5,8	8,9	39,50	60,50	53,2	26,5	20,3	43,2
Estonija	14,4	24,5	36,93	63,07	46,6	45,4	8,0	40,9
Francija	2,4	5,5	30,74	69,26	34,1	38,7	27,2	30,2
Grčija	3,9	5,7	40,34	59,66	35,0	37,1	27,9	48,6
Irska	6,2	11,7	34,90	65,10	48,1	30,0	22,0	23,7
Italija	2,4	6,2	27,62	72,38	53,5	36,5	9,9	26,4
Izrael	10,7	14,8	42,02	57,98	42,7	30,4	26,9	42,7
Japonska	2,8	6,5	30,36	69,64	60,1	31,2	8,7	26,7
Južna Koreja	10,3	15,5	39,86	60,14	54,6	31,5	14,0	28,2
Kanada	15,0	22,6	39,86	60,14	47,1	24,5	28,4	24,7
Katar	7,4	7,4	49,77	50,23	53,3	37,0	9,7	26,3
Luksemburg	6,4	11,6	35,52	64,48	49,4	32,1	18,4	57,1
Nemčija	3,9	6,6	37,16	62,84	50,5	33,9	15,6	22,5
Nizozemska	9,4	10,5	47,21	52,79	27,1	50,0	22,9	25,2
Portoriko	8,3	13,2	38,73	61,27	37,6	17,3	45,0	37,9
<b>Slovenija</b>	<b>4,3</b>	<b>9,3</b>	<b>31,32</b>	<b>68,68</b>	<b>41,1</b>	<b>37,8</b>	<b>21,1</b>	<b>34,2</b>
Španija	5,6	6,8	45,02	54,98	58,0	33,4	8,6	25,0
Švedska	5,7	8,8	39,26	60,74	66,7	27,0	6,3	29,1
Švica	5,8	11,1	34,44	65,56	31,5	35,3	33,2	24,9
Tajvan	6,2	11,0	35,95	64,05	30,1	26,9	43,0	20,2
Velika Britanija	5,3	11,5	31,64	68,36	54,2	19,2	26,6	18,7
ZDA	10,7	16,7	39,01	60,99	46,9	29,7	23,4	27,1
Združeni arabski emirati	8,3	9,3	47,11	52,89	29,3	32,1	38,6	35,9
<i>netehtano povprečje</i>	<i>7,1</i>	<i>11,29</i>	<i>37,99</i>	<i>62,01</i>	<i>45,3</i>	<i>32,5</i>	<i>22,2</i>	<i>31,2</i>

\* Odstotek podjetnikov v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti, ki ocenjujejo, da imajo nov izdelek ali storitev in hkrati malo oziroma nič konkurence



# Raziskovalni timi in sponzorji GEM v letu 2017

# P4

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Argentina	IAE Business School	Silvia Torres Carbonell, Aranzazu Echezarreta, Juan Martin Rodriguez, Celina Cantu	Buenos Aires City Government – Economic Development Ministry	Celina Cantu – Universidad Austral
Avstralija	Queensland University of Technology	Per Davidsson, Paul Steffens, Paul Reynolds	Department of Industry, Innovation and Science; QUT Business School	Q&A Market Research Pty Ltd
Bolgarija	GEM Bulgaria	Iskren Krusteff, Mira Krusteff, Veneta Andonova, Petar Sharkov, Nusha Spirova, Svetozar Georgiev, Iskra Yovkova, Natanail Stefanov, Malina Kroumova, Stela Gavrilova	JEREMIE Bulgaria; Superhosting.bg; E&Y Bulgaria	Market Test JSC
Bosna in Hercegovina	Centre for Entrepreneurship Development Tuzla <i>in partnership with</i> Faculty of Economics University of Mostar, Centre for Project Management and Entrepreneurship of the Faculty of Economics of the University of Banja Luka	Bahrija Umihanić, Rasim Tulumović, Saša Petković, Jovo Ateljević, Matea Zlatković, Aziz Šunje, Zdenko Klepić, Majda Mujanović Babović, Ranko Markuš, Lidija Šunjić, Nikola Papac	Centre for Entrepreneurship Development Tuzla	IPSOS d.o.o. Sarajevo
Brazilija	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	Simara Maria de Souza, Silveira Greco, Morlan Luigi Guimarães	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP); Universidade Federal do Paraná (UFPR)	Zoom Serviços Administrativos Ltda

