

Vzdržljivost podjetniške aktivnosti

GEM Slovenija 2021

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





Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta

Vzdržljivost podjetniške aktivnosti

GEM Slovenija 2021

Urednika:

Miroslav Rebernik

Karin Širec

Avtorji:

Miroslav Rebernik

Polona Tominc

Barbara Bradač Hojnik

Katja Crnogaj

Matej Rus

Karin Širec



April 2022

Knjižna zbirka: Slovenski podjetniški observatorij

ISSN: 1854-8040

Naslov: Vzdržljivost podjetniške aktivnosti

Podnaslov: GEM Slovenija 2021

Title: Resilience of Entrepreneurial Activity

Subtitle: GEM Slovenia 2021

Urednika: Miroslav Rebernik (Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta)

Karin Širec (Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta)

Avtorji: Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Barbara Bradač Hojnik,

Katja Crnogaj, Matej Rus, Karin Širec

Recenzija: Sunčica Oberman Peterka (Univerza v Osijeku, Ekonomska fakulteta)

Dijana Močnik (Univerza v Mariboru, Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko)

Jezikovni pregled: Alenka Plos

Grafične priloge: avtorji

Oblikovanje: Nebia, d.o.o.

Založnik: Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba, Slomškov trg 15, 2000 Maribor, Slovenija

<https://press.um.si>, zalozba@um.si

Izdajatelj: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta,

Razlagova ulica 14, 2000 Maribor, Slovenija, <http://www.epf.um.si>, epf@mb.si

Izdaja: prva izdaja

Vrsta publikacije: e-knjiga

Dostopno na: <http://press.um.si/index.php/ump/catalog/book/674>

Izid: Maribor, april 2022

© Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba



Tekst / Text © avtorji in Rebernik, Širec 2022

To delo je objavljeno pod licenco Creative Commons Priznanje avtorstva 4.0 Mednarodna.

/ This work is licensed under the Creative Commons Attribution - 4.0 International License.

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Uporabnikom je dovoljeno tako nekomercialno kot tudi komercialno reproduciranje, distribuiranje, dajanje v najem, javna priobčitev in predelava avtorskega dela, pod pogojem, da navedejo avtorja izvirnega dela. / *This license allows reusers to distribute, remix, adapt, and build upon the material in any medium or format, so long as attribution is given to the creator.*

The license allows for commercial use.

Vsa gradiva tretjih oseb v tej knjigi so objavljena pod licenco Creative Commons, razen če to ni navedeno drugače. Če želite ponovno uporabiti gradivo tretjih oseb, ki ni zajeto v licenci Creative Commons, boste morali pridobiti dovoljenje neposredno od imetnika avtorskih pravic. / *Any third-party material in this book is published under the book's Creative Commons licence unless indicated otherwise in the credit line to the material. If you would like to reuse any third-party material not covered by the book's Creative Commons licence, you will need to obtain permission directly from the copyright holder.*

Izšlo v knjižni zbirki »Slovenski podjetniški observatorij«.

Slovenski podjetniški observatorij financirajo Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije - SPIRIT, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo RS in Javna agencija za raziskovalno dejavnost RS.

CIP - Kataložni zapis o publikaciji

Univerzitetna knjižnica Maribor

658(497.4)"2021"(0.034.2)

REBERNIK, Miroslav

Vzdržljivost podjetniške aktivnosti [Elektronski vir] : GEM Slovenija 2021 / Miroslav Rebernik

... [et al.] ; urednika Miroslav Rebernik, Karin Širec. - 1. izd. - E-knjiga. - Maribor : Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba, 2022. - (Slovenski podjetniški observatorij, ISSN 1854-8040)

Način dostopa (URL): <https://press.um.si/index.php/ump/catalog/book/674>

ISBN 978-961-286-594-8

doi: 10.18690/um.epf.3.2022

COBISS.SI-ID 104502019

ISBN: 978-961-286-594-8

DOI: <https://doi.org/10.18690/um.epf.3.2022>

Cena: Brezplačen izvod

Odgovorna

oseba založnika: prof. dr. Zdravko Kačič, rektor Univerze v Mariboru

Citiranje: Rebernik, M. in Širec, K. (ur.) (2022). *Vzdržljivost podjetniške aktivnosti: GEM Slovenija 2021*.

Maribor: Univerzitetna založba. doi: 10.18690/um.epf.3.2022

Kazalo

Uvodni povzetek	1
Kaj je GEM – Globalni podjetniški monitor?	1
Podjetniška zmogljivost odraslega prebivalstva in zaznavanje odnosa do podjetništva v družbi	2
Podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva	4
Demografske značilnosti slovenskega podjetništva	5
Zagotavljanje trajnosti in podjetniške težnje	7
Podjetniški ekosistem	8
Uvodna predstavitev GEM	11
1.1 Kaj je Globalni podjetniški monitor	11
1.2 Konceptualni okvir GEM	14
1.3 Podatkovne podlage za GEM	16
1.4 Dostopnost raziskav in podatkov GEM	18
Nacionalni profil: Slovenija	21
Značilnosti trajnostno naravnane podjetništva v Sloveniji	23
2.1 GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji	24
2.2 Nekateri vidiki družbene in okoljske trajnostne naravnosti podjetništva	27
Podjetniška zmogljivost odraslega prebivalstva in zaznavanje odnosa do podjetništva v družbi	33
3.1 Samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika	34
3.3 Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu	42
Podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva	45
4.1 Faze in učinkovitost podjetniškega procesa	46
4.2 Zgodnja podjetniška aktivnost	49
4.3 Motivacija za podjetništvo	52
4.4 Ustaljeni podjetniki	55
4.5 Podjetniška aktivnost zaposlenih	58
4.6 Izstop podjetnikov	61
Demografske značilnosti slovenskega podjetništva	65
5.1 Starost	66
5.1 Podjetništvo in mladi	69
5.2 Spol	72
5.4 Izobrazba in dohodek	77

Podjetniške težnje in zagotavljanje trajnosti	81
6.1 Ambicioznost podjetnikov	82
6.2 Usmerjenost v mednarodni prostor	85
6.3 Inovacijska naravnost podjetnikov in digitalizacija poslovanja	88
Podjetniški ekosistem v pandemskem letu 2021	95
7.1 Ocena okvirnih pogojev za podjetništvo	97
7.2 Indeks nacionalnega podjetniškega konteksta (NECI)	106
7.3 Vpliv pandemije covid-19 na podjetniški kontekst	108
7.4 Vpliv vladnih ukrepov na podjetniško aktivnost	111
Literatura in viri	113
P1 Značilnost vzorca slovenskih izvedencev v letu 2021	121
P2 Metodološka pojasnila	123
Ključne mere GEM	124
GEM-ovi okvirni pogoji za podjetništvo, NES	128
P3 Podatkovne tabele	129
Elementi podjetniške zmogljivosti in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi, GEM 2021, APS	129
Vključenost prebivalstva v posamezne faze podjetniškega procesa, GEM 2021, APS.	131
Izbrani kazalniki iz profila celotne zgodnje podjetniške aktivnosti, GEM 2021, APS.	133
P4 Raziskovalni timi in sponzorji GEM v letu 2021	135
P5 Avtorji	143
Kazalo slik	147
Kazalo tabel	150



Uvodni povzetek

Kaj je GEM – Globalni podjetniški monitor?

Podjetništvo izkazuje številne značilnosti in vpliva na posameznika, njegovo najbližje okolje, podjetja, panoge in celotno družbo ter je vselej tesno vpeto v številne mednarodne tokove in soodvisnosti. Da bi ga bolje spoznali, je treba uporabljati primerne raziskovalne pristope in orodja ter usmeriti jedro raziskovalne pozornosti na osrednjo gonilno silo podjetništva, torej na podjetnika in njegove značilnosti. Brez temeljne človekove značilnosti, da je podjeten in ustvarjalen, ni novih izdelkov, ne novih poslovnih modelov in tudi ne podjetij. Kako se bodo posamezniki odločali, da se posvetijo podjetništvu (ali ne), pa ni odvisno samo od njih, ampak tudi od številnih dejavnikov v njihovem življenjskem okolju, splošnem odnosu družbe do podjetništva, prevladujočih kulturnih vrednotah, institucionalnem okolju podjetij in mednarodnem prostoru. Ker je podjetništvo, še zlasti ob hitro rastoči digitalizaciji, digitalni ekonomiji in industriji 4.0, nemogoče omejiti na nacionalni gospodarski okvir, mora tudi njegovo proučevanje zaobjeti več kot zgolj posamezno državo in njeno gospodarstvo.

Globalni podjetniški monitor, ki sta ga leta 1998 injicirala London Business School in ameriški Babson College, izpolnjuje ta pričakovanja. Medtem ko je prva raziskava v letu 1999 zajela deset držav, je do danes v njej sodelovalo že več kot 110 držav, kar pomeni, da gre za največjo svetovno longitudinalno raziskavo podjetništva. Njena posebna prednost je, da ima v jedru individualnega podjetnika in se posveča najzgodnejšim fazam, ko se zaznavajo poslovne priložnosti in se posamezniki odločajo, ali se bodo ukvarjali s podjetništvom ali ne. Slovenski raziskovalni tim z Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru se je GEM-u pridružil leta 2001. Od takrat sodelujemo v vseh letnih ciklih, tako da imamo za preteklih 20 let zanesljive podatke, s pomočjo katerih lahko pomembne elemente podjetništva v Sloveniji, še zlasti v njegovih začetnih fazah, primerjamo s podjetništvom v evropskem in svetovnem okviru. Prednosti raziskave GEM pred drugimi raziskavami so v njeni globalnosti, longitudinalnosti in uporabi enotne metodologije, ki omogoča, da so pridobljeni podatki zanesljivi in jih je možno tudi verodostojno tolmačiti ter, kar je še posebej pomembno, tudi uporabljati pri reševanju nekaterih velikih izzivov družbe, kot so cilji trajnostnega razvoja Združenih narodov (SDG), iskanje rešitev in odpravljanje posledic pandemije koronavirusa SARS-CoV-2, žensko podjetništvo ali v razvoj usmerjeno podjetništvo.

Velike ekonomske, kulturne in družbene razlike med 47 državami, ki so leta 2021 sodelovale v raziskavi, zahtevajo še posebno previdnost pri medsebojnih primerjavah držav, interpretaciji dobljenih raziskovalnih rezultatov in predlaganju primernih ukrepov za spodbujanje podjetništva. Razlike v razvitosti namreč vplivajo tudi na značilnosti podjetništva in potrebne ukrepe za njegovo spodbujanje in so tako različni v manj razvitih državah, kot so Sudan, Indija ali Maroko, v primerjavi s tistimi v bogatih državah, kot so Luksemburg, Švica ali Nizozemska. Slovenija ima relativno visok bruto družbeni proizvod na prebivalca, visoko usposobljeno delovno silo, dobro razvito infrastrukturo, relativno urejeno poslovno okolje in dovolj stabilen gospodarski sistem. Zato je pomembna primerjava s podobnimi državami, še zlasti tistimi, ki imajo posamezne segmente, ki vplivajo na podjetništvo, bolj urejene kot Slovenija. V monografiji zato izpostavljamo predvsem evropske države in mesto Slovenije med njimi, podatki GEM pri tem zagotavljajo zanesljivo podatkovno podlago, ki jo številne države in mednarodne organizacije uporabljajo pri iskanju primernih ukrepov za spodbujanje podjetništva.

Raziskava GEM omogoča bolj poglobljen vpogled v nacionalno podjetništvo in njegove značilnosti, kot ga lahko zagotovijo drugi statistični viri, predvsem tisti, ki temeljijo zgolj na podatkih, pridobljenih s strani obstoječih podjetij. S posameznikom v središču raziskovanja lahko GEM zajame tudi njegov odnos do podjetništva, njegove ambicije in usposobljenost za podjetništvo, njegovo dojemanje odnosa družbe do podjetništva, pa tudi posameznike v vseh fazah podjetniškega procesa, od začetnih razmislekov, da bi se podali na podjetniško pot, do ustanovitve podjetja, poslovanja, rasti in prenehanja poslovanja. Raziskovalna ambicija GEM je, da bi v čim več državah meril ključne elemente družbenega odnosa do podjetništva, podjetniško aktivnost in razlike v aspiracijah posameznikov ter zaznaval vplivne dejavnike, ki spodbujajo ali ovirajo podjetniško aktivnost. Vse to z namenom zagotavljanja platforme za ocenjevanje vpliva podjetniške aktivnosti na ekonomsko rast ter odkrivanja političnih ukrepov za krepitev podjetništva. GEM je razvil ustrezno metodologijo, ki je skladna konceptualnemu okviru GEM in je sposobna dati vpogled v družbeni, kulturni, politični in ekonomski kontekst, upošteva stopnjo razvitosti posameznega nacionalnega gospodarstva in razvitost ključnih podjetniških pogojev. Ocenjujemo jih s pomočjo strokovnih mnenj skrbno izbranih izvedencev, ki imajo dober vpogled v različne segmente podjetniškega procesa. Ostale podjetniške značilnosti pa spoznavamo na temelju anketiranja odrasle populacije. Tako lahko vidimo, v kolikšni meri 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. Zaznamo lahko tudi nekatere individualne značilnosti dejanskih podjetnikov in posameznikov, ki vplivajo na podjetniški proces, dobimo pa tudi informacije o fazah življenjskega cikla podjetja, na osnovi katerih se tvori eden temeljnih kazalnikov GEM, to je celotna zgodnjepodjetniška aktivnost TEA (ang. *total early-stage entrepreneurial activity*).

Podjetniška zmogljivost odraslega prebivalstva in zaznavanje odnosa do podjetništva v družbi

Nosilec podjetniške aktivnosti je v izhodišču vselej posameznik. Zato so zaznavanje poslovnih priložnosti, znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo, zaznana enostavnost ustanovitve podjetja, strah pred neuspehom in podjetniške namere ključne sestavine podjetniškega udejstvovanja. Primerjava s povprečjem sodelujočih evropskih držav v letu 2021 kaže, da je Slovenija glede zaznavanja poslovnih priložnosti v povprečju evropskih držav, pri vseh ostalih kazalnikih pa se uvršča bolje: večji delež odraslega prebivalstva meni, da je ustanovitev lastnega

podjetja enostavna, v večjem deležu ljudje izražajo samozaupanje v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo, v manjši meri je prisoten strah pred podjetniškim neuspehom in v primerjavi z evropskim povprečjem so tudi podjetniške namere v večji meri prisotne med prebivalstvom v Sloveniji. V evropskih državah je povprečni odstotek ljudi, ki razpoznavajo poslovne priložnosti, 51,11 % in je narasel za več kot 10 odstotnih točk v primerjavi z letom 2019. Močnemu porastu zaznavanja poslovnih priložnosti smo priča tudi v Sloveniji, kjer je bil leta 2021 vsak drugi odrasli prebivalec Slovenije (51,49 %) prepričan, da se bodo v okolju, v katerem živi, v prihodnjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti. Očitno je, da je sobivanje z epidemijo prineslo prepričanje, da pandemija covid-19 prinaša tudi nove poslovne priložnosti. Medtem ko je v letu 2020 lev devetih od takrat sodelujočih držav (46 držav) več kot 50 % nastajajočih in novih podjetnikov menilo, da je pandemija prinesla nove poslovne priložnosti, je bilo v letu 2021 tega mnenja prebivalstvo že v petnajstih od 47 sodelujočih držav. Med ustaljenimi podjetniki je zavedanja o novih poslovnih priložnostih zaradi pandemije, ki bi jih podjetje nameravalo izkoristiti, v povprečju manj, saj 27,45 % evropskih ustaljenih podjetnikov meni, da bodo izkoristili zaznane nove poslovne priložnosti, ki so se pojavile v času pandemije; Slovenija se po tem kazalniku uvršča nekoliko nad evropsko povprečje, saj tako v povprečju meni 31,51 % ustaljenih podjetnikov.

Eden izmed omejitvenih dejavnikov, ki lahko zavira izkoriščanje poslovnih priložnosti, je zaznavanje težavnosti podjetniške poti. Če ljudje menijo, da je težko ustanoviti podjetje, je kljub obetavni poslovni priložnosti manjša verjetnost, da bodo ustanovili podjetje. V Sloveniji je ta ovira manj prisotna, saj se več kot 50 % ljudi povsem ali vsaj delno strinja, da obstajajo dobre poslovne priložnosti v njihovem lokalnem okolju, da je enostavno ustanoviti podjetje, pa meni 61 % vprašanih. Je pa med evropskimi državami osem takšnih, kjer so zaznane ovire pri ustanavljanju novega podjetja velike v primerjavi z zaznavanjem poslovnih priložnosti. Med njimi je to najbolj izraženo na Hrvaškem, kjer je razpoznavanje poslovnih priložnosti veliko, zaznana enostavnost ustanovitve novega podjetja pa relativno majhna; skoraj dvakrat toliko ljudi (58,33 %) meni, da obstajajo poslovne priložnosti v njihovem okolju, kot pa jih meni, da je novo podjetje enostavno ustanoviti (30,92 %). Med evropskimi državami so tudi takšne, kjer so že poslovne priložnosti redke, na primer Italija (34,67 % prebivalstva zaznava poslovne priložnosti), poleg tega pa ljudje zaznavajo tudi relativno veliko ovir, saj jih samo 16,57 % meni, da je enostavno pričeti z novim poslom. Pri tem je potrebno poudariti, da posamezniki pravzaprav ocenjujejo skupek svojih zaznav o ovirah za pričetek novega posla, ki so lahko zunanje narave (birokratske, finančne in druge ovire podjetniškega ekosistema) ali pa so te ovire posledica zaznanih omejitev njihovih lastnih podjetniških zmogljivosti.

Zaznana poslovna priložnost je potreben, a še zdaleč ne zadosten pogoj za podjetniško delovanje. Posameznik mora imeti tudi ustrezno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo. Da to imajo, je v Evropi prepričanih 49,83 % odraslih prebivalcev, Slovenija pa se po tem kazalcu podobno kot leto poprej leta 2021 uvršča nad evropsko povprečje, saj kar 58,54 % odraslega prebivalstva ocenjuje svoje podjetniške kompetence kot ustrezne. Na samem vrhu evropske lestvice je sicer Hrvaška, kjer v povprečju več kot sedem od desetih ljudi meni, da imajo ustrezno znanje in izkušnje za podjetništvo. Moramo pa pri tem upoštevati, da gre pri anketirancih za subjektivne samoocene, kar pomeni, da znajo biti njihove realne, dejanske podjetniške kompetence precej nižje. Podjetniško delovanje pa omejujejo ne samo prenizke realne podjetniške kompetence, ampak tudi njihov lastni dvom v to, da jih imajo, kar je lahko še potencirano s strahom pred neuspehom. Tako je recimo v Španiji delež prebivalstva, ki zaznava poslovne priložnosti, znaša 30,02 % in je skoraj dvakrat manjši od deleža ljudi, v katerih je zasidran strah pred podjetniškim neuspehom (58,43 %). Nekatere evropske države z najvišjim deležem ljudi, ki pričakujejo poslovne priložnosti v svojem okolju, pa nasprotno od Španije, beležijo hkrati najnižje deleže glede strahu pred podjetniškim neuspehom,

in sicer Švedska, Poljska, Norveška, Nizozemska. Med ljudmi, ki zaznavajo poslovne priložnosti, je strahu pred neuspehom v Sloveniji še nekoliko manj, in sicer 42,97 %, kar je primerljivo s povprečjem sodelujočih evropskih držav, kjer ta delež znaša 42,13 %. V Sloveniji je v letu 2021 delež ljudi, ki zaznavajo poslovne priložnosti, višji (42,97 %) od deleža ljudi, med katerimi je prisoten strah pred podjetniškim neuspehom (44,88 %), kar se v preteklih letih še ni zgodilo.

Pri ustvarjanju takega ugodnega razmerja lahko ustrezna ekonomska in podjetniška politika igra pomembno vlogo. Na zmanjševanje podjetniškega strahu lahko vplivamo z ukrepi, ki vodijo do zmanjšanja stroškov pri izstopu iz podjetništva, ali pa z ukrepi za spodbujanje zavedanja v družbi o prisotnosti in pomenu uspešnih podjetniških zgodb. Da se to v Sloveniji relativno dobro odvija, kaže tudi uvrščanje Slovenije nad evropsko povprečje glede naklonjenosti družbenih vrednot podjetništvu, tako glede dojetanja podjetništva kot zaželene karijerne izbire kot tudi glede spoštovanja uspešnih podjetnikov v družbi in medijske podpore podjetništvu. V Sloveniji 68,21 % vprašanih meni, da je podjetniška kariera zaželena, obenem pa jih tudi več kot 86 % meni, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani. S tem se Slovenija uvršča v sam vrh sodelujočih evropskih držav. V Sloveniji je tudi zelo visok delež ljudi, ki menijo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih novih podjetnikih. Ta delež je leta 2021 še porasel v primerjavi z letom 2020 in znaša 83,64 %, kar uvršča Slovenijo v vrh evropske lestvice in visoko nad evropsko povprečje, ki znaša 62,41 %.

Podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva

Pot od podjetniških namer do dejanske uresničitve podjetniške ideje je pogosto dolga in polna številnih preprek. Zato je povsem normalno, da je delež posameznikov, ki se dejansko vključijo v podjetništvo znatno manjši, kot pa je delež potencialnih podjetnikov, ki izražajo podjetniške namere, prepoznavajo poslovne priložnosti, sprejemajo tveganje in menijo, da imajo dovolj znanja in podjetniških sposobnosti, da uresničijo podjetniški podjem. Potencialnih podjetnikov je bilo v Sloveniji leta 2021 16,1 % (13,3 % v 2020). To so posamezniki, ki dejansko še niso pričeli z ustanavljanjem podjetja, ampak izražajo namere o tem. Posameznikov, ki so dejansko vključeni v nastajanje podjetja ali pa je njihovo novo nastalo podjetje mlajše od treh mesecev, je bilo leta 2021 3,4 % (3,1 % v 2020), tistih, ki že imajo podjetje in izplačujejo plače več kot tri mesece, vendar ne več kot tri leta in pol, pa je bilo v letu 2021 3,4 % (3,0 % v 2020). Obe skupini označujemo s terminom *celotna zgodnja podjetniška aktivnost* in jo spremljamo z indeksom TEA, ki je v letu 2021 narasel glede na leto 2020 s 6,0 % na 6,7 %. Vendar je v Sloveniji zgodnja podjetniška aktivnost v primerjavi z drugimi skupinami držav še vedno precej nižja. V evropskih državah je bil indeks TEA 8,7 %, med vsemi državami GEM pa 13,5 %. Najvišji indeks TEA v Evropi leta 2021 izkazujejo Latvija (15,1 %), Nizozemska (14,2 %) in Belorusija (13,5 %), najnižjega pa Poljska (2,0 %), Norveška (3,1 %) in Italija (4,8 %). Slovenija, ki je pod evropskim povprečjem, zaseda 17. mesto med 23 evropskimi državami.

Positiven premik zaznavamo pri ustaljenih podjetnikih, ki so v poslu že dlje kot tri leta in pol, saj je njihov delež narasel s 7,0 % v letu 2020 na 8,5 % v letu 2021, kar je precej nad evropskim povprečjem (6,6 %). Tudi v primerjavi z vsemi državami GEM se izkaže, da jih je v Sloveniji več kot povprečno na svetu (6,8 %), kjer se je delež iz leta 2020 celo zmanjšal (7,5 %). V Sloveniji je zaznati tudi dolgoročen trend večanja deleža ustaljenih podjetnikov v populaciji v zadnjih desetih letih. V evropskem merilu je imela leta 2021 največ ustaljenih podjetnikov Grčija (14,7 %), sledita ji Poljska (11,1 %) in Latvija (9,9 %). Kar devet od 23 evropskih držav izkazuje pod 5 % ustaljenih podjetnikov, najmanj med njimi jih je bilo v letu 2021 v Rusiji (3,4 %) in na Norveškem (3,5 %). Ustaljeni podjetniki predstavljajo stabilnejši del gospodarstva, zato je pomembno, da jih je v

posameznem gospodarstvu zadosten delež, saj pomenijo drugi pol podjetniške dinamike, ki se stika z začetnimi potencialnimi, nastajajočimi in novimi podjetniki, ter nadomestijo tiste ustaljene, ki prenehajo s poslovanjem.

Da bi se ustaljena podjetja obdržala in rasla, se morajo z izdelki in storitvami prilagajati spreminjajočim se potrebam kupcev, inovirati, iskati nove poslovne ideje in prilagajati poslovne modele. Za to potrebujejo notranje podjetnike, ki so to sposobni realizirati. Slovenija, ki v evropskem merilu izkazuje nadpovprečno visoko stopnjo podjetnih zaposlenih, je tudi v letu 2021 sledila temu trendu. V evropskih državah je bilo v letu 2021 v povprečju 3,4 % notranjih podjetnikov, vendar so med državami velike razlike. Največ jih beležita Švica (7,1 %) in Finska (6,6 %), ki jima sledi Slovenija s 5,9 % notranjih podjetnikov v odrasli populaciji. Kar sedem evropskih držav izkazuje pod 2 % notranjih podjetnikov v populaciji, med njimi jih je najmanj v Rusiji (0,3 %), na Slovaškem (0,6 %) in na Poljskem (0,8 %). Notranji podjetniki, ki so sicer redek resurs, lahko zaradi spodbujanja inovativnosti doprinesejo k izboljššanemu odzivu podjetij na spremembe v okolju, zato sta pomembna njihovo spodbujanje in razvoj.

Odločitev za podjetništvo je vselej osebne narave, zato so tudi motivi za podjetniško poklicno pot zelo različni. Med motivi za podjetništvo v Sloveniji prevladuje preživetje, ker so ustrezne službe redke (63,8 %). Ta delež je višji od povprečja evropskih držav, kjer je bil v letu 2021 57,7 %. Temu sledi motiv ustvarjanja sprememb v svetu, kar v Sloveniji motivira 61,8 % zgodnjih podjetnikov. Ti motivi so altruistične narave, s katerimi podjetniki skušajo doprinesiti pozitivne učinke z vidika družbenih ali okoljskih koristih. V Sloveniji so izraženi bistveno bolj kot v povprečju evropskih držav, kjer jih kot motiv navaja le 41,2 % podjetnikov. Želji po ustvarjanju premoženja oziroma večjem dohodku v Sloveniji sledi 42,6 % zgodnjih podjetnikov, v Evropi pa povprečno 49,2 %. Tovrstni rezultati v Sloveniji so skladni z nekaterimi ugotovitvami o družbenih normah, ki se nanašajo na podjetništvo. V Sloveniji je namreč že vrsto let visoko izražen egalitarizem, ki kaže na željo po enakosti v družbi, torej po tem, da ne bi bilo v družbi ekstremno bogatih ali ekstremno revnih, ampak da bi imeli s tega vidika uravnoteženo družbo. Ker gre v tem primeru za družbeno-kulturne norme, sprejete v širšem družbenem okolju, se le-te odražajo tudi v motivih posameznikov.

Različni so tudi razlogi, zakaj podjetniki izstopijo iz podjetništva, nekateri povsem prenehajo s podjetniško aktivnostjo, drugi jo nadaljujejo z novim podjetjem. V vseh državah prevladuje izstop brez nadaljevanja posla. Primerjava leta 2020 in 2021 kaže v Sloveniji na bistvene spremembe v razlogih za izstop podjetnikov iz posla. V letu 2020 so bili ključni razlogi za izstop prodaja podjetja, izkoriščanje druge priložnosti, upokožitev ali osebni razlogi (65,2 %), ki so se v letu 2021 skoraj prepopolnili (36,4 %). V letu 2021 je bil poudarek na drugih razlogih, saj so se bistveno povečali razlogi izstopa iz podjetništva zaradi pandemije covid-19 (z 12,1 % v letu 2020 na 31,6 % v letu 2021) ter nedobičkonosnost in finančni razlogi, ki so narasli s 13,4 % v letu 2020 na 23,1 % v letu 2021. V evropskih državah je bil najpogosteje naveden razlog podjetnikov za izstop iz posla nedobičkonosnost podjetja (22,6 %), v vseh državah GEM pa pandemija covid-19 (26,2 %).

Demografske značilnosti slovenskega podjetništva

V Sloveniji smo leta 2021 zabeležili znaten porast zgodnje podjetniške aktivnosti mladih v starosti od 18 do 24 let, ki se je s 5,75 % v letu 2020 povzpela na kar 16,58 %, in sicer zlasti na račun nastajajoče podjetniške aktivnosti mladih fantov. Tako velik porast sicer nakazuje pozitiven odnos do možne podjetniške kariere, vendar pa kaže biti pri interpretaciji tega porasta previden, saj ne smemo pozabiti, da se v tej vrednosti skriva velik delež nastajajočih podjetnikov, torej tistih, ki so naredili šele prve korake v smeri podjetništva in ni zagotovil, da bodo pri tem tudi uspeli. Nad

evropskim povprečjem je tudi podjetniška aktivnost mladih v starostni skupini od 25 do 34 let. Je pa primerjavi z letom 2020 zaznati precejšen padec zgodnje podjetniške aktivnosti v starostni skupini od 35 do 44 let (s 33,63 % v letu 2020 na 22,4 % v letu 2021).

S starostjo se spreminjajo tudi motivi za ustanavljanje podjetja. Pri mladih zgodnjih podjetnikih (v starosti od 18 do 34 let) prevladujeta želja po ustvarjanju sprememb v svetu (56,96 %) ter želja po ustvarjanju premoženja in večjega dohodka (55,94 %). Starejši zgodnji podjetniki (v starosti od 35 do 64 let) pa so najpogosteje prevzemali odgovornost za družinska podjetja (58,38 %). Pri najstarejši starostni skupini nad 65 let je najbolj izražen motiv preživetja zaradi manka ustreznih zaposlitvenih možnosti, kar bi lahko bilo povezano z morebitnim nezadovoljstvom na obstoječem delovnem mestu, kjer morda ne morejo izkoristiti vseh svojih potencialov, lahko pa tudi s povečanjem števila starejših registrirano brezposelnih, ki so ostali brez zaposlitev zaradi epidemije.

Podrobnejše proučevanje podjetništva s pomočjo GEM kaže pomembne razlike med moškimi in ženskami, vključenimi v podjetništvo, tako glede obsega podjetniške aktivnosti kot tudi glede samodojemanja podjetniške zmogljivosti in odnosa družbe do podjetništva. Slovenski podjetniki v večji meri kot podjetnice zaznavajo poslovne priložnosti (56 % napram 46 %), so bolj prepričani v svoje znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo (67 % napram 49 %) in jih je tudi manj strah neuspeha (38 % napram 52 %). Podoben razkorak je značilen za celotno evropsko regijo, kjer ženske v manjši meri kot moški zaznavajo poslovne priložnosti (48,17 % ženske, 53,89 % moški), se v manjši meri čutijo sposobne za podjetništvo (42,97 % ženske, 56,66 % moški) in močnejše dojemajo strah pred neuspehom kot potencialno oviro na poti podjetništva (51,53 % ženske, 44,64 % moški).

Se pa vse bolj zapira vrzel med spoloma glede udeležbe v zgodnji podjetniški aktivnosti. Že četrto leto zapored se namreč v Sloveniji povečuje delež nastajajočih in novih podjetnic, ki je v letu 2021 bil že 43,9-odstoten in je presegel tako povprečje evropskih držav GEM kakor tudi vseh proučevanih gospodarstev GEM. Da je razmerje med spoloma v Sloveniji precej boljše, kot velja za povprečje evropskih držav GEM, lahko ponazorimo s tem, da je bilo v letu 2021 na vsakih 10 podjetnikov v Sloveniji 7,8 nastajajoče in nove podjetnice, medtem ko je v evropskih državah GEM na vsakih 10 podjetnikov bilo aktivnih 6,9 zgodnjih podjetnic. Glede razlik med spoloma je spodbuden tudi podatek, da so ženske v letu 2021 v kar dveh starostnih skupinah presegle zgodnjo podjetniško aktivnost moških, in sicer v starostni skupini od 25 do 34 let ter podobno kot že leta 2020 v najstarejši starostni skupini (od 55 do 64 let). Očitno je, da so v času pandemije podjetnice pokazale veliko odpornost in iznajdljivost pri prilagajanju na nastale poslovne motnje in nove tržne realnosti. Da bodo uspešne tudi v prihodnje, je potrebno z vidika javne politike poskrbeti za zadostno podporo pri družinski oskrbi, šolanju in odstranjevanju negativnih posledic epidemije.

Raziskava GEM spremlja zgodnjo in ustaljeno podjetniško aktivnost tudi z vidika razpoložljivosti dohodka in z vidika izobrazbene strukture. Triletna primerjava dohodkovnih razredov med zgodnjimi in ustaljenimi podjetniki kaže, da se v Sloveniji vztrajno zmanjšuje delež ustanoviteljev podjetij z najvišje dohodkovne ravni. V letu 2021 se je za skoraj 10 odstotnih točk povečal delež zgodnjih podjetnikov s srednje dohodkovne ravni. Med ustaljenimi podjetniki pa je opazen občuten porast (za 10,8 %) podjetnikov z najnižje dohodkovne ravni. Tudi izobrazbena struktura zgodnjih in ustaljenih podjetnikov ter nepodjetnikov v letu 2021 izkazuje nekoliko drugačno porazdelitev kot leta 2020. Med ustaljenimi podjetniki so prevladovali najvišje izobraženi – 40,3 % (visokošolska, univerzitetna ali višja izobrazba). Zgodnji podjetniki in nepodjetniki pa so izkazovali enak delež srednješolske izobrazbe (39,2 %).

Zagotavljanje trajnosti in podjetniške težnje

Po letu 2015, ko so Združeni narodi sprejeli *Agendo za trajnostni razvoj 2030*, so cilji trajnostnega razvoja postali bolj opazni po vsem svetu, podjetniki pa jih tudi vključujejo med svoje prednostne naloge. V Sloveniji 40 % podjetnikov navaja, da so jih vključili in opredelili tudi ukrepe ter ključne kazalnike uspešnosti doseganja posameznih ciljev. Gre predvsem za upoštevanje družbenega vpliva, ki se nanaša na dostop do izobraževanja, zdravja, varnosti, vključujočega dela, stanovanj, prevoza, kakovosti ipd. Pri večini proučevanih značilnosti podjetij se v povprečju višje uvrščajo države izven Evrope in Severne Amerike, zlasti države Južne Amerike ter Srednjega vzhoda in Afrike. Med tistimi, ki vedno upoštevajo družbeni vpliv svojih podjetniških aktivnosti, izstopa Luksemburg, kjer več kot 90 % ustaljenih podjetnikov poroča o tem, da vedno upoštevajo družbene posledice svojih odločitev, v primerjavi s 70 % takih med nastajajočimi in novimi podjetniki. Na drugi strani je izstopajoč primer Poljska, kjer ustaljeni podjetniki skorajda ne poročajo o upoštevanju družbenega vpliva svojih odločitev (5 %), med nastajajočimi in novim podjetniki pa je takšnih na Poljskem nekaj več kot 40 %. Slovenija se na evropski lestvici uvršča v sam vrh, tako glede deleža podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki vedno upoštevajo družbeni vpliv svojih odločitev (85,52 %), kot tudi pri deležu ustaljenih podjetnikov (82,67 %). So se pa slovenski podjetniki slabše odrezali pri ukrepih za zmanjšanje negativnega vpliva na okolje, saj so se s 37,01 % nastajajočih in novih podjetnikov in 41,73 % ustaljenih podjetnikov uvrstili skoraj na sam rep evropske lestvice.

Vse navedeno zahteva več zavedanja o pomenu inovativnih podjetij, prebojnih inovacij in ambicioznih podjetnikov, ki premorejo višjo stopnjo podjetniške osredotočenosti za uspešno premagovanje izzivov, se hitreje učijo in prilagajajo. Ker so takšna podjetja zahtevna za vodenje in povezana z velikimi tveganji, so žal zelo redka. V raziskavi GEM poskušamo identificirati njihov delež s pomočjo njihovih subjektivnih ocen o tem, koliko dodatnih delovnih mest bo njihovo podjetje zagotovilo v naslednjih petih letih. Ugotavljamo, da podjetniki iz skupine GEM držav izkazujejo precej višjo stopnjo ambicioznosti, saj je znotraj TEA skoraj 20 % takšnih, ki pričakujejo, da bo njihovo podjetje ustvarilo 10 ali več delovnih mest v petih letih od zagona podjetja. V Sloveniji je ta delež leta 2021 znašal dobrih 12 %, leta 2020 slabih 17 % in leta 2019 slabih 15 %. Še večje relativne razlike med Slovenijo in proučevanimi skupinami držav po ambicioznosti podjetnikov zasledimo pri še bolj ambiciozno zastavljenem cilju, da bi ustvarili 19 ali več novih delovnih mest v petih letih. So pa nekoliko boljši rezultati pri aspiracijah, da bi v naslednjih petih letih ustvarili pet ali več delovnih mest. Dobrih 24 % evropskih nastajajočih in novih podjetnikov pričakuje, da bodo čez pet let ustvarili več kot pet delovnih mest. V Sloveniji je bil ta delež z dobrimi 22 % nekoliko nižji od povprečja, s čimer se je Slovenija uvrstila v srednje ambiciozno skupino evropskih držav, vključenih v raziskavo GEM. V Sloveniji so se v primerjavi z letom 2020 znižala tudi pričakovanja podjetnikov o zagotavljanju več kot petih delovnih mest, in sicer za okrog 8 odstotnih točk. V drugih skupinah držav pa so se zmanjšala bistveno manj, v državah GEM in v evropskih državah za 2 %.

Pričakovanja odraslega prebivalstva v evropskih državah, vključenih v raziskavo GEM, glede na kazalnik, ali s svojo poslovno dejavnostjo že ustvarjajo delovna mesta oziroma ali pa pričakujejo, da bodo v naslednjih petih letih ustvarili vsaj eno delovno mesto, se precej razlikujejo. V Sloveniji je leta 2021 njihov delež znašal 4,69 %, s čimer smo se uvrstili pod povprečje evropskih držav, vključenih v raziskavo GEM. V državah GEM je takšnih 9,99 % in v evropskih državah 6,10 % podjetnikov. Največji delež odraslih prebivalcev, ki že ustvarjajo delovna mesta ali verjamejo, da jih bodo ustvarjali v naslednjih petih letih, je na Nizozemskem (12,49 %), v Latviji (11,12 %), na Hrvaškem (9,47 %) in na Irskem (9,04 %), najmanjši delež pa na Poljskem (1,83 %).