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Ciper	University of Cyprus – Centre for Entrepreneurship	Marios Dikaiakos, George Kassinis, Ariana Polyviou, Pantelitsa Eteokleous, Ioanna Tsioutsioumi, Nicos Nicolaou	Bank of Cyprus; European Commission; Ministry of Energy, Commerce, Tourism and Industry	IMR
Čile	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic, Tomas Serey	CORFO (Chilean Economic Development Agency); Universidad del Desarrollo; SOFOFA (Federation of Chilean Industry)	Questio, Estudios de Mercado y Opinion Limitada
Egipt	The American University in Cairo – School of Business	Ayman Ismail, Ahmed Tolba, Shima Barakat, Seham Ghalwash	USAID; The American University in Cairo – School of Business	PHI KNOWLEDGE
Ekvador	ESPAE Graduate School of Management – ESPOL	Virginia Lasio, Guido Caicedo, Xavier Ordeñana, Andrea Samaniego, Jack Zambrano, Edgar Izquierdo	ESPAE Graduate School of Management-ESPOL; Banco del Pacifico	Survey Data
Estonija	Foresight Centre	Meelis Kitsing, Kadri Mats	Foresight Centre; University of Tartu	Saar Poll
Francija	EMLYON Business School	Alain Fayolle, Catherine Laffineur	EMLYON Business School	Institut Think
Grčija	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Katerina Xanthi, Aggelos Tsakanikas, Sofia Stavraki, Ioannis Giotopoulos, Evaggelia Valavanioti	Aegean Airlines S.A.	Datapower SA
Gvatemala	Universidad Francisco Marroquin	Mónica de Zelaya, Carolina Uribe, Susana García-Prendes, Jershem David Casasola	Francisco Marroquín University – UFM-; Templeton Foundation	Khanti Consulting
Hrvaška	J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer, Nataša Šarlija, Sanja Pfeifer, Suncica Oberman Peterka	Croatian Banking Association; Ministry of Economy, Entrepreneurship and Crafts; CEPOR SME & Entrepreneurship Policy Centre; J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics	Puls d.o.o., Zagreb
Indija	Entrepreneurship Development Institute of India (EDII), Ahmedabad	Sunil Shukla, Pankaj Bharti, Amit Kumar Dwivedi, Shri N. S. Chatwal, MI Parray	Centre for Research in Entrepreneurship Education and Development (CREED)	IMRB International
Indonezija	UNPAR – Parahyangan Catholic University, Bandung, Indonesia	Gandhi Pawitan, Catharina Badra Nawangpalupi, Agus Gunawan, Maria Widayari, Triyana Iskandarsyah	UNPAR – Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia; Higher Education Directorate General, Republic of Indonesia	PT Idekami Indonesia