Slovenski podjetniki so že tradicionalno zelo mednarodno usmerjeni, k čemur jih sili majhnost slovenskega trga, ki je še posebej omejujoča na zelo nižnih trgih. Določena inovacijsko gnana slovenska podjetja tako na domačem trgu sploh ne ustvarjajo omembe vrednega obsega poslovanja, ampak so skoraj v celoti usmerjena na mednarodne trge. Če Slovenijo primerjamo s posameznimi skupinami držav glede na to, ali podjetja svoje izdelke in storitve tržijo le v lokalnem ali tudi v nacionalnem ali celo mednarodnem okolju, so slovenska nastajajoča in nova podjetja nadpovprečno osredotočena na kupce v mednarodnem okolju. Delež mednarodne usmerjenosti slovenskih podjetnikov pa je napram letu 2020, ko je znašal 46 %, zelo upadel. Samo tretjina slovenskih podjetnikov je poročala, da imajo kupce tudi na globalni ravni, kar je sicer enako povprečju evropskih držav in precej več kot v ostalih državah GEM, kjer je bilo povprečje 25 %. O bistveno večjem deležu poročajo podjetniki iz Luksemburga (67 %). Velik delež imajo še beloruska (53 %), irska (45 %) in latvijska podjetja (40 %), o najmanjšem deležu globalnih kupcev pa poročajo podjetniki iz Poljske (11 %), Slovaške (13 %) in Romunije (14 %). Je pa intenzivnost internacionalizacije v Slovenij izrazita, saj je delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da je več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov ali storitev iz tujine, večji kot v posameznih skupinah držav, vključenih v raziskavo GEM (Slovenija 16,3 %, države GEM 11,8 %, evropske države 15,5 %).

Slovenija se sooča s precejšnjimi izzivi, saj prehod v četrto industrijsko revolucijo terja spremenjeno naravo inoviranja. V Sloveniji dobrih 45 % slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov meni, da bo njihovo podjetje uporabljalo več digitalnih tehnologij za prodajo svojih produktov ali storitev v naslednjih šestih mesecih. Med ustaljenimi podjetniki jih je bistveno manj, in sicer dobrih 30 %. Podobna razlika se kaže tudi v drugih skupinah držav, pri čemer je v državah GEM delež podjetnikov s pozitivnim odgovorom v obeh ciljnih skupinah nekoliko višji kot v Sloveniji, v evropskih državah pa nekoliko nižji. Največ vlaganj podjetij v uporabo več digitalnih tehnologij za prodajo svojih produktov ali storitev v naslednjih šestih mesecih načrtujejo nastajajoči in novi podjetniki iz Irske (66 %) in Združenega kraljestva (63 %), najmanj pa iz Francije (9 %), Slovaške (17 %) in Poljske (20 %). Slovenija je v evropskem povprečju.

Podjetniški ekosistem

V letu 2021 smo nadaljevali s spremljanjem slovenskega podjetniškega ekosistema s pomočjo poenotene vprašalnika za nacionalne izvedence, s katerim so se v 50 državah zbrali podatki in ustrezno harmonizirali na ravni vseh držav GEM, ki so sodelovale v tej raziskavi. Podjetništvo se namreč vselej odvija znotraj določenega okolja, ki podpira ali zavira poslovanje in rast podjetij. Vplivnih področij je veliko, v GEM jih imenujemo okvirni podjetniški pogoji in zajemajo podjetniške finance, vladne politike, vladne programe, izobraževanje za podjetništvo, prenos raziskav in razvoja, poslovno in strokovno infrastrukturo, dinamiko in odprtost notranjega trga, fizično infrastrukturo ter kulturne in družbene norme. Izbrani izvedenci, ki smo jih anketirali, so na lestvici od 1 do 10 s pomočjo številnih vprašanj ocenili, kakšno je stanje na posameznem področju.

Najbolje je bilo ocenjeno področje dinamike notranjega trga, kjer smo se s povprečno oceno 5,98 uvrstili na tretje mesto med petindvajseterico evropskih držav. Ocene nad 5 so dobila še tri področja, in sicer fizična infrastruktura, potrebna za poslovanje podjetij (npr. komunikacije, komunalne storitve, ceste, železnice, zgradbe/prostori . . .), kakovost poslovne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo nova in rastoča podjetja (lastninske pravice, poslovna infrastruktura, računovodske, pravne in druge storitve), ter vladni programi za podjetništvo. Nad povprečje Evrope se je Slovenija uvrstila pri zgolj dveh okvirnih pogojih, in sicer pri dinamičnosti notranjega trga in vladnih programih za podjetništvo. Pri teh dveh okvirnih pogojih kakor tudi pri poslovnih in strokovnih infrastrukturi tudi

beležimo višje povprečne ocene, kot to velja za skupino vseh sodelujočih držav v raziskavi GEM. Najbolj pod povprečjem skupine evropskih držav so slovenski izvedenci ocenili obseg, v katerem kulturne in družbene norme spodbujajo ali zavirajo podjetništvo. Izvedenci kljub pozitivnemu zaznavanju družbenih vrednot o podjetništvu menijo, da nacionalna kultura predvsem prešibko spodbuja podjetniško prevzemanje tveganja ter premalo poudarja neodvisnost. Temu področju sledi kritična ocena izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah. Izvedenci tudi menijo, da poučevanje v osnovnih in srednjih šolah ne zagotavlja primernega poznavanja načel tržnega gospodarstva ter premalo spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo. Med evropskimi državami glede podjetniškega izobraževanja v osnovnih in srednjih šolah kot vzgled delujejo skandinavske države, sicer pa je povprečje skupine evropskih držav pri vseh treh omenjenih trditvah zelo nizko. Okvir izobraževanja za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah je nižje kot v Sloveniji med evropskimi državam ocenjen zgolj na Poljskem in v Belorusiji.

Finančna podpora je slovenskim podjetnikom na voljo v okviru različnih ukrepov ministrstev, javnih skladov, javnih agencij in drugih institucij, in sicer v oblikah povratne in nepovratne pomoči. Slovenski izvedenci so mnenja, da je v Sloveniji na razpolago dovolj državnih subvencij za nova in rastoča podjetja kakor tudi dolžniških virov financiranja (bančnih posojil in podobno). Ni pa na razpolago dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic (IPO), pri čemer tudi najbolj zaostajamo za skupino evropskih držav, kjer so tovrstni viri bolj prisotni, še najbolj na Finskem. Izpostaviti velja tudi možnost pridobitve finančnih virov neformalnih investitorjev, poslovnih angelov in skladov tveganega kapitala, kjer so primerjalno z ostalimi evropskimi državami še možnosti izboljšav. Izvedenci so kritični glede enostavnosti pridobitve finančne podpore. Menijo tudi, da nastajajoči podjetniki ne morejo enostavno pridobiti dovolj semenskega kapitala za pokritje zagonskih in začetnih stroškov poslovanja novega podjetja kakor tudi po zaključku zagonske faze pridobiti vlagatelje/sklade za rast novega podjetja. Pri zadnji trditvi tudi najbolj zaostajamo za evropskimi državami, kjer najvišje ocene beleži Nizozemska.

Vladni programi za podjetništvo so dobro ocenjeni, še zlasti trditev, da so v Sloveniji na razpolago poslovni inkubatorji, ki zagotavljajo učinkovito podporo novim in rastočim podjetjem (ocena 6,47). Izvedenci se tudi strinjajo, da so na razpolago znanstveni parki, ki prav tako zagotavljajo učinkovito podporo novim in rastočim podjetjem (5,22), da imamo primerno število vladnih programov za nova in rastoča podjetja (5,15) in da so le-ti uspešni (5,24). Pri ostalih trditvah s tega področja se giblujemo skladno s povprečjem Evrope. Drugače je pri vladnih politikah, kjer se nadaljuje trend negativnega rangiranja elementov vladnih politik tako v Sloveniji kot v skupini evropskih držav (pod 5). Zato ni presenečenje, da so izvedenci nanizali kar nekaj ukrepov, ki bi izboljšali to področje: ugodnejša davčna politika, transparentnost davčnega okolja ter debirokratizacija. Priporočajo pa tudi sodelovalni pristop vlade z gospodarstvom ter konsistentnost pri sprejemanju vladnih odločitev in aktivni pristop reševanja izzivov gospodarskih družb.

Podjetniški ekosistem in podjetja so se različno odzivala na pandemsko krizo. Najbolj se izvedenci strinjajo, da v Sloveniji zaradi pandemije znatno število novih in rastočih podjetij prilagaja poslovne modele, ki temeljijo na digitalni, gig ekonomiji, pa tudi, da je zaradi pandemije digitalna, gig ekonomija postala pomembno gonilo za zagon novih podjetij. Obe trditvi sta bili v Sloveniji ocenjeni (7,85) nad evropskim povprečjem (5,97). Bolje kot v povprečju sodelujoče države slovenski izvedenci tudi ocenjujejo, da so ukrepi, ki jih je vlada sprejela v prvih 12-ih mesecih pandemije, pomagali preprečiti znatno zmanjšanje števila novih in rastočih podjetij ter s tem povezanih delovnih mest. Kot najbolj spodbudne vladne ukrepe za podjetništvo so prepoznali državne subvencije za ohranjanje delovnih mest, nadomestila plač in prispevkov, odlog kreditnih in davčnih obveznosti ter podaljšanje posojilnih moratorijev. Kot negativno za podjetništvo pa

med vladnimi ukrepi izpostavljajo popolno zaprtje države (lock-down), stroge kovidne protokole, omejitve zbiranj, potovanj in zapiranje državnih ter regijskih mej.

Skladno z ugotovitvami raziskave GEM bi se namreč vlade morale osredotočiti na okvirne podjetniške pogoje – ustvarjanje stabilnega, podpornega okolja, ugodnega za podjetništvo. Takšnega, v katerem ljudje ne izgubijo podjetniškega zanosa, kjer se zmanjša njihov strah pred neuspehom in v katerem si lahko prizadevajo za vzpostavitev in razvoj dinamičnega in dobičkonosnega posla. Zaradi krize covid-19 je postalo očitno, da je potrebno tudi na področju podpornih ukrepov za podjetništvo razviti nove strategije, predvsem s poudarkom na pravočasnosti in praktičnosti politik. Raziskava GEM in rezultati drugih podjetniških raziskav so lahko državi in ključnim odločevalcem v njej v veliko podporo.



Uvodna predstavitev GEM

1.1 Kaj je Globalni podjetniški monitor

Podjetništvo ima številne oblike. Je poklicna izbira, ko se podjetnik odloči, da bo namesto zaposlitve in dela za druge izbral samozaposlitev in si samostojno ali v sodelovanju zagotavljal preživetje in razvoj. Je način ravnanja, pri katerem se iščejo ali ustvarjajo in izkoriščajo poslovne priložnosti, in je širši družbenoekonomski proces 'kreativne destrukcije', na katerem temeljita gospodarski in družbeni razvoj. Številne raziskave pogosto spregledajo to njegovo večplastnost in se posvetijo samo eni od njegovih značilnosti, najraje tisti, ki jo je najlažje proučevati na temelju že razpoložljivih podatkov, s katerimi razpolagajo različni statistični viri. Tudi nosilci ekonomske politike radi zanemarijo številne podjetniške značilnosti in se posvečajo agregatnemu makroekonomskemu vidiku, kateremu je podjetništvo zanimivo šele, ko se realizira v podjetju oziroma manifestira v bruto domačem proizvodu ali ko podjetje zaide v krizo ali preneha poslovati. Pri tem se pozablja, da prav nenehno podjetniško vrenje in podjetniške ambicije posameznikov obnavljajo ekonomsko strukturo. A to ne velja za vsako podjetništvo, saj vse aktivnosti podjetnikov niso družbeno koristne. Ne samo produktivno, v razvoj usmerjeno podjetništvo, obstaja tudi špekulativno in destruktivno podjetništvo, ki ga zanima predvsem doseganje lastnega sebičnega interesa brez kakršnega koli oziranja na soljudi, naravo ali družbeni razvoj ter v svojih ekstremih deluje tudi izrazito uničevalno.

Poglobljeno raziskovanje podjetništva zahteva presežanje tovrstnih enoplastnosti in usmeritev raziskovalne pozornosti na osrednjo gonilno silo podjetništva, to je na podjetnika in njegove značilnosti. Podjetništvo namreč temelji prav na osrednji človekovi sposobnosti, da razmišlja, raziskuje, išče boljše načine zagotavljanja svoje eksistence, skratka da je podjeten in ustvarjalen. Nova podjetja namreč večinoma ustanavljajo posamezniki, ki nenehno presojuje stroške in koristi takšnega ravnanja, na njihove odločitve pa poleg osebnih značilnosti pomembno vplivajo številni dejavniki v neposrednem življenjskem okolju (potencialnih) podjetnikov, v institucionalnem okolju podjetij, prevladujočih kulturnih vrednotah, v splošnem odnosu družbe do podjetništva in podobno.

Proučevanje soodvisnosti med podjetništvom in gospodarskim razvojem pa daje smiselne rezultate samo, če ga proučujemo povezano in soodvisno s podobnimi raziskavami v svetu. To je še zlasti pomembno, kadar ekonomska politika, ki ima razvojne cilje, potrebuje neodvisne podatke. Ti ji omogočajo sprejemati ukrepe, ki pospešujejo podjetništvo in spodbujajo tiste vrste

podjetij, ki lahko k razvoju največ prispevajo. Ker je podjetništvo tudi zelo kompleksen pojav, ki zahteva razumevanje številnih soodvisnosti, teh ni možno razumeti, ne da bi se primerjali z drugimi državami ali globalno.

Upošteva vse to je bil pod vodstvom London Business School in ameriškega Babson College leta 1998 iniciran Global Entrepreneurship Monitor (GEM) in naslednje leto v okviru desetih držav izvedena prva raziskava, ki se je skozi dve desetletji oblikovala v največjo svetovno longitudinalno raziskavo podjetništva, ki ima v jedru individualnega podjetnika z vsemi njegovimi značilnostmi in soodvisnostmi z okoljem, v katerem se rojevajo in uresničujejo podjetniške zamisli. Še poseben poudarek v tej globalni raziskavi je dan najzgodnejšim fazam, ko se zaznavajo poslovne priložnosti in se posamezniki odločajo, ali se bodo ukvarjali s podjetništvom ali ne.

Raziskovalnemu programu GEM se je slovenski raziskovalni tim z Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru pridružil leta 2001 in naslednje leto po metodologiji GEM izvedel svojo prvo raziskavo podjetništva, ki je omogočila različne primerjave med 37 državami. Od takrat sodelujemo v vseh letnih ciklih, tako da imamo za preteklih 20 let zanesljive podatke, s pomočjo katerih lahko pomembne elemente podjetništva v Sloveniji, še zlasti v njegovih začetnih fazah, primerjamo s podjetništvom v drugih državah, ki sodelujejo ali so sodelovale v GEM. Z raziskovanjem v družbi raziskovalcev GEM iz vsega sveta dobivamo kompetentno informacijo, kam se v globalnem merilu umešča podjetništvo v Sloveniji. Globalna vpetost raziskovalnega programa GEM in transparentnost podatkov med svetovnimi raziskovalci omogočata precej širšo sliko, kot bi jo dobili, če bi raziskovali samo v nacionalnem okviru. Tako imamo bolj argumentiran vpogled v stanje in razvoj podjetništva v državi, oblikovalci podjetniške politike pa ga lahko temeljiteje spoznajo in si ustvarijo trdnejšo osnovo za izdelavo učinkovitih ukrepov in programov, usmerjenih k podpiranju takšnega tipa podjetništva, ki lahko najbolj prispeva k razvoju, obenem pa jim omogoča tudi sledenje učinkovitosti sprejetih ukrepov.

Globalnost, longitudinalnost in uporaba enotne metodologije, ki jo morajo sodelujoče države brezkompromisno uporabljati, so velika prednost GEM, saj so pridobljeni podatki zanesljivi in jih je potem možno tudi verodostojno uporabljati in tolmačiti, kar je še posebej pomembno pri reševanju nekaterih velikih izzivov za družbo, kot so cilji trajnostnega razvoja Združenih narodov (SDG), ali pri iskanju rešitev in odpravljanju posledic, ki jih povzroča pandemija koronavirusa SARS-CoV-2. V 23 letih obstoja je Global Entrepreneurship Monitor (GEM) že večkrat prispeval k takim prizadevanjem. Nedavno s posebno publikacijo *Entrepreneurship and well-being: The UN sustainable development goals through lenses of GEM indicators* (Singer et al., 2022), pred tem s publikacijo *Diagnosing COVID-19 Impacts on Entrepreneurship: Exploring policy remedies for recovery* (ur. Aileen Ionescu-Somers in Anna Tarnawa, 2020), v kateri so med drugim navedeni tudi konkretni primeri, kako so se posamezne države v letu 2020 odzvale na trenutno pandemijo. To pa nista edini posebni publikaciji, ki podrobneje proučujeta katero izmed posebej perečih področij. Leta 2021 je izšlo tudi posebno poročilo o ženskem podjetništvu *Women's Entrepreneurship Report: Thriving through Crisis* (Elam et al., 2021). Še pred tem je bila posebna pozornost posvečena tudi podjetniškemu izobraževanju, v razvoj usmerjenemu podjetništvu, notranjemu podjetništvu, podjetništvu mladih in starih, pregledu podjetniških politik s primeri dobrih praks te politike in še nekaterim drugim temam.

Organizacijsko gledano je GEM mrežni konzorcij nacionalnih timov z akademskih institucij ali posameznih uglednih inštitutov. Je edini globalni raziskovalni vir, ki podatke o podjetništvu zbira neposredno od potencialnih in obstoječih podjetnikov. Oblikovalci politik lahko zato sprejemajo bolj utemeljene odločitve, ki lahko boljše koristijo podjetnikom in ključnim

deležnikom podjetniškega ekosistema. Gledano skozi številke predstavlja GEM 23-letno serijo podatkov, ki omogočajo longitudinalno analizo držav ali skupine držav na različnih ravneh. GEM vsakoletno opravi od 160 do 200 tisoč anket in intervjujev s strokovnjaki in odraslo populacijo, vključno s podjetniki vseh starosti, in razpolaga s podatki iz 115 gospodarstev na vseh celinah sveta. Z analizami na temelju podatkov GEM je angažiranih okrog 500 strokovnjakov za raziskovanje podjetništva s približno 300 akademskih in raziskovalnih ustanov. Tolikšen raziskovalni potencial je poleg poglobljenih letnih raziskav ustvaril vsaj 1.000 znanstvenih člankov ali poglavij v monografijah, v katerih so uporabljeni podatki, zbrani v okviru globalnega raziskovalnega programa GEM.

Med 47 državami, ki so leta 2021 sodelovale v raziskavi GEM, so velike ekonomske, kulturne in družbene razlike, ki jih je treba upoštevati pri medsebojnih primerjavah držav. Še posebej je pomembno, da interpretacija dobljenih raziskovalnih rezultatov upošteva to raznolikost pri predlaganju primernih ukrepov za spodbujanje podjetništva. Stopnja razvitosti posamezne države namreč zelo vpliva na razvitost podjetniškega okolja, s tem pa tudi na celoten potek podjetniškega procesa od zagonske ideje do opustitve poslovanja pa tudi na možnosti in razpoložljive vire za izvajanje podjetniške politike. Zaradi velikih razlik med državami tudi ni enotnega recepta za spodbujanje podjetništva. Pri nizko dohodkovnih državah gre predvsem za mobilizacijo osnovnih proizvodnih dejavnikov, kot so zemlja in primarne dobrine. Sorazmerno velik del delovne sile je še nekvalificiran, urediti pa je treba tudi marsikatero temelje za dostojno zadovoljevanje osnovnih življenjskih potreb (zdravstvo, šolstvo, infrastruktura itd.). V primerjavi z visoko dohodkovnimi državami je v nizko dohodkovnih tudi narava poslovnih priložnosti pogosto preprostejša, kar pa ne pomeni, da jih je tudi lažje izkoristiti. Pogosto je zaradi nerazvitosti poslovnega okolja in infrastrukturnih mankov (elektrika, transportne povezave, internet ipd.) pot od ideje do uspešnega podjetja težje uresničljiva. Različna je tudi motivacija za podjetništvo, saj je v revnejših državah precej večji delež samozaposlitvenega podjetništva, ki je ob odsotnosti delovnih mest pogosto edina možnost za dostojno preživetje, vendar tako podjetništvo ni toliko prodorno in nima močnega zaposlitvenega potenciala.

Prav zato, ker je zelo malo možnosti za zaposlitev v obstoječih podjetjih in so ljudje prisiljeni iskati delo in preživetje na trgu s samostojno podjetniško aktivnostjo, je zgodnja podjetniška aktivnost v nizko razvitih gospodarstvih praviloma precej velika. Ko razvitost gospodarstva narašča, se odpirajo delovna mesta in se posameznikom omogoči zaposlitev, se zgodnja podjetniška aktivnost zmanjšuje. Na določeni stopnji razvitosti začne ponovno naraščati, vendar pa v tem primeru posamezniki ne gredo v podjetništvo, ker bi bili prisiljeni, ampak zato, ker so našli obetavno priložnost, ki jim omogoča uresničitev njihovih želja in potreb. Načini, kako takšne posameznike navdušiti za podjetništvo, so seveda bistveno drugačni kot pri drugih tipih podjetništva, zato tudi vladni ukrepi ne morejo biti za vse države enaki, ampak morajo biti prilagojeni posamezni razvojni stopnji nacionalnega gospodarstva in njegovi strukturi.

Slovenija ima relativno visok bruto družbeni proizvod na prebivalca, visoko usposobljeno delovno silo, dobro razvito infrastrukturo, relativno urejeno poslovno okolje in dovolj stabilen gospodarski sistem. Za izboljšanje poslovnega okolja in podjetniškega ekosistema ter za učinkovito pospeševanje kakovostnega in v razvoj usmerjenega podjetništva se moramo primerjati s podobnimi državami, predvsem pa s tistimi, ki imajo posamezne segmente, ki vplivajo na podjetništvo, bolje urejene kot Slovenija. GEM pri tem zagotavlja zanesljivo podatkovno podlago za nekatere primerjave in razmisleke, potrebne pri snovanju primernega podjetniškega okolja in ustrezne podjetniške politike, ki podpira kakovostno podjetništvo. Zato ga tudi številne države, vključno s Slovenijo, uporabljajo pri iskanju najboljših ukrepov, ki lahko odpravijo pomanjkljivosti v podjetniškem okolju in prispevajo k boljšemu poslovanju in razvoju.

1.2 Konceptualni okvir GEM

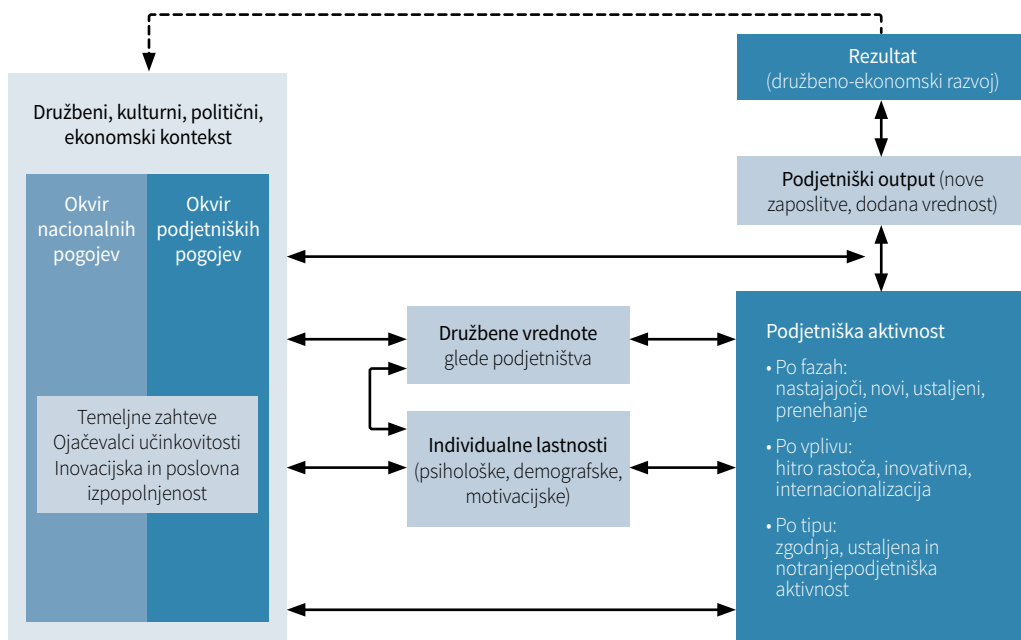
Raziskovanje podjetništva je v prvi vrsti raziskovanje posameznikov, njihovega okolja, motivov, nagnjenj in odločitev, ki pripeljejo do tega, da se nekateri odločijo za podjetništvo, drugi pa ne. Obenem pa gre za proučevanje številnih drugih dejavnikov v njegovem neposrednem življenjskem prostoru, ki igrajo pomembno vlogo pri podjetniškem delovanju, od prevladujočih kulturnih vrednot in institucionalnega okolja podjetij do splošnega odnosa družbe do podjetništva in lastne usposobljenosti zanj. Takšno razumevanje je vgrajeno v konceptualni okvir GEM, ki pri svojem raziskovanju upošteva, da sta nacionalna gospodarska rast in razvoj posledici osebnih sposobnosti posameznikov za odkrivanje in izkoriščanje priložnosti bodisi samostojno ali v okviru podjetja, ta proces pa je pomembno odvisen od gospodarskega in družbenega okolja, ki vplivata na posameznikov odnos do razpoznavanja in izkoriščanja podjetniških priložnosti. S pomočjo GEM lahko zato dobimo bolj poglobljen vpogled v nacionalno podjetništvo in njegove značilnosti, kot ga lahko zagotovijo drugi statistični viri, predvsem tisti, ki temeljijo samo na podatkih, pridobljenih od obstoječih podjetij. S posameznikom v središču raziskovanja lahko GEM namreč zajame tudi njegov odnos do podjetništva, njegove ambicije in usposobljenost za podjetništvo, njegovo dožemanje odnosa družbe do podjetništva, pa tudi posameznike v vseh fazah podjetniškega procesa, od začetnih razmislekov, da bi se podali na podjetniško pot, do ustanovitve podjetja, poslovanja, rasti in prenehanja poslovanja. Zajame pa tudi notranje podjetništvo in posamezne bolj poglobljene teme, kot je recimo gig ekonomija (Bosma, Kelly, 2019), vpliv pandemije covid-19 (Bosma et al., 2021) ali sledenje ciljem trajnostnega razvoja (Hill et al., 2022).

Konceptualni okvir GEM izkazuje njegovo raziskovalno ambicijo, da bi:

- v čim več državah meril razlike v odnosu do podjetništva, aktivnosti in razlike v aspiracijah posameznikov;
- 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.

Tudi zato je tako pomembno raziskovanje posameznikov, ker lahko na ta način zajamemo tudi informacije o 'neformalnem' gospodarstvu ali o raznovrstnem naboru gospodarskih dejavnosti, podjetij in delovnih mest, ki jih država ne ureja in ne ščiti, še zlasti v tistih državah, kjer uradni viri ta področja slabo zajemajo ali so njihove informacije manj zanesljive. V teh državah, zlasti manj razvitih, posamezniki morda ne registrirajo podjetja, ampak preprosto izkoristijo priložnosti za posel takrat, ko se pojavijo. Taka neuradna dejavnost očitno ni zajeta v uradnih statistikah, vendar je lahko pomemben del nacionalnega gospodarstva (Bosma et al., 2020). Da bi lahko vse te dejavnike ustrezno opazovali, so bile razvite mere, ki omogočajo usklajeno pridobivanje podatkov ter harmonizacijo podatkov in dobljenih rezultatov, da se lahko države primerjajo med seboj. 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 (*slika 1.1*) in jih lahko strnemo v več skupkov, ki opisujejo ključne dejavnike podjetniškega procesa: stanje v podjetniškem ekosistemu, družbene vrednote in dožemanje podjetništva, individualne značilnosti potencialnega podjetnika, posamezne faze podjetniške aktivnosti in podjetniške aspiracije.

Slika 1.1: Konceptualni okvir GEM



GEM 2021

Družbeni, kulturni, politični in ekonomski kontekst se nanaša na stopnjo splošne razvitosti posameznega nacionalnega gospodarstva in še posebej na razvitost ključnih podjetniških pogojev. Na nastajanje novih podjetij in podjetij namreč vplivata tako stopnja razvitosti posameznega nacionalnega gospodarstva kot tudi razvitost ključnih podjetniških pogojev. Pri prvem gre za razvitost inštitucij, infrastrukturo, makroekonomsko stabilnost, zdravstveno in primarno izobraževanje, visoko izobraževanje in usposabljanje, učinkovitost trga dobrin, učinkovitost trga delovne sile, izpolnjenost finančnega trga, tehnološko usposobljenost, velikost trga, poslovno urejenost in inovacije. Vse to je potrebno za normalno dolgoročno delovanje podjetij in se seveda med posameznimi državami razlikuje. Pri tem igra veliko vlogo gospodarska razvitost države, vendar to ne pomeni, da imajo bolj razvite države že tudi avtomatsko bolj urejeno to področje, vsaj ne vseh njegovih sestavin, in obratno, da imajo manj razvite države slabo razvite tudi vse navedene dejavnike. Pri okviru podjetniških pogojev pa gre za dejavnike, ki še posebej vplivajo na začetek in potek podjetniškega procesa v določeni državi, kot so recimo podjetniško izobraževanje, dostopnost tveganega kapitala, prenos tehnologije itd., podrobneje je to področje raziskovanja prikazano v 7. poglavju, ki obravnava podjetniški ekosistem. Spoznavamo ga s pomočjo strokovnih mnenj skrbno izbranih izvedencev, ki imajo dober vpogled v različne segmente podjetniškega procesa. Uporabljamo tudi sestavljeni indeks NECI (angl. *national entrepreneurship context index*), ki podaja oceno okolja za podjetništvo v nacionalnem gospodarstvu.

Družbene vrednote in dojemanje podjetništva vplivajo tako na posameznikov spoznavni proces kot tudi na njegovo odločanje o potencialni podjetniški karieri. Spoznavamo jih s pomočjo anketiranja vzorca odrasle populacije in odgovorov na vprašanja, kot so: 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

omogočajo zanesljivejše sklepanje o pomenu posameznih dejavnikov, ki lahko vplivajo na to, ali se bo posameznik odločil za podjetniško pot, ter o možnostih, da bo dejansko realiziral svoje namene.

Individualne značilnosti podjetnikov so naslednja sestavina konceptualnega okvira GEM in imajo osrednji vpliv na zaznavanje poslovnih priložnosti, podjetniške namere in zmožnost uresničevanja podjetniških zamisli. Še zlasti so pomembne v najzgodnejših fazah podjetniškega procesa. Spoznavamo jih s pomočjo nekaterih demografskih dejavnikov (spol, starost, geografska lokacija, dohodkovno stanje), psiholoških dejavnikov (samozaznavanje osebnih zmogljivosti za podjetništvo, zaznavanje poslovnih priložnosti, strah pred neuspehom) in motivacijskih vidikov (prispevek k spremembam v svetu, doseganje večjega premoženja, nadaljevanje družinskega podjetja, preživetje). Poskušamo razumeti podjetniški potencial in oceniti delež *potencialnih podjetnikov*, to je tistih, 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. Individualne značilnosti podjetnikov poleg ostalega vplivajo tudi na zaznavanje poslovnih priložnosti, ki so ključni element podjetniškega procesa. Brez sposobnosti razpoznavanja poslovne priložnosti podjetniška aktivnost ni možna, na propad pa so obsojene tudi vse tiste poslovne priložnosti, ki nimajo v sebi zadostnega dobičkovnega potenciala, ki bi omogočil normalno dolgoročno poslovanje. Potenciali posameznih poslovnih priložnosti so namreč različni in odvisni ne samo od inovativnosti poslovne ideje, ampak tudi od sposobnosti podjetniškega tima in neposrednega okolja. Nekaj, kar je poslovna priložnost v Sloveniji, ni nujno, da je tudi priložnost v Nemčiji, Peruju ali Indiji in obratno.

Podjetniška aktivnost se razlikuje glede na fazo življenjskega cikla podjetja, ki se prične z zaznavanjem poslovne priložnosti in različnimi aktivnostmi posameznikov, da bi se lotili podjetništva, nadaljuje z dejansko uresnitvijo in poslovanjem ter se zaključi z opustitvijo poslovanja in morda z zasnovo novega podjetja. Posamezniki, ki jih proučuje GEM, se tako nahajajo na različnih stopnjah podjetniškega procesa. *Nastajajoči podjetniki* so tisti, ki so zato, da bi se začeli ukvarjati s podjetništvom, že vložili svoj čas in morebiti tudi denarna sredstva, z omejitvijo, da plač še ne izplačujejo dlje kot tri mesece. *Novi podjetniki* so posamezniki, ki so lastniki podjetja in ga tudi vodijo, to podjetje pa plač ne izplačuje 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 podjetnikov poslovanje tudi opusti, 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 analizira GEM profil zgodnje podjetniške aktivnosti, torej značilnosti teh podjetnikov, med katerimi so osebne lastnosti (spol, starost in motivacija), panoge in aspiracije podjetnikov po rasti, inovativnosti in internacionalizaciji podjetja. GEM je oblikoval še indeks EBO, ki prikazuje delež ustaljenih podjetnikov, in indeks EEA, ki prikazuje delež notranjih podjetnikov.

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

1.3 Podatkovne podlage za GEM

Podatki GEM se zbirajo letno in so izpeljani iz dveh glavnih virov primarnih podatkov: raziskave odraslega prebivalstva (angl. *Adult Population Survey – APS*) in raziskave mnenj in stališč nacionalnih izvedencev (angl. *National Experts Survey – NES*). Poleg tega primarne podatke v raziskavi GEM povezujemo z zanesljivimi sekundarnimi podatki inštitucij, kot so Evropska komisija, Svetovna

banka in druge. Metodologija raziskave in proces harmoniziranja podatkov ter testiranje modela GEM so opisani v znanstveni literaturi (Reynolds et al., 2005; Levie in Autio, 2008) ter dostopni na spletni strani GEM v Podatkovnem priložniku (angl. *GEM Data Manual*) (www.gemconsortium.org).

V okviru APS vsako sodelujoče gospodarstvo izvede raziskavo naključnega reprezentativnega vzorca najmanj 2.000 odraslih (starejših od 18 let). Raziskave se izvajajo v istem letnem času (običajno med aprilom in junijem) z uporabo standardiziranega vprašalnika, ki ga je razvil konzorcij GEM. APS v posamezni državi običajno izvaja neodvisni ponudnik raziskav, ki ga izbere raziskovalna skupina GEM vsake sodelujoče države. Predlog za zbiranje podatkov GEM po različnih merilih pregleda koordinacijska skupina GEM. Načini izvedbe anketne raziskave so primerni razmeram v posameznih državah in obsegajo telefonsko anketiranje (fiksni in/ali mobilni telefoni), načine preko internetnih panelov, v nekaterih državah pa tudi (delno ali v celoti) z osebnim anketiranjem. V Sloveniji izvajamo anketiranje preko fiksnih in mobilnih telefonov. Zbrane in neobdelane podatke vsake sodelujoče države pošlje raziskovalna skupina države neposredno koordinacijski metodološki skupini GEM v pregled in preverjanje kakovosti, z namenom izvedbe enotnih statističnih izračunov. Vsak nacionalni tim tako preoblikovane baze podatkov analizira, podatke pa spremeni v koristne informacije za oblikovalce ekonomske politike in informacije za spremljanje in oceno učinkov ukrepov ekonomske politike in pobud. APS daje informacije o podjetniških dejavnostih posameznikov, njihovih stališčih, motivacijah in ambicijah, pokriva pa tudi zelo raznolike značilnosti nepodjetnikov, vselej z uporabo istega standardiziranega vprašalnika GEM, ki je v vseh sodelujočih državah enak in preveden v nacionalne jezike, kar omogoča primerljivost rezultatov v vseh sodelujočih državah.

Anketa nacionalnih strokovnjakov (NES) je del standardne metodologije GEM in ocenjuje različne okvirne pogoje za podjetništvo (angl. *Entrepreneurial Framework Conditions – EFC*) ter druge teme, povezane s podjetijstvom. NES je bil uveden zaradi pomanjkanja nacionalno usklajenih ukrepov, ki bi jih bilo mogoče uporabiti kot kazalnike specifičnih podjetniških okvirjev (Reynolds et al., 2005). Medtem ko v zadnjem času drugi viri zagotavljajo posamezne alternativne ukrepe za nekatere okvirne pogoje, NES ostaja edini vir usklajenih, mednarodno primerljivih podatkov, ki obravnavajo okvirne pogoje okolja za nova in rastoča podjetja. NES je bil skrbno zasnovan in izpopolnjen, tako da s tem delom anketne raziskave zajamemo informirane presoje nacionalnih in v nekaterih primerih regionalnih ključnih izvedencev o statusu okvirnih pogojev za podjetništvo v lastnih gospodarstvih in/ali regijah. Vsak identificiran nacionalni strokovnjak izpolni vprašalnik NES o več različnih vidikih podjetniškega ekosistema, ki segajo od razpoložljivosti podjetniškega financiranja do državnih programov za podporo podjetijstvu, od kakovosti podjetniškega izobraževanja na različnih ravneh do razpoložljivosti in stroškov fizične infrastrukture itd. Nacionalni in regionalni strokovnjaki so izbrani na podlagi ugleda in izkušenj (pristop priložnostnega vzorca). V vsakem gospodarstvu GEM je osebno intervjuvanih ali anketiranih najmanj 36 strokovnjakov. Strokovnjaki dajejo ocene tudi o drugih temah, povezanih z dodatnimi podjetniškimi pogoji, glede vprašanj, povezanih s posebno temo, vključeno v trenutni cikel GEM. Podobno kot APS je podroben vprašalnik, ki ga izpolnijo nacionalni strokovnjaki, v vseh sodelujočih državah enak in tematsko usklajen z vprašalnikom APS, kar omogoča kakovostne primerjave.

Značilnosti vzorca APS v Sloveniji so prikazane v *tabeli 1.1* Struktura vzorca je usklajena s strukturo statistične množice glede na statistične regije v Sloveniji (12 regij), glede na spol in starost ljudi ter glede na značilnost območja (urbano ali ruralno okolje). Vzorca 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 1.1: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2021, APS

	Neuteženi vzorec (18 do 88 let)	Uteženi vzorec (18 do 64 let)
Skupaj	2000	1556
- Moški	994	811
- Ženske	1006	745
Število nastajajočih podjetij	50	52
Število novih podjetij	53	52
Število ustaljenih podjetij	147	132
Neformalni investitorji	96	84

Leta 2021 je v raziskavi GEM v delu APS sodelovalo 47 držav, v katerih je bilo skupaj anketiranih 148.382 oseb.

Sodelujoča gospodarstva lahko razdelimo po globalnih regijah; z geografskega vidika tako ločimo štiri skupine: Evropa in Severna Amerika, Južna Amerika in Karibi, Srednji vzhod in Afrika ter Azija. Geografsko pripadnost držav, ki so sodelovale v APS, prikazujemo v tabeli 1.2.

Tabela 1.2: Globalne regije – sodelujoče države GEM, GEM 2021, APS

Globalne regije	Število držav	Države
Evropa in Severna Amerika	25	Norveška, Poljska, Švedska, Rusija, Finska, Belorusija, Španija, Ciper, Nizozemska, Nemčija, Francija, Luksemburg, Velika Britanija, Madžarska, ZDA, Grčija, Irska, Slovaška, Hrvaška, Kanada, Švica, Romunija, Latvija, Slovenija, Italija
Južna Amerika in Karibi	7	Dominikanska Republika, Panama, Urugvaj, Kolumbija, Čile, Brazilija, Gvatemala
Srednji vzhod in Afrika	10	Izrael, Iran, Oman, Savdska Arabija, Sudan, Maroko, Egipt, Južnoafriška Republika, Katar, Združeni arabski emirati
Azija	5	Kazahstan, Južna Koreja, Japonska, Turčija, Indija
Skupaj	47	

V NES (*National Expert Survey*), drugem viru primarnih podatkov GEM, je leta 2021 sodelovalo 50 držav, v katerih je bilo skupaj anketiranih 2.076 nacionalnih izvedencev, ki so bodisi delujoči podjetniki, ali pa so strokovnjaki na področjih, ki so vplivno povezana s področjem podjetništva.

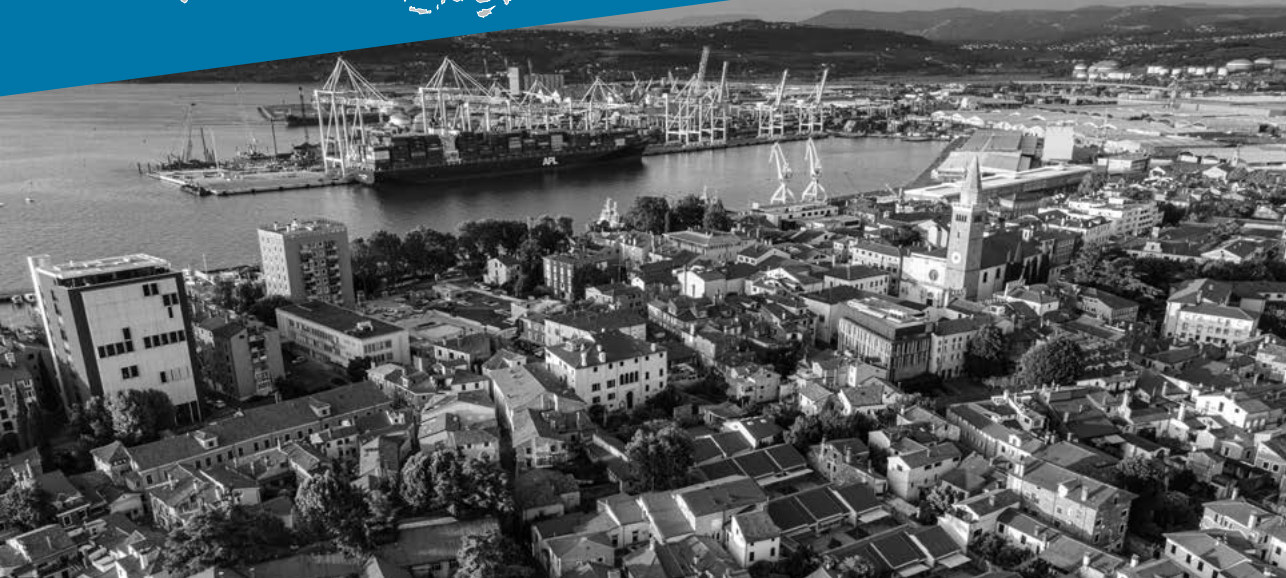
1.4 Dostopnost raziskav in podatkov GEM

GEM je konzorcij nacionalnih timov, ki so povezani v krovno organizacijo Global Entrepreneurship Research Association (GERA), v okviru katere se izvaja projekt GEM. Konzorcij GEM je edinstvena mreža številnih podjetniških raziskovalcev, ki gradijo podatkovno bazo, da bi z njeno pomočjo pridobili trdnejša spoznanja o podjetniških pojavih. Na domači strani konzorcija GEM (www.gemconsortium.org) in tudi na slovenski strani (www.gemslovenia.org) lahko zainteresirani bralci najdejo številne informacije – od nacionalnih raziskav do podatkovnih baz in pregleda vse bogatejše zbirke znanstvenih člankov, ki nastajajo z uporabo podatkov, pridobljenih v raziskavah

GEM. Od leta 2012 so podatkovne baze za pretekla leta urejene tako, da ponujajo možnosti primerjav posameznih indikatorjev med državami (glej <https://www.gemconsortium.org/data>), kar je še posebej uporabno za nekatere hitre preglede stanja podjetništva v posameznih državah in medsebojne primerjave.



Nacionalni profil: Slovenija



Odnos do podjetništva	% odraslega prebivalstva	Rang
Poznavanje podjetnika	54,6	22 / 47
Zaznavanje poslovnih priložnosti	51,5	28 / 47
Zaznana enostavnost ustanovitve lastnega podjetja	61,0	19 / 47
Znanje in veščine	58,5	24 / 47
Strah pred neuspehom	43,0	29 / 47
Podjetniške namere	15,4	26 / 47

Število prebivalcev:
2,1 milijona
(2020)



BDP na prebivalca:
39.769 \$
(2020, World Bank)



Podjetniška aktivnost	% odraslega prebivalstva	Rang / 43	% žensk	% moških
Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (TEA)	6,7	39 / 47	6,1	7,2
Stopnja ustaljenega podjetništva	8,5	13 / 47	6,4	10,5
Podjetniška aktivnost zaposlenih	5,9	5 / 37	4,3	7,3

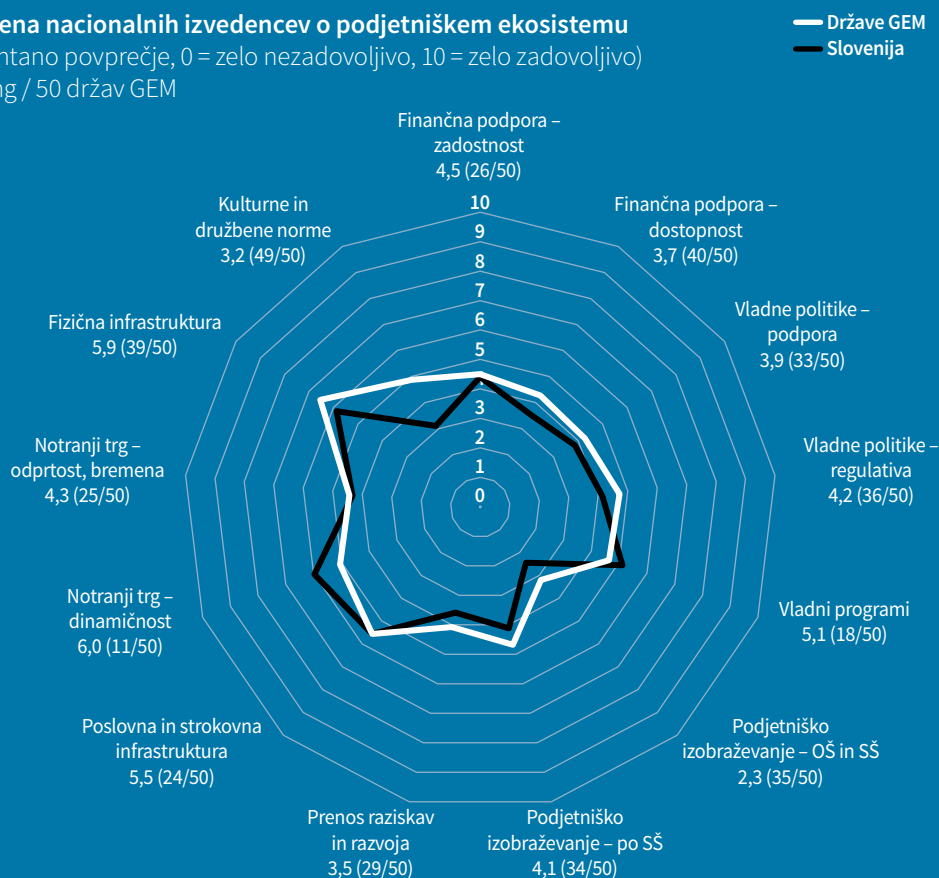
Motivacija za podjetništvo	% TEA	Rang / 43	% žensk TEA	% moških TEA
Ustvariti spremembo v svetu	61,8	14 / 47	64,2	59,0
Ustvariti premoženje oziroma večji dohodek	42,6	35 / 47	43,4	41,6
Nadaljevati družinsko podjetje/tradicijo	27,4	23 / 47	20,8	35,5
Preživeti, saj so službe redke	63,8	27 / 47	62,3	65,7

Vpliv podjetništva	% odraslega prebivalstva	Rang
Pričakovana nova delovna mesta (+6 zaposlenih)	1,2	35 / 47
Mednarodno poslovanje (+25 % prihodkov)	1,0	20 / 47
	% TEA	Rang
Vedno upošteva družbeni vpliv	85,6	11 / 46
Vedno upoštevajo okoljski vpliv	92,0	2 / 46
Panoga (% TEA v dejavnosti poslovnih storitev)	30,0	12 / 47

Pandemija covid-19	% odraslega prebivalstva	Rang
Znižanje prihodkov gospodinjstva zaradi pandemije	34,2	31 / 47
	% TEA	Rang
Posel je težje začeti kot pred enim letom	23,0	43 / 47
Uporaba več digitalnih tehnologij za prodajo izdelkov ali storitev	45,6	34 / 47
Izkoriščanje poslovnih priložnosti zaradi pandemije	44,9	21 / 47
Panoga (% TEA v dejavnosti poslovnih storitev)	30,0	12 / 47

Ocena nacionalnih izvedencev o podjetniškem ekosistemu

(tehtano povprečje, 0 = zelo nezadovoljivo, 10 = zelo zadovoljivo)
rang / 50 držav GEM



Značilnosti trajnostno naravnane podjetništva v Sloveniji

2

Ključna spoznanja:

- Ugotavljamo, da v Sloveniji okoli 40 % podjetnikov poroča o tem, da so vsebinske vidike ciljev Agende za trajnostni razvoj 2030 (Združeni narodi) vključili med prednostne naloge svojega podjetja in opredelili niz jasnih ciljev, ukrepov in ključnih kazalnikov uspešnosti.
- Pri večini proučevanih značilnosti podjetij v povezavi s cilji trajnostnega razvoja se v povprečju višje uvrščajo države izven Evrope in Severne Amerike, zlasti države Južne Amerike ter Srednjega vzhoda in Afrike.
- V evropskih državah je odstotek podjetnikov, ki pri sprejemanju poslovnih odločitev upoštevajo družbeni vpliv take odločitve, v povprečju nižji kot v drugih regijah. Slovenija se na evropski lestvici uvršča v sam vrh, tako glede deleža podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki vedno upoštevajo družbeni vpliv svojih odločitev (85,52 %), kot tudi pri deležu ustaljenih podjetnikov (82,67 %).
- Slovenski nastajajoči in novi podjetniki ter ustaljeni podjetniki okoljske vplive upoštevajo v povprečju še v večji meri kot družbene vplive – 91,97 % podjetnikov v zgornjih fazah ter 89,03 % ustaljenih podjetnikov.
- Ukrepe za zmanjšanje negativnega vpliva na okolje je v Sloveniji v povprečju vključilo 37,01 % nastajajočih in novih podjetnikov in 41,73 % ustaljenih podjetnikov, kar pa Slovenijo uvršča skoraj na sam rep evropske lestvice.
- Ukrepe za povečanje družbenega vpliva v Sloveniji vključuje 29,58 % nastajajočih in novih ter manj kot 20 odstotkov ustaljenih podjetij (19,39 %).

2.1 GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji

Preglednica (*tabela 2.1*) prikazuje značilnosti podjetniške aktivnosti v Sloveniji v letu 2021 ter podaja primerjalno sliko s predhodnim letom. Leto 2020 je izredno zaznamovala pandemija covid-19, ki je vnesla negotovost v celotno gospodarstvo, ne samo Slovenije, ampak vseh držav (v večji ali manjši meri), s katerimi lahko Slovenijo v okviru GEM primerjamo. V letu 2021 je covid-19 že nova stvarnost, ki odsliskava tudi ukrepe ekonomske politike držav pri spopadanju s širjenjem virusa – primerjava med letoma 2020 in 2021 je tako tudi primerjava zaznavanja te nove stvarnosti med prebivalstvom.

V *tabeli 2.1* prikazujemo tudi uvrstitev Slovenije na lestvici 47 držav, ki so sodelovale v letošnji raziskavi odraslega prebivalstva GEM (APS). Ker države, ki sodelujejo v vsakoletni raziskavi, niso vselej iste, primerjava ranga Slovenije pri posamični značilnosti med letoma 2020 in 2021 ne prikazuje izboljšanja ali poslabšanja Slovenije v primerjavi z drugimi državami, ampak za posamezno leto ponuja primerjavo znotraj skupine tistih držav, ki so v raziskavi GEM sodelovale v posameznem letu.

V tem zbirnem prikazu so vključeni različni vidiki, s katerih je smiselno obravnavati podjetniški proces, ki ga v okviru raziskave GEM obravnavamo z vidika podjetnika v različnih fazah podjetniškega procesa – od pričetkov uresničevanja podjetniške ideje do nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetij. Vsak podjetniški proces uresničuje posameznik, pri čemer so ključne njegove zaznave podjetniških priložnosti, njegovi motivi in ambicije po podjetniškem udejstvovanju. Vse to se odvija v družbeno-ekonomskem okolju, ki lahko posameznike spodbuja ali omejuje pri podjetniškem delovanju. GEM spremlja posameznike v vseh fazah procesa, tudi tiste z ambicijami in nameni po podjetniškem udejstvovanju, med katerimi so nekateri že naredili prve korake za začetek delovanja njihovega podjetja, pa tudi tiste, ki so svoja podjetja popeljali med ustaljena, uveljavljena podjetja. V podjetniško aktivni populaciji zajema GEM tudi notranje podjetništvo, torej tudi tiste zaposlene, ki novi podjem začenjajo v okviru svoje redne zaposlitve.

V *tabeli 2.1* zbirno prikazujemo vrednosti kazalnikov za različne vidike podjetniške aktivnosti v Sloveniji leta 2021 primerjalno z letom poprej in za posamezne proučevane skupine: prebivalstvo v starosti od 18 do 64 let, nastajajoči podjetniki, novi podjetniki, posamezniki v zgodnjih fazah podjetništva (nastajajoči in novi podjetniki), nepodjetniki ter ustaljeni podjetniki.

Tabela 2.1: GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2021, APS

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja (N = 52)				Nova podjetja (N = 52)				Nastajajoča + nova podjetja (N = 104)				Ustaljena podjetja (N = 132)			
	2020	rang	2021	rang	2020	rang	2021	rang	2020	rang	2021	rang	2020	rang	2021	rang
Vključenost v podjetništvo (% populacije)	3,08	37/43	3,37	41/47	2,96	33/43	3,36	33/47	5,97	38/43	6,66	39/47	6,97	17/43	8,49	13/47
Spol (% populacije)																
Moški	3,42		4,03		3,81		3,27		7,10	38/43	7,16	41/47	9,17	16/43	10,46	13/47
Ženske	2,71		2,64		2,04		3,47		4,75	38/43	6,11	36/47	4,61	22/43	6,35	11/47
Spol (% podjetnikov)																
Moški	57,6		62,4		66,8		50,0		61,7		56,1		68,2		64,2	
Ženske	42,4		37,6		33,2		50,0		38,3		43,9		31,8		35,8	
Starost (% populacije)																
Od 18 do 24 let	1,3		8,9		1,9		1,9		3,23	42/43	10,19	27/47	0	/	1,91	29/47
Od 25 do 34 let	4,6		7,3		7,5		6,2		11,74	27/43	13,45	25/47	6,76	12/43	7,27	8/47
Od 35 do 44 let	5,0		2,0		3,4		4,2		8,36	29/43	6,19	42/47	10,61	13/43	10,63	12/47
Od 45 do 54 let	2,2		1,1		1,4		2,7		3,63	40/43	3,81	43/47	8,85	22/43	10,36	16/47
Od 55 do 64 let	1,5		1,2		0,7		1,5		2,24	30/43	2,75	43/47	4,68	38/43	8,48	24/47
Starost (% podjetnikov)																
Od 18 do 24 let	4,5		28,7		7,0		6,2		5,75	42/43	16,58	20/47	0	/	2,44	36/47
Od 25 do 34 let	29,0		41,0		48,7		34,9		37,49	8/43	38,33	6/47	18,70	23/43	16,25	24/47
Od 35 do 44 let	38,7		14,0		27,5		30,3		33,63	4/43	22,40	43/47	36,52	1/43	30,18	16/47
Od 45 do 54 let	16,6		7,9		11,2		18,4		14,11	28/43	13,24	37/47	29,39	17/43	28,25	24/47
Od 55 do 64 let	11,2		8,4		5,6		10,3		8,58	23/43	9,45	20/47	15,39	29/43	22,88	22/47
Izobrazba (% podjetnikov)																
Dokončana osn. šola ali manj	0,0		2,0		2,3		2,1		1,1		2,1		2,0		1,6	
Dokončana poklicna šola	8,0		3,8		18,3		4,1		13,2		4,0		9,1		9,3	
Srednješolska izobrazba	34,4		40,6		20,9		37,0		28,1		39,2		42,2		36,0	
Višješolska strok. izobrazba	21,3		26,2		16,2		15,7		19,0		20,2		13,9		12,8	
Visokoš. ali univ. izobr. ali več	36,2		27,4		42,3		41,1		38,5		34,6		32,8		40,3	
Izobrazba (% populacije)																
Manj kot srednješolska									6,37	29/43	2,62	42/47	5,75	25/43	6,04	28/47
Srednješolska									4,10	37/43	6,70	36/47	7,19	15/43	7,85	13/47
Več kot srednješolska									7,12	37/43	7,67	41/47	7,12	19/43	10,49	5/47
Visokošolska/Univerzitetna									11,45	21/43	12,22	34/47	7,43	23/43	3,39	43/47
Dohodkovni razred (% populacije)																
Spodnja tretjina	3,4		3,8		1,5		1,8		4,88	38/43	5,00	39/47	2,46	34/43	5,18	13/47
Srednja tretjina	3,0		3,2		2,8		3,0		5,60	35/43	7,38	34/47	7,88	14/43	7,59	16/47
Zgornja tretjina	3,2		4,6		4,5		4,5		7,70	35/43	6,63	43/47	8,07	28/43	9,89	20/47
Dohodkovni razred (% podjetnikov)																
Spodnja tretjina	22,5		27,0		9,5		15,2		16,1		21,5		7,6		18,4	
Srednja tretjina	33,0		49,4		30,6		32,6		30,9		40,4		40,6		34,5	
Zgornja tretjina	44,5		23,6		59,9		52,2		53,0		38,1		51,8		47,1	

Podjetniški dejavniki	Nastajajoča podjetja				Nova podjetja				Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2020	rang	2021	rang	2020	rang	2021	rang	2020	rang	2021	rang	2020	rang	2021	rang
Ustvariti razliko v svetu	53,90	13/43	66,37	11/47	36,44	25/43	58,08	15/47	44,60	19/43	61,84	13/47	52,74	11/43	45,24	18/47
Ustvariti premoženje oziroma večji dohodek	42,45	34/43	38,60	40/47	38,33	38/43	47,77	33/47	39,71	38/43	42,59	35/47	33,41	35/43	35,68	35/47
Nadaljevati družinsko podjetje/tradicijo	22,24	27/43	25,77	22/47	22,76	33/43	28,43	28/47	21,60	29/43	27,38	23/47	47,72	7/43	54,31	9/47
Preživeti, saj so službe redke	70,17	21/43	57,82	29/47	74,94	16/43	70,53	23/47	72,19	20/43	63,80	28/47	77,56	14/43	72,48	20/47

Nagnjenost k rasti (% podjetnikov)	Nastajajoča + nova podjetja				Ustaljena podjetja			
	2020	rang	2021	rang	2020	rang	2021	rang
Zaposlovanje – porast za najmanj 10 delovnih mest in hkrati za najmanj 50 % v petih letih	16,79	24/43	12,43	35/47	2,76	38/43	2,98	39/47
Izvoz – več kot 50 % prihodka je ustvarjenega zunaj države	0,87	16/43	0,89	18/47	1,01	3/43	0,96	7/47

Podjetniški dejavniki*	Nastajajoči podjetniki		Novi podjetniki		Ustaljeni podjetniki		% prebivalstva v starosti od 18 do 64 let				Nepodjetniki	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	rang	2021	rang	2020	2021
Razpoznavanje poslovnih priložnosti	61,65	71,2	45,28	63,5	35,39	53,9	42,03	29/43	51,49	28/47	41,73	49,9
Podjetniške namere v prihodnjih treh letih	50,81	47,9	12,28	22,1	13,58	8,0	13,27	32/43	16,09	33/47	11,94	15,4
Podjetniške namere v prihodnjih treh letih tistih, ki niso vključeni v podjetništvo							11,95	30/43	15,38	26/47		
Podjetniška zmogljivost – dojemanje kulturne podpore*												
Egalitarizem	73,24	81,3	79,56	83,4	72,34	77,6	81,21	3/43	81,57	3/47	82,19	81,9
Poklicna izbira	66,37	74,3	63,24	53,4	64,28	66,8	68,67	20/43	68,21	21/47	69,38	68,7
Spoštovanje podjetniškega poklica	92,86	84,9	91,30	91,5	75,44	78,4	85,06	9/43	85,87	9/47	85,39	86,4
Odnos medijev	83,20	77,4	76,66	84,5	78,56	78,4	81,30	6/43	83,64	4/47	81,54	84,4
Podjetniška zmogljivost – samozaupanje*												
Znanje in veščine	98,12	91,3	97,51	94,0	90,61	91,3	59,40	23/43	58,54	24/47	54,13	52,2
Strah pred neuspehom	28,36	36,3	32,05	28,2	33,52	27,3	48,22	15/43	44,88	28/47	50,68	47,6
Strah pred neuspehom med tistimi, ki razpoznajo poslovne priložnosti		30,5		35,5		24,5	43,83	30/43	42,97	30/47		46,0

* Prikazan je odstotek tistih, ki so odgovorili z da, v celoti vseh, ki so na vprašanje odgovorili z da ali ne.

2.2 Nekateri vidiki družbene in okoljske trajnostne naravnosti podjetništva

Vidiki družbene in okoljske trajnostne naravnosti podjetništva zajemajo pregled, kako je bilo ustvarjanje gospodarskih, družbenih in okoljskih vrednot vgrajeno v poslanstva in delovanje podjetij. V letih 2009 in 2015 je podoben, a obsežnejši modul v raziskavi GEM pomagal vzpostaviti izhodiščne informacije o tem, kako so posamezniki, ki so bili podjetniško aktivni, zaznali in obravnavali širši koncept trajnosti. Po letu 2015, ko so Združeni narodi sprejeli Agendo za trajnostni razvoj 2030 (Združeni narodi, 2015), so cilji trajnostnega razvoja postali bolj opazni po vsem svetu. V raziskavi GEM ocenjujemo obseg, v katerem podjetji in podjetja sprejemajo trajnostna načela, vključno z gospodarskimi, socialnimi in okoljskimi perspektivami, ter jih vključujejo v svoja poslanstva in vizije.

Cilje trajnostnega razvoja v Agendi za trajnostni razvoj 2030 podjetniki sicer relativno slabo poznajo, kljub temu da sta družbeni vpliv in okoljski vpliv dobro znani paradigmi – v državah, ki so sodelovale v tem delu raziskave, se odstotek podjetnikov, ki poznajo teh 17 ciljev Agende, zelo razlikuje. V Sloveniji ta znaša okoli 14 %, kar velja tako za podjetnike v zgodnjih fazah podjetništva kot za ustaljene podjetnike. Vendarle pa podjetja z vsebinskega vidika v veliko večji meri vključujejo cilje Agende med svoje prednostne naloge, kar pomeni tudi, da vsebinski okvir delovanja podjetij na področju družbenega in okoljskega vpliva oblikujejo lokalni ali regionalni (na primer na ravni EU) ukrepi, okoliščine, kulturne in družbene norme in tudi individualna prepričanja posameznika. Ugotavljamo, da v Sloveniji okoli 40 % podjetnikov poroča o tem, da so vsebinske vidike ciljev Agende vključili med prednostne naloge svojega podjetja in opredelili niz jasnih ciljev, ukrepov in ključnih kazalnikov uspešnosti.

Podjetniki v povprečju v veliki meri menijo, da pri sprejemanju odločitev o prihodnosti podjetja upoštevajo tudi družbeni vpliv, ki se nanaša na dostop do izobraževanja, zdravje, varnost, vključujoče delo, stanovanja, prevoz, kakovost ipd. Pri večini proučevanih značilnosti podjetij v povezavi s cilji trajnostnega razvoja se v povprečju višje uvrščajo države izven Evrope in Severne Amerike, zlasti države Južne Amerike ter Srednjega vzhoda in Afrike. V evropskih državah je odstotek podjetnikov, ki pri sprejemanju poslovnih odločitev upoštevajo družbeni vpliv take odločitve, v povprečju nižji kot v drugih regijah. Kot prikazujemo na *sliki 2.1*, se Slovenija na evropski lestvici uvršča v sam vrh, tako pri podjetnikih v zgodnjih fazah podjetništva (85,52 %) kot pri ustaljenih podjetnikih (82,67 %)¹. Delež tistih, ki vedno upoštevajo družbeni vpliv svojih odločitev med nastajajočimi podjetniki, je v večini sodelujočih držav višji od tega deleža med ustaljenimi podjetniki. Najbolj izstopajoča država v tem pogledu je Luksemburg, kjer več kot 90 % ustaljenih podjetnikov poroča o tem, da vedno upošteva družbene posledice svojih odločitev, v primerjavi s 70 % takih med nastajajočimi in novimi podjetniki. Na drugi strani je izstopajoč primer Poljska, kjer ustaljeni podjetniki skorajda ne poročajo o upoštevanju družbenega vpliva svojih odločitev (5 %), med nastajajočimi in novimi podjetniki pa je takšnih na Poljskem nekaj več kot 40 %.

¹ Z metodološkega vidika je treba upoštevati, da so odgovori, ki se nanašajo na 'družbeno zaželeno' ravnanje, lahko pristranski v smislu poudarjanja 'dobrega' ravnanja in zanikanja 'slabega' ravnanja.

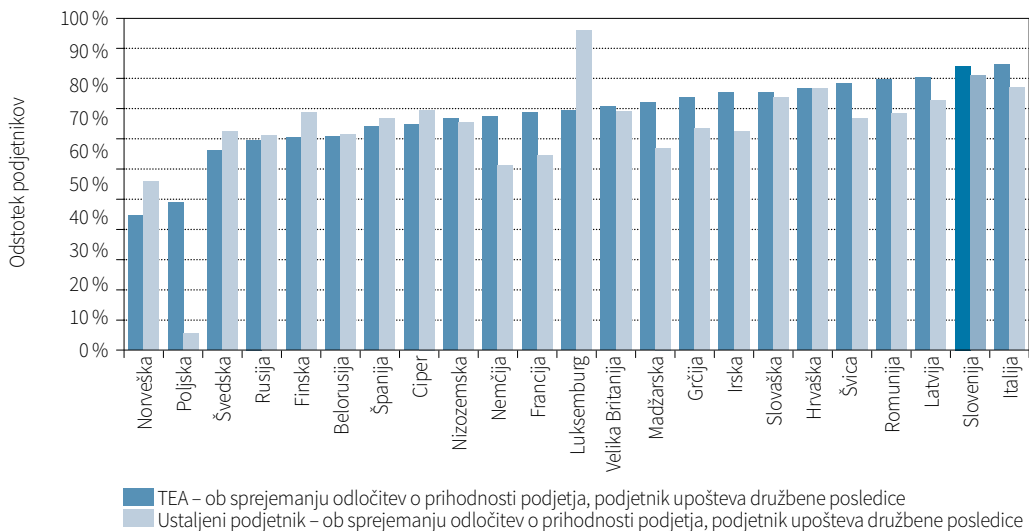
Tabela 2.2: Cilji trajnostnega razvoja

Cilj 1	Odpraviti vse oblike revščine povsod po svetu.
Cilj 2	Odpraviti lakoto, zagotoviti prehransko varnost in boljšo prehrano ter spodbujati trajnostno kmetijstvo.
Cilj 3	Poskrbeti za zdravo življenje in spodbujati splošno dobro počutje v vseh življenjskih obdobjih.
Cilj 4	Vsem enakopravno zagotoviti kakovostno izobrazbo ter spodbujati možnosti vseživljenjskega učenja za vsakogar.
Cilj 5	Doseči enakost spolov ter krepiti vlogo vseh žensk in deklic.
Cilj 6	Vsem zagotoviti dostop do vode in sanitarne ureditve ter poskrbeti za trajnostno gospodarjenje z vodnimi viri.
Cilj 7	Vsem zagotoviti dostop do cenovno sprejemljivih, zanesljivih, trajnostnih in sodobnih virov energije.
Cilj 8	Spodbujati trajnostno, vključujočo in vzdržno gospodarsko rast, polno in produktivno zaposlenost ter dostojno delo za vse.
Cilj 9	Zgraditi vzdržljivo infrastrukturo, spodbujati vključujočo in trajnostno industrializacijo ter pospeševati inovacije.
Cilj 10	Zmanjšati neenakosti znotraj držav in med njimi.
Cilj 11	Poskrbeti za odprta, varna, vzdržljiva in trajnostna mesta in naselja.
Cilj 12	Zagotoviti trajnostne načine proizvodnje in porabe.
Cilj 13	Sprejeti nujne ukrepe za boj proti podnebnim spremembam in njihovim posledicam.*
Cilj 14	Ohranjati in vzdržno uporabljati oceane, morja in morske vire za trajnostni razvoj.
Cilj 15	Varovati in obnoviti kopenske ekosisteme ter spodbujati njihovo trajnostno rabo, trajnostno gospodariti z gozdovi, boriti se proti širjenju puščav, preprečiti degradacijo zemljišč in obrniti ta pojav ter preprečiti izgubo biotske raznovrstnosti.
Cilj 16	Spodbujati miroljubne in vključujoče družbe za trajnostni razvoj, vsem omogočiti dostop do pravnega varstva ter oblikovati učinkovite, odgovorne in odprte ustanove na vseh ravneh.
Cilj 17	Okrepiti načine in sredstva za izvajanje ciljev ter oživiti globalno partnerstvo za trajnostni razvoj.

* Ob priznavanju, da je najpomembnejši mednarodni medvladni okvir za pogajanja o boju proti podnebnim spremembam na svetovni ravni Okvirna konvencija Združenih narodov o spremembi podnebja.

Vir: Vlada RS, 2020

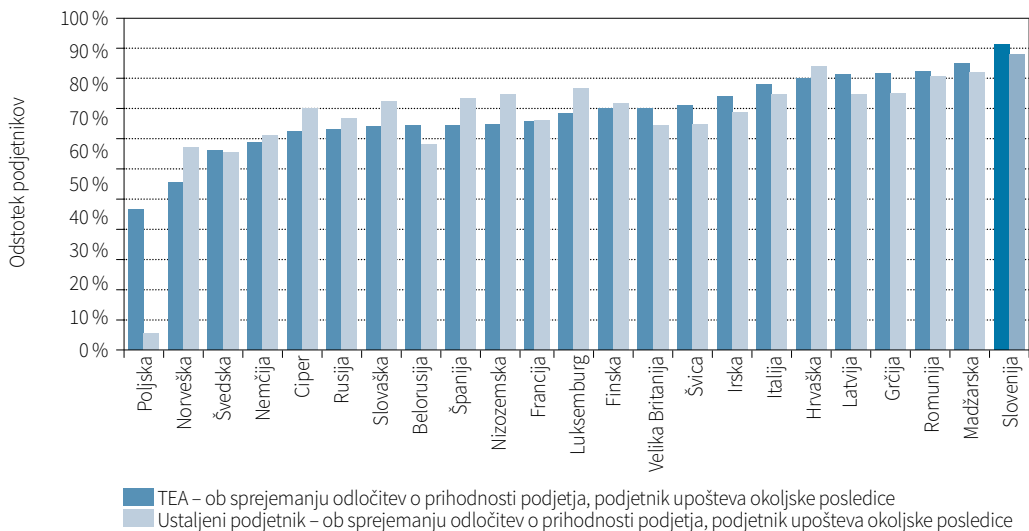
Slika 2.1: Odstotek podjetnikov, ki pri sprejemanju poslovnih odločitev vedno upoštevajo družbeni vpliv (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2021, APS

Zelo podobno sliko glede regijske porazdelitve kažejo tudi podatki o deležu podjetnikov, ki pri sprejemanju odločitev o prihodnosti svojega podjetja vedno upoštevajo okoljske posledice, kot so ohranjanje zelenih površin, zmanjšanje emisij onesnaževalcev in strupenih plinov, selektivno zbiranje odpadkov, zavestna poraba vode, električne energije in goriv itd. Slovenski nastajajoči in novi podjetniki ter ustaljeni podjetniki okoljske vplive upoštevajo v povprečju še v večji meri kot družbene vplive – 91,97 % podjetnikov v zgornjih fazah ter 89,03 % ustaljenih podjetnikov, kar prikazujemo na sliki 2.2.

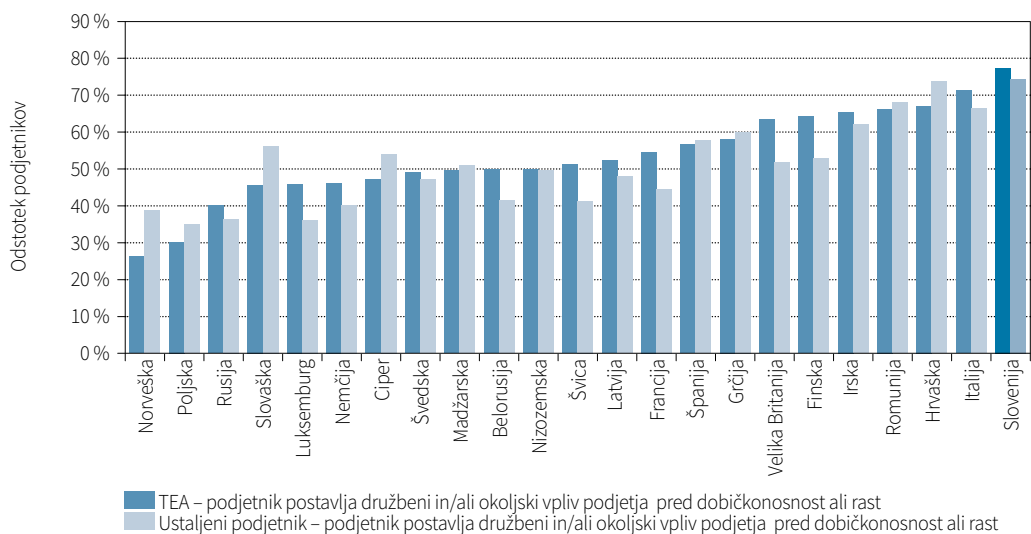
Slika 2.2: Odstotek podjetnikov, ki pri sprejemanju poslovnih odločitev vedno upoštevajo okoljske posledice (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2021, APS

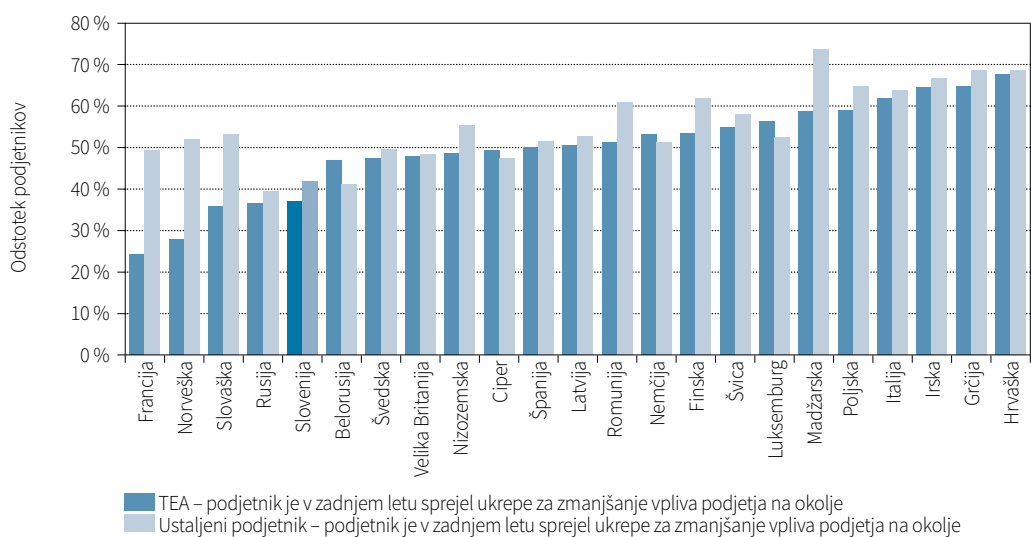
Slovenski podjetniki tudi zelo visoko ocenjujejo, da postavljajo družbeni in/ali okoljski vpliv pred dobičkonosnost in rast podjetja. Tako se Slovenija uvršča najvišje na evropski lestvici po tej značilnosti – 77,41 % TEA-podjetnikov ter 74,38 % ustaljenih podjetnikov, kar prikazujemo na sliki 2.3.

Slika 2.3: Odstotek podjetnikov, ki postavljajo družbeni in/ali okoljski vpliv pred dobičkonosnost in rast podjetja (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2021, APS

Slika 2.4: Odstotek podjetnikov, ki so v zadnjem letu sprejeli ukrepe za zmanjšanje vpliva na okolje (v evropskih državah GEM)



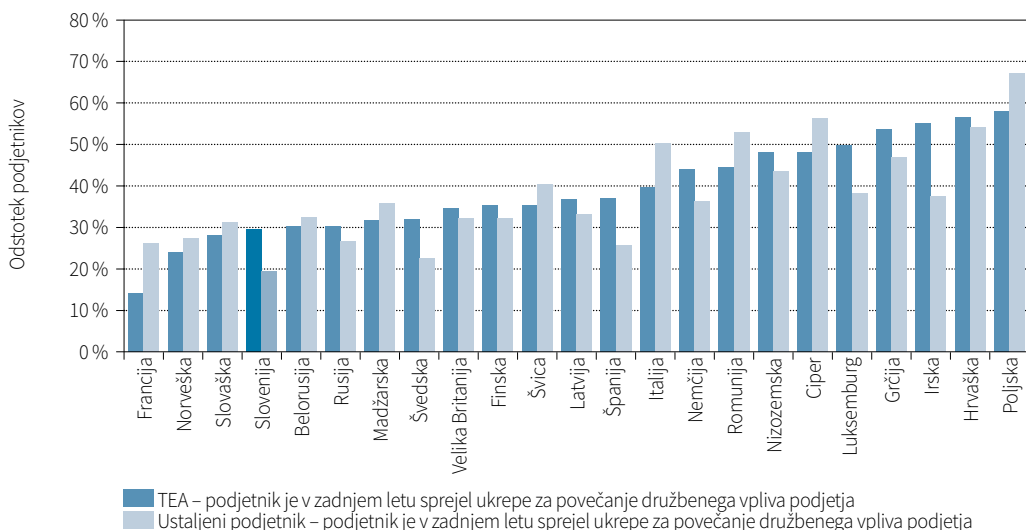
GEM Slovenija 2021, APS

Pri konkretizaciji ukrepov, ki so jih podjetja v preteklem letu sprejela na tem področju, so podjetja v povprečju manj aktivna oziroma v manjši meri poročajo o ukrepih kot pa o prej omenjenih poslovnih odločitvah, ki vključujejo družbeni in okoljski vidik.