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan, Nezameddin Faghieh, Ali .Akbar Moosavi-Movahedi, Leyla Sarafraz, Asadolah Kordraeij, Jahangir Yadollahi Farsi, Mahmood Ahamadpour Daryani, S. Mostafa Razavi, Mohammad Reza Zali, Mohammad Reza Sepehri, Ali Rezaean	Labour Social Security Institute (LSSI); University of Tehran, Faculty of Entrepreneurship	University of Tehran, Faculty of Entrepreneurship
Irska	Fitzsimons Consulting / Dublin City University Business School	Paula Fitzsimons, Colm O'Gorman	Enterprise Ireland; Department of Business, Enterprise and Innovation	IFF Research
Italija	Centre for Innovation and Entrepreneurship – Università Politecnica delle Marche	Donato Iacobucci, Diego D'Adda, Francesca Micozzi, Alessandra Micozzi	Università Politecnica delle Marche; Fondazione Aristide Merloni	Doxa
Izrael	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz, Yoash Avrahami	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Dialogue Corporation
Japonska	Musashi University	Noriyuki Takahashi, Takeo Isobe, Yuji Honjo, Takehiko Yasuda, Masaaki Suzuki	Mitsubishi Research Institute	Social Survey Research Information Co Ltd (SSRI)
Južna Koreja	Korea Insitute of Startup and Entrepreneurship Development, Korea Entrepreneurship Foundation	Siwoo Kang, Miae Kim, Hyeram Kim, Chaewon Lee, Dohyeon Kim, Byungheon Lee, Choonwoo Lee, Sunghyun Cho, MoonSun Kim	Ministry of SMEs and Startups	Korea Gallup
Kanada	The Centre for Innovation Studies (THECIS)	Peter Josty, Chad Saunders, Jacqueline Walsh, Charles Davis, Dave Valliere, Howard Lin, Etienne St-Jean, Nathan Greidanus, 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, Sandra Schillo, Sigal Haber, Amanda Williams, Annalise Huynh	Futurpreneur; Government of Alberta; Government of Ontario; Innovation Science and Economic Development Canada	Elemental Data Collection Inc.

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Katar	Qatar Development Bank	Farha Alkuwari, Ahmad Hawi, Ibrahim Al-Mannai, Maha Alsulaiti, Ahmed Badawy	Qatar Development Bank	Intelligence Qatar
Kazahstan	Nazarbayev University Graduate School of Business	Dmitry Khanin, Venkat Subramanian, Assel Uvaliyeva, Nurlan Kulbatyrov, Shynggys Turez, Yerken Turganbayev, Aiman Yedigeyeva, Bakyt Ospanova	Nazarbayev University Graduate School of Business	JSC Economic Research Institute
Kitajska	Tsinghua University	Gao Jian, Cheng Yuan, Rui Mu, Lin Li, Hongbo Chen, Hongmei Yang, Rui Mu	Tuspark	Horizon Research Consultancy Group
Kolumbija	Universidad Icesi, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana Cali, Universidad EAN, CECAR, Universidad Cooperativa de Colombia	Rodrigo Varela Villegas, Jhon Alexander Moreno, Fabian Osorio, Sara Lopez, Liyis Gómez, Francisco Matiz, Piedad Martínez, Jairo Orozco, León Dario Parra, Piedad Buelvas, Gustavo García, Fernando Pereira, Diana Riveros, María Camila Franco, Moises Galvis	Universidad Icesi; Universidad del Norte; Pontificia Universidad Javeriana Cali	INFO Investigaciones S.A.S.
Latvija	Stockholm School of Economics in Riga	Marija Krumina, Anders Paalzow, Alf Vanags	TeliaSonera AB	SKDS
Libanon	Lebanese American University	Wissam AlHussaini, Elie Akhrass, Stephen Hill, Hana Barakat, Nadim Zaazaa, Mario Ramadan	UK Lebanon Tech Hub	Information International
Luksemburg	STATEC – National Statistical Office	Cesare Riillo, Chiara Peroni, Francesco Sarracino, Bruno Rodrigues	Chambre de Commerce Luxembourg; Ministère de l'Économie et du Commerce Extérieur; STATEC – National Statistical Office	TNS ILRES
Madagaskar	Institut National Des Sciences Comptables et de l'Administration d'Entreprises	Claudine Ratsimbazafy, Félix Rasoloarjaona, Oly Harimino Rakoto, Ida Rajaonera, Faly Rakotomanana, Mamy Tiana Rasolofoson, Paul Gilde Ralandison, Hasina Rasolonjatovo, Lova Rakotomalala	International Development Research Centre (IDRC)	INSTAT
Malezija	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier, Mohar bin Yusof, Leilanie binti Mohd Nor, Samsinar Md. Sidin	Universiti Tun Abdul Razak	Metrix

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Maroko	Université Hassan II – Casablanca	Khalid El Ouazzani, Abdellatif Komat, Salah Koubaa, Fatima Boutaleb, Hind Malainine, Riad Mekouar, Sara Yassine, Ahmed Benmejdoub, Meryem Kabbaj	Université Hassan II – Casablanca	ClaireVision
Mehika	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Daniel Moska Arreola, José Manuel Aguirre, Elvira Naranjo, Marcia Campos Ernesto Amorós, Natzin López	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey; Instituto Yucateco de Emprendedores	Berumen y Asociados
<i>Regionalni timi</i>				
Ciudad de México	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Luis Alfredo Hernández López		
León	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Paola Georgina García López		
Guadalajara	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Mario Adrián Flores, Lucía Rodríguez Aceves, Edgar Muñoz Avila, José Manuel Saiz Álvarez		
Monterrey	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Marcia Villasana		
Puebla	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Margarita Herrera Avilés, Lizbeth González Tamayo, Kenneth E. Hernández Ruiz		
Querétaro	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Rafaela Diegoli Bueckmann, Francisco Lezama Pacheco, Jesus Patiño, Irene de la Torre Cuellar, Carlos Álvarez Lavandeira		
San Luis Potosí	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Rafael A. Tristán		
Zacatecas	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Zahira Amalia De la Fuente Valadez, Claudia Verónica Chávez Corona, Eduardo López de Lara Díaz, Martha Cecilia Segura del Villar		
Jukatan	Instituto Yucateco de Emprendedores	Francisco Lezama Pacheco, Jesus Patiño, Irene de la Torre Cuellar, Carlos Álvarez Lavandeira		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Nemčija	Institute of Economic and Cultural Geography, Leibniz Universität Hannover, RKW Kompetenzzentrum	Rolf Sternberg, Johannes von Bloh, Matthias Wallisch, Armin Baharian, Natalia Gorynia-Pfeffer	RKW Kompetenzzentrum	Umfragezentrum Bonn
Nizozemska	Panteia / EIM	Jacqueline Sniijders, Roy Thurik, Amber van der Graaf, André van Stel, Paul van der Zeijden, Jan de Kok, Ton Geerts	The Ministry of Economic Affairs of the Netherlands	Panteia
Panama	City of Knowledge's Innovation Center, IESA Management School (Panama Campus)	Manuel Lorenzo, Gabino Ayarza, Carla Donalicio, Federico Fernández Dupouy	City of Knowledge Foundation	IPSOS
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida, Carlos Guerrero, Jessica Alzamora, Armando Borda, Oswaldo Morales	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship; Imasen	Imasen
Poljska	Polish Agency for Enterprise Development, University of Economics in Katowice	Anna Tarnawa, Paulina Zadura-Lichota, Melania Niec, Przemyslaw Zbierowski, Mariusz Bratnicki, Katarzyna Bratnicka	Ministry of Economic Development; University of Economics in Katowice	Centrum Badan Marketingowych INDICATOR
Portoriko	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Marines Aponte, Marta Alvarez, Manuel Lobato	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus; Instituto de Estadísticas de Puerto Rico	Gaither International
Republika Južna Afrika	Faculty of Commerce, University of Cape Town	Mike Herrington, Penny Kew	Small Enterprise Development Agency (Seda)	Nielsen South Africa
Saudova Arabija	Prince Mohammad Bin Salman College (MBSC) of Business & Entrepreneurship, The Babson Global Center for Entrepreneurial Leadership (BGCEL) at MBSC	Ignacio de la Vega, Alicia Coduras, Muhammad Azam Roomi, Osama M. Ashri	Lockheed Martin Corporation; The Babson Global Center for Entrepreneurial Leadership (BGCEL) at MBSC	TOP LEVEL MENA monitored by OPINOMETRE INSTITUTE LLS
Slovaška	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova, Marian Holienka, Zuzana Kovacicova, Juraj Mikus, Jan Rehak, Jozef Komornik	Slovak Business Agency (SBA); Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	eCALL Slovakia
Slovenija	University of Maribor, Faculty of Economics and Business	Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Katja Crnogaj, Karin Širec, Barbara Bradač Hojnik, Matej Rus	SPIRIT Slovenia; Slovenian Research Agency; Institute for Entrepreneurship and Small Business Management at Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Mediana