Ukrepi za zmanjšanje negativnega vpliva na okolje lahko med drugim vključujejo ukrepe za varčevanje z energijo, ukrepe za zmanjšanje emisij ogljika ali uvedbo učinkovitejših strojev, skrb za nastale trdne odpadke, uporabo materialov, ki jih je mogoče reciklirati, uporabo alternativnih načinov prevoza, kot so kolesarjenje, hoja, skupna vožnja, javni prevoz itd. Tovrstne ukrepe je v Sloveniji v povprečju vključilo 37,01 % TEA-podjetnikov in 41,73 % ustaljenih slovenskih podjetnikov, kar pa Slovenijo uvršča skoraj na sam rep evropske lestvice, na lestvici pa se sicer najvišje uvršča Hrvaška, kar prikazujemo na *sliki 2.4*.

Ukrepi za povečanje družbenega vpliva podjetja lahko med drugim vključujejo ustvarjanje delovnih mest za mlade brezposelne in druge skupine z omejenim dostopom do trga dela, vključevanje socialnih podjetij v dobavno verigo podjetja, zagotavljanje raznolike delovne sile, dajanje prednosti podjetjem in/ali dobaviteljem, ki pri nakupu izdelka ali storitve upoštevajo človekove pravice in okolje, boj proti kakršnikoli obliki otroškega ali suženjskega dela, naložbe ali podpora projektom ali socialnim organizacijam, ki razvijajo skupnost in vključujejo manj privilegirane skupine ipd. Sprejetje konkretnih ukrepov na tem področju je med podjetniki v povprečju še manj razširjeno, kot prikazujemo na *sliki 2.5*; v Sloveniji to zaznava 29,58 % nastajajočih in novih ter manj kot 20 odstotkov ustaljenih podjetij (19,39 %). O zelo visokih deležih na tem področju poročajo zlasti podjetja iz Južne Amerike in s Karibov (na primer Dominikanska Republika 70 %) ter tudi nekatere države Srednjega vzhoda in Afrike (zlasti Združeni arabski emirati, Sudan in Katar), kar kaže tudi na drugačne razsežnosti in razumevanje tega področja v različnih delih sveta, povezanih z različnimi kulturnimi in družbenimi izhodišči.

Slika 2.5: Odstotek podjetnikov, ki so v zadnjem letu sprejeli ukrepe za povečanje družbenega vpliva (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2021, APS

Podjetniška zmogljivost odraslega prebivalstva in zaznavanje odnosa do podjetništva v družbi

3

Ključna spoznanja

- Življenje s pandemijo v letu 2021 je prineslo zavedanje o novih poslovnih priložnostih. Potem ko je zaznavanje poslovnih priložnosti med prebivalstvom v letu 2020 upadlo v primerjavi z letom 2019, pa v letu 2021 vsak drugi odrasli prebivalec Slovenije zaznava poslovne priložnosti v svojem okolju (51,49 %).
- V Sloveniji, podobno kot v večini evropskih držav, je delež ljudi, ki se povsem ali vsaj delno strinjajo, da obstajajo dobre poslovne priložnosti v njihovem lokalnem okolju, nižji (51,49 %), kot pa je odstotek ljudi, ki menijo, da je enostavno ustanoviti podjetje (61,03 %).
- V Sloveniji 58,54 % odraslega prebivalstva ocenjuje svoje podjetniške kompetence (znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo) kot ustrezne, s čimer se Slovenija kot že leto poprej tudi leta 2021 uvršča nad evropsko povprečje, ki znaša 49,83 %.
- V Sloveniji je v letu 2021 delež ljudi, ki zaznavajo poslovne priložnosti, višji (51,49 %) od deleža ljudi, med katerimi je prisoten strah pred podjetniškim neuspehom (44,88 %).
- Med ljudmi, ki zaznavajo poslovne priložnosti, je strahu pred neuspehom v Sloveniji še nekoliko manj, in sicer 42,97 %, kar je primerljivo s povprečjem sodelujočih evropskih držav, kjer ta delež znaša 42,13 %.
- Med nastajajočimi in novimi podjetniki v Sloveniji jih skoraj 45 % meni, da je pandemija prinesla nove poslovne priložnosti, ki jih imajo v okviru svojega podjetja oziroma podjetja tudi namen izkoristiti. Po tem kazalniku se Slovenija uvršča nad evropsko povprečje (38,82 %).
- Med ustaljenimi podjetniki je zavedanja o novih poslovnih priložnostih zaradi pandemije, ki bi jih podjetje nameravalo izkoristiti, v povprečju manj, saj 27,45 % evropskih ustaljenih podjetnikov meni, da bodo izkoristili zaznane nove poslovne priložnosti, ki so se pojavile v času pandemije; Slovenija se po tem kazalniku uvršča nad evropsko povprečje, saj tako v povprečju meni 31,51 % ustaljenih podjetnikov.

- V Sloveniji namerava 15,38 % ljudi, ki še niso vključeni v nobeno obliko podjetniške aktivnosti, začeti s podjetniško potjo v naslednjih treh letih. To uvršča Slovenijo na peto mesto evropske lestvice in nad evropsko povprečje, ki znaša 11,87 %.
- V Sloveniji 68,21 % vprašanih meni, da podjetniška kariera zaželjena, hkrati pa jih več kot 85 % meni, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani, kar Slovenijo uvršča v sam vrh sodelujočih evropskih držav.
- V Sloveniji je v letu 2021 delež ljudi, ki menijo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih novih podjetnikih, še porastel v primerjavi z letom 2020 in znaša 83,64 %, kar uvršča Slovenijo v vrh evropske lestvice in visoko nad evropsko povprečje, ki znaša 62,41 %.

Podjetniška aktivnost, izražena v nastajajočih podjetjih ter rasti novih in ustaljenih podjetij, predstavlja ključno značilnost dinamičnega gospodarstva. Nosilci podjetniške aktivnosti so vedno ljudje, posamezniki, ki ustanovijo in vodijo lastno podjetje ali pa so nosilci notranjepodjetniške aktivnosti, ki jo izvajajo posamezniki kot del (ali celoto) svoje delovne aktivnosti znotraj obstoječega podjetja. Podjetniške namere se oblikujejo pod vplivom mnogih dejavnikov, ki se oblikujejo in so prisotni v okolju (Mickiewicz in Kaasa, 2020), in hkrati dejavnikov, ki jih v okolju, v katerem živi, razvije posameznik.

Podjetniške namere se lahko oblikujejo zaradi pozitivnega vpliva uspešnih podjetniških zgodb v okolju posameznika in kot odgovor na zaznane poslovne priložnosti in na njih spodbujenega delovanja. Pri tem je še posebej pomembno, kako močno zavira podjetniške namere in podjetniško udejstvovanje strah pred podjetniškim neuspehom pri tistih posameznikih, ki zaznavajo poslovne priložnosti (Hill et al., 2022). Pomembno je tudi samozaupanje v lastne podjetniške sposobnosti in znanje kot tudi vpliv drugih dejavnikov.

V tem poglavju obravnavamo zaznave ljudi o njihovih podjetniških zmogljivostih, da realizirajo svoje podjetniške ideje in podjetniške namere, ki so jih oblikovali. Predstavljamo tudi njihovo zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu, vse na osnovi primarnih podatkov raziskave odraslega prebivalstva GEM v Sloveniji in sodelujočih državah v letu 2021. Za vse sodelujoče države GEM v letu 2021 so podatki prikazani v *tabeli 1*, v *prilogi 3*.

3.1 Samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika

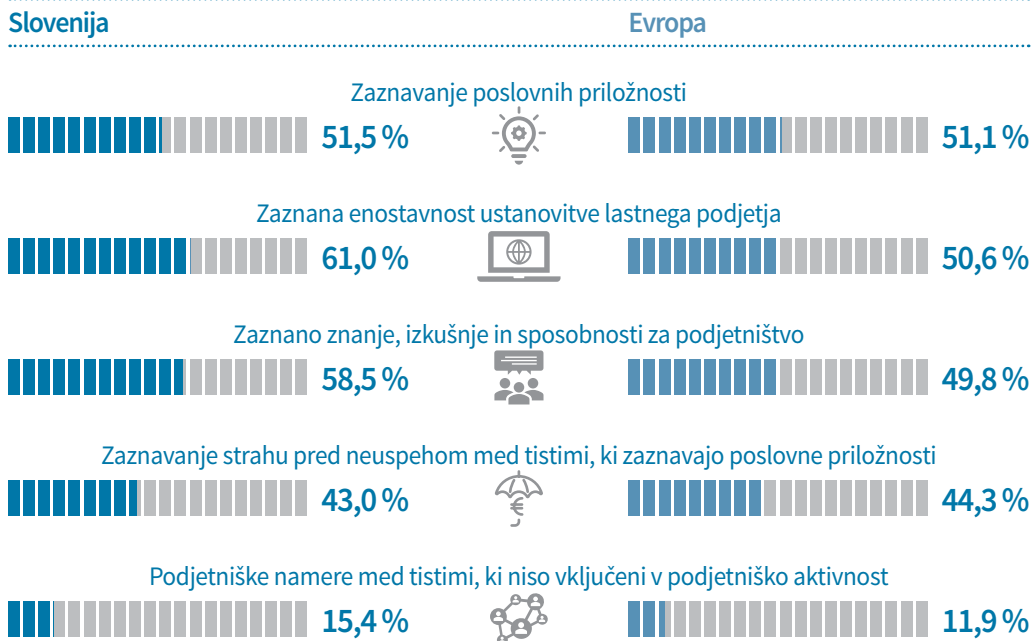
Samozaupanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika pomembno oblikuje podjetniške namere ljudi, te pa kasneje vplivajo tudi na njihovo podjetniško aktivnost. V *tabeli 3.1* prikazujemo nekatere vidike samozaznavanja in dojemanja podjetništva v Sloveniji v letu 2021 in leto poprej in jih primerjamo z vsemi sodelujočimi državami ter evropskimi državami.

Tabela 3.1: Elementi podjetniške zmogljivosti, GEM Slovenija 2020 in 2021, APS

	Slovenija		GEM		Evropske države	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Zaznavanje poslovnih priložnosti	42,03 %	51,49 %	50,51 %	54,76 %	39,52 %	51,11 %
Zaznana enostavnost ustanovitve lastnega podjetja	62,03 %	61,03 %	54,20 %	51,37 %	53,76 %	50,61 %
Zaznano znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo	59,40 %	58,54 %	61,02 %	57,86 %	52,64 %	49,82 %
Zaznavanje strahu pred neuspehom med tistimi, ki zaznavajo poslovne priložnosti	43,83 %	42,97 %	41,04 %	42,82 %	42,13 %	44,34 %
Podjetniške namere med tistimi, ki niso vključeni v podjetniško aktivnost	11,95 %	15,38 %	27,30 %	23,41 %	10,65 %	11,87 %

Primerjava s povprečjem sodelujočih evropskih držav v letu 2021 kaže, da je Slovenija povprečna evropska država glede zaznavanja poslovnih priložnosti, pri vseh ostalih kazalnikih pa se uvršča bolje: večji delež odraslega prebivalstva meni, da je ustanovitev lastnega podjetja enostavna, v večjem deležu ljudje izražajo samozaupanje v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo, v manjši meri je prisoten strah pred podjetniškim neuspehom in v primerjavi z evropskim povprečjem so tudi podjetniške namere v večji meri prisotne med prebivalstvom v Sloveniji.

Slika 3.1. Elementi podjetniške zmogljivosti, Slovenija in povprečje evropskih držav



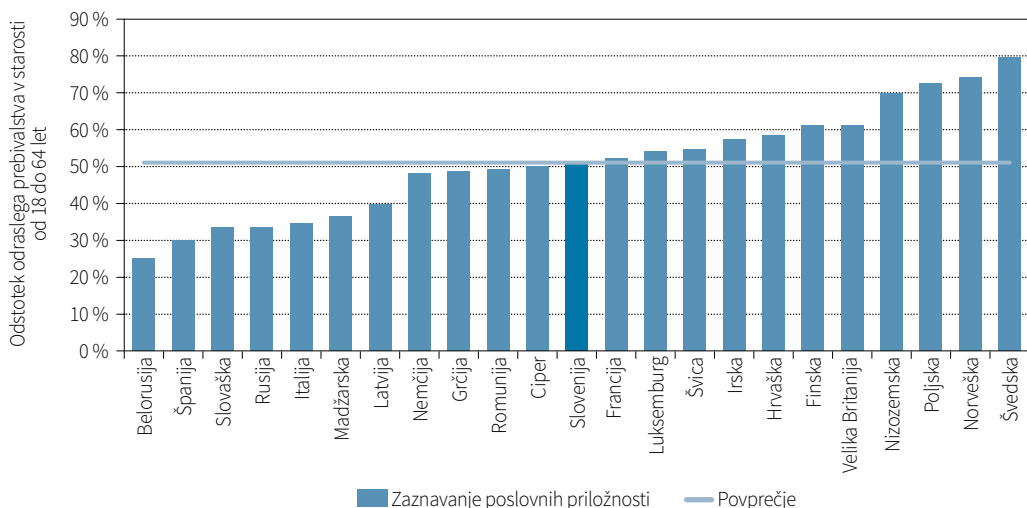
Ker raziskave kažejo, da je zaznavanje podjetniških priložnosti pomemben dejavnik pri oblikovanju podjetniških namer ljudi (Ramawati et al., 2020), v GEM temu vprašanju posvečamo veliko pozornosti.

V raziskavi GEM tako ugotavljamo, da je v letu 2021 v večji meri prisotno mnenje, da je pandemija covid-19 prinesla nove poslovne priložnosti. Medtem ko je v letu 2020 le v devetih od takrat sodelujočih držav (46 držav) več kot 50 % nastajajočih in novih podjetnikov menilo, da je pandemija prinesla nove poslovne priložnosti, je bilo tako v letu 2021 v petnajstih od 47 sodelujočih držav.

Tovrstni premik se dogaja tudi na splošno med prebivalstvom. Tako je v evropskih državah povprečni odstotek ljudi, ki razpoznavajo poslovne priložnosti (bodisi podjetniki ali nepodjetniki), enak 51,11 % in je narasel za več kot 10 odstotnih točk, medtem ko je leto poprej, torej v letu 2020 v primerjavi z letom 2019, Evropa v povprečju zabeležila padec za 10 odstotnih točk. V Sloveniji prav tako ugotavljamo, da je v letu 2021 življenje s pandemijo prineslo zavedanje o novih poslovnih priložnostih. Potem ko je zaznavanje poslovnih priložnosti med prebivalstvom v letu 2020 upadlo v primerjavi z letom 2019, v letu 2021 vsak drugi odrasli prebivalec Slovenije zaznava poslovne priložnosti v svojem okolju (51,49 %).

Kot prikazujemo na *sliki 3.2*, se Slovenija na lestvici 23 sodelujočih evropskih držav v raziskavi GEM po tem kazalniku v letu 2021 uvršča na sredino lestvice. Skupina sodelujočih evropskih držav v letu 2021 šteje pet držav več kot v letu 2020, tako skupini držav v preteklih dveh letih nista neposredno povsem primerljivi. V treh evropskih državah več kot sedem izmed desetih prebivalcev zaznava poslovne priložnosti: Švedska (79,61 %), Norveška (74,31 %) in Poljska (72,54 %), medtem ko so na drugi strani lestvice Belorusija (25,02 %) ter Španija (30,02 %), Slovaška (33,39 %) in Rusija (33,5 %).

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

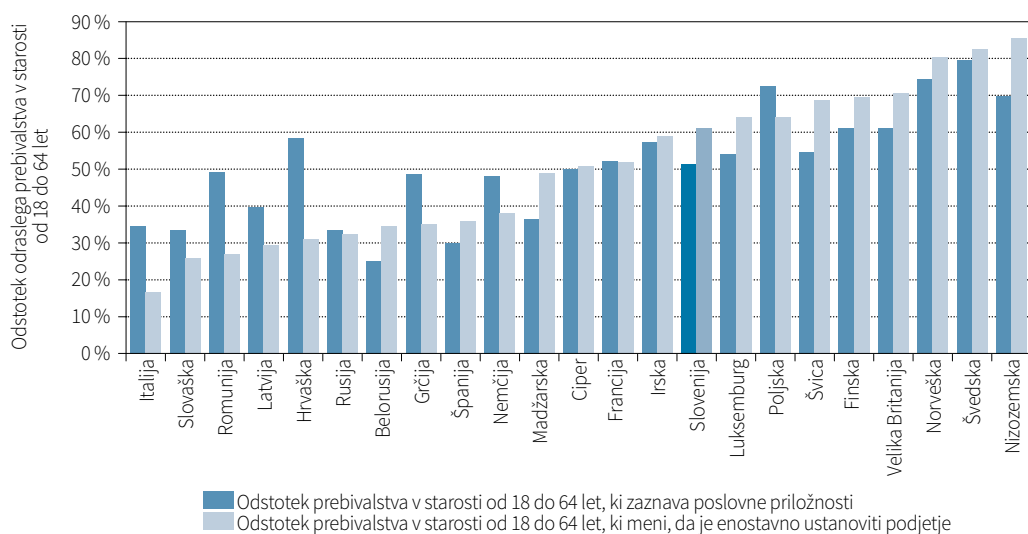


GEM Slovenija 2021, APS

Omejujoči dejavniki, ki lahko zavirajo podjetniško aktivnost, kljub temu, da posameznik zaznava poslovno priložnost, so različni, med značilnostmi podjetniškega ekosistema pa je gotovo med pomembnejšimi zaznava, kako enostavno je pričeti z novim poslom. Če ljudje menijo, da je težko ustanoviti podjetje kljub obetavni poslovni priložnosti, lahko opustijo misel na pričetek podjetniške poti.

Na *sliki 3.3.* vidimo, da je v Sloveniji, podobno kot v večini evropskih držav, delež ljudi, ki se povsem ali vsaj delno strinjajo, da obstajajo dobre poslovne priložnosti v njihovem lokalnem okolju, nižji (51,49 %) kot pa odstotek ljudi, ki menijo, da je enostavno ustanoviti podjetje (61,03 %). Na drugi strani je med evropskimi državami osem takšnih, kjer je mogoče utemeljeno pričakovati, da so zaznane ovire pri ustanavljanju novega podjetja velike v primerjavi z zaznavanjem poslovnih priložnosti. Med njimi je to najbolj izraženo na Hrvaškem, kjer je razpoznavanje poslovnih priložnosti veliko, zaznana enostavnost ustanovitve novega podjetja pa relativno majhna: skoraj dvakrat toliko ljudi (58,33 %) meni, da obstajajo poslovne priložnosti v njihovem okolju, kot pa jih meni, da je novo podjetje enostavno ustanoviti (30,92 %). Med evropskimi državami so tudi takšne, kjer so že poslovne priložnosti redke, na primer Italija (34,67 % prebivalstva zaznava poslovne priložnosti), poleg tega pa ljudje tudi zaznavajo relativno veliko ovir, saj jih samo 16,57 % meni, da je enostavno pričeti z novim poslom. Pri tem je potrebno poudariti, da posamezniki pravzaprav ocenjujejo skupek svojih zaznav o ovirah za pričetek novega posla, ki so lahko zunanje narave (birokratske, finančne in druge ovire podjetniškega ekosistema) ali pa so te ovire posledica zaznanih omejitev njihovih lastnih podjetniških zmogljivosti.

Slika 3.3: Zaznavanje poslovnih priložnosti in zaznana enostavnost ustanoviti podjetje (v evropskih državah GEM)

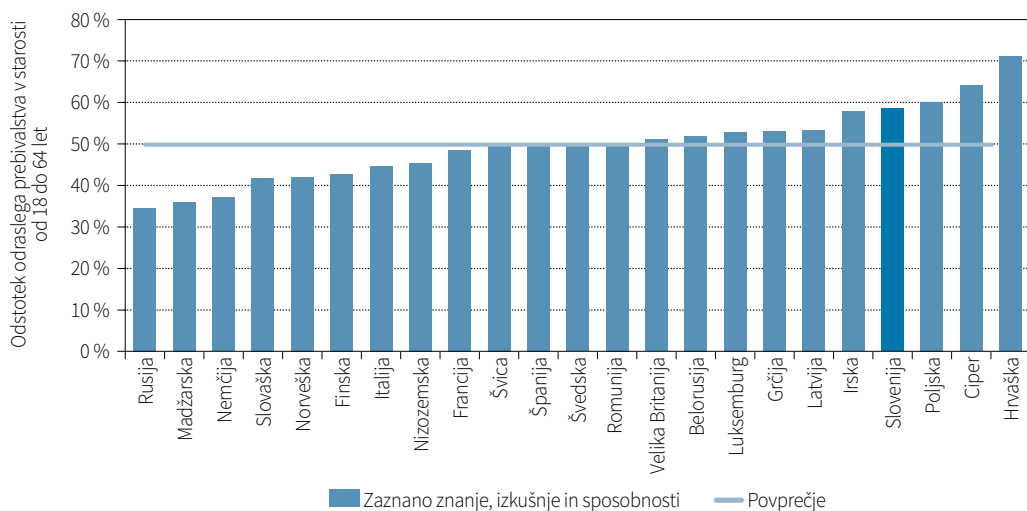


GEM Slovenija 2021, APS

Podjetniško delovanje na osnovi zaznanih poslovnih priložnosti lahko omejuje ne samo posameznikov dvom v lastne podjetniške kompetence, ampak tudi prisotni strah, da bo podjem neuspešen. Raziskave kažejo, da je posameznikova nagnjenost k tveganju lahko pomemben dejavnik pri odločitvi za vključitev v podjetniško aktivnost, hkrati pa raziskovalci ugotavljajo, da je pandemija prinesla veliko sprememb v podjetništvu na splošno (Shepherd, 2020), še posebej pa pri vrednotah in odnosu do podjetništva, ki ga štejemo v socialno podjetništvo (Bacq in Lumpkin, 2021) in ki spreminja tudi odnos do strahu pred podjetniškim neuspehom.

Na *sliki 3.4* prikazujemo delež odraslega prebivalstva, ki meni, da ima potrebno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo. Slovenija se po tem kazalcu uvršča leta 2021 podobno kot leto poprej nad evropsko povprečje, ki znaša 49,83%; v Sloveniji 58,54% odraslega prebivalstva ocenjuje svoje podjetniške kompetence kot ustrezne. Podobno kot v letu 2020 je na samem vrhu evropske lestvice Hrvaška, kjer v povprečju več kot sedem od desetih ljudi meni, da imajo ustrezno znanje in izkušnje za podjetništvo. Slovenija se uvršča na četrto mesto (enako kot v letu 2020), za Hrvaško, Ciprom (64,05%) in Poljsko (60,13%).

Slika 3.4: Zaznano podjetniško znanje, izkušnje in sposobnosti (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2021, APS

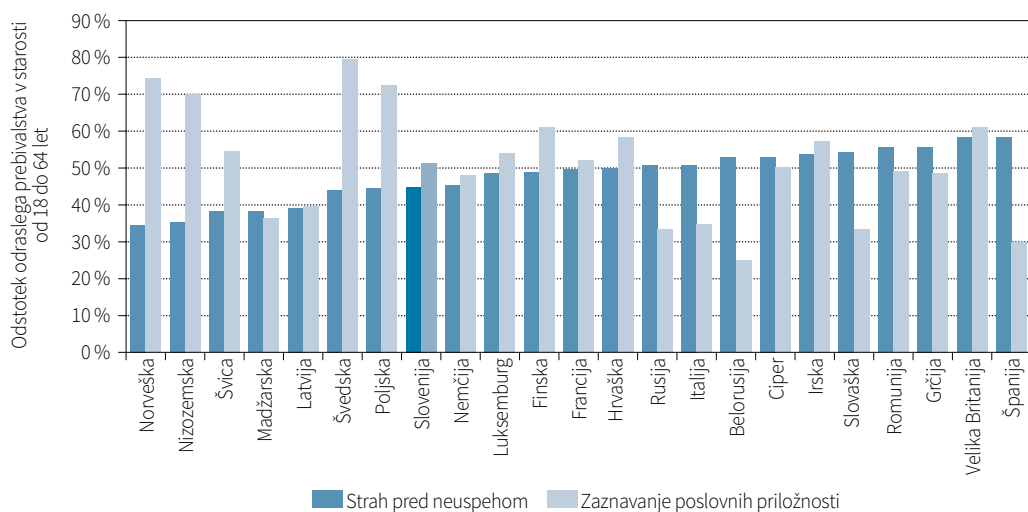
Strah pred podjetniškim neuspehom v zgodnjih fazah podjetništva je, kot kažejo raziskave, manjši, kadar je podjetništvo posamezniku poznano, na primer tam, kjer je prisotno družinsko podjetništvo oziroma tam, kjer je razvito podjetniško mreženje (Engel et al., 2017). Strah pred neuspehom je sicer prisoten v vseh fazah življenjskega cikla podjetja. Pri posameznikih, ki se vključujejo v podjetništvo, gre pravzaprav za hipotetični strah. Pri posameznikih, ki se ukvarjajo s podjetništvom, je strah pred neuspehom prav tako prisoten, a ima drugačen značaj (Cacciotti et al., 2020) – vedno pa se kaže kot negativna čustvena reakcija, ki temelji na (bolj ali manj) racionalnih ocenah možnosti za neuspeh v negotovem in nestabilnem kontekstu podjetništva.

Na *sliki 3.5* lahko vidimo, da je tudi v letu 2021, enako kot v 2020, razkorak med razpoznavanjem poslovnih priložnosti in strahom pred neuspehom največji v Španiji, kjer je delež prebivalstva, ki zaznava poslovne priložnosti (30,02%) skoraj dvakrat manjši od deleža ljudi, v katerih je zasidran strah pred podjetniškim neuspehom (58,43%). Nekatere evropske države z najvišjim deležem ljudi, ki pričakujejo poslovne priložnosti v svojem okolju, pa, nasprotno od Španije, beležijo hkrati najnižje deleže glede strahu pred podjetniškim neuspehom, in sicer Švedska, Poljska, Norveška, Nizozemska.

Med ljudmi, ki zaznavajo poslovne priložnosti, je strahu pred neuspehom v Sloveniji še nekoliko manj, in sicer 42,97%, kar je primerljivo s povprečjem sodelujočih evropskih držav, kjer ta delež znaša 42,13%. V Sloveniji je v letu 2021 delež ljudi, ki zaznavajo poslovne priložnosti, višji (51,49%) od deleža ljudi, med katerimi je prisoten strah pred podjetniškim neuspehom (44,88%), kar se

v preteklih letih še ni zgodilo. Pri ustvarjanju takega ugodnega razmerja ima lahko ekonomska politika pomembno vlogo. Podjetniška politika države lahko namreč ugodno vpliva na zmanjševanje podjetniškega strahu, kot je to na primer z ukrepi, ki vodijo do zmanjšanja stroškov pri izstopu iz podjetništva, ali pa z ukrepi za spodbujanje zavedanja v družbi o prisotnosti in pomenu uspešnih podjetniških zgodb. Da se to v Sloveniji odvija uspešno, kažejo tudi rezultati, ki jih prikazujemo v nadaljevanju, saj se Slovenija uvršča nad evropsko povprečje po vseh ocenjevanih vidikih naklonjenosti družbenih vrednot podjetništvu; to velja tako glede dojemanja podjetništva kot zaželjene karijerne izbire, glede spoštovanja uspešnih podjetnikov v družbi ter glede medijske podpore podjetništvu v družbi.

Slika 3.5: Strah pred neuspehom ter zaznavanje poslovnih priložnosti (v evropskih državah GEM)

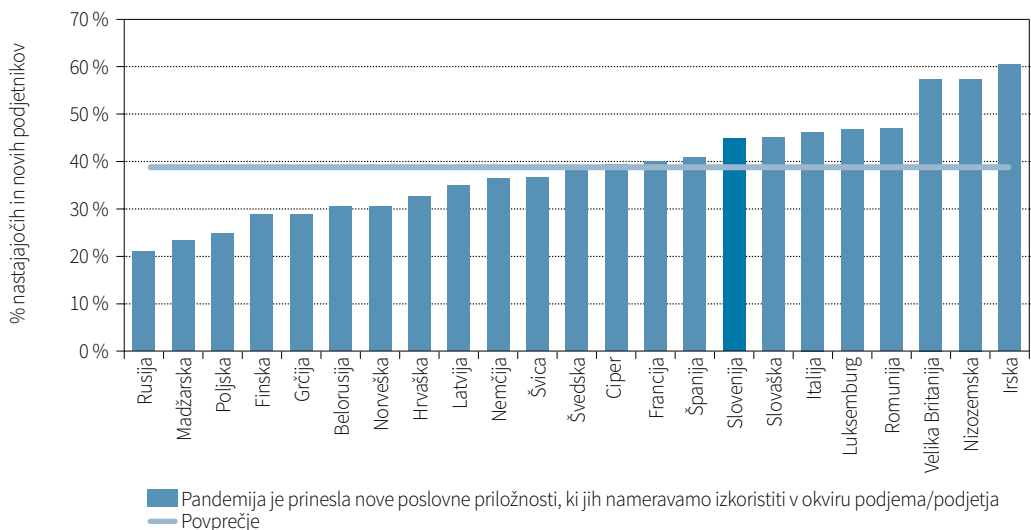


GEM Slovenija 2021, APS

Kot smo že omenili, je raven zaznavanja poslovnih priložnosti v evropskem merilu v povprečju med prebivalstvom višja, kot je bila leto poprej. Tudi med podjetniško aktivnimi posamezniki je podjetniški pesimizem v precejšnji meri nadomestilo zavedanje o poslovnih priložnostih, ki jih je prinesla pandemija in z njo povezan drugačen način življenja, ravnovesja med delom in zasebnim, ravnovesjem med prvenstveno v dobiček usmerjenim podjetništvom in podjetništvom socialnega tipa (Shepherd, 2020; Bacq in Lumpkin, 2021). Med nastajajočimi in novimi podjetniki v Sloveniji jih skoraj 45 % meni, da je pandemija prinesla nove poslovne priložnosti, ki jih imajo v okviru svojega podjetja oziroma podjetja tudi namen izkoristiti. Po tem kazalniku se Slovenija uvršča nad evropsko povprečje (38,82 %), na osmo mesto med 23 sodelujočimi evropskimi državami. Na najvišjem mestu evropske lestvice se nahajajo irski nastajajoči in novi podjetniki (60,53 % podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva), kot prikazujemo na *sliki* 3.6.

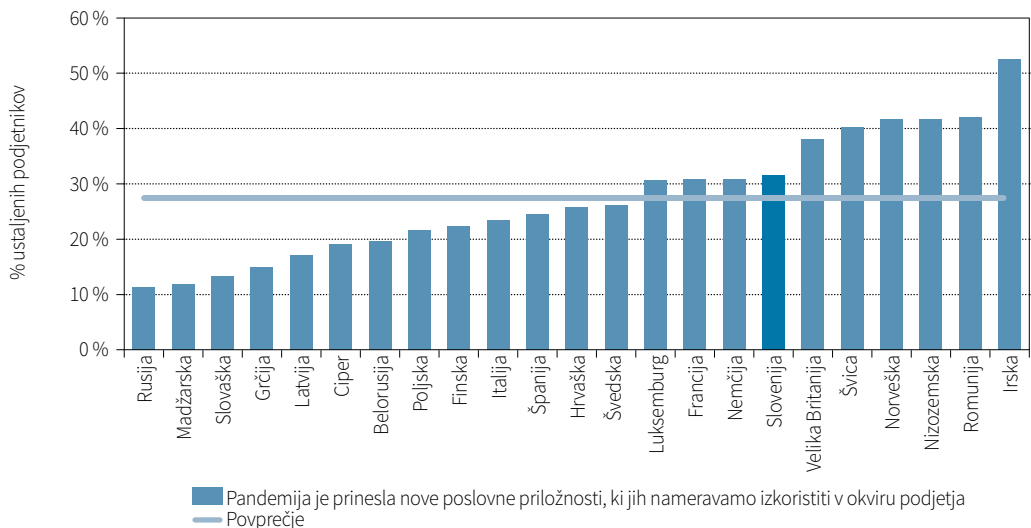
Med ustaljenimi podjetniki je zavedanja o novih poslovnih priložnostih zaradi pandemije, ki bi jih podjetje nameravalo izkoristiti, v povprečju manj – 27,45 % evropskih ustaljenih podjetnikov meni, da bodo izkoristili znane nove poslovne priložnosti, ki so se pojavile v času pandemije, kot prikazujemo na *sliki* 3.7. Tudi v primerjavi ustaljenih podjetnikov med evropskimi državami je na prvem mestu Irska (52,6 % ustaljenih podjetnikov) in tudi v tej skupini se Slovenija uvršča nad evropsko povprečje (31,51 % ustaljenih podjetnikov).

Slika 3.6: Zaznavanje novih podjetniških priložnosti v času pandemije med zgodnjimi podjetniki (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2021, APS

Slika 3.7: Zaznavanje novih podjetniških priložnosti v času pandemije med ustaljenimi podjetniki (v evropskih državah GEM)



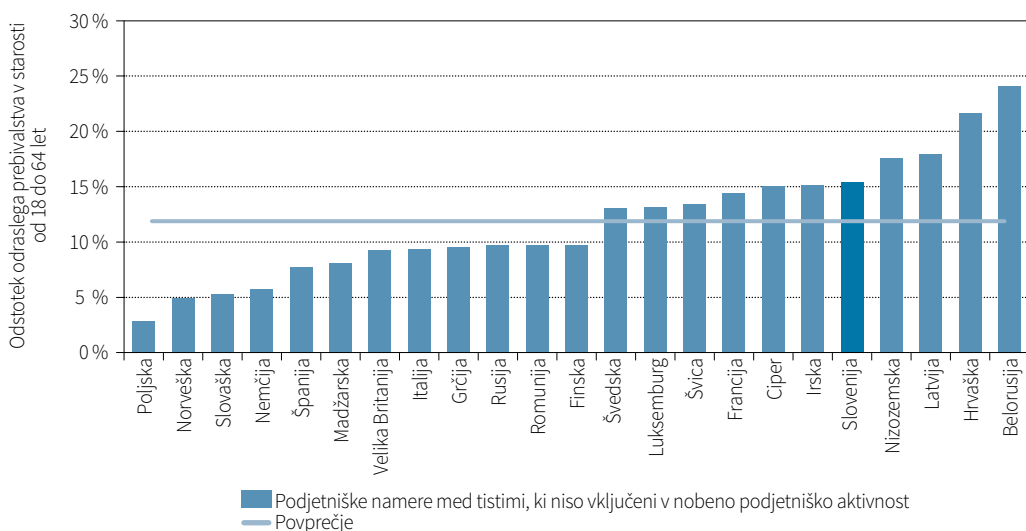
GEM Slovenija 2021, APS

Med državami je mogoče opaziti precejšnje raznolikost glede deleža prebivalstva, ki izkazuje podjetniške namere. Kot kažejo pretekla leta raziskave GEM, so oblikovane podjetniške namere sicer predhodnik dejanskega prihodnjega podjetniškega vedenja, a ne nujen predhodnik in tudi ne vodijo vedno do podjetniškega udejstvovanja posameznika.

Podjetniške namere v okviru raziskave GEM merimo s kazalnikom, ki označuje delež ljudi v državi, ki nameravajo v prihodnjih treh letih ustanoviti podjetje. V Sloveniji so v obdobju 2017–2019 podjetniške namere ljudi v povprečju ostajale na približno enaki ravni: v letu 2017 je bilo odraslih posameznikov, ki razmišljajo o tem, da bi v prihodnjih treh letih ustanovili podjetje, 16,7 %, v letu 2018 16,30 %, v letu 2019 pa 16,6 %. V letu 2020 je ta delež upadel na 13,2 % odraslega prebivalstva, v letu 2021 pa ponovno narasel nad 16 % (na 16,03 %).

V okviru raziskave GEM pridobimo tudi informacijo o tem, kolikšen delež ljudi, ki se sicer še ne ukvarjajo s podjetništvom, poroča o podjetniških namerah. V Sloveniji namerava 15,38 % ljudi, ki še niso vključeni v nobeno obliko podjetniške aktivnosti, začeti s podjetniško potjo v naslednjih treh letih, kot prikazujemo na *sliki 3.8*. To uvršča Slovenijo na peto mesto evropske lestvice in nad evropsko povprečje, ki znaša 11,87 %. Na evropski lestvici so pred Slovenijo še Nizozemska, Latvija in Hrvaška, na samem vrhu lestvice pa se nahaja Belorusija (24,06 %), kar je v precejšnjem nasprotju s podatkom o prepoznavanju poslovnih priložnosti – kot prikazujemo na *sliki 3.2.*, se Belorusija po tem kazalniku namreč uvršča na zadnje mesto evropske lestvice.

Slika 3.8: Podjetniške namere med tistimi, ki niso vključeni v nobeno podjetniško aktivnost (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2021, APS

Zaključimo lahko, da je leto 2021 v določeni meri leto spoznanja o novih podjetniških priložnostih, ki hkrati odslkava tudi zaznavanje okoliščin v življenju s pandemijo, ki je preraslo podjetniški pesimizem. Svoje podjetniške zmogljivosti namreč ljudje ocenjujejo bolj samozavestno kot v preteklem letu (in kot v povprečju v evropskih državah). V večji meri je med ljudmi prisotno samozaupanje v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo, v manjši meri je prisoten strah pred podjetniškim neuspehom, podjetniške namere ljudi pa so v povprečju v letu 2021 višje kot v preteklem letu pandemije.

3.3 Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu

V okviru raziskave GEM proučujemo tudi nekaj vidikov kulturnih in družbenih norm na tak način, da anketirani ocenijo, kakšno je mnenje prebivalcev njihove države o izbranem vidiku. V tem delu raziskave je v letu 2021 sodelovalo 18 evropskih držav.

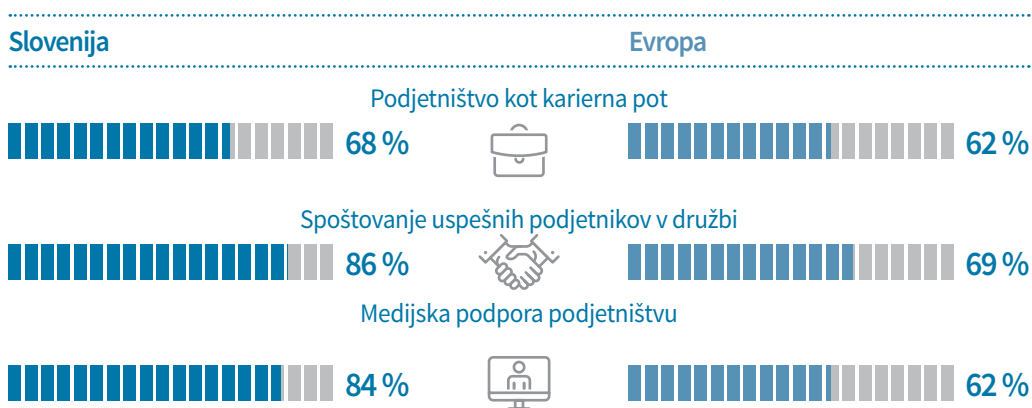
V tabeli 3.2 tako prikazujemo primerjavo Slovenije z izbranimi skupinami držav glede na zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu s treh vidikov: glede na to, kako ljudje dojemajo podjetništvo kot zaželjeno izbiro kariere, kako dojemajo spoštovanje in družbeni status uspešnih podjetnikov v družbi ter kako ocenjujejo medijsko podporo podjetništvu v družbi. V primerjavi z evropskim povprečjem izkazuje odraslo prebivalstvo v Sloveniji v povprečju višjo zaznano družbeno podporo podjetništvu po vseh treh obravnavanih vidikih.

Tabela 3.2: Elementi zaznavanja družbenih vrednot o podjetništvu v družbi, GEM Slovenija 2021, APS

	Slovenija	GEM	Evropske države
Podjetništvo kot karierna pot	68,21 %	68,73 %	62,35 %
Spoštovanje uspešnih podjetnikov v družbi	85,87 %	75,16 %	68,62 %
Medijska podpora podjetništvu	83,64 %	67,92 %	62,41 %

Povprečne evropske vrednosti se v letu 2021 glede na leto 2020 niso bistveno spremenile. Tako tudi v letu 2021 velja, da je v povprečju v evropskih državah skoraj 70 % odraslega prebivalstva verjelo, da so uspešni podjetniki v družbi dobro sprejeti, da so spoštovani in uživajo velik ugled, hkrati pa jih v povprečju nekaj odstotnih točk manj meni, da je podjetništvo zaželjena karierna pot. V povprečju je nekaj več kot 60 % odraslih prebivalcev v sodelujočih evropskih državah tudi menilo, da je uspešno podjetništvo deležno znatne medijske pozornosti.

Slika 3.9: Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu

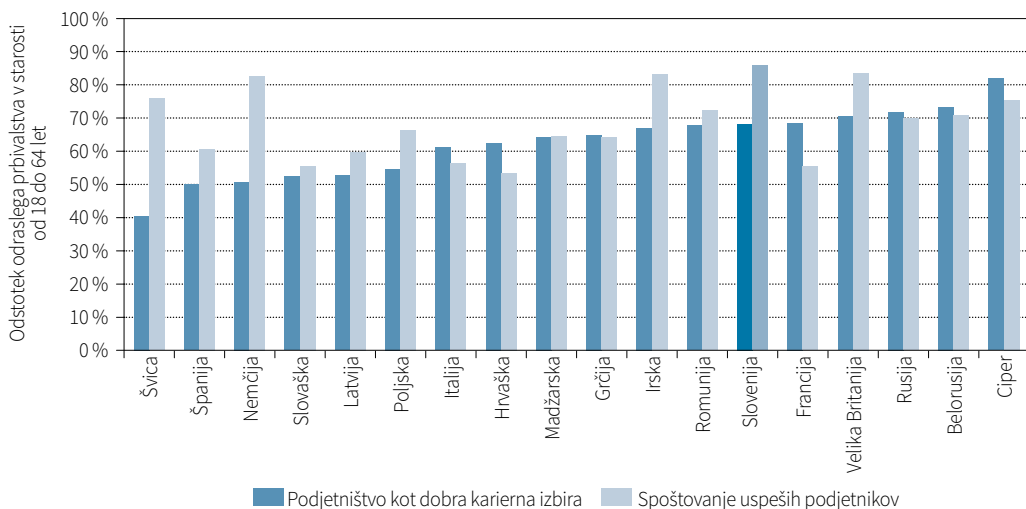


GEM Slovenija 2021, APS

Kot prikazujemo na sliki 3.10, je v večini evropskih držav delež ljudi, ki menijo, da so uspešni podjetniki v družbeni spoštovani in imajo visok status, višji, kot pa je delež ljudi, ki menijo, da je podjetniška kariera zaželjena poklicna pot. Tako je tudi v Sloveniji, kjer 68,21 % vprašanih meni,

da podjetniška kariera zaželjena, hkrati pa jih več kot 85 % meni, da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani. Tovrstni razkorak je najvišji v Švici in v Nemčiji. Slovenija se, tako kot leto poprej, tudi v letu 2021 uvršča v sam vrh sodelujočih evropskih držav glede na delež ljudi, ki zaznavajo visok družbeni status uspešnih podjetnikov v družbi. Na drugi strani lestvice je v 2021 Hrvaška, kjer 53,37 % odraslega prebivalstva v povprečju meni tako.

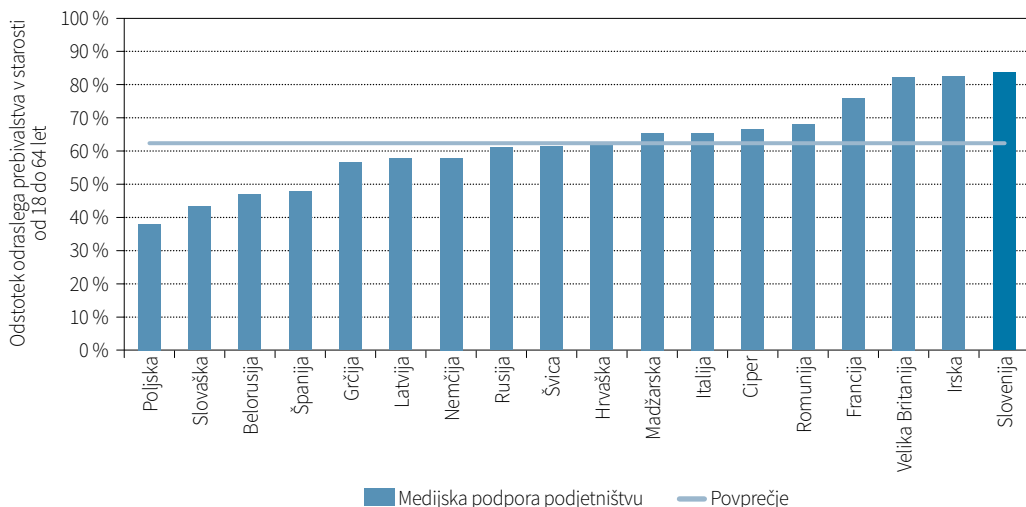
Slika 3.10: Odstotek ljudi, ki menijo, da je podjetništvo primerna izbira karierne poti ter da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2021, APS

Dojemanje težavnosti podjetniškega poklica se lahko odraža tudi v zaznani zaželjenosti podjetništva kot poklicne poti. Hkrati pa zaznavanje težavnosti podjetniške poti lahko vodi tudi do visoke stopnje spoštovanja v družbi tistih, ki so na tem področju uspešni. K razpoznavanju in pozitivnemu vplivu uspešnih podjetniških zgodb prispeva tudi visoka medijska podpora. V Sloveniji je v letu 2021 delež ljudi, ki menijo, da je v medijih pogosto mogoče zaslediti zgodbe o uspešnih novih podjetnikih, še porastel v primerjavi z letom 2020 in znaša 83,64 %, kar uvršča Slovenijo povsem na vrh evropske lestvice in visoko nad evropsko povprečje, ki znaša 62,41 %, kar prikazujemo na *sliki 3.11*.

Slika 3.11: Odstotek ljudi, ki zaznavajo medijsko podporo podjetništvu v družbi (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2021, APS

Javna percepcija podjetništva lahko močno vpliva na željo ljudi, da postanejo podjetniki, mediji pa imajo pomembno vlogo pri oblikovanju javnega mnenja o podjetništvu in procesu zagona novih podjetij. Raziskave kažejo, da so nove oblike medijev, kot so družbena omrežja, lahko pri tem še posebej pomembne, saj vplivajo na podjetniške namere ljudi, a ne neposredno, pač pa preko vpliva na subjektivne norme posameznika (Santoso, 2021), ki označujejo posameznikovo doživetje družbeno sprejemljivega in zaželjenega obnašanja.

Podjetniška aktivnost odraslega prebivalstva

4

Ključne ugotovitve

- Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (indeks TEA) je v Sloveniji sicer v letu 2021 narasla glede na leto 2020 s 6,0 % na 6,7 %, vendar je v primerjavi z drugimi skupinami držav nižja. V evropskih državah je bil indeks TEA 8,7 %, med vsemi državami GEM pa 13,5 %.
- V vseh fazah podjetniškega procesa v Sloveniji v letu 2021 zaznavamo porast deleža tistih, ki so bili vključeni v podjetništvo v primerjavi z letom 2020.
- Med motivi za podjetništvo v Sloveniji prevladuje preživetje, ker so ustrezne službe redke (63,8 %). Ta delež je višji od povprečja evropskih držav, kjer je bil v letu 2021 57,7 %. Temu sledi motiv ustvarjanja sprememb v svetu, čemur v Sloveniji sledi 61,8 % zgodnjih podjetnikov. Ti motivi so altruistične narave, s katerimi podjetniki skušajo doprinesti pozitivne učinke z vidika družbenih ali okoljskih koristi. V Sloveniji so izraženi bistveno bolj kot v povprečju evropskih držav, kjer jih kot motiv navaja le 41,2 % podjetnikov.
- Delež ustaljenih podjetnikov je v Sloveniji v letu 2021 znašal 8,5 %, kar je nad evropskim povprečjem (6,6 %) in več kot v Sloveniji v letu 2020 (7,0 %). Primerjava z vsemi državami GEM kaže, da jih je v Sloveniji več kot povprečno na svetu (6,8 %), kjer se je delež iz leta 2020 celo zmanjšal (7,5 %). V Sloveniji je zaznati tudi dolgoročen trend večanja deleža ustaljenih podjetnikov v populaciji v zadnjih desetih letih.
- Primerjava let 2020 in 2021 kaže na bistvene spremembe v razlogih za izstop podjetnikov iz posla. V letu 2020 je prevladoval razlog prodaje podjetja, izkoriščanja druge priložnosti in osebnih razlogov (65,2 %), ki se je v letu 2021 skoraj prepolovil (36,4 %). V letu 2021 pa podatki kažejo poudarek na povsem drugih razlogih, saj so se bistveno povečali razlogi izstopa iz podjetništva zaradi pandemije covid-19 (z 12,1 % v letu 2020 na 31,6 % v letu 2021) ter nedobičkonosnost in finančni razlogi, ki so narasli s 13,4 % v letu 2020 na 23,1 % v letu 2021.

4.1 Faze in učinkovitost podjetniškega procesa

Za posameznike, ki želijo ustanoviti podjetje, je pot od podjetniških namenov do dejanj zapletena, vključuje srednjeročni časovni razpon, vsebuje negotovost, ima lahko različne oblike in dejavnosti ter je odvisna od številnih osebnih in kontekstualnih dejavnikov (Carter et al., 1996; Lichtenstein et al., 2007). V takih razmerah lahko uresničevanje podjetniških namer zlahka preneha.

Vprašanja, zakaj, kdaj in kako nekateri ljudje, drugi pa ne, odkrijejo in izkoriščajo priložnosti za ustvarjanje izdelkov in storitev, predstavlja osrednje raziskovalno vprašanje v podjetništvu že vrsto let. Študije, ki proučujejo povezave med podjetniškimi namerami in kasnejšimi dejanji (Gielnik et al., 2015; Kautonen et al., 2015; Obschonka et al., 2015; Rauch, Hulsink, 2015; Van Gelderen et al., 2015), ugotavljajo, da precejšen delež ljudi, ki izrazi namero, da bi se vključil v podjetništvo, teh namer ne uresniči. Vrzeli med namerami in uresnitvami le-teh zato sprožajo vprašanja o tem, kateri dejavniki določajo, ali se namere uspešno prevedejo v dejanja.

Nekatere raziskave kažejo na pomembnost ciljev posameznika in njegove nagnjenosti k akciji. Načrtovanje podjetniških dejanj, torej akcij, in podrobnosti načrtovanja pozitivno vplivajo na povečanje stopnje dejanskega ustanavljanja podjetij (Gielnik et al., 2014). Čeravno imajo posamezniki izoblikovane namere o podjetniških aktivnostih, samo to ne zadošča za dejansko podjetniško akcijo (Kautonen et al., 2015), k uresničevanju podjetniških namer pomembno prispevajo tudi nekatere osebnostne lastnosti posameznikov, kot so samonadzor (Van Gelderen et al., 2015), premišljeno postavljanje ciljev (Keller et al., 2019), sposobnost načrtovanja (Gollwitzer, Oettingen, 2015) in druge.

Podjetniški proces opisuje različne faze, ki segajo od raziskovanja potencialne podjetniške pobude do konsolidacije podjetja, vsak podjetnik pa različne faze v življenjskem ciklu doživlja drugače in v več kontekstih. Z opazovanjem podjetništva kot procesa spremljamo dinamično vedenje podjetnikov, ki se izvaja v določenih razmerah poslovnega okolja, od koder izhajajo priložnosti in poslovne ideje (Jack, Anderson, 2002). Zato glavno težavo pri preučevanju okvirja za podjetništvo predstavljajo razlike v teh okvirjih med posameznimi gospodarstvi, ki vplivajo tako na stopnjo novih podjetij kot na medsebojno povezane kulturne, gospodarske, tržne in druge dejavnike, ki lahko krepijo ali zavirajo podjetništvo (Jones, Coviello, 2005; Busenitz et al., 2003).

Raziskava GEM pri proučevanju podjetništva uporablja procesni pristop, ki zajema več faz. Najširši okvir, torej odnos družbe do podjetništva in percepcije prebivalstva o podjetniških zmogljivostih smo proučevali v prejšnjem poglavju. To poglavje se osredotoča na osrednji del podjetniškega procesa, ki je razdeljen na pet karakterističnih faz, ki sestavljajo model, prikazan na *sliki 4.1*.

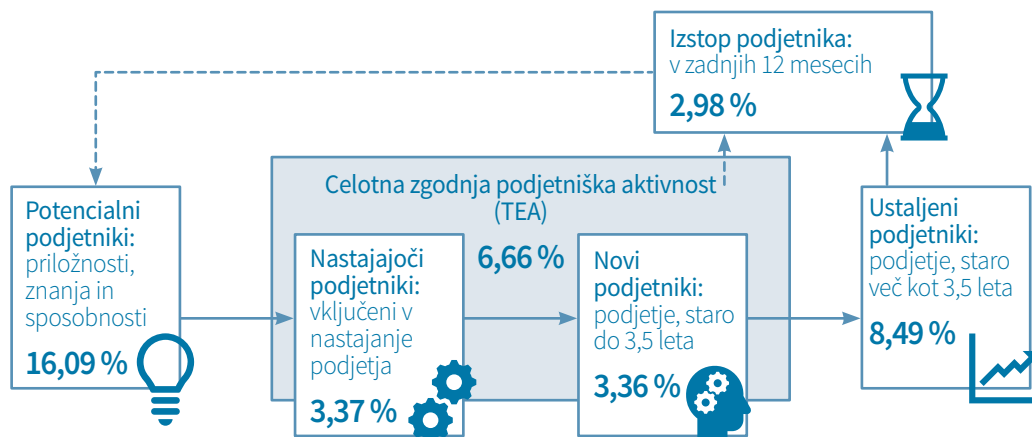
V tem procesu zaporedne faze zajemajo najprej *potencialne podjetnike* (angl. *potential entrepreneurs*), torej posameznike, ki prepoznavajo poslovne priložnosti, sprejemajo tveganje in menijo, da imajo dovolj znanja in podjetniških sposobnosti, da uresničijo podjetniški podjem. Teh je bilo v Sloveniji v letu 2021 16,1 % (13,3 % v 2020) in dejansko še niso pričeli z ustanavljanjem podjetja, ampak izražajo namere o tem.

V drugi fazi jim sledijo *nastajajoči podjetniki* (angl. *nascent entrepreneurs*), ki so vključeni v nastajanje podjetja ali pa je njihovo novo nastalo podjetje mlajše od treh mesecev. Teh je bilo v letu 2021 3,4 % (3,1 % v 2020). Nastajajoči podjetniki preidejo med *nove podjetnike* (angl. *new entrepreneurs*), če imajo podjetje in izplačujejo plače več kot tri mesece, vendar ne več kot tri leta in pol. *Novih podjetnikov* je bilo v 2021 3,4 % (3,0 % v 2020). Nastajajoči in novi podjetniki skupaj tvorijo *celotno zgodnjo podjetniško aktivnost*, ki jo merimo z indeksom TEA (angl. *total early-stage entrepreneurial acitivity*), eno izmer osnovnih mer raziskave GEM. Skupaj je bilo nastajajočih in novih podjetnikov

v letu 2021 6,7 % (6,0 % v 2020). Ker je nekaj podjetnikov takih, ki hkrati razvijajo tako nastajajoče kot nove podjeme, se indeks TEA nekoliko razlikuje od enostavnega seštevek nastajajočih in novih podjetnikov.

Naslednjo fazo sestavljajo *ustaljeni podjetniki* (angl. *established entrepreneurs*), ki imajo podjetje, staro več kot tri leta in pol. V letu 2021 jih je bilo v Sloveniji 8,5 % (7,0 % v 2020). Zadnjo fazo v podjetniškem procesu predstavlja *izstop podjetnika iz posla* (angl. *exiting the business*) in vanjo sodijo podjetniki, ki so v zadnjih 12 mesecih izstopili iz podjetništva. V letu 2021 jih je bilo v Sloveniji 3,0 % (1,6 % v 2020).

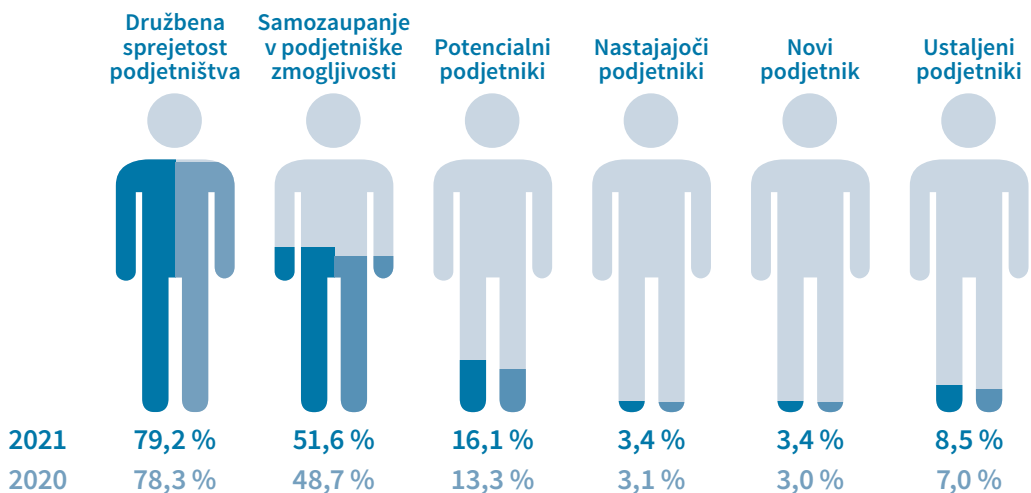
Slika 4.1: Kazalniki podjetniškega procesa v Sloveniji



GEM Slovenija 2021, APS

Z vidika dinamike podjetniškega procesa vidimo upadanje deleža podjetnikov pri prehodu v naslednjo fazo. Gre za tako imenovano izgubljanje podjetniškega potenciala, ki ga prikazuje *slika 4.2*. Analiza kaže, da je upad največji prav na prehodu od namer, torej faz, ko so posamezniki še zmeraj na ravni želja in razmišljanja o poslovnih priložnostih, do dejanske podjetniške aktivnosti. Veliko posameznikov torej svojih namer ne prične uresničevati. V letu 2021 je bil padec potencialnih podjetnikov med nastajajoče še izrazitejši kot leto prej. To zastavlja podjetniškemu podsistemu pomembno vprašanje, kako motivirati posameznike, da bodo dejansko tudi naredili prve korake v svet podjetništva in ne zgolj razmišljali o tem, da bi jih. V Sloveniji imamo prav na začetku podjetniške poti veliko različnih podpornih ukrepov, ki so namenjeni temu, da posamezniki pričnejo s podjetniškimi aktivnostmi. Slovenski podjetniški sklad v okviru programa *Startup plus* (SPS, 2020) prav nastajajočim in novim podjetnikom ponuja kombinacijo podpore v obliki finančnih spodbud in vsebinske podpore. Za stabilno gospodarsko strukturo je vpliven tudi prehod nastajajočih in novih podjetnikov med ustaljene in s tem postaja pomembno, kakšni so primerni ukrepi z vidika starosti, izobrazbe in dohodka, kar podrobno proučujemo v 5. poglavju.

Slika 4.2: Izgubljanje podjetniškega potenciala v Sloveniji



GEM Slovenija 2021, APS

Primerjava podjetniške aktivnosti v letu 2021 kaže porast v vseh fazah glede na leto 2020. Ob tem je 62 % posameznikov mnenja, da je ustanovitev podjetja v primerjavi z letom poprej enako zahtevna, 27 % jih meni, da je ustanovitev zahtevnejša, in 11 %, da je manj zahtevna kot v letu poprej. Kljub temu pa so izgube potenciala še zmeraj velike.

Družbena sprejetost podjetništva vključuje najširši kontekst in prikazuje delež posameznikov, ki izkazujejo namere za podjetništvo, zaznavajo poslovne priložnosti in odločitve o podjetniški karieri. Mera družbene sprejetosti podjetništva predstavlja aritmetično sredino treh elementov, in sicer: 1) 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. Pozitiven odnos do podjetništva je v letu 2021 izražalo 79,2 % prebivalcev v Sloveniji, kar je več kot leto poprej (78,3 %).

Samozaupanje v podjetniške zmogljivosti predstavlja osebna prepričanja posameznikov o zmožnostih za podjetništvo, pomeni pa delež posameznikov, 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. Prepričanje v podjetniške sposobnosti je v letu 2021 izrazilo 51,6 % prebivalcev Slovenije (48,7 % v 2020).

Oba navedena kazalnika naraščata iz leta v leto, kar kaže na kulturne spremembe v celotni družbi, in podjetništvo postaja v celoti sprejeta kategorija. Vse preostale faze podjetniškega procesa obravnavamo v nadaljevanju poglavja.

Kljub temu da podjetniška aktivnost v Sloveniji v vseh fazah narašča glede na preteklo leto, šele vpogled v globalno primerjavo pokaže, kako uspešni smo. *Tabela 4.1* prikazuje podjetniško aktivnost po fazah primerjalno za Slovenijo, vse vključene države GEM in evropske države.

Tabela 4.1: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po posameznih fazah in po skupinah držav, GEM Slovenija 2021, APS

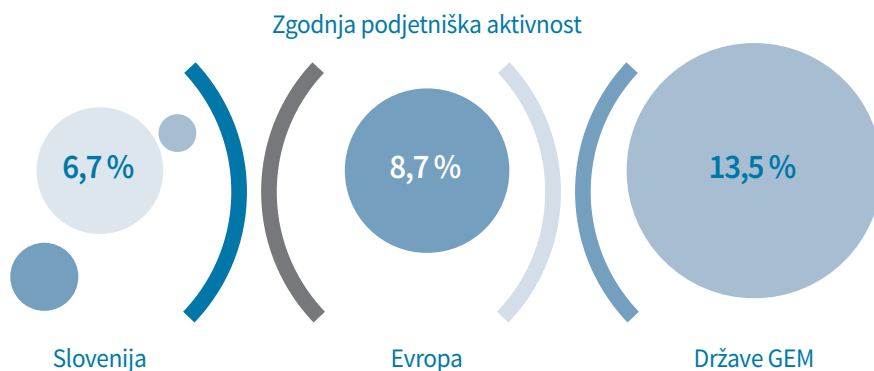
Faze podjetniške aktivnosti	Slovenija	GEM	Evropske države
Nastajajoči podjetniki	3,37 %	8,27 %	5,43 %
Novi podjetniki	3,36 %	5,52 %	3,42 %
Celotna zgodnja podjetniška aktivnost	6,66 %	13,53 %	8,65 %
Ustaljeni podjetniki	8,49 %	6,77 %	6,56 %
Prenehanje poslovanja	2,98 %	6,52 %	3,50 %

Kazalniki podjetniške aktivnosti na globalni ravni (vse države GEM), ki vključujejo različno razvite države z raznolikimi podjetniškimi ekosistemi, izkazujejo največje stopnje aktivnosti v vseh fazah podjetniškega procesa. Vendar je potrebno poudariti, da v manj razvitih državah prevladujejo enostavne oblike podjetništva, ki so usmerjene v zagotavljanje prihodkov za preživetje, ali pa posamezniki nimajo drugih možnosti zaposlitve. Zato je ustrenejša primerjava Slovenije z evropskimi državami, kjer so podjetniški ekosistemi na bolj podobni stopnji razvitosti. Nastajajočih podjetnikov je bilo sicer v Sloveniji manj (3,4 %) kot v povprečju v Evropi (5,4 %), vendar pa je bilo novih podjetnikov enako (3,4 %), zato je bil tudi indeks TEA v Evropi višji kot v Sloveniji. To kaže na dvoje. Prvič, da v Sloveniji manj podjetnikov, ki razmišljajo o tovrstnih aktivnostih, dejansko tudi prične s podjetništvom. Vrzal, o kateri smo pisali v začetku poglavja, je torej v Sloveniji večja kot v povprečju v Evropi. Hkrati pa v Sloveniji večji delež nastajajočih podjetnikov preide med nove, torej je ta upad manjši kot v Evropi. To kaže na to, da v Sloveniji podjetniki, ki začnejo podjetniške aktivnosti, v njih tudi vztrajajo. K temu pa veliko pripomore tudi podjetniški ekosistem z ukrepi, ki so v veliki meri osredotočeni na prva tri leta poslovanja podjetij. Očitno je, da manjkajo ustrezni ukrepi, ki bi pripomogli k temu, da bi več posameznikov, ki izražajo namere, te tudi realizirali. Ustrezno podjetniško izobraževanje lahko k temu veliko pripomore.

4.2 Zgodnja podjetniška aktivnost

Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (indeks TEA), ki meri delež odraslega prebivalstva, ki razvija nastajajoča ali nova podjetja, mlajša od tri leta in pol, kaže dinamiko in razvijanje poslovnih idej v nekem okolju. Predstavlja začetne faze podjetniškega procesa in ima potencial, da nadomesti prenehanja ustaljenih podjetij v prihodnosti. S tega vidika je pomembno, da je nastajajočih in novih podjetij ustrezno veliko, saj vsak začetni podjem ne uspe na trgu, kritična masa pa jih mora preživeti in preiti med ustaljena. V Sloveniji je indeks TEA v primerjavi z drugimi skupinami držav relativno nizek (*slika 4.3*) in je v letu 2021 znašal 6,7 % (v letu 2020 je bil 6,0 %), torej je v preteklem letu toliko polnoletnih posameznikov v Sloveniji imelo nastajajoče ali novo podjetje. Bilo jih je manj od povprečja evropskih držav (8,7 %) in med vsemi državami GEM (13,5 %). V Evropi je indeks TEA narasel v primerjavi s preteklim letom (8,1 % v 2020), med vsemi državami GEM pa upadel (14,5 % v 2020). H globalnemu upadu je najverjetneje prispevala svoj delež kriza zaradi epidemije covid-19, v razvitejših državah pa so z interventnimi ukrepi države uspele zmanjšati njen vpliv. Zgodnja podjetniška aktivnost na svetovni ravni je zmeraj najvišja v povprečju, saj je v manj razvitih državah okolje takšno, da ne ponuja alternativnih možnosti zaposlitev ali ustvarjanja prihodka, zato so posamezniki primorani v podjetništvo. V razvitih državah pa okolje ponuja veliko poslovnih priložnosti, ki jih motivirani posamezniki uresničijo ali pa ne želijo biti zaposleni in jim podjetništvo predstavlja bolj kakovostno alternativo od zaposlitve. V razvitih državah je nastajajočih in novih podjetij manj, vendar pa so ta praviloma bolj inovativna in tudi bolj obstojna.

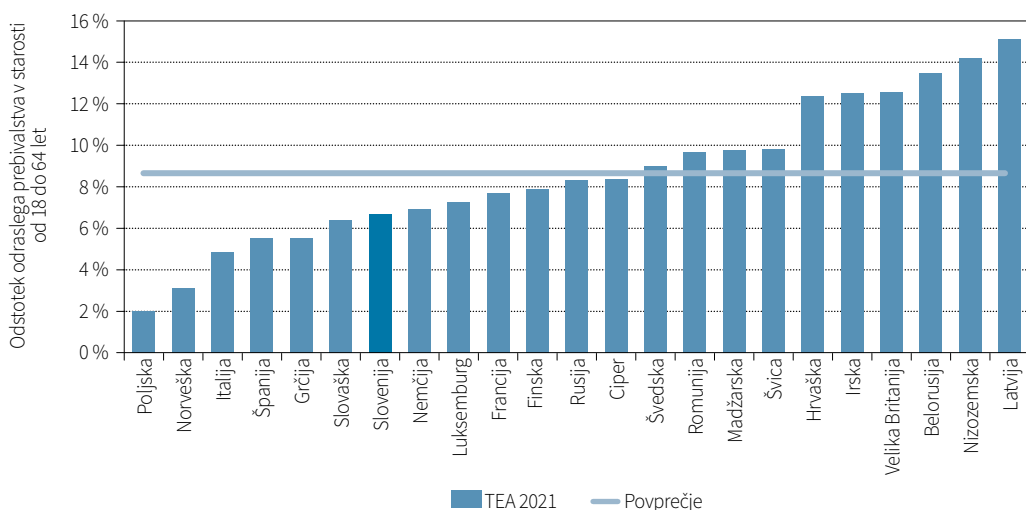
Slika 4.3: Indeks TEA v izbranih skupinah držav



GEM Slovenija 2021, APS

Slika 4.4 prikazuje celotno zgodnjo podjetniško aktivnost v evropskih državah, kjer najdemo visoko ali srednje razvita gospodarstva, ki predstavljajo ustrezen okvir za mednarodno primerjavo Slovenije. Najvišji indeks TEA v letu 2021 izkazujejo Latvija (15,1 %), Nizozemska (14,2 %) in Belorusija (13,5 %), najnižjega pa Poljska (2,0 %), Norveška (3,1 %) in Italija (4,8 %). Slovenija, ki je pod evropskim povprečjem, zaseda 17. mesto med 23 evropskimi državami. Razlike med državami z najvišjimi in najnižjimi deleži zgodnje podjetniške aktivnosti so velike, kar kaže na neenakosti med posameznimi državami znotraj regije. Absolutna razlika med Latvijo in Poljsko znaša 13,1 odstotno točko in kazalci za države z najnižjimi stopnjami kažejo na zelo majhno dinamiko na tem področju. Vendar je potrebno poudariti, da sta na primer Poljska in Italija državi, ki že tradicionalno izkazujejo nizke stopnje zgodnje podjetniške aktivnosti. Primerjava s sosednjimi državami Slovenije pa kaže, da izkazujejo tako Hrvaška (12,4 %) kot Madžarska (9,8 %) višjo stopnjo indeksa TEA, le Italija nižjo.

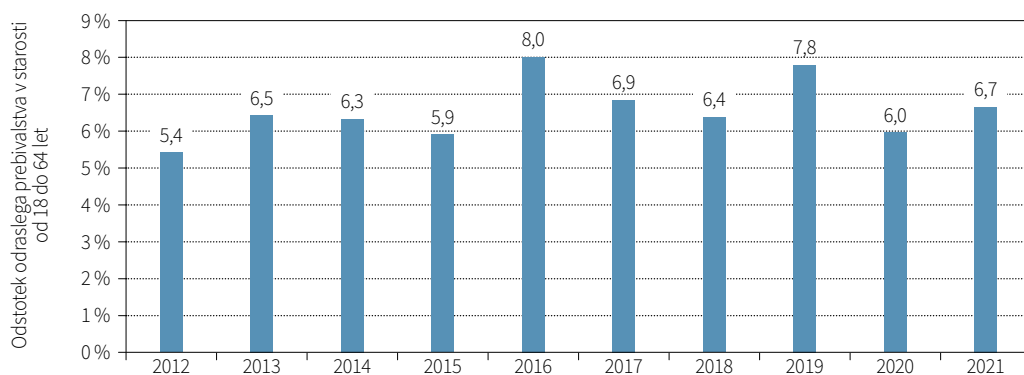
Slika 4.4: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2021, APS

Zgodnja podjetniška aktivnost se je v zadnjih desetih letih v Sloveniji precej spreminjala (slika 4.5). V opazovanem obdobju je bila najnižja leta 2012 (5,4 %), najvišja pa leta 2016 (8 %). Po porastu leta 2019 (7,8 %) smo v letu 2020 zabeležili precejšen padec (na 6 %), v letu 2021 pa je ponovno narasla. V zadnjih dveh letih je na znižanje indeksa TEA vplivala tudi epidemija covid-19, ki je predvsem v letu 2020 z obsežnimi restrikcijami in zapiranjem ne le velikega dela gospodarstva, ampak tudi celotne družbe, povzročila upad vsakršnih aktivnosti, med njimi tudi podjetniških. V zadnjem letu je bilo teh restrikcij manj, ljudje pa so se že prilagodili novim razmeram ter ponovno postali bolj optimistični.

Slika 4.5: Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji v letih od 2012 do 2021



GEM Slovenija 2021, APS

Tabela 4.2: Razmerje med nastajajočimi in novimi podjetniki ter indeks smrtности v Sloveniji v letih od 2012 do 2021, GEM Slovenija 2021, APS

Leto	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Indeks smrtности
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
2018	2,84	3,64	0,78
2019	4,37	3,55	1,23
2020	3,08	2,96	1,04
2021	3,37	3,36	1,00

Kot smo že omenili, indeks TEA sestavljajo nastajajoči in novi podjetniki. Nastajajoči so tisti, ki so začeli s podjetniškimi aktivnostmi manj kot v treh mesecih, in le del teh preide med nove podjetnike. Razmerje med nastajajočimi in novimi podjetniki merimo z *indeksom smrtности*, ki ga za Slovenijo prikazuje tabela 4.2 in predstavlja razmerje med deležem posameznikov, ki so začeli s podjetniškimi aktivnostmi, vendar so jih že takoj na začetku, v fazi nastajanja, tudi opustili, in

novimi podjetniki. V letu 2021 je bilo to razmerje zelo ugodno, saj so tako rekoč vsi nastajajoči podjetniki tudi prešli med nove. Najslabše razmerje med njimi smo beležili v letu 2016, ko je bilo razmerje 1,64, kar pomeni, da je od 164 nastajajočih podjetnikov razvoj podjetja opustilo kar 64. Prav zaradi relativno nizke stopnje nastajajočih podjetnikov pa v Sloveniji v preteklem letu beležimo posledično nižjo celotno zgodnjo podjetniško aktivnost (indeks TEA), medtem ko je delež novih podjetnikov (3,4 %) primerljiv s preteklimi leti in celo višji kot leta 2020 (3,0 %).

4.3 Motivacija za podjetništvo

Motivi za izkoriščanje poslovne priložnosti se razlikujejo od posameznika do posameznika. Večina jih sledi več ciljem hkrati, ki so povezani z osebnostnimi lastnostmi posameznikov in hkrati odvisni od okolja, v katerem ta posameznik živi. Raziskave kažejo, da so motivi podjetnikov povezani s socialno-ekonomskimi značilnostmi (Block, Wagner, 2010), zadovoljstvom pri delu, gospodarskim razvojem (Acs, Varga, 2005; Block, Koellinger, 2009; Kautonen, Palmroos, 2010), vstopnimi strategijami (Block et al., 2015), brezposelnostjo (Deli, 2011), izgubo službe, družinskimi stiskami in doseganjem t. i. steklenega stropa prihodkov (Robichaud et al., 2010), tržnimi priložnostmi, družbenim statusom, dobičkom (Giacomin et al., 2011), inovativnostjo, neodvisnostjo, finančnim uspehom in samouresničitvijo (Carter et al., 2003), neodvisnostjo, učenjem in vlogami posameznikov v družbi (Shane et al., 1991). Očitno je, da so motivi zelo raznoliki, mnogi so med seboj tudi povezani in dopolnjujoči. Združujemo jih lahko glede na različne kriterije, kot so nujnost ali priložnost, potisni ali povlečni dejavniki in drugo. Za potrebe raziskave GEM so motivi za podjetništvo razdeljeni v štiri skupine, pri čemer lahko podjetniki izberejo enega ali več tistih, ki so jih vodili pri njihovem podjetju:

- želja po ustvarjanju spremembe v svetu,
- želja po ustvarjanju premoženja oziroma večjega dohodka,
- nadaljevanje družinskega podjetja oziroma tradicije,
- potreba po preživetju, ker so službe redke.

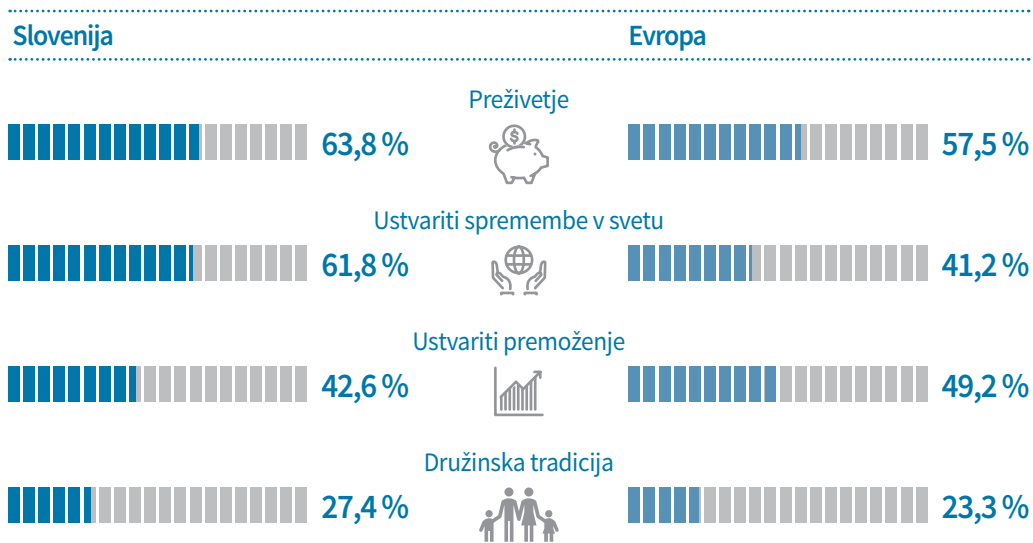
Slika 4.6 prikazuje motiviranost zgodnjih podjetnikov v Sloveniji in Evropi po skupinah proučenih motivov. V Sloveniji so podjetniki kot motiv najpogosteje navedli preživetje, ker so ustrezne službe redke (63,8 %). Ta delež je višji od povprečja evropskih držav, kjer je v letu 2021 znašal 57,7 %. Gospodarska rast je v preteklih letih v Sloveniji povzročila povečano povpraševanje po delovni sili in posledično se je število brezposelnih oseb znižalo, močno pa se je poslabšala strukturna brezposelnost. Le-ta predstavlja neuskklajenost med ponudbo in povpraševanjem na trgu dela, ki povzroča, da posamezniki ne najdejo ustrezne zaposlitve in se zato odločijo za podjetniško pot.