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Španija	UCEIF Foundation-CISE / GEM Spain Network	Ana Fernandez-Laviada, Federico Gutiérrez Solana, Iñaki Peña	GEM Spain Network; Santander Bank; Fundación Rafael Del Pino	Instituto Opinòmetre S.L.
<i>Regionalni timi</i>				
Andaluzija	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro		
Aragonija	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata		
Asturija	Univesidad de Oviedo	Juan Ventura Victoria, Enrique Loredó Fernández		
Baleari	Universitat de les Illes Balears	Julio Batle Lorente, María Sard Bauzá		
Kanarski otoki	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino		
Kantabrija	Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada, Carlos López Gutiérrez		
Kastilija in Leon	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín, Nuria González Álvarez		
Kastilija - Manča	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno		
Katalonija	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans	Carlos Guallarte Nuez		
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza		
Valencija	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras, Ignacio Mira Solves		
Estremadura	Fundación Xavier de Salas-Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón, J. Carlos Díaz Casero		
Galicija	Universidad de Santiago de Compostela	Loreto Fernández Fernández, Isabel Neira Gómez		
La Rioja	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas	Luis Ruano Marrón		
Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE), Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López		
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes		
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez, Alicia Rubio Bañón		
Navara	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart		
Baskija	Universidad del País Vasco, Deusto Business School	María Saiz Santos, José L. González-Pernía		

Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Švedska	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm, Per Thulin, Carin Holmquist, Ylva Skoogberg	Confederation of Swedish Enterprise; Vinnova	Ipsos
Švica	School of Management (HEG-FR) Fribourg	Rico Baldegger, Siegfried Alberton, Andrea Huber, Onur Saglam, Pascal Wild, Raphaël Gaudart, Gabriel Simonet	School of Management Fribourg (HEG-FR); Swiss Federal Institute of Technology Zurich (ETH); University of Applied Sciences and Arts of Southern Switzerland (SUPSI)	gfs.bern
Tajska	Bangkok University – School of Entrepreneurship and Management (BUSEM)	Ulrike Guelich	Bangkok University	Intage (Thailand) Co. Ltd.
Tajvan	Taiwan Academy of Banking and Finance	Yang-Cheng Lu, Sheng Pen Peng, Yi-Wen Chen, Ru-Mei Hsieh, Don Jyh-Fu Jeng, Chen Li Hua, Shih-Feng Chou, Sheng Pen Peng, An-Yu Shih	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs of Taiwan	NCCU Survey Center
Urugvaj	IEEM Business School, University of Montevideo	Leonardo Veiga	University of Montevideo; Deloitte Uruguay	Equipos Mori
Velika Britanija	Aston University and Enterprise Research Centre	Mark Hart, Jonathan Levie, Tomasz Mickiewicz, Michael Anyadike-Danes, Karen Bonner, Ute Stephan, Isabella Moore, Wendy Ferris, Laura Heery, Niels Bosma	Department for Business, Energy and Industrial Strategy (BEIS); Welsh Government; Power to Change; Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde; Invest Northern Ireland; Royal Bank of Scotland; Aston University	BMG Ltd
Vietnam	Vietnam Chamber of Commerce and Industry	Luong Minh Huan, Pham Thi Thu Hang, Doan Thuy Nga, Doan Thi Quyen, Do Vu Phuong Anh	Vietnam Chamber of Commerce and Industry	Vietnam Chamber of Commerce and Industry
ZDA	Babson College	Julian Lange, Abdul Ali, Candida Brush, Marcia Cole, Andrew Corbett, Donna Kelley, Phillip Kim, Mahdi Majbouri	Babson College	Elemental