Motivu preživetja sledi motiv ustvarjanja sprememb v svetu, ki je v Sloveniji spodbudil 61,8 % zgodnjih podjetnikov. Ti motivi so torej bolj altruistične narave, s katerimi podjetniki skušajo doprinesti pozitivne učinke z vidika družbenih ali okoljskih koristi. V Sloveniji so izraženi bistveno bolj kot v povprečju evropskih držav, kjer jih kot motiv navaja le 41,2 % podjetnikov.

Sledi želja po ustvarjanju premoženja oziroma večjem dohodku, čemur v Sloveniji sledi 42,6 % zgodnjih podjetnikov, v Evropi pa povprečno 49,2 %. Zanimivi so podatki za Slovenijo, ki kažejo na to, da ima več podjetnikov željo doprinesti svetu pozitivne učinke kot sebi ustvariti premoženje. V Evropi je situacija obratna, saj povprečno sledi več podjetnikov ustvarjanju premoženja kot sprememb v svetu. Tovrstni rezultati v Sloveniji so skladni z nekaterimi ugotovitvami o družbenih normah o podjetništvu. V Sloveniji je namreč že vrsto let visoko izražen egalitarizem, ki kaže na željo po enakosti v družbi, torej po tem, da ne bi bilo v družbi ekstremno bogatih ali ekstremno revnih, ampak da bi imeli s tega vidika uravnoteženo družbo. Ker gre v tem primeru za družbeno-kulturne norme, sprejete v širšem družbenem okolju, se le-te odražajo tudi v motivih posameznikov.

Najmanj zgodnjih podjetnikov v Sloveniji je kot motiv za razvoj podjetja navedlo družinsko tradicijo (27,4 %), kar je še vedno nad povprečjem evropskih držav (23,3 %). To pomeni, da se je dobra četrtnina posameznikov v podjetništvo podala, ker so imeli v družini podjetniški zgled, ker se je nekdo ukvarjal s podjetništvom in jih je pritegnil v podjetništvo.

Slika 4.6: Motivacija za podjetništvo v Sloveniji in evropskih državah



GEM Slovenija 2021, APS

Tabela 4.3: Ključne značilnosti motivov za podjetništvo v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti, GEM Slovenija 2021, APS

	TEA – nadaljevati družinsko podjetje/tradicijo*	TEA – ustvariti premoženje oziroma večji dohodek*	TEA – ustvariti spremembe v svetu*	TEA – preživeti, saj so službe redke*
Slovenija	27,38 %	42,59 %	61,84 %	63,80 %
Najvišja vrednost	Indija 74,25 %	Iran 92,86 %	Južna Afrika 81,41 %	Gvatemala 91,69 %
Najnižja vrednost	Južna Koreja 4,11 %	Slovaška 22,05 %	Kazahstan 0,28 %	Norveška 26,50 %
Rang Slovenije med vsemi državami GEM	23/47	35/47	14/47	28/47
Rang Slovenije med evropskimi državami GEM	6/23	14/23	2/23	11/23

Opomba: *Delež tistih, ki se strinjajo ali močno strinjajo s trditvijo, v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti (% TEA).

V svetu se proučevane skupine motivov za podjetništvo bistveno razlikujejo, kar je odvisno tako od osebnih lastnosti posameznikov kot od širšega družbenega okolja. Rezultate za Slovenijo primerjalno z državami GEM prikazuje tabela 4.3. Motiv preživetja je najbolj izražen v okoljih, kjer je na voljo malo delovnih mest, ki bi nudila posameznikom varnost zaposlitve, kjer so se posamezniki primorani podati na podjetniško pot. Najbolj je bil v državah GEM ta motiv izražen v

Gvatemali (91,7 %), najmanj pa na Norveškem (26,5 %). Ustvarjanje sprememb v svetu, ki je tudi v Sloveniji močno izražen razlog za podjetništvo, je sicer med državami GEM najbolj prisoten v Južni Afriki (81,4 %), najmanj pa v Kazahstanu (0,3 %), kjer ga tako rekoč ni zaznati. Ustvarjanje premoženja je tisti motiv za podjetništvo, za katerim stremi največ zgodnjih podjetnikov v Iranu (92,9 %), najmanj pa na Slovaškem (22,1 %). Tradiciji podjetniške aktivnosti v družini sledi največ podjetnikov v Indiji (74,3 %), najmanj pa v Južni Koreji (4,1 %).

V svetovnem merilu v Sloveniji zgodnji podjetniki najmanj izražajo željo po ustvarjanju premoženja, saj zasedamo 35. mesto od 47 držav. Nasprotno pa smo na najvišjem, 14. mestu, med proučevanimi motivi pri ustvarjanju sprememb v svetu. Pri tem motivu smo celo na 2. mestu med evropskimi državami, takoj za Romunijo. *Tabela 4.4* prikazuje izraženost posameznih motivov v evropskih državah. Nad 50 % zgodnjih podjetnikov sledi motivu preživetja zaradi redkih služb v 16 evropskih državah, povečanju premoženja v 12 državah in ustvarjanju sprememb v svetu v 8 evropskih državah. Samo družinski tradiciji sledi bistveno manj podjetnikov v vseh evropskih državah, največ 39,7 % v Grčiji.

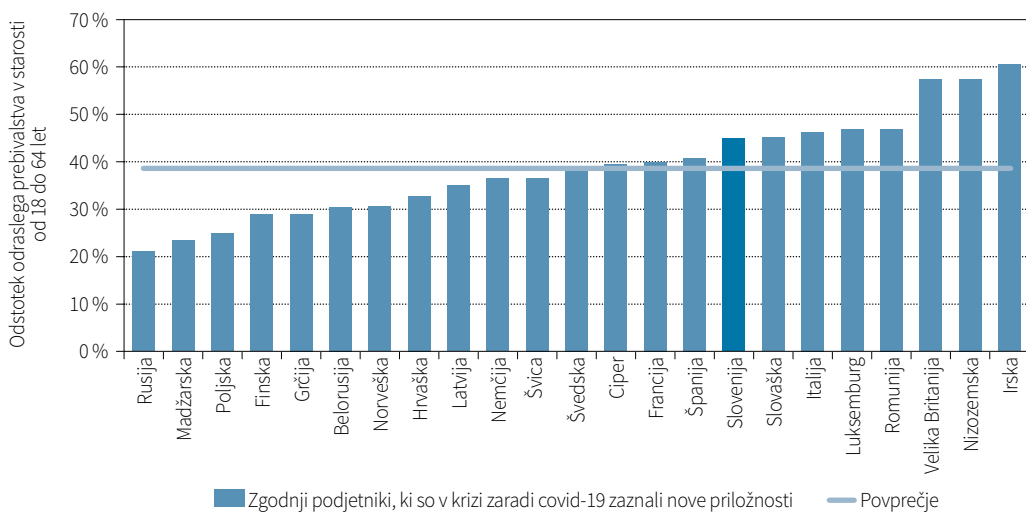
Tabela 4.4: Motivi nastajajočih in novih podjetnikov (v evropskih državah GEM), GEM Slovenija 2021, APS

Evropske države	TEA – nadaljevati družinsko podjetje/tradicijo*	TEA – ustvariti premoženje oziroma večji dohodek*	TEA – ustvariti spremembe v svetu*	TEA – preživeti, saj so službe redke*
Belorusija	15,07	76,18	25,49	71,54
Ciper	13,72	81,28	32,24	72,77
Finska	24,26	33,43	40,11	47,87
Francija	22,91	39,35	25,84	51,21
Grčija	39,73	50,36	29,87	63,16
Hrvaška	28,47	51,31	38,67	65,68
Irska	29,03	59,04	57,75	56,03
Italija	22,82	53,43	21,53	61,35
Latvija	24,21	37,07	36,92	65,31
Luksemburg	27,67	38,63	56,88	32,88
Madžarska	20,97	32,48	61,73	66,76
Nemčija	24,24	43,65	39,36	40,9
Nizozemska	24,52	41,84	52,68	44,12
Norveška	22,95	37,44	39,21	26,5
Poljska	12,51	62,47	16,03	53,43
Romunija	31,09	64,91	65,86	75,02
Rusija	20,78	65,29	27,63	68,86
Slovaška	25,81	22,05	18,66	89,78
Slovenija	27,38	42,59	61,84	63,8
Španija	19,68	38,01	43,22	72,35
Švedska	20,6	54,95	45,34	28
Švica	14,11	51,52	57,9	46,76
Velika Britanija	21,65	55,22	52,99	63,84

Opomba: *Delež tistih, ki se strinjajo ali močno strinjajo s trditvijo, v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti (% TEA).

Zgolj motivacija za podjetništvo ni dovolj, treba je tudi znati odkriti ali ustvariti poslovno priložnost. Svet se zadnji dve leti sooča s krizo, ki jo je povzročila epidemija covid-19, predvsem hitre in ekstremne spremembe na trgu. Marsikateri podjetnik se je zaradi restrikcij in zaprtij gospodarstva soočil s težavami pri poslovanju, kar posebej velja za storitveni sektor gospodarstva. Kljub temu pa je kriza nekaterim podjetnikom tudi razkrila nove poslovne priložnosti. V Sloveniji je kar 44,9 % zgodnjih podjetnikov prepoznalo nove poslovne priložnosti zaradi covid-19, kar je nad povprečjem evropskih držav (38,8 %) in nas postavlja na 8. mesto med 23 evropskimi državami (slika 4.7). Največ zgodnjih podjetnikov je prepoznalo priložnosti v času krize na Irskem (60,5 %) in Nizozemskem (57,4 %), najmanj pa v Rusiji (21,0 %) in na Madžarskem (23,4 %).

Slika 4.7: Zgodnji podjetniki, ki so v krizi zaradi covid-19 zaznali nove priložnosti (v evropskih državah GEM)



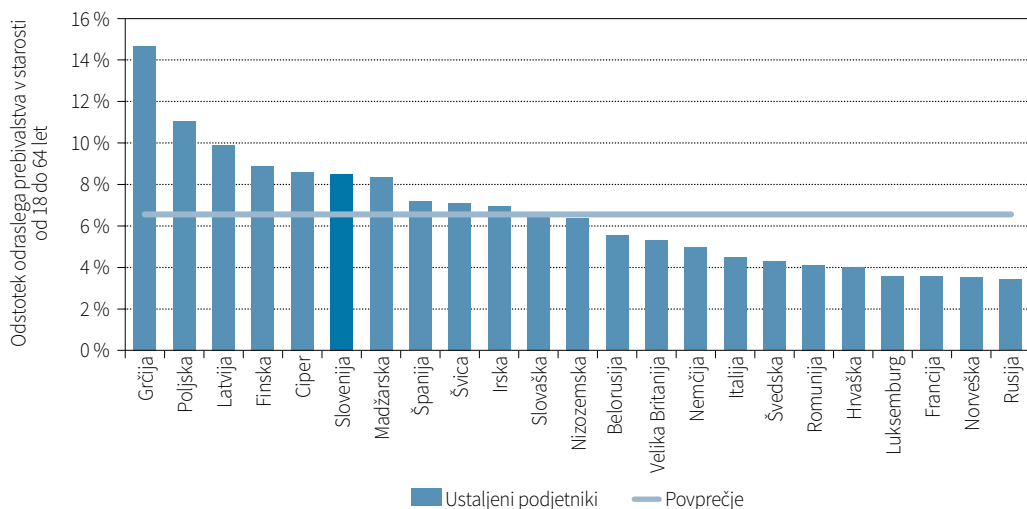
GEM Slovenija 2021, APS

4.4 Ustaljeni podjetniki

Ustaljena podjetja so tista, ki so zrela, običajno dobro uveljavljena v svoji panogi, z znanimi izdelki in storitvami, so prepoznana, imajo določen ugled in zveste stranke. Ustaljena podjetja se običajno soočajo s stalno konkurenco in izkazujejo počasno in enakomerno rast. Večina ustaljenih podjetij si prizadeva za rast in razvoj odjemalcev v svoji panogi. Ustaljena podjetja predstavljajo hrbtenico večine gospodarstev, saj zagotavljajo večino proizvodnje in zaposlovanja v gospodarstvu. Ustaljena podjetja imajo nekatere skupne značilnosti, ne glede na dejavnost. Njihova rast prihodkov je podobna, kot je stopnja rasti gospodarstva, če ne inovirajo ali diverzificirajo poslovanja, vendar pa lahko dosegajo visoke stopnje rasti zaslužka. Ustaljena podjetja imajo tudi jasne konkurenčne prednosti, ki se kažejo v donosih in se manjšajo s pojavom nove konkurence. Nazadnje je treba poudariti še, da niso vsa ustaljena podjetja velika podjetja. Mnoga majhna podjetja hitro dosežejo zgornjo mejo rasti in v bistvu ostanejo majhna, a zrela podjetja. Čeprav tudi ustaljena podjetja prenehajo poslovati, je ta dinamika bistveno manjša kot med nastajajočimi in novimi podjetji (OECD, 2017). Prav zato, ker predstavljajo hrbtenico gospodarstva, je pomembno njihovo število. Raziskava GEM kot ustaljene podjetnike obravnava tiste, ki so imajo podjetje, starejše kot tri leta in pol.

V evropskih državah je bilo leta 2021 povprečno 6,6 % ustaljenih podjetnikov (*slika 4.8*), kar je manj kot leta 2020 (6,9 %). Med njimi prevladuje Grčija s 14,7 % ustaljenih podjetnikov, ki ji sledita Poljska (11,1 %) in Latvija (9,9 %). Kar devet od 23 evropskih držav izkazuje pod 5 % ustaljenih podjetnikov, najmanj med njimi jih je bilo v letu 2021 v Rusiji (3,4 %) in na Norveškem (3,5 %). Ustaljeni podjetniki predstavljajo stabilnejši del gospodarstva, zato je pomembno, da jih je v posameznem gospodarstvu dovolj visok delež. Vendar tudi del ustaljenih podjetnikov preneha poslovati. Zato so z njimi povezani novi podjetniki, saj le-ti preidejo po treh letih in pol med ustaljene in nadomestijo tiste ustaljene, ki prenehajo s poslovanjem.

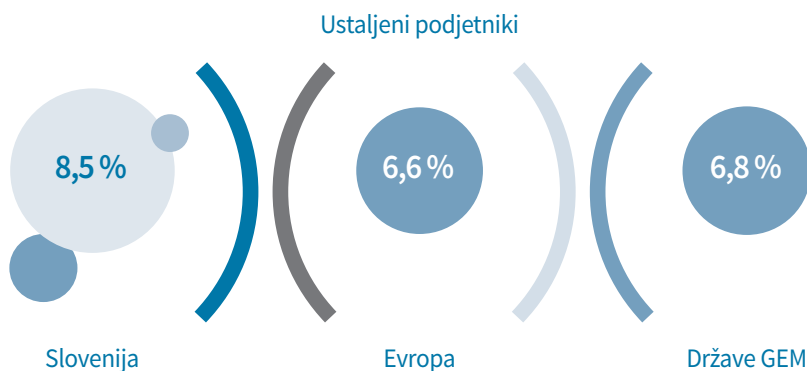
Slika 4.8: Odstotek ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2021, APS

Ustaljenih podjetnikov je bilo leta 2021 v Sloveniji 8,5 %, kar je nad evropskim povprečjem in več kot v letu 2020 (7,0 %), kar prikazuje *slika 4.9*. Primerjava z vsemi državami GEM kaže, da jih je v Sloveniji več kot povprečno na svetu (6,8 %), kjer se je delež iz leta 2020 celo zmanjšal (7,5 %). Zmanjšanje ustaljenih podjetnikov je lahko tudi posledica spremenjenih razmer v gospodarstvih zaradi krize, ki jo je povzročil covid-19, saj je (delno) zapiranje dejavnosti ali celotnih gospodarstev negativno vplivalo na zmožnost preživetja tudi ustaljenih podjetij. Dostop do trgov in uporabnikov je bil otežen, dobavne verige marsikje pretrgane in posledično tudi vsa ustaljena podjetja niso mogla vzdržati sprememb. Največji padec ustaljenih podjetnikov, za 0,7 odstotne točke, je bil na svetovni ravni, v Evropi za 0,3 odstotne točke, v Sloveniji pa je ta delež celo narasel za 1,5 odstotne točke.

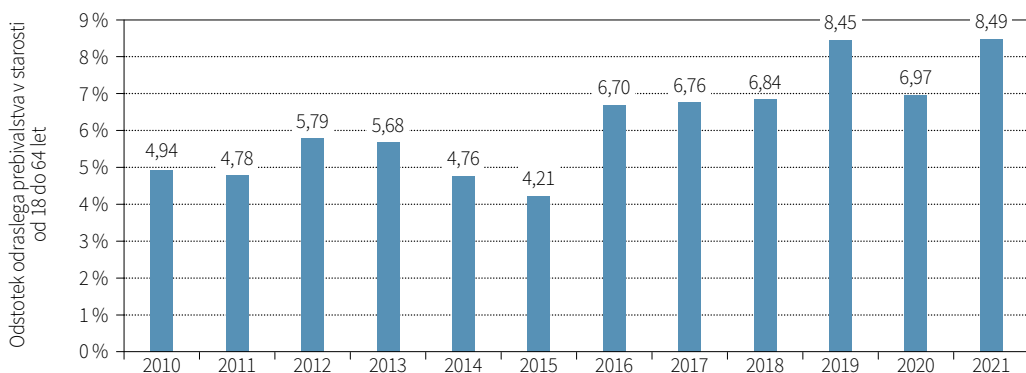
Slika 4.9: Ustaljeni podjetniki v izbranih skupinah držav



GEM Slovenija 2021, APS

Spremembe ustaljenih podjetnikov v desetletnem obdobju v Sloveniji prikazuje *slika 4.10*, kjer vidimo, da njihov delež od leta 2012 sicer niha med posameznimi leti, vendar je zaznati splošen trend večanja le-teh v populaciji. To kaže na dvoje. Prvič, da velik delež novih podjetnikov preide med ustaljene podjetnike, in drugič, da ustaljeni podjetniki s poslovanjem ne prenehajo. Slednji vidik ima najverjetneje večji vpliv, saj je delež novih podjetnikov v Sloveniji relativno nizek (v letu 2021 le 3,4 %) in glede na to, da številni tudi ne preživijo, novi podjetniki ne morejo veliko prispevati k večanju populacije ustaljenih podjetnikov.

Slika 4.10: Ustaljeni podjetniki kot odstotek odraslega prebivalstva v Sloveniji v letih od 2012 do 2021



GEM Slovenija 2021, APS

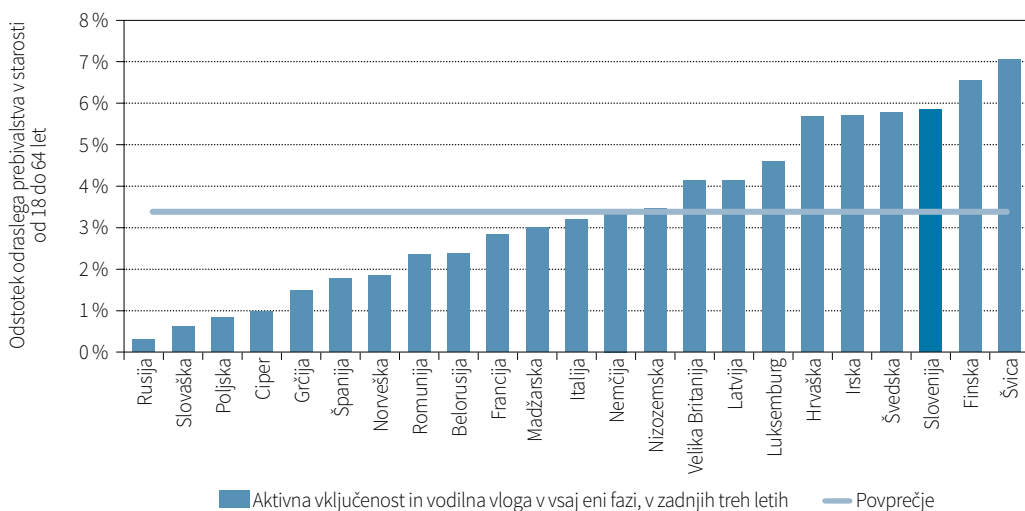
Na osnovi rezultatov lahko ugotovimo, da je ohranjanje stopnje ustaljenih podjetnikov pomembno, ker predstavljajo stabilnejši del gospodarstva in v dobavnih verigah pomemben člen za razvoj novih podjetij. Predvsem zaradi ugotovitve, da je delež novih podjetnikov, ki predstavljajo potencial za prehod med ustaljene podjetnike, v Sloveniji relativno nizek.

4.5 Podjetniška aktivnost zaposlenih

V ustaljenih, še zlasti večjih podjetjih, je zaradi sprememb v okolju potrebno spreminjati in prilagajati tako poslovni model kot produkte podjetja. Zato je notranje ali korporacijsko podjetništvo, torej podjetništvo znotraj obstoječih podjetij, prepoznano kot strateški pristop k uspešnemu konkuriranju v globalnem gospodarstvu (Kuratko et al., 2015). Korporacijsko podjetništvo predstavljajo podjetniške aktivnosti, ki se izvajajo z namenom inoviranja poslovnih procesov, izdelkov in storitev ali celotnih poslovnih modelov (Hornsby et al., 2002).

Glavni cilj korporacijskega podjetništva je prenova podjetij z inovacijami, za kar so potrebni podjetni posamezniki, ki se angažirajo in delujejo podjetno v večjih podjetjih. Eno od orodij za razvoj podjetniške miselnosti je osebna ustvarjalnost, ki posameznikom pomaga razviti nove ideje, ki imajo za posledico inovativne rešitve za podjetje (Sawyer, 2006). Torej okolje podjetja predstavlja ustrezen okvir, znotraj katerega podjetni zaposleni – notranji podjetniki – širijo svoje ideje, kulturo in ustvarjalno razmišljanje ter krepijo podjetniško kulturo v podjetjih, kjer so zaposleni (Kuratko et al., 2020). Če torej večja, ustaljena podjetja sledijo podjetniški strategiji, morajo skrbno negovati, podpirati in razvijati podjetniško miselnost svojih zaposlenih (Kuratko et al., 2021). V raziskavi GEM proučujemo notranje podjetnike kot posameznike, ki so vključeni v različne faze razvoja novih idej in razvoja novih produktov. Imenujemo jih *podjetniška aktivnost zaposlenih* in vključuje široko in ozko opredelitev. Sestavljajo jo tisti zaposleni – notranji podjetniki, ki podjetniške aktivnosti v okviru obstoječih podjetij razvijajo, vodijo in implementirajo. Široka opredelitev pomeni vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost in vodilno vlogo v preteklih treh letih, ozka pa trenutno vključenost zaposlenih v podjetniško aktivnost in vodilno vlogo (Bosma et al., 2012). Podjetniška aktivnost zaposlenih je razdeljena na dve fazi, na fazo razvoja idej ter fazo priprave in izkoriščanja izdelka ali storitve. Za razvoj notranjega podjetništva mora biti v gospodarstvu dovolj ustaljenih in velikih podjetij, ki predstavljajo ustrezno okolje za uveljavljanje podjetnih posameznikov, ki pa ne želijo ustanoviti lastnega podjetja, ampak biti zaposleni. V evropskih državah (*slika 4.11*) je bilo v letu 2021 v povprečju 3,4 % notranjih podjetnikov z vidika široke opredelitve, vendar so med državami velike razlike. Največ jih beležita Švica (7,1 %) in Finska (6,6 %), ki jima sledi Slovenija s 5,9 % notranjih podjetnikov v odrasli populaciji. Kar sedem evropskih držav (od 23) izkazuje pod 2 % notranjih podjetnikov v populaciji, med njimi jih je najmanj v Rusiji (0,3 %) ter na Slovaškem (0,6 %) in Poljskem (0,8 %). Notranji podjetniki, ki so sicer redke resurs, lahko zaradi spodbujanja inovativnosti doprinesejo k izboljššanemu odzivu podjetij na spremembe v okolju, zato je pomembno njihovo spodbujanje in razvoj. K nizki notranji podjetniški aktivnosti je morda doprinesla tudi kriza covid-19, saj so se v tem času podjetja posvečala predvsem finančnim vidikom poslovanja in preživetju, manj pa razvojnim ciljem.

Slika 4.11: Podjetniška aktivnost zaposlenih kot odstotek odrasle populacije (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2021, APS

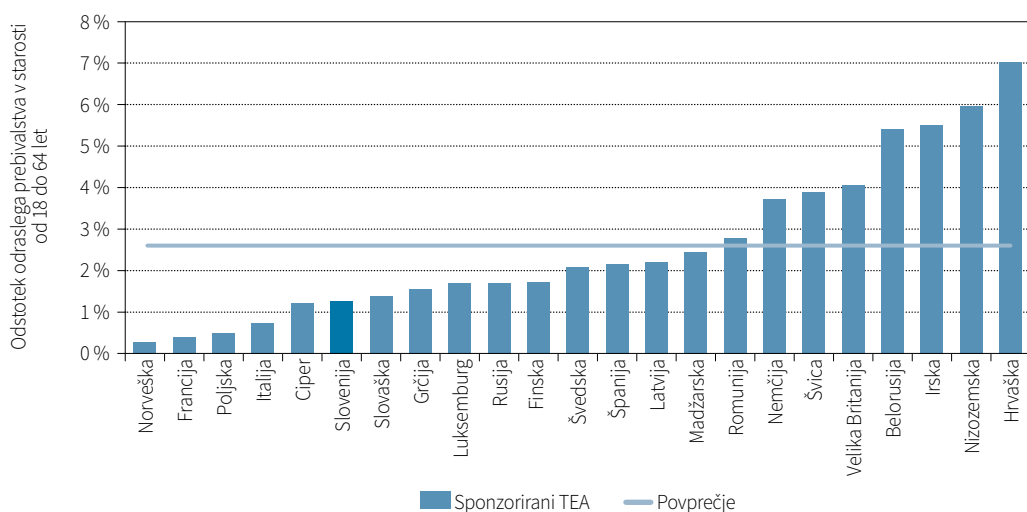
Slovenija, ki v evropskem merilu izkazuje nadpovprečno visoko stopnjo podjetnih zaposlenih, tudi v letu 2021 sledi temu trendu. Pregled notranje podjetniške aktivnosti v Sloveniji v času, ki ga za vse proučevane skupine notranjih podjetnikov prikazuje *tabela 4.5*, kaže, da najvišje stopnje beležimo v letih 2013 in 2019, torej v času, ko smo imeli v Sloveniji gospodarsko rast, ki je posledično od podjetij zahtevala prilagajanje poslovanja z vidika inoviranja, hkrati pa so imela na voljo tudi dovolj finančnih sredstev za financiranje inovacijskih aktivnosti in razvoja. Hkrati pa padec tovrstne aktivnosti v letu 2021 nakazuje na spremembo fokusa podjetij, najverjetneje zaradi krize, na zagotavljanje finančne vzdržnosti poslovanja.

Tabela 4.5: Podjetniška aktivnost zaposlenih v Sloveniji v letih od 2012 do 2021, GEM Slovenija 2021, 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)
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
2018	5,9	9,5	4,4	7,1
2019	7,0	11,0	5,8	9,2
2020	5,2	8,1	4,2	6,5
2021	5,9	8,8	4,8	7,2

Zgoraj analiziran vidik notranjega podjetništva se nanaša na tako imenovano področje strateških podjetniških pristopov, ki vključujejo širok nabor notranjih podjetniških aktivnosti, ki rezultirajo v različnih oblikah inovacij, kot na primer inovacije na področju strategij podjetja, ponudbe izdelkov in storitev, trgov, notranje organizacije podjetja ali poslovnega modela (Kuratko, Audretsch, 2013). Drugi vidik, ki se naša na razvoj novih podjetij, pa predstavljajo nova podjetja, ki so običajno v (so)lastništvu podjetja, ki ta nov podjem pod vodstvom notranjega podjetnika razvija. Ti novi podjetji so običajno visoko inovativni, v zgodnih fazah razvoja in rasti in vključujejo različne oblike solastništva, od popolnega financiranja s strani podjetja do partnerstev z drugimi podjetji in notranjimi podjetniki (Kuratko, Covin, Garrett, 2009; Covin, Miles, 2007; Morris et al., 2011). Ta vidik v okviru raziskave GEM proučujemo na osnovi *sponsorirane zgodnje podjetniške aktivnosti*. Merimo jo z vprašanjem: »Ali ste trenutno sami ali skupaj z drugimi lastnik podjetja, ki ga pomagate upravljati za vašega delodajalca v okviru vaše redne zaposlitve?« Z odgovorom analiziramo nastajajoče, nove in uveljavljene lastnike podjetij – menedžerje, katerih posel je samostojen ali neodvisen od večjega podjetja, in tiste, katerih poslovanje se sponzorira s skupnim lastništvom delodajalca in posameznika (*sponsorirani TEA*) in ga za evropske države GEM prikazuje *slika 4.12*.

Slika 4.12: Sponsorirana zgodnja podjetniška aktivnost kot odstotek odrasle populacije (v evropskih državah GEM)



GEM Slovenija 2021, APS

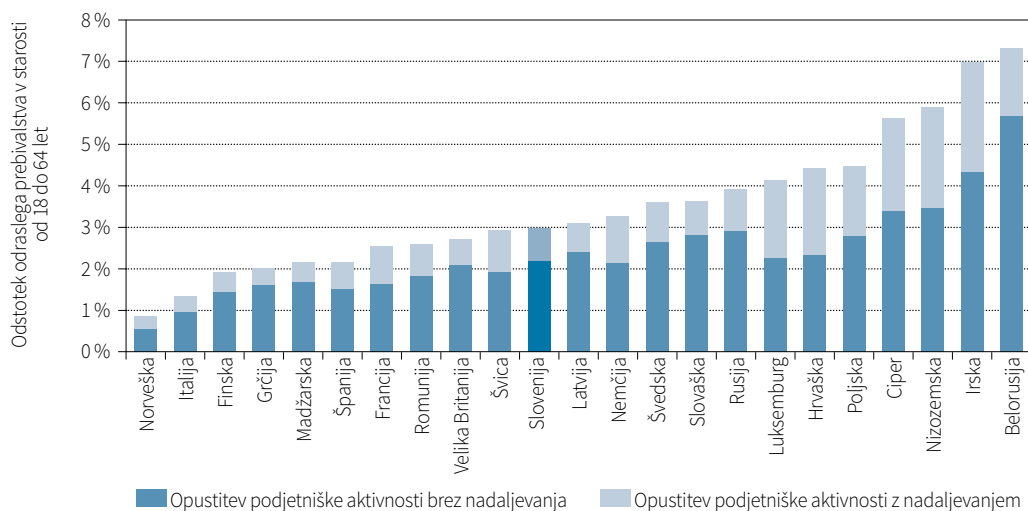
Delež sponsorirane zgodnje podjetniške aktivnosti se med posameznimi državami na globalni ravni močno razlikuje. V evropskih državah je sponsorirane podjetniške aktivnosti v povprečju 2,6 % (2,3 % v letu 2020). Največ je najdemo na Hrvaškem (7,0 %), Nizozemskem (6,0 %) in Irskem (5,5 %), najmanj pa na Norveškem (0,3 %), v Franciji (0,4 %) in na Poljskem (0,5 %). Tudi Slovenija je pod povprečjem evropskih držav, na 18. mestu med 23 evropskimi državami, izkazujemo pa 1,3 % sponsorirane zgodnje podjetniške aktivnosti, kar je sicer več kot leto poprej (1,0 %). Glede na to, da imamo sicer v evropskem merilu nadpovprečno veliko notranjega podjetništva, podpovprečno pa sponsorirane zgodnje podjetniške aktivnosti, ti rezultati kažejo, da podjetja notranji podjetniški potencial izkoriščajo predvsem za razvoj inovacij v obstoječem podjetju, manj pa za razvoj novih podjetij.

4.6 Izstop podjetnikov

Izstop podjetnika je ena izmed osrednjih tem tako z raziskovalnega kot gospodarskega vidika, predvsem v obdobjih velike gospodarske dinamike, ki lahko močno vpliva na izstope (Guerrieri et al., 2020; Bartik et al., 2020). Zato je razumevanje izstopa pomembno tako za podjetja v konkurenčnem kontekstu kot tudi za gospodarstvo na splošno (DeTienne, Wennberg, 2015). Izstop iz podjetništva je mogoče proučevati z različnih vidikov, med katerimi prevladujejo vidiki okolja, uspešnost podjetja, različne vrste negotovosti, vloga inovativnosti, finančne omejitve, lastništvo, osebni motivi lastnika in drugo (Yamakawa, Cardon, 2017; Ebert et al., 2018; Cefis, Marsili, 2019; Chirico et al., 2020; Soto-Simeone et al., 2020). Obseg proučevanja izstopa podjetnikov in prenehanja poslovanja kažejo na pomembnost tega področja. Zato tudi v raziskavi GEM proučujemo izbrane vidike izstopa podjetnikov iz podjetniške aktivnosti, in sicer v zadnjih 12 mesecih. Ker proučujemo izstop podjetnika iz procesa, to posledično ne pomeni tudi zaprtja podjetja, ampak lahko podjetje nadaljuje s poslovanjem. Tak primer je upokožitev podjetnika ali prodaja podjetja. Z vidika zagotavljanja kontinuitete poslovanja in ohranjanja stopnje podjetništva (predvsem med ustaljenimi podjetji) je pomembno, da se podjetja ob izstopu podjetnika ohranjajo.

Slika 4.13 prikazuje izstope podjetnikov v celotnem podjetniškem procesu v evropskih državah. V vseh državah prevladuje izstop brez nadaljevanja posla, vendar so razmerja med tema vidikoma različna. Največ izstopov v zadnjih 12 mesecih so beležili v Belorusiji (7,3 % skupaj, od tega le 1,6 % z nadaljevanjem posla) in na Irskem (7,0 %, od tega 2,6 % z nadaljevanjem posla), najmanj pa na Norveškem (0,9 %, od tega 0,3 % z nadaljevanjem posla) in v Italiji (1,3 %, od tega 0,3 % z nadaljevanjem posla). Slovenija je po deležu izstopov na 13. mestu med evropskimi državami in beleži 3,0 % izstopov podjetnikov, od tega le 0,8 % z nadaljevanjem posla. Od sosednjih držav več izstopov beleži le Hrvaška s 4,4 % (2,1 % z nadaljevanjem posla).

Slika 4.13: Izstop podjetnika v zadnjih 12 mesecih z nadaljevanjem in brez nadaljevanja posla (v evropskih državah GEM)



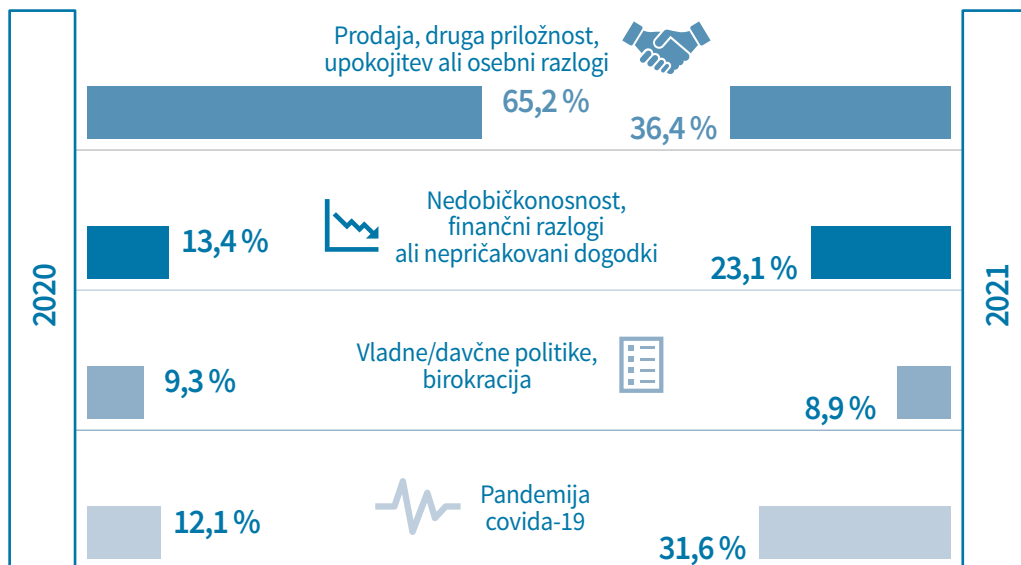
Ob proučevanju stopnje izstopov iz podjetništva v okviru raziskave GEM spremljamo tudi razloge za izstop. Razlogi za izstop podjetnika so prav tako raznoliki, kot so motivi za vstop v podjetništvo, in podobno nekateri izhajajo iz posameznika, drugi iz okolja. Če je izstop podjetnika zaradi upokojitve dolgoročen proces, ki je hkrati največkrat tudi načrtovan in predvidljiv, pa nasprotno nenadne, hitre spremembe na trgu povzročijo takojšnjo odločitev podjetnika o izstopu. Kot tak primer bi lahko navedli krizo covid-19, ki je na trgu povzročila nepredvideno dinamiko. *Tabela 4.6* prikazuje deset razlogov za izstop podjetnika, ki jih proučujemo v okviru raziskave GEM za posamezne skupine držav. Razlogi za izstop, ki jih navajajo podjetniki v Sloveniji, se velikokrat bistveno razlikujejo od povprečja vseh držav GEM ali od evropskih držav. Najmanjkrat naveden razlog za izstop podjetnika v Sloveniji je bila priložnost prodaje podjetja (2,4 %), ki mu sledi nepričakovani dogodek (2,4 %). Slednji pa je bil v najmanjši meri naveden kot razlog tako v povprečju držav GEM (2,5 %) in evropskih držav (2,4 %), v obeh skupinah držav mu sledi vnaprej načrtovan izstop. V Sloveniji je kot najpogostejši razlog za izstop v letu 2021 bila navedena pandemija covid-19 (31,6 %), ki mu sledi izkoriščanje druge poslovne priložnosti ali dela (18,6 %). V evropskih državah je bil najpogosteje naveden razlog podjetnikov za izstop iz posla nedobičkonosnost podjetja (22,6 %), v vseh državah GEM pa pandemija covid-19 (26,2 %).

Tabela 4.6: Razlogi za izstop podjetnika po skupinah držav, GEM Slovenija 2021, APS

	Slovenija	GEM	Evropske države
Priložnost prodati podjetje	2,43 %	4,83 %	5,55 %
Nek nepričakovani dogodek	2,43 %	2,48 %	2,36 %
Upokojitev	4,01 %	3,86 %	6,38 %
Finančni razlogi	4,45 %	9,84 %	6,73 %
Osebni razlogi	4,45 %	13,17 %	13,54 %
Opustitev je bila planirana vnaprej	6,88 %	3,12 %	4,43 %
Vladne/davčne politike/birokracija	8,92 %	4,68 %	7,09 %
Podjetje ni bilo dobičkonosno	16,22 %	23,54 %	22,58 %
Drugo delo ali poslovna priložnost	18,58 %	8,32 %	9,44 %
Pandemija covid-19	31,63 %	26,16 %	21,90 %

Vseh deset proučevanih razlogov smo za Slovenijo združili v štiri vsebinske skupine razlogov (*slika 4.14*). Prva skupina se nanaša na razloge podjetnika, druga skupina na finančne vidike poslovanja, tretja na pogoje poslovanja, ki izhajajo iz okolja, in zadnja na pandemijo covid-19.

Slika 4.14: Glavne skupine razlogov za prenehanje poslovanja v Sloveniji



GEM Slovenija 2021, APS

Primerjava let 2020 in 2021 kaže na bistvene spremembe v razlogih za izstop podjetnikov iz posla. V letu 2020 je prevladoval razlog prodaje podjetja, izkoriščanja druge priložnosti in osebnih razlogov (65,2 %), ki se je v letu 2021 skoraj prepolovil (36,4 %). V letu 2021 pa podatki kažejo poudarek na povsem drugih razlogih, saj so se bistveno povečali razlogi izstopa iz podjetništva zaradi pandemije covid-19 (porast z 12,1 % v letu 2020 na 31,6 % v letu 2021) ter nedobičkonosnost in finančni razlogi, ki so narasli s 13,4 % v letu 2020 na 23,1 % v letu 2021. Rezultati kažejo na bistvene spremembe, ki so se zgodile v zadnjem letu in so povezane z razmerami na trgu zaradi pandemije covid-19. Ob izstopih neposredno zaradi covid-19 kažejo na to tudi finančni razlogi, ki so v veliki večini povezani prav z razmerami na trgu zaradi covid-19, torej z omejitvami poslovanja v gospodarstvu, zapiranjem posameznih dejavnosti, pretrganimi dobavnimi verigami, ki so nastali prav zaradi pandemije. Čeprav smo v Sloveniji v preteklem letu imeli veliko ukrepov namenjenih prav blažitvi posledic pandemije, pa rezultati kažejo, da je imela velik vpliv na dogajanje v gospodarstvu.

Demografske značilnosti slovenskega podjetništva

5

Ključna spoznanja

- V letu 2021 smo v Sloveniji zabeležili znaten porast zgodnje podjetniške aktivnosti najmlajših (mladih v starosti od 18 do 24 let). Ta se je v primerjavi z letom 2020 povečala za kar trikrat, in sicer zlasti na račun nastajajoče podjetniške aktivnosti mladih fantov.
- Mlajši zgodnji podjetniki (v starosti od 18 do 34 let) so med najpogostejša motiva za ustanavljanje podjetij navajali željo po ustvarjanju sprememb v svetu (56,96 %) ter željo po ustvarjanju premoženja in večjega dohodka (55,94 %). Starejši zgodnji podjetniki (v starosti od 35 do 64 let) pa so najpogosteje prevzemali odgovornost za družinska podjetja (58,38 %).
- Vrzel med spoloma v zgodnji podjetniški aktivnosti je vse manjša. Že četrto leto zapored se v Sloveniji povečuje delež nastajajočih in novih podjetnic, ki je v letu 2021 bil že 43,9-odstoten in je presegel tako povprečje evropskih držav GEM kakor tudi vseh proučevanih gospodarstev GEM.
- Elementi podjetniških zmogljivosti se znatno razlikujejo med spoloma in tako bistveno prispevajo k vrzeli v njihovem podjetniškem udejstvovanju. Ženske v manjši meri kot moški zaznavajo poslovne priložnosti, se v manjši meri čutijo sposobne za podjetništvo ter v večji meri kot moški dojemajo strah pred neuspehom kot potencialno oviro na poti podjetništva.
- V Sloveniji se že tri leta zapored vztrajno zmanjšuje delež ustanoviteljev podjetij z najvišje dohodkovne ravni. V letu 2021 se je za skoraj 10 odstotnih točk povečal delež zgodnjih podjetnikov s srednje dohodkovne ravni. Med ustaljenimi podjetniki pa je opazen občuten porast (za 10,8 %) podjetnikov z najnižje dohodkovne ravni.

V letu 2021 so se po turbulentnih razmerah v letu 2020, ko smo se soočili z vplivi epidemije covid-19, razmere pričele umirjati. Gospodarska aktivnost se je krepila, kar se je odrazilo tudi v rasti bruto domačega proizvoda. Po globokem upadu v letu 2021 (-4,2 %) smo v letu 2021 zabeležili 6,1-odstotno rast, ki se bo leta 2022 predvidoma umirila na 4,7 % (UMAR, 2021). Ukrepi za zajezitev negativnih posledic epidemije za gospodarstvo ter okrevanje gospodarstva so pozitivno vplivali na trg dela, kjer se je povprečno število brezposelnih zmanjšalo za 11 %. V prihodnjih dveh letih naj bi se okrevanje na trgu dela postopno nadaljevalo (ZRSZ, 2021). Omenjenim trendom je sledilo tudi dogajanje na področju podjetniške aktivnosti v državi. Povečali sta se tako zgodnja kot ustaljena podjetniška aktivnost (zgodnja s 5,97 % na 6,66 % in ustaljena s 6,97 % na 8,49 %). Da bi pridobili dodaten vpogled v podjetniško aktivnost, v nadaljevanju analiziramo zgodnjo in ustaljeno podjetniško aktivnost za različne starostne skupine, saj so zlasti mladi tisti, ki so v letu 2021 v zgodnji podjetniški aktivnosti izkazovali najvišjo raven odstopanja v primerjavi s preteklimi leti. V nadaljevanju podajamo tudi nekoliko širši pregled stanja zgodnje in ustaljene podjetniške aktivnosti med spoloma, kjer se nadaljuje trend rasti zgodnje podjetniške aktivnosti žensk in s tem zapiranje vrzeli med spoloma. V poglavju prikazujemo tudi nekaj strukturnih dejavnikov vpliva na podjetniško aktivnost, med katerimi izpostavljamo izobrazbeno raven zgodnjih in ustaljenih podjetnikov v primerjavi z nepodjetniki ter distribucijo dohodkovne moči zgodnjih in ustaljenih podjetnikov v Sloveniji.

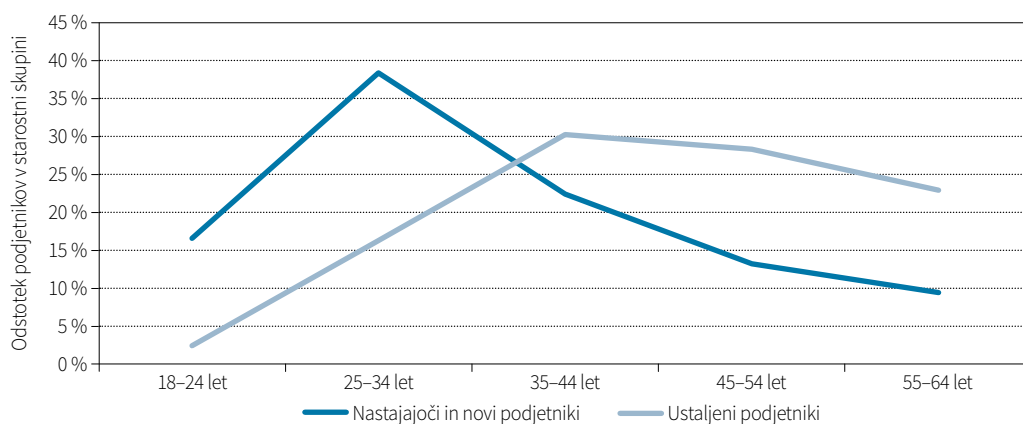
5.1 Starost

Razmerje med podjetniško aktivnostjo in starostjo je obrnjene U-oblike, kar pomeni, da verjetnost, da postaneš podjetnik, najprej s starostjo narašča, dokler ne doseže maksimuma, nato pa upada (Karoly in Zissimopoulos, 2004; Cahill et al., 2006; Kerr in Armstrong-Stassen, 2011). Takšno razmerje med starostjo in verjetnostjo, da posameznik postane podjetnik, je posledica vrednotenja tveganega podjetniškega dohodka in manj tveganega plačnega dela. S staranjem posamezniki kopičijo izkušnje in bogastvo, zaradi česar dojemajo podjetniško aktivnost kot manj tvegano. Mlajši posamezniki pa imajo omejen dostop do kapitala in s tem nižjo sposobnost podjetniške aktivnosti. Hkrati s starostjo posameznika se povečuje njegova plača in s tem tudi oportunitetni stroški podjetniške izbire, ki ga odvrta od podjetniškega udejstvovanja (Backman in Karlsson, 2018).

V Sloveniji smo priča obrnjeni U-obliki starostne porazdelitve podjetniške aktivnosti tako v skupini zgodnjih kot ustaljenih podjetnikov (*slika 5.1*). Med zgodnjimi podjetniki je najaktivnejša skupina v starostnem obdobju od 25 do 34 let, medtem ko imamo največ ustaljenih podjetnikov v zrelejših letih, od 35 do 54 let. Razlogi za zgodnjo podjetniško aktivnost mladih so raznoliki. Mlajši imajo na splošno več energije, nimajo še uveljavljenih karier in običajno tudi ne visokih plač. Pogosto so jim blizu novi in nastajajoči trgi ter sodobne tehnologije, ki prinašajo številne poslovne priložnosti. Morda bodo tudi bolj pripravljeni tvegati, saj lahko manj izgubijo, in če posel propade, jih lahko čaka še dolga in uspešna kariera. Po drugi strani pa bodo verjetno imeli manj znanja in izkušenj ter manj dostopa do virov, vključno s sposobnostjo vzpostavljanja omrežij. Najintenzivnejša ustaljena podjetniška aktivnost srednje generacije je povezana z njihovim poznavanjem trgov in priložnosti, boljšim dostopom do kapitala in drugih virov ter spretnostmi in izkušnjami, potrebnimi za vodenje podjetja.

GEM Slovenija 2021, APS

Slika 5.1: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost



GEM Slovenija 2021, APS

V tabeli 5.1 prikazujemo zgodnjo podjetniško aktivnost po starostnih razredih za Slovenijo in jo primerjamo s povprečjem vseh držav GEM ter povprečjem evropskih držav GEM. V primerjavi z letom 2020 smo v Sloveniji zabeležili znaten porast zgodnje podjetniške aktivnosti najmlajših (mladih v starosti od 18 do 24 let). Slednja se je z zgolj 5,75 % v letu 2020 povzpela na 16,58 % v letu 2021, kar pomeni kar trikrat višjo zgodnjo podjetniško aktivnost najmlajših. Tako velik porast sicer kaže na pozitivno sprejemanje možne podjetniške kariere, vendar pa pri interpretaciji tega porasta kaže biti previden, saj ne smemo pozabiti, da se v tej vrednosti skriva precejšen delež nastajajočih podjetnikov, torej tistih, ki se šele podajajo na podjetniško pot, in ta podatek ne pomeni, da bodo pri tem zagotovo tudi uspeli. K visokemu deležu zgodnje podjetniške aktivnosti mladih lahko delno prispevajo tudi ugodni pogoji za ustanovitev podjetij, ki pa so se v empiričnih raziskavah pokazali tudi kot indikator nižje stopnje njihovega preživetja. Raziskave namreč dokazujejo, da lažje kot bodo nastajajoči podjetniki začeli svoje podjetje (tj. v fazi ustanavljanja namreč delujejo le šibki selekcijski procesi), nižja bo stopnja preživetja novega podjetja (Kessler et al., 2012). V primerjavi z letom 2020 je zaznati tudi precejšen padec zgodnje podjetniške aktivnosti starostne skupine od 35 do 44 let (s 33,63 % v letu 2020 na 22,4 % v letu 2021). Slednja je bila v Sloveniji v primerjavi s proučevanimi skupina držav najslabše zastopana. Hkrati ostajajo najaktivnejši zgodnji podjetniki mladi v starostni skupini od 25 do 34 let. V Sloveniji je ta starostna skupina prevladujoča, njen delež pa je tudi precej nad povprečjem držav GEM in evropskih držav GEM.

Tabela 5.1: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2021, APS

Starost podjetnikov	Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov*		
	Slovenija	GEM	evropske države
18-24 let	16,58	15,51	12,78
25-34 let	38,33	30,54	29,62
35-44 let	22,4	26,64	27,69
45-54 let	13,24	17,33	19,23
55-64 let	9,45	9,98	10,68

*Izračunana so netehtana povprečja.

Ustaljena podjetniška aktivnost je v letu 2021 zabeležila znaten porast (s 6,97 % v letu 2020 na 8,49 % v letu 2021). Med ustaljenimi podjetniki (*tabela 5.2*) je v Sloveniji primerjalno z letom 2020 največ razlike v najstarejši starostni skupini. Ta se je s 15,39 % povečala na 22,88 % in se je zelo približala povprečju proučevanih skupin držav. Najaktivnejša skupina ustaljenih podjetnikov ostajajo podjetniki v starosti od 35 do 44 let (30,18 %), čeravno se je ta odstotek precej znižal v primerjavi z letom 2020 (36,52 %). V letu 2021 je bilo kljub izbruhu epidemije covid-19 ob pomoči državnih ukrepov finančno stanje podjetij relativno ugodno (nizka zadolženost in visoka likvidnost ob močnem znižanju dobičkonosnosti), se je pa stanje precej poslabšalo v storitvenih dejavnostih, ki jih je epidemija najbolj prizadela. Obenem obstaja tveganje, da se po izteku vseh ukrepov za blaženje posledic epidemije in ob zvišanju deleža najbolj problematičnih prezadolženih podjetij število plačilno nesposobnih subjektov v prihodnje poveča (UMAR, 2022, str. 14, 15), kar bi seveda lahko vplivalo tudi na padec ustaljene podjetniške aktivnosti v letu 2022.

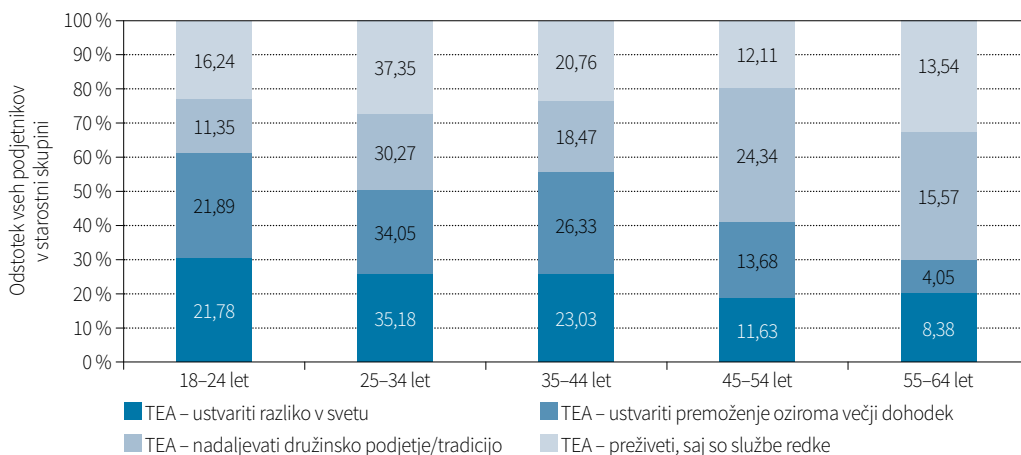
Tabela 5.2: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2021, APS

Starost podjetnikov	Odstotek ustaljenih podjetnikov*		
	Slovenija	GEM	evropske države
18–24 let	2,44	6,82	4,09
25–34 let	16,25	17,04	13,25
35–44 let	30,18	26,9	26,03
45–54 let	28,25	28,20	30,90
55–64 let	22,88	21,91	26,45

*Izračunana so netehtana povprečja.

Raziskava GEM presoja štiri motive za ustanovitev podjetja, nato pa tiste, ki že začenejo ali vodijo novo podjetje, vpraša, ali se z vsakim motivom strinjajo ali ne. Tako ugotavljamo, ali so se posamezniki podali na pot podjetništva zaradi želje po ustvarjanju sprememb v svetu, želje po ustvarjanju premoženja oziroma večjem dohodku, nadaljevanju družinske tradicije ali težnje po preživetju, ker je služb malo. Podjetniki lahko izberejo, ali se strinjajo ali ne s katerim koli ali z vsemi od naštetih motivov (Hill et al., 2022). Rezultate motivov za proučevane starostne skupine prikazujemo na *sliki 5.2*. Mlajši zgodnji podjetniki (v starosti od 18 do 34 let) so kot najpogostejša motiva za ustanavljanje podjetij navajali željo po ustvarjanju sprememb v svetu (56,96 %) ter željo po ustvarjanju premoženja in večjega dohodka (55,94 %). Starejši zgodnji podjetniki (v starosti od 35 do 64 let) pa so najpogosteje prevzemali odgovornost za družinska podjetja (58,38 %). V relativnem smislu je delež preživetvenega podjetništva (zaradi manjka zaposlitvenih možnosti) najbolj izražen pri najstarejši starostni skupini (od 55 do 64 let), kar bi lahko bilo povezano z morebitnim nezadovoljstvom na obstoječem delovnem mestu, kjer morda ne morejo izkoristiti vseh svojih potencialov, lahko pa tudi s povečanjem števila starejših registrirano brezposelnih, ki so ostali brez zaposlitev zaradi epidemije (ZRSZ, 2022). Starejši brezposelni na trgu dela predstavljajo ranljivo skupino, v primerjavi z drugimi starostnimi skupinami brezposelnih pa imajo še dodatne ovire, saj so pri zaposlovanju zaznamovani s starostjo, pogosto slabšo izobrazbo, manjšo fleksibilnostjo, zaradi večje prisotnosti zdravstvenih težav in invalidnosti pa se jim pripisuje tudi nižja produktivnost (ZRSZ, 2022). Samozaposlitev zato zanje lahko predstavlja enega izmed zasilnih izhodov s trga delovne sile, s čimer lahko razložimo relativni porast njihovega preživetvenega podjetniškega motiva.

Slika 5.2: Zgodnja podjetniška aktivnost po motivih in starostnih razredih



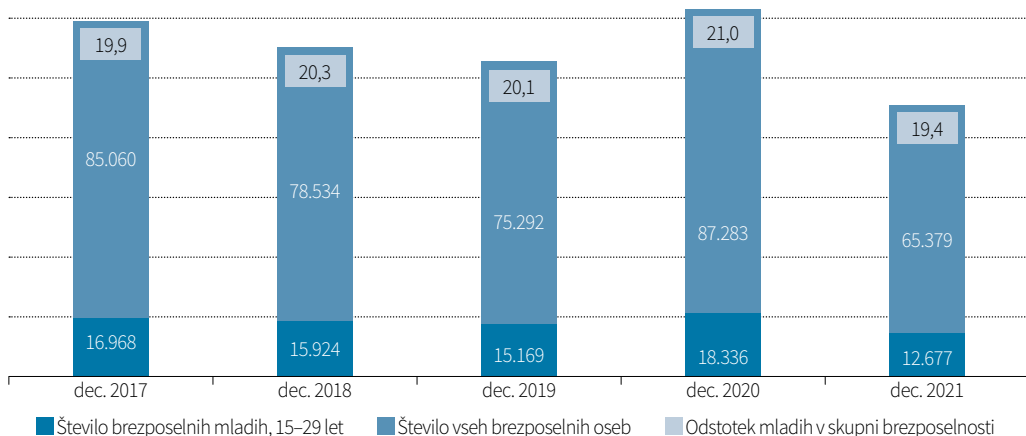
GEM Slovenija 2021, APS

5.1 Podjetništvo in mladi

Spremembe na trgu dela se med mladimi odražajo intenzivneje, kot to velja za splošno populacijo. V času gospodarskega okrevanja so se mladi brezposelni zaposlovali hitreje, kar je odražalo njihovo aktivnost in fleksibilnost na trgu dela, medtem ko so bili v času krize ponovno bolj prizadeti, kot to velja za skupno brezposelnost (ZRSZ, 2021). Brezposelnost mladih je do leta 2019 upadala, nato pa v letu 2020 zaradi epidemije narasla na 18.336 brezposelnih mladih. V letu 2021 se je ponovno nadaljeval trend upadanja. Na *sliki 5.3* je vidno, da je znašal delež mladih v skupni brezposelnosti konec leta 2021 19,4 %. Po podatkih raziskave *Mladina 2020* samoporočana stopnja brezposelnosti mladih ne sledi opisanim trendom in predstavlja skoraj trikratnik uradno zabeležene anketne stopnje brezposelnosti. V tem oziru se kaže obstoj tako imenovane 'nevidne brezposelnosti'. S to ugotovitvijo sovpada tudi podatek, da sta slabi dve tretjini mladih za preprečitev nezaposlenosti pripravljene stopiti na samostojno podjetniško pot (Lavrič et al., 2021, str. 155).

Dolgoročna brezposelnost mladih povzroča številne negativne učinke. Vpliva na zaslužek mladih, njihove zaposlitvene možnosti in predstavlja velik strošek za gospodarstvo, saj dolga obdobja brezposelnosti zmanjšujejo državljansko angažiranost, vplivajo na padec zaupanja v družbo in potencialno lahko privedejo do kriminala. Pomembni ukrepi za zmanjšanje brezposelnosti mladih so torej prizadevanja k ozaveščanju o potencialu podjetništva v družbi, zlasti med mladimi, z uvedbo podjetniškega izobraževanja na vseh ravneh formalnega izobraževalnega sistema, usposabljanjem učiteljev in mentorjev znotraj in zunaj izobraževalnega sistema, izboljšanim dostopom do financ za nadaljnjo realizacijo start-up načrtov in intenzivnejšim pospeševanjem podjetništva.

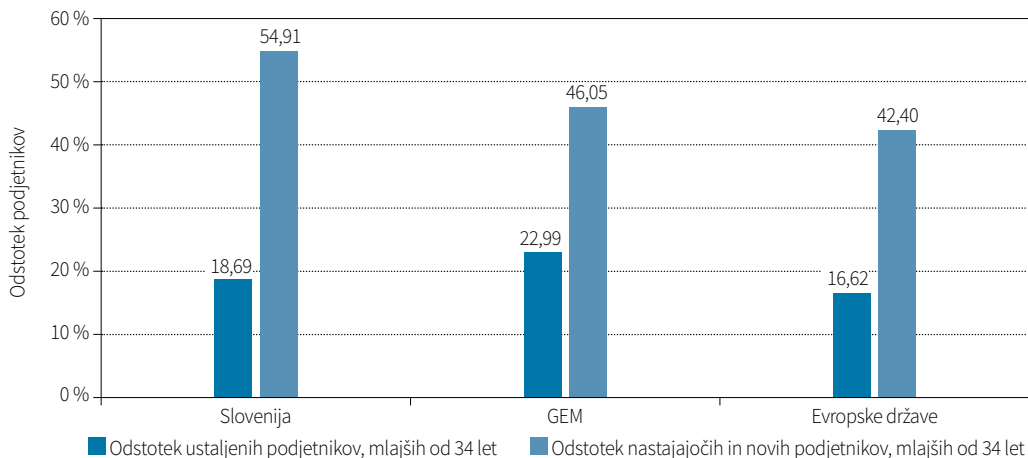
Slika 5.3: Število in delež mladih v registrirani brezposelnosti



Vir: ZRSZ, 2022

Kot mlade bomo na podlagi podatkov GEM upoštevali posameznike v starosti od 18 do 34 let. V mednarodnih primerjavah se za mlade praviloma upošteva starost od 15 do 24 let, zato je potrebna previdnost pri interpretaciji primerjav. Na *sliki 5.4* prikazujemo odstotek zgodnje in ustaljene podjetniške aktivnosti mladih v Sloveniji, državah GEM in v evropskih državah GEM. V letu 2021 so mladi v Sloveniji odražali precej višjo zgodnjo podjetniško aktivnost (54,91 %) v primerjavi s povprečjem držav GEM (46,05 %) in proučevanih evropskih držav GEM (42,40 %). Ustaljena podjetniška aktivnost mladih v Sloveniji je primerljiva s proučevanima skupinama držav.

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



GEM Slovenija 2021, APS

Natančnejši vpogled v posamezne faze podjetniške aktivnosti nam podaja *slika 5.5*, kjer nastajajočo, novo in ustaljeno podjetniško aktivnost mladih prikazujemo za petletno časovno obdobje (od leta 2017 do leta 2021). V nadaljevanju rezultate za Slovenijo pojasnjujemo primerjalno

z državami članicami EU, in sicer na agregiranih podatkih za obdobje 2016–2020, kot jih prikazuje raziskava *The Missing Entrepreneurs 2021* (OECD/European Commission, 2021).

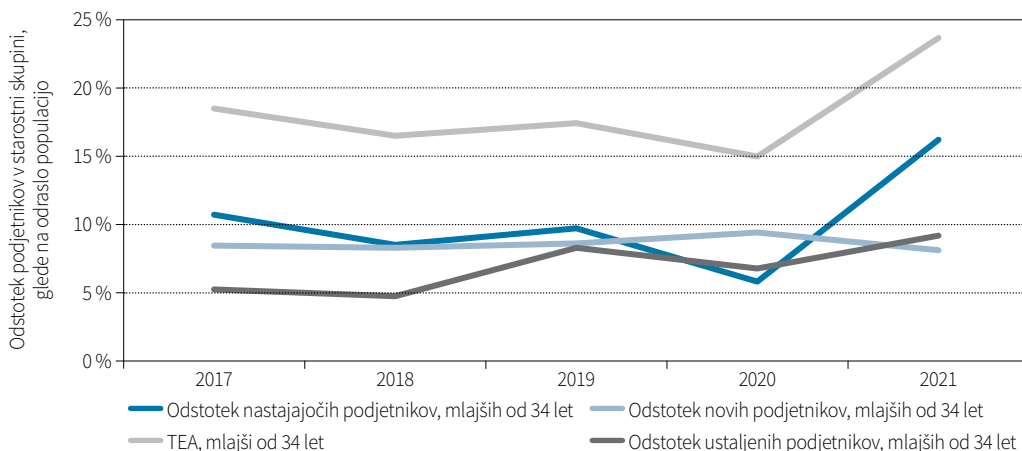
Stopnje nastajajočega podjetništva mladih so se v obdobju 2016–2020 med državami članicami EU razlikovale za desetkrat. Delež mladih, vključenih v ustanavljanje podjetja, se je gibal od približno 2 % v Italiji in Španiji do 19 % v Estoniji. Te razlike pojasnjujejo številni dejavniki, vključno z družbenim odnosom do podjetništva in tveganja, močjo podjetniške politike, dinamiko trga, relativno velikostjo javnega sektorja, gospodarsko strukturo in drugo (OECD/European Commission, 2021, str. 140).

Med mladimi in odraslimi v obdobju 2016–2020 med evropskimi državami ni bilo bistvene razlike, ko je šlo za lastništvo novih podjetij. V tem obdobju je bilo novih lastnikov podjetij v evropskih državah v povprečju slabih 3 % mladih, kar je v bistvu enak delež, kot je veljal za celotno prebivalstvo. Delež novih lastnikov podjetij med mladimi se je gibal od približno 2 % v Franciji in Italiji do 9 % na Nizozemskem. Eden od glavnih dejavnikov nove stopnje lastništva podjetij je nastajajoča podjetniška aktivnost. Stopnja korelacije med stopnjo nastajajočega podjetništva in stopnjo lastništva novih podjetij je v evropskih državah 0,7, kar kaže na močno pozitivno korelacijo. To pomeni, da so države z visoko stopnjo nastajajočega podjetništva običajno tiste z visoko stopnjo lastništva novih podjetij (OECD/European Commission, 2021, str. 140).

V več državah članicah EU, zlasti v Estoniji, na Madžarskem in Slovaškem, obstaja precejšen upad med nastajajočim podjetništvom in novo podjetniško aktivnostjo. Ta upad (pred covid-19) je bil pogosto razložen z zaznavanjem gospodarskih razmer. Vrzel med nastajajočo in novo podjetniško lahko pojasnijo tudi okvirni pogoji za podjetništvo v državi in dovezetnost trga.

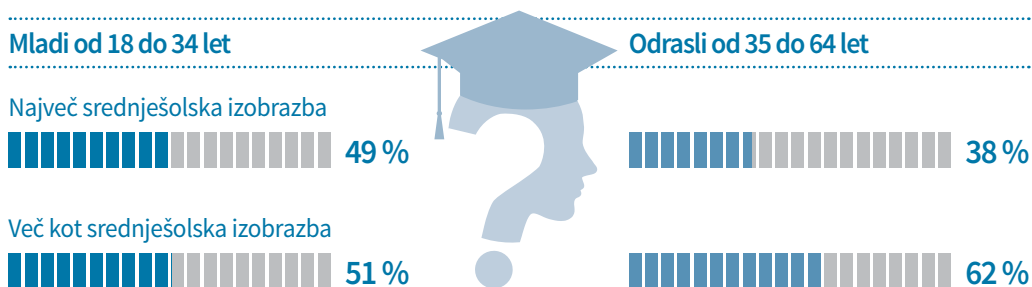
V skladu s podjetniškim procesom si pogledjmo še ustaljeno podjetniško aktivnost mladih. Ta meri delež mladih, ki so lastniki-upravljalci uveljavljenega podjetja, ki lastnikom izplačuje plače ali druga izplačila več kot 42 mesecev. Približno 2 % mladih (18–30 let) je v evropskih državah med letoma 2016 in 2020 upravljalo ustaljeno podjetje v primerjavi s skoraj 4 % odraslih (18–64 let) (OECD/European Commission, 2021, str. 140). Stopnja ustaljene podjetniške aktivnosti mladih se je leta 2021 v Sloveniji povzpela na 9,18 %, kar je najvišja vrednost v opazovanem petletnem obdobju.

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



Podatki za leto 2021 za Slovenijo kažejo, da so bili mladi nastajajoči in novi podjetniki (od 18 do 34 let) v povprečju precej nižje izobraženi v primerjavi s proučevano skupino odraslih v starosti od 35 do 64 let (slika 5.6). Razlog za to spremembo v letu 2021 gre pripisati porastu nastajajočih podjetnikov v najmlajši starostni skupini. Ker gre za mlade v starosti od 18 do 24 let, so ti praviloma zaključili srednješolsko izobrazbo ali pa so v času poročanja o svojih podjetniških namerah še v procesu pridobivanja izobrazbe.

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



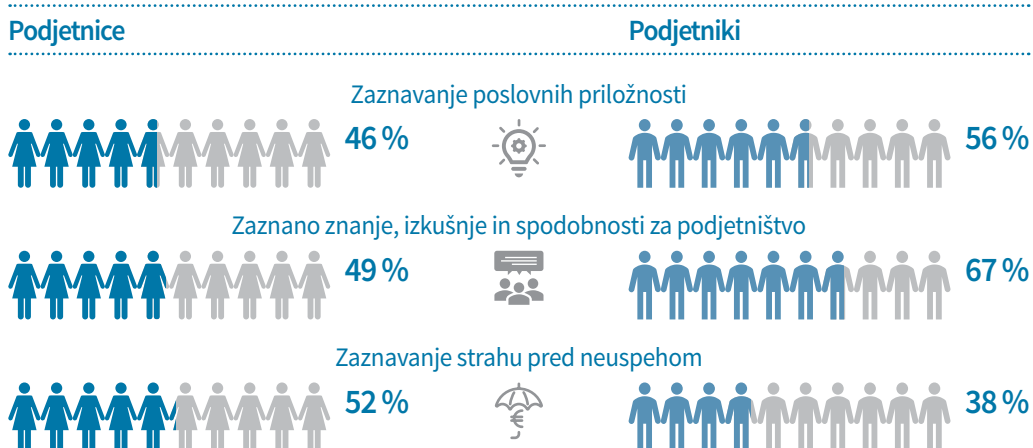
GEM Slovenija 2021, APS

5.2 Spol

Podjetnice pomembno prispevajo k svetovnemu gospodarstvu in družbi. Na podlagi rezultatov raziskave GEM ženskega podjetništva za leto 2020 je po vsem svetu v ustanavljanje podjetij vključenih okoli 274 milijonov žensk, poleg 139 milijonov lastnic/upraviteljic uveljavljenih podjetij in 144 milijonov žensk neformalnih vlagateljic (Elam et al., 2021). A kljub temu vrzel med spoloma tako glede samozaposlovanja kot podjetništva obstaja. Razlogi za te razlike med spoloma niso povsem jasni. Nekatere razlike je mogoče razložiti z institucionalnimi ovirami, ki omejujejo žensko podjetništvo, vključno z družinsko in davčno politiko, ki odvrta od udeležbe na trgu dela in podjetništva, ter negativnim družbenim odnosom do podjetništva žensk. Poleg tega pa obstajajo tudi tržne pomanjkljivosti, ki ženskam otežujejo uspeh pri ustanavljanju podjetij in samozaposlovanju. To vključuje na primer pristranskost na finančnih trgih in pobude javne politike, ki niso učinkovite pri doseganju potencialnih podjetnic (OECD/European Commission, 2021, str. 99).

Vsi podjetniki se za ustanovitev podjetja odločajo na podlagi lastnih stališč in dojemanja. Ta stališča in dojemanja pogosto izhajajo iz neposrednega dojemanja podjetnika, njegovega pogleda na lokalne poslovne priložnosti in ali mnenja, da je ustanovitev podjetja enostavna. Na odločitev o ustanovitvi podjetja lahko vplivata tudi posameznikova samopodoba in samozavest, ali prepričanje, da ima večšine in znanje za ustanovitev podjetja in ali mu strah pred neuspehom lahko prepreči njegove podjetniške ambicije (Hill et al., 2022). Elementi podjetniških zmogljivosti se znatno razlikujejo med spoloma in tako bistveno prispevajo k nastanku vrzeli v njihovem podjetniškem udejstvovanju. Na sliki 5.7 prikazujemo elemente podjetniške zmogljivosti, kot jih zaznavajo slovenske podjetnice in podjetniki. Podoben razkorak je značilen za celotno evropsko regijo, kjer ženske v manjši meri kot moški zaznavajo poslovne priložnosti (48,17 % ženske, 53,89 % moški), se v manjši meri čutijo sposobne za podjetništvo (42,97 % ženske, 56,66 % moški) in podobno kot Slovenke strah pred neuspehom dojemajo kot potencialno oviro na poti podjetništva (51,53 % ženske, 44,64 % moški).

Slika 5.7: Elementi podjetniške zmogljivosti zgodnjih podjetnikov in podjetnic v Sloveniji



GEM Slovenija 2021, APS

Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu prav tako vpliva na to, kako ljudje vidijo priložnosti, pa tudi na njihovo pripravljenost, da te priložnosti izkoristijo (Mickiewicz in Kaasa, 2022). V raziskavi GEM proučevani elementi zaznavanja družbenih vrednot se nanašajo na dojemanje podjetništva kot primerne karierni poti, spoštovanje uspešnih podjetnikov v družbi ter medijsko podporo podjetništvu. Razlika v dojemanju je opazna le glede zaznavanja podjetništva kot karierni poti. Moški jo v povprečju ocenjujejo višje (52,2 %) kot ženske (47,80 %). Glede preostalih družbenih norm pa v Sloveniji med spoloma ni zaznati bistvenih razlik v dojemanju, zato v njih tudi ni moč iskati razlage za nižjo raven podjetniške aktivnosti žensk v primerjavi z moškimi.

Za Slovenijo je z vidika zapiranja vrzeli med spoloma v zgodnji podjetniški aktivnosti zgovoren podatek, ki že četrto leto zapored izkazuje rast nastajajočih in novih podjetnic pri nas. V tabeli 5.3 prikazujemo podatke za obdobje 2017–2021. Zgodnja podjetniška aktivnost žensk je bila v letu 2021 že 43,9-odstotna in je tudi tokrat preseгла tako povprečje evropskih držav GEM kakor tudi vseh proučevanih gospodarstev GEM. Podatki o deležu zgodnje podjetniške aktivnosti žensk in moških so za 46 držav GEM prikazani v prilogi 3, v tabeli 3.

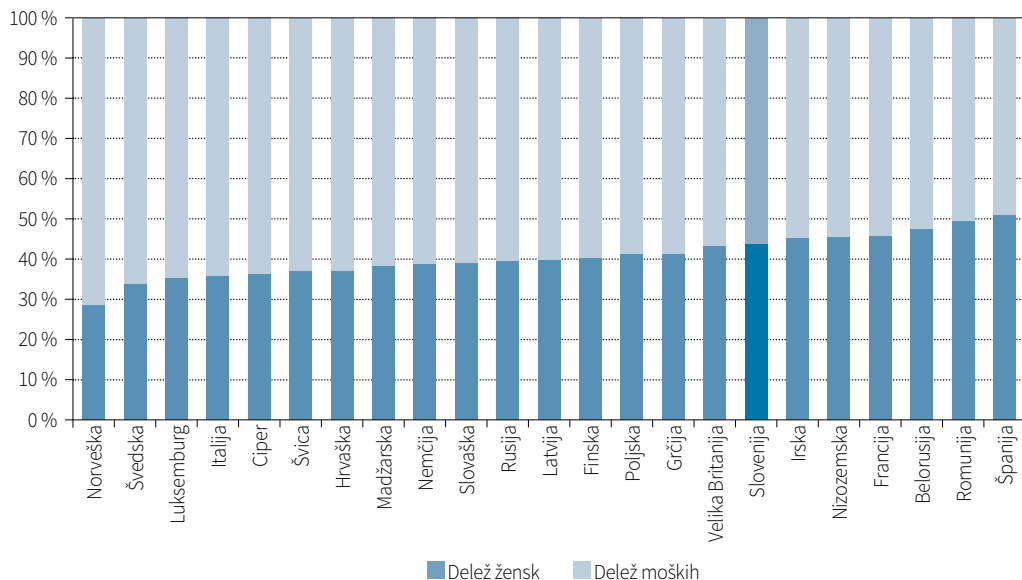
Tabela 5.3: Odstotek nastajajočih in novih podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2017–2021, GEM Slovenija 2021, APS

Odstotek podjetnic	Slovenija	GEM	Evropske države
2017	30,5	40,6	38,0
2018	28,9	39,9	36,7
2019	34,7	40,7	39,1
2020	38,3	41,2	38,1
2021	43,9	41,6	40,7

*Izračunana so netehtana povprečja.