Tim	Ustanova	Člani	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Združeni arabski emirati	United Arab Emirates University Science and Innovation Park	<i>Steering Committee:</i> Nihel Chabrak, Yehya Al Marzouqi, Mohamed Al Hajeri, Hadeif Al Shamsi, Faisal Alhmoudi, Essam Omran Saleh Disi, Omar Obeidat; <i>Operations:</i> Nihel Chabrak, Chafik Bouhaddioui, Llewellyn Thomas, Elif Bascavusoglu-Moreau, Eissa Eid Jawhar AlFaraj Al Rumaithi, Nizar Cheniour, Essam Omran Saleh Disi, Sophia Korayim, Jean O'Neill, Naema Al Shamsi	United Arab Emirates University	TOP LEVEL MENA monitored by OPINOMETRE INSTITUTE LLS



## Avtorji

# P5

### 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](http://www.podim.org)), predsednik sveta univerzitetnega inkubatorja Tovarna podjetmov ([www.tovarnapodjemov.org](http://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. Vodi raziskovalni program Podjetništvo za inovativno družbo in je članica raziskovalnih timov 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 fakultetne komisije za ocenjevanje kakovosti, članica raziskovalnih timov Globalni podjetniški monitor in Slovenski podjetniški observatorij ter članica komisije za področje ekonomije v projektu Mladi za napredek Maribora. Aktivno sodeluje v raziskovalnem programu Podjetništvo za inovativno družbo. V doktorski disertaciji je proučevala vpliv izbranih institucionalnih in individualnih dejavnikov na podjetniško aktivnost ter njihovo povezavo z gospodarskim in družbenim napredkom. Raziskovalno se ukvarja tudi s podjetniškimi merami, mednarodnim podjetništvom, podjetniškim povezovanjem, 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.

## Barbara Bradač Hojnik



Dr. Barbara Bradač Hojnik je izredna profesorica 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. 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. Je avtorica več znanstvenih in strokovnih člankov ter monografij 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 institucij 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](http://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 sokreira čezmejno iniciativo 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](http://www.podim.org)), ekspert evropskega Startup Monitor Tracker ter nosilni avtor priročnika in orodja za poslovno načrtovanje ([www.poslovninacrt.org](http://www.poslovninacrt.org)).



## Karin Širec

Dr. Karin Širec je izredna profesorica za področje podjetništva in ekonomiko poslovanja na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru, kjer je od leta 1996 članica Katedre za podjetništvo in ekonomiko poslovanja in 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 in članica raziskovalnega programa Podjetništvo za inovativno družbo. Sodelovala je na številnih domačih in tujih strokovnih in znanstvenih konferencah. Je avtorica več znanstvenih in strokovnih člankov ter soavtorica več knjig in poglavij v številnih znanstvenih monografijah, ki posegajo na raziskovalna področja ekonomike podjetja, podjetništva, teorije proizvodnih virov, podjetniških teorij in teorij, ki temeljijo na znanju. Je predstavnica Slovenije pri Evropskem svetu za mala podjetja (European Council for Small Business), ekspertna svetovalka OECD za področje vključujočega podjetništva in članica fakultetnega senata. Pred zaposlitvijo na univerzi je delala v gospodarstvu.



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI  
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

**SPIRIT SLOVENIJA** | **I FEEL SLOVENIA**  
JAVNA AGENCIJA



JAVNA AGENCIJA ZA RAZISKOVALNO DEJAVNOST  
REPUBLIKE SLOVENIJE



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta



Inštitut za podjetništvo  
in management  
malih podjetij