Dvig zgodnje podjetniške aktivnosti Slovenk je prispeval tudi k višji uvrstitvi Slovenije na lestvici primerjave z evropskimi državami GEM (*slika 5.8*). Glede na razmerje zgodnje podjetniške aktivnosti med spoloma se je v letu 2021 Slovenija uvrstila na 7. mesto med 23 proučevanimi državami in tako v samo dveh letih znatno izboljšala svoj položaj na evropski lestvici (v letu 2019 smo med 21 evropskimi državami zasedli šele 18. mesto). Največjo participacijo žensk v zgodnji podjetniški aktivnosti sta izkazovali Španija (51,04 %) in Romunija (49,46 %), najmanjšo pa Norveška (28,64 %) in Švedska (33,88 %).

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



GEM Slovenija 2021, APS

Podatek o naraščajoči zgodnji podjetniški aktivnosti žensk je skladen z naraščanjem števila samozaposlenih žensk, ki se v zadnjih letih povečuje občutno hitreje kot število samozaposlenih moških. Ta trend spodbuja tudi država z aktivnimi politikami zaposlovanja. Problem višje stopnje nezaposlenosti mladih žensk s terciarno izobrazbo v primerjavi z enako izobraženimi moškimi je Slovenija namreč reševala s subvencijami za samozaposlovanje žensk. S tem je navidezno morda res zmanjševala brezposelnost (visoko izobraženih) žensk, a odprto ostaja vprašanje, ali gre za dejansko rešitev položaja teh posameznic. Med vsemi samozaposlenimi se namreč povečuje revščina, zato ustanavljanje s.p.-jev na silo ne more predstavljati ustreznega reševanja socialnih stisk (mladiplus.si).

Če podkrepimo podatek o rasti zgodnje podjetniške aktivnosti žensk še z njihovo ustaljeno podjetniško aktivnostjo, je slika morda lahko pozitivnejša. V letu 2021 je namreč med Slovenkami tudi ustaljena podjetniška aktivnost v opazovanem petletnem obdobju od 2017–2021 zabeležila najvišjo raven (35,8 %). Primerjava s proučevanimi skupinami držav pa kaže, da je ustaljena podjetniška aktivnost žensk v Sloveniji tako pod povprečjem držav GEM (36,1 %) kakor tudi evropskih držav GEM (38 %).

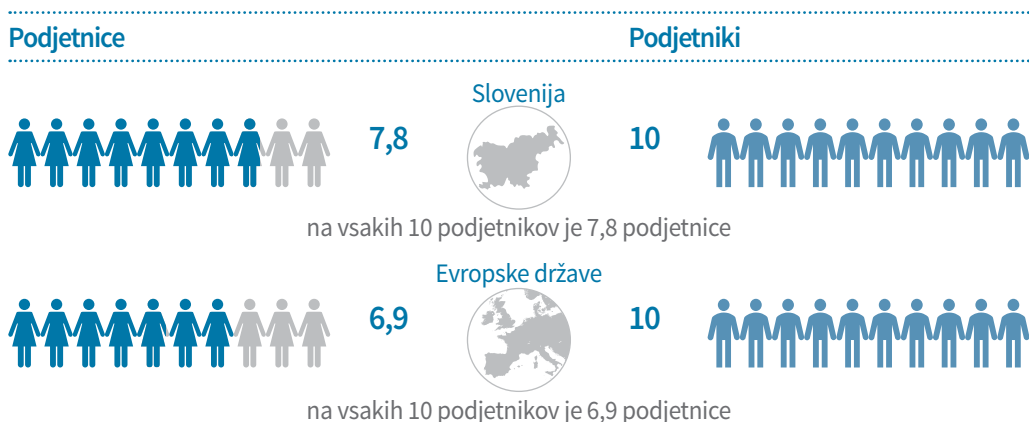
Tabela 5.4: Odstotek ustaljenih podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2017–2021, GEM Slovenija 2021, APS

Odstotek podjetnic	Slovenija	GEM	Evropske države
2017	29,6	35,8	33,6
2018	33,3	36,2	36,0
2019	32,2	34,6	33,9
2020	31,8	34,8	33,8
2021	35,8	36,1	38,0

*Izračunana so netehtana povprečja.

Za jasnejši prikaz zmanjšane vrzeli med spoloma glede zgodnje podjetniške aktivnosti na *sliki 5.9* prikazujemo razmerja med spoloma za Slovenijo in evropske države GEM. Razmerje med spoloma je tako v Sloveniji precej boljše, kot velja za povprečje evropskih držav GEM, saj je bilo v letu 2021 na vsakih 10 podjetnikov v Sloveniji 7,8 nastajajoče in nove podjetnice, medtem ko je v evropskih državah GEM na vsakih 10 podjetnikov bilo aktivnih 6,9 zgodnjih podjetnic.

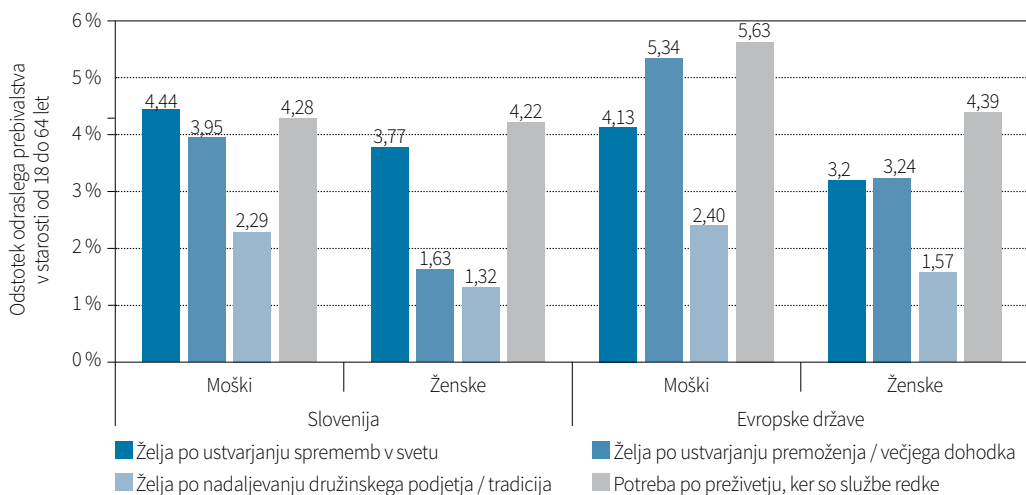
Slika 5.9: Razmerje v zgodnji podjetniški aktivnosti med spoloma



GEM Slovenija 2021, APS

Nekoliko več informacij glede motivacije za vstop v zgodnjo podjetniško aktivnost lahko razberemo s *slike 5.10*, kjer prikazujemo zgodnjo podjetniško aktivnost po motivu in spolu. V letu 2021 so bile ženske tako v Sloveniji kot v evropskih državah GEM v največji meri motivirane za vstop v podjetništvo iz nuje oziroma potrebe po preživetju. Ta motiv so v povprečju kot najpogostejši v letu 2021 izražali tudi moški v evropskih državah GEM, medtem ko je v Sloveniji moškim želja po ustvarjanju sprememb predstavljala najpogostejši motiv za podjetniško udejstvovanje. Pri interpretaciji teh podatkov je potrebna previdnost, saj je v praksi različne motivacije težko ločiti, ker je možno, da imajo podjetniki več motivacijskih vzvodov, ki se tudi zlahka spremenijo. Na primer, podjetnik, ki ustanovi podjetje, ker ne najde zaposlitve, lahko začne trajnostno podjetje, ki ustreza tržnemu povpraševanju, in posledično podjetje popelje na pot intenzivne rasti. Nasprotno pa podjetnik, ki začne podjetje, da bi zadovoljil povpraševanje trga, morda nima finančnih sredstev ali spretnosti, da bi idejo spremenil v trajnostno podjetje. Oblikovalci politik morajo razumeti različne vrste motivacij in si prizadevati podpreti tiste, ki ustvarjajo ekonomsko in družbeno vrednost.

Slika 5.10: Zgodnja podjetniška aktivnost po motivih in spolu

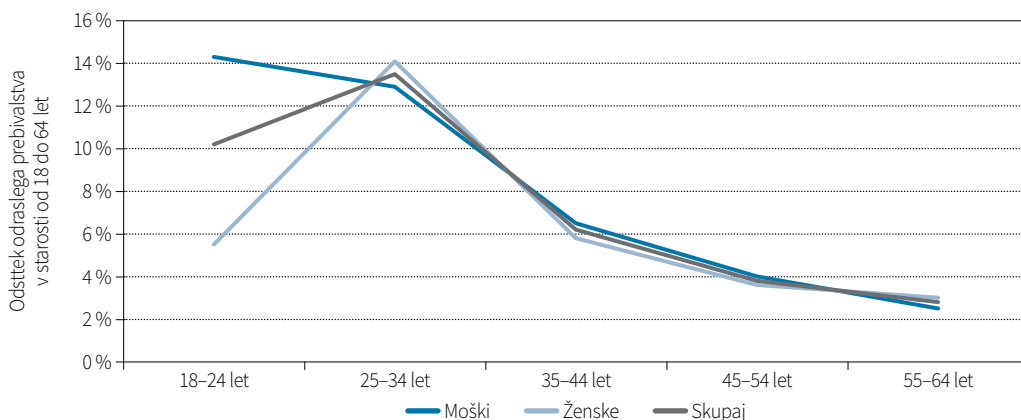


GEM Slovenija 2021, APS

Sklenimo naša spoznanja glede razlik med spoloma v zgodnji podjetniški aktivnosti še s prikazom starostne distribucije (slika 5.11). Bistveno odstopanje tudi tokrat zasledimo v najmlajši starostni skupini (od 18 do 24 let), v kateri prevladujejo nastajajoči in novi podjetniki. Podatek nam pove, da so bili mladi fantje pravzaprav v letu 2021 tisti, ki so v največji meri prispevali k zgodnji podjetniški aktivnosti. Natančnejši vpogled v podatke (tabela 2.1 v poglavju 2) razkriva, da se pretežni del te vrednosti nanaša na nastajajoče zgodnje podjetnike (torej tiste, ki so vključeni v nastajanje podjetja, ki je mlajše od treh mesecev). Ali bo tem posameznikom dejansko uspelo oživiti podjetja, ostaja odprto vprašanje. Verjetnost njihovega uspeha je relativno nizka, saj gre za posameznike, ki se srečujejo z mnogimi ovirami na poti uspešne komercializacije podjetniških idej. Raziskave o podjetništvu kažejo, da mladi po vsem svetu kot najpogostejšo oviro za podjetništvo prepoznajo pomanjkanje ustreznih znanj in veščin, torej pomanjkanje izobraževanja za podjetništvo s pomočjo formalnih in neformalnih izobraževalnih sistemov. Izpostavljajo tudi pomanjkanje mentorstev, poslovne kulture in ustreznih podpornih struktur ter težaven dostop do finančnih virov. Slovenija je vse te izzive prepoznala in jih naslovila v številnih podpornih programih v okviru nacionalnega projekta Start:up Slovenija. Zagotovo je ena takih uspešnih podpor tudi Startup Plus Program Slovenskega podjetniške sklada (<https://startup-plus.podjetniskisklad.si/>) z dragoceno vsebinsko podporo, posebej prilagojeno prav izzivom in potrebam zagonskih in hitro rastočih podjetij.

Glede razlik med spoloma je spodbuden tudi podatek, da so ženske v letu 2021 v kar dveh starostnih skupinah presegle zgodnjo podjetniško aktivnost moških, in sicer v starostni skupini od 25 do 34 in let ter podobno kot že leta 2020 v najstarejši starostni skupini (od 55 do 64 let). V času pandemije so podjetnice pokazale neverjetno odpornost in iznajdljivost pri prilagajanju na nastale poslovne motnje in nove tržne realnosti. Da bodo uspešne tudi v prihodnje, je potrebno z vidika javne politike poskrbeti za zadostno podporo pri družinski oskrbi, šolanju in odstranjevanju negativnih posledic epidemije za mala podjetja. Politike in programi pomoči, ki so najboljše za ženske, so namreč najboljše tudi za lastnike malih podjetij na splošno in za družine, vključno z moškimi, ki so vse bolj vključeni v družinsko nego (Elam et al., 2021).

Slika 5.11: Zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol



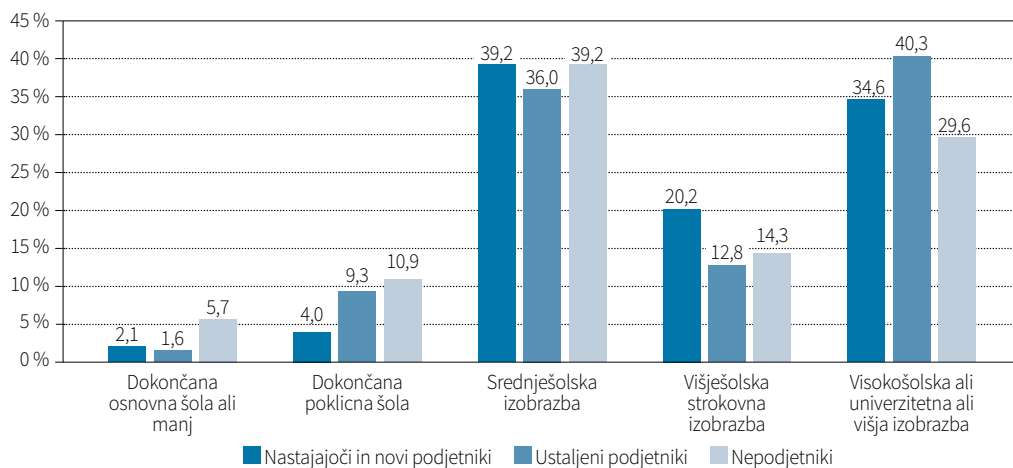
GEM Slovenija 2021, APS

5.4 Izobrazba in dohodek

Dosedanje raziskave potrjujejo pozitiven vpliv podjetniškega izobraževanja na zaznano privlačnost in zaznano izvedljivost ustanavljanja podjetij (Tkachev in Kolvereid, 1999; Fayolle et al., 2006). Prav zato je spodbudna ugotovitev raziskave *Mladina 2020*, ki izpostavlja, da se podjetniška miselnost in spodbude za samozaposlovanje (oz. kreiranje lastnih delovnih mest) postopoma uvajajo tudi v slovenskem izobraževalnem sistemu. Leta 2020 so mladi bolj prepričani, da jim je izobraževanje vzbudilo interes, da bi postali podjetniki, tretjina (31 %) jih poroča, da jim je dosedanje izobraževanje dalo znanja za ustanovitev in vodenje podjetja (Lavrič et al., 2021). Podatek je skladen z ugotovitvami raziskave GEM, ki za obdobje 2016–20 ugotavlja, da je 38 % mladih (18–30 let) v EU poročalo, da imajo veščine in znanje za ustanovitev podjetja, kar je sicer pod skupnim povprečjem (44 %) (OECD/European Commission, 2021, str. 146). Precej visoko mero opremljenosti z znanji in s sposobnostmi mladih za podjetniško pot kaže tudi podatek o njihovem samodojemanju sposobnosti prepoznavanja poslovnih priložnosti. Kar 50,9 % mladih se namreč strinja ali popolnoma strinja s trditvijo, da imajo dovolj znanja, da prepoznajo dobro poslovno priložnost (Lavrič et al., 2021).

Izobrazbena struktura zgodnjih in ustaljenih podjetnikov ter nepodjetnikov v letu 2021 izkazuje nekoliko drugačno porazdelitev v primerjavi z letom 2020 (slika 5.12). Med ustaljenimi podjetniki so prevladovali najvišje izobraženi – 40,3 % (visokošolska, univerzitetna ali višja izobrazba). Zgodnji podjetniki in nepodjetniki pa so izkazovali enak delež srednješolske izobrazbe (39,2 %). V kategoriji zgodnjih podjetnikov je tako visok delež srednješolske izobrazbe posledica prevladujočega deleža najmlajših zgodnjih podjetnikov, ki so v času poročanja o svojih podjetniških namerah še tako mladi, da so lahko zaključili šele srednješolsko izobraževanje in so morda še v procesu nadaljnega šolanja. Ne glede na raven izobraževanja bodo sodobni izobraževalni sistemi morali biti v prihodnje bolj fleksibilni, zaradi medsebojnega dopolnjevanja znanj pa na pomenu pridobivajo interdisciplinarni pristopi in prečne spretnosti, kot so podjetnost, inovativnost in ustvarjalnost. Okrepljeno pozornost zato zahtevata tako vsebina kot način podajanja znanja, ki bi se morala v večji meri osredotočati na nova znanja in spretnosti prihodnosti na osnovi odzivnega in partnerskega sistema za napovedovanje bodočih potreb (UMAR, 2022), kamor sodi tudi potreba po popolnomočenju ljudi za podjetniško aktivnost.

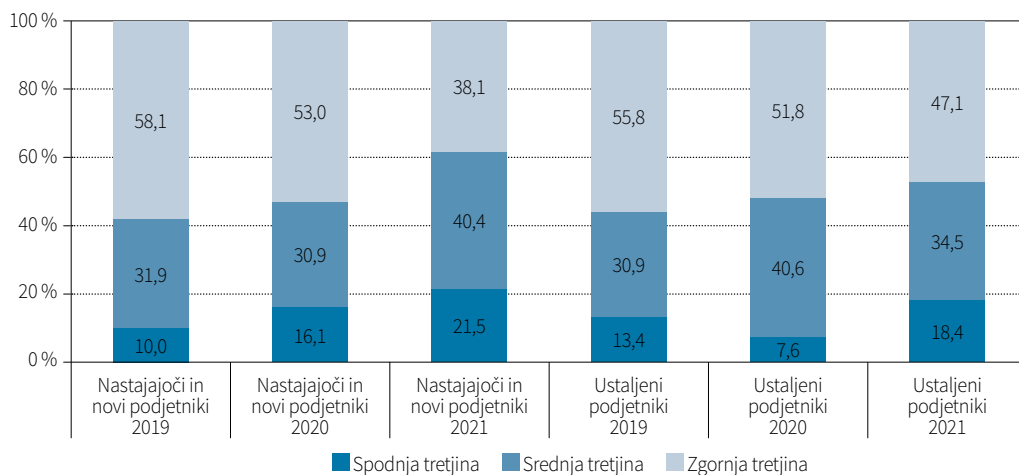
Slika 5.12: Izobrazba nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov in nepodjetnikov



GEM Slovenija 2021, APS

Nadalje ostaja nerešeno tudi vprašanje razmerja med razpoložljivim dohodkom in podjetniško aktivnostjo, saj nanju vpliva množica konkurenčnih sil (Carree in Thurik, 2010; Bosma et al., 2018). Višje ravni dohodka lahko pomenijo več poslovnih priložnosti in boljši dostop do virov, vključno z izobraževanjem o podjetništvu. Po drugi strani pa lahko višji dohodki pomenijo tudi več in boljše poklicne priložnosti, močnejše mreže socialne varnosti in zato manj motivacije za ustanovitev podjetja. Nizke ravni dohodka skoraj zagotovo pomenijo slabši dostop do virov, lahko pa pomenijo tudi malo drugih možnosti za ustvarjanje dohodka in nižje oportunitetne stroške v povezavi z ustanavljanjem lastnega podjetja. Raven razpoložljivega dohodka in podjetniška aktivnost tako neobhodno vplivata drug na drugega. Visoke ravni podjetniške aktivnosti danes lahko vodijo do višjih dohodkov v prihodnosti, medtem ko višji dohodki danes lahko pomenijo več podjetniških aktivnosti v prihodnosti. Sklenemo torej lahko, da sta raven dohodka in podjetniška aktivnost soodvisni in torej prepleteni (Hill et al., 2022). Raziskava GEM spremlja zgodnjo in ustaljeno podjetniško aktivnost z vidika razpoložljivosti dohodka v treh dohodkovnih razredih (spodnja, srednja in zgornja tretjina). Primerjava dohodkovnih ravni za skupine nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov za leta 2019, 2020 in 2021 je prikazana na *sliki 5.13*.

Slika 5.13: Dohodkovni razredi v celotnem podjetniškem procesu



GEM Slovenija 2021, APS

Triletna primerjava dohodkovnih razredov med zgodnjimi in ustaljenimi podjetniki kaže, da se v Sloveniji vztrajno zmanjšuje delež ustanoviteljev podjetij z najvišje dohodkovne ravni. V letu 2021 se je za skoraj 10 odstotnih točk povečal delež zgodnjih podjetnikov s srednje dohodkovne ravni. Med ustaljenimi podjetniki pa je opazen občuten porast (za 10,8 %) podjetnikov z najnižje dohodkovne ravni. Takšen trend je skladen s prevladujočim preživetvenim motivom za ustanavljanje novih podjetij v letu 2021. Del odgovora pa je moč pripisati tudi množici programov za spodbujanje startup podjetništva, ki smo jih izpostavili že v poglavju 5.3 in ki nudijo številne priložnosti za podjetniško udejstvovanje tudi tistim posameznikom, ki se zaradi manjka resursov ne bi mogli odločiti za podjetniško pot.

Podjetniške težnje in zagotavljanje trajnosti

6

Ključne ugotovitve

- V Sloveniji so se pričakovanja podjetnikov o zagotavljanju več kot petih delovnih mest v zadnjem letu zmanjšala za okrog 8 odstotnih točk, v drugih skupinah držav pa so se zmanjšala bistveno manj (v državah GEM in v evropskih državah za 2 %). Predvidevamo, da je bilo močno izboljšanje slike v letu 2020 nerealno, saj je potrebno upoštevati, da so se podatki za Slovenijo nanašali na prvi val epidemije covid-19, ko podjetniki še niso povsem poznali dimenzij njenega vpliva na poslovanje.
- V Sloveniji je leta 2021 4,69 % oseb poročalo, da že ustvarjajo delovna mesta oziroma jih bodo vsaj v naslednjih petih letih od zagona podjetja in bodo tako postali 'podjetje zaposlovalec'. V državah GEM je takšnih 9,99 % in v evropskih državah 6,10 % podjetnikov, kar pomeni, da v Sloveniji obstaja večji delež takšnih podjetnikov, ki niso zaposlovalci in tudi ne načrtujejo postati dejanski zaposlovalci.
- Intenzivnost internacionalizacije v Sloveniji je izrazita, saj je delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da je več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov ali storitev iz tujine, večji kot v posameznih skupinah držav, vključenih v raziskavo GEM (Slovenija 16,3 %, države GEM 11,8 %, evropske države 15,5 %).
- Dobrih 45 % slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov meni, da bo njihovo podjetje uporabljalo več digitalnih tehnologij za prodajo svojih produktov ali storitev v naslednjih šestih mesecih. Med ustaljenimi podjetniki jih je bistveno manj, in sicer dobrih 30 %. V državah GEM je delež podjetnikov s pozitivnim odgovorom v obeh ciljnih skupinah nekoliko višji kot v Sloveniji, v evropskih državah pa nekoliko nižji.
- Delež podjetnikov kot delež odraslega prebivalstva, ki s svojimi proizvodi dosegajo skupaj vsaj nacionalni ali vsaj internacionalni trg, hkrati pa so njihovi izdelki, storitve in procesi novi vsaj na nacionalni ali na internacionalni ravni, je leta 2021 za Slovenijo znašal 1,71 %, s čimer se naša država uvršča v sredino evropskih držav, vključenih v raziskavo GEM.

6.1 Ambicioznost podjetnikov

Dolgo trajajoča pandemija je radikalno posegla v naša življenja in poslovanje podjetij. Številne s pandemijo povezane spremembe vplivajo na poslovno okolje in terjajo ustrezne prilagoditve in ukrepe. Podjetniki so soočeni z novimi nevarnostmi, ki jih silijo v določene prilagoditve poslovanja, da bi zagotovili preživetje in nadaljni razvoj svojih podjetij ter dvig njihove učinkovitosti, prav tako pa se pojavljajo tudi nove priložnosti. Spremenjene okoliščine in številni izzivi namreč kar kličejo po novih inovativnih rešitvah tako novih kot tudi ustaljenih podjetij.

Nevarnosti in priložnosti pa ni povzročila samo pandemija, ampak se na globalni ravni pojavljajo in zaostrejuje tudi drugi izzivi, ki terjajo prilagoditve in nove rešitve. Če izpostavimo samo neugodne klimatske spremembe, povečevanje socialnih in ekonomskih razlik, zmanjševanje biotske raznolikosti, nedopustno onesnaževanje narave, intenziven tehnološki razvoj itd. Določeni izzivi so se v zadnjem obdobju zaostriili do te mere, da je postalo njihovo reševanje eksistenčna nuja in tudi že povsem politično sprejeto dejstvo. V zadnjih letih se namreč krepi zavedanje po nujnih spremembah na vseh nivojih v družbi, ki terjajo odločno akcijo in vključujejo tudi potrebo po redefiniranju načina poslovanja večinskega dela podjetij, ki se še niso proaktivno sama prilagodila. Pomemben okvir za delovanje dajejo tudi Združeni narodi s svojimi cilji trajnostnega razvoja, ki naslavljajo najbolj pereče izzive našega časa in terjajo transformacijo utečenega načina poslovanja, da bi lahko ohranili planet, izboljšali kakovost bivanja na njem in ga obvarovali za prihodnje generacije. Tem ciljem že sledijo posamezne države, skupnosti in posamezniki. Kot smo pokazali v drugem poglavju te monografije, tudi slovenski nastajajoči, novi in ustaljeni podjetniki pri sprejemanju svojih poslovnih odločitev o prihodnosti podjetij že v določeni meri upoštevajo družbene in okoljske posledice svojih poslovnih določitev.

Vse navedeno v družbi še bolj krepi zavedanje o pomenu inovativnih podjetij, prebojnih inovacij in ambicioznih podjetnikov. Ambiciozni podjetniki so nadpovprečno samozavestni in premorejo višjo stopnjo podjetniške osredotočenosti za uspešno premagovanje izzivov. Ti podjetniki se tudi hitreje učijo in prilagajajo, pri čemer razvoj podjetja temelji na procesu hitrega učenja na osnovi številnejših poskusov in napak. Ker so takšna podjetja zahtevna za vodenje in povezana z velikimi tveganji, so žal zelo redka. Prav tako se vsi ambiciozni načrti podjetnikov vedno ne realizirajo na željen način, saj podjetnikom ne uspe zagotoviti vseh ustreznih virov, ne dobijo pozitivnega odziva na trgu ali pa naletijo na druge ovire v poslovnem okolju, v katerem delujejo (Carlsson-Wall et al., 2012). Inoviranje in izgradnja inovacijsko gnanih podjetij ter njihova rast so posledica zavestnih odločitev podjetnikov in njihovih načrtovanih aktivnosti, kar so že pred časom potrdile številne empirične študije (Kolvereid in Bullvag, 1996; Baum, Locke in Kirkpatrick, 1998; Baum, Locke in Smith, 2001; Wiklund in Shepherd, 2003; Delmar in Wiklund, 2008).

V raziskavi GEM želimo meriti in bolje razumeti raven aspiracij podjetnikov po rasti v zgodnji podjetniški aktivnosti in jih primerjati z drugimi poslovnimi okolji ter na ta način iskati vire in vzrode izboljšav. Za dolgoročni uspeh in trajnostno rast podjetja je namreč pomembno, da je podjetje že v zgodnjih fazah usmerjeno v mednarodno okolje, pri čemer razvija in trži mednarodno konkurenčne izdelke ali storitve in išče kupce v mednarodnem okolju, podjetnik pa ima ambiciozne načrte in pričakovanja o obsegu poslovanja in zaposlovanja (Zieba, 2017). Raven aspiracij podjetnikov po rasti merimo s pomočjo njihovih subjektivnih ocen o tem, koliko dodatnih delovnih mest bo njihovo podjetje zagotovilo v naslednjih petih letih. S svojimi raziskovalnimi rezultati želimo pomagati oblikovalcem vladnih politik in ukrepov, ki spodbujajo te namere oziroma olajšujejo njihovo udejanjanje v praksi.

V tabeli 6.1 so prikazani deleži najambicioznejših podjetnikov v Sloveniji in v proučevanih skupinah držav. Ambicioznost slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov negativno odstopa od pričakovanj kolegov iz preostalih skupin držav. Podjetniki iz skupine GEM držav izkazujejo precej višjo stopnjo ambicioznosti, saj je znotraj TEA skoraj 20 % takšnih, ki pričakujejo, da bo njihovo podjetje ustvarilo 10 ali več delovnih mest v petih letih od zagona podjetja (v Sloveniji je ta delež leta 2021 znašal dobrih 12 %, leta 2020 slabih 17 % in leta 2019 slabih 15 %).

Tabela 6.1: Usmerjenost podjetnikov v rast, GEM Slovenija 2021, APS

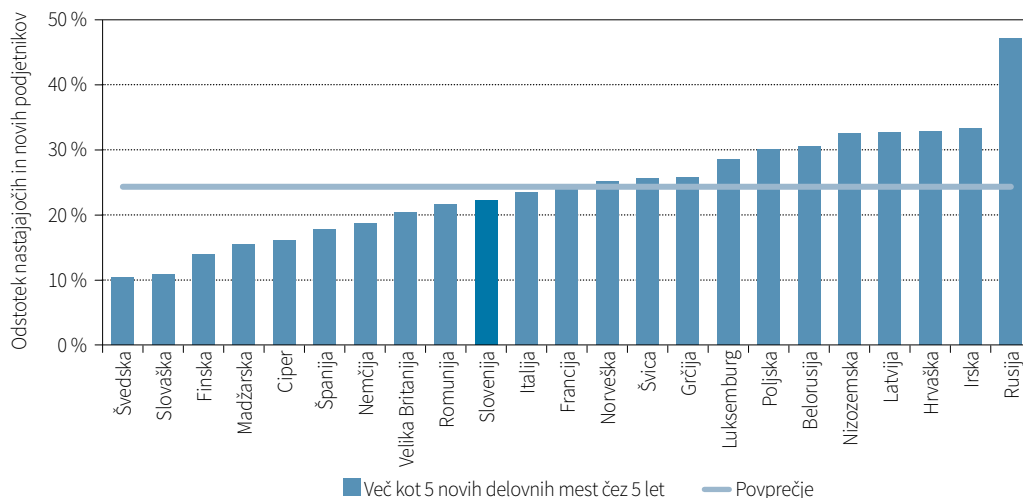
	Slovenija	GEM	Evropske države
Delež podjetnikov v TEA, ki pričakujejo, da bo njihovo podjetje ustvarilo 10 ali več delovnih mest v petih letih od zagona podjetja*	12,43 %	19,72 %	15,50 %
Delež podjetnikov v celotni populaciji, ki pričakujejo, da bodo ustvarili 19 ali več delovnih mest v petih letih od zagona podjetja**	0,54 %	1,73 %	0,98 %

* 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.

Še večje relativne razlike med Slovenijo in proučevanimi skupinami držav po ambicioznosti podjetnikov zasledimo pri še bolj ambiciozno zastavljenem cilju, da bi ustvarili 19 ali več novih delovnih mest v petih letih. Če je v Sloveniji 0,54 % anketirancev na ravni celotne populacije prepričanih, da lahko v petih letih ustvarijo 19 ali več delovnih mest, je ta delež v državah GEM več kot trikrat večji. V primerjavi s skupino evropskih držav (0,98 %) je zaostanek nekoliko manjši.

Slika 6.1: Načrtovana nova delovna mesta evropskih podjetnikov



GEM Slovenija 2021, APS

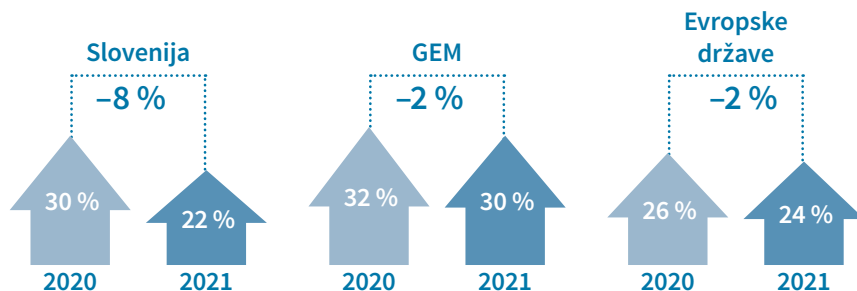
Dobrih 24 % evropskih nastajajočih in novih podjetnikov pričakuje, da bodo čez pet let ustvarili več kot pet delovnih mest (glej *slika 6.1*), pri čemer je bil v Sloveniji ta delež z dobrimi 22 % nekoliko nižji od povprečja. S tem rezultatom se je Slovenija uvrstila v srednje ambiciozno skupino evropskih držav, vključenih v raziskavo GEM. Največji delež ambicioznih podjetnikov med evropskimi državami so leta 2021 izkazovale Rusija (47 %), Irska, Hrvaška, Latvija in Nizozemska (33 %).

Najmanj ambicioznosti glede števila zaposlenih čez pet let pa so v skupini evropskih držav izražali nastajajoči in novi podjetniki na Švedskem (10 %), na Slovaškem (11 %), na Finskem (14 %), na Madžarskem (15 %) in na Cipru (16 %).

V Sloveniji se je ambicioznost podjetnikov po nekajletni rasti v zadnjem letu ponovno zmanjšala za 8 odstotnih točk. Sicer je delež ambicioznih podjetnikov leta 2020 znašal 30 %, leta 2019 23 %, leta 2018 19 % in leta 2017 22 %.

Če Slovenijo primerjamo s posameznimi skupinami držav, kar prikazujemo na *sliki 6.2*, so se pričakovanja podjetnikov po več kot petih delovnih mestih v njihovem podjetju čez pet let najbolj zmanjšala ravno v Sloveniji. V Sloveniji so se pričakovanja zmanjšala za okrog 8 odstotnih točk, v drugih skupinah držav pa so se zmanjšala bistveno manj (v državah GEM in v evropskih državah za 2 %). Predvidevamo, da je bilo močno izboljšanje slike v letu 2020 nerealno, saj je potrebno upoštevati, da so se podatki za Slovenijo nanašali na prvi val epidemije covid-19, ko podjetniki še niso poznali vseh dimenzij njenega vpliva na poslovanje. Sedaj, ko je slika posledic epidemije na poslovanje bolj jasna, se je očitno zgodila večja negativna korekcija pričakovanj tudi v Sloveniji.

Slika 6.2: Načrti podjetnikov o zaposlovanju



GEM Slovenija 2021, APS

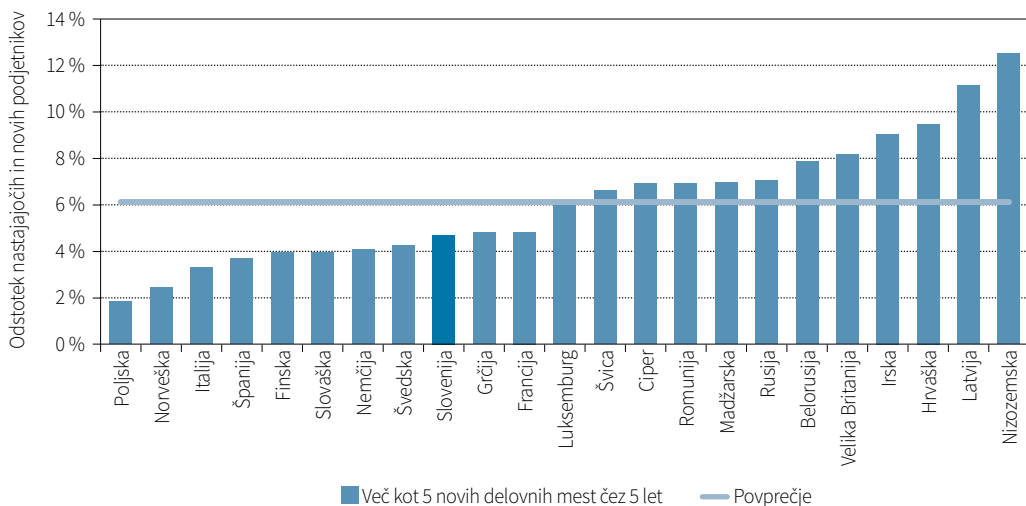
Večje razlike lahko zaznamo tudi na ravni vseh anketirancev (od 18 do 64 let), vključenih v TEA (glej *tabelo 6.2*). Leta 2021 je v Sloveniji 4,69 % (4,95 v letu 2020 in 5,77 % v letu 2019) podjetnikov poročalo, da že ustvarjajo delovna mesta oziroma jih bodo vsaj v naslednjih petih letih od zagona podjetja (ali v petih letih od tega trenutka, če podjetje že posluje) in bodo tako postali 'podjetje zaposlovalec'. Tudi pri tej spremenljivki je delež slovenskih podjetnikov manjši v primerjavi z deležem v drugih skupinah držav (države GEM 9,99 % in evropske države 6,10 %), kar tudi pomeni, da je v Sloveniji večji delež podjetnikov takšnih, da niso zaposlovalci in tudi ne načrtujejo postati dejanski zaposlovalci. To mogoče pojasnjuje tudi zaznana večje število zaprtih podjetij v času pandemije, saj je podjetje z nič zaposlenimi bistveno lažje zapreti kot podjetje z zaposlenimi.

Tabela 6.2: Načrti podjetnikov o zaposlovanju, GEM Slovenija 2021, APS

	Slovenija	GEM	Evropske države
Delež podjetnikov v TEA, ki pričakujejo, da bo v njihovem podjetju čez pet let več kot pet delovnih mest	22,26 %	30,10 %	24,30 %
Delež podjetnikov v celotni populaciji, ki že ustvarjajo delovna mesta oziroma jih bodo vsaj v naslednjih petih letih od zagona podjetja	4,69 %	9,99 %	6,10 %

Na *sliki 6.3* so prikazana pričakovanja odraslega prebivalstva v evropskih državah, vključenih v raziskavo GEM, glede na kazalnik, ali s svojo poslovno dejavnostjo že ustvarjajo delovna mesta oziroma ali pa pričakujejo, da bodo v naslednjih petih letih ustvarili vsaj eno delovno mesto. Delež takšnih odraslih prebivalcev je v Sloveniji leta 2021 znašal 4,69 %, s čimer smo se uvrstili pod povprečje evropskih 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 na Nizozemskem (12,49 %), v Latviji (11,12 %), na Hrvaškem (9,47 %) in na Irskem (9,04 %), najmanjši delež pa na Poljskem (1,83 %).

Slika 6.3: Podjetniki, ki že zaposlujejo oziroma to načrtujejo



GEM Slovenija 2021, APS

Kot navaja Fuentelsaz s sodelavci (2020), pa lahko ta potencialna nova delovna mesta neposredno povežemo z ekonomsko rastjo in razvojem (Autio in Acs, 2010), ki nadalje dviguje družbeno zavedanje o pomenu hitro rastočih inovativnih podjetij in jih vse bolj postavlja kot prioriteto v ekonomski politiki držav.

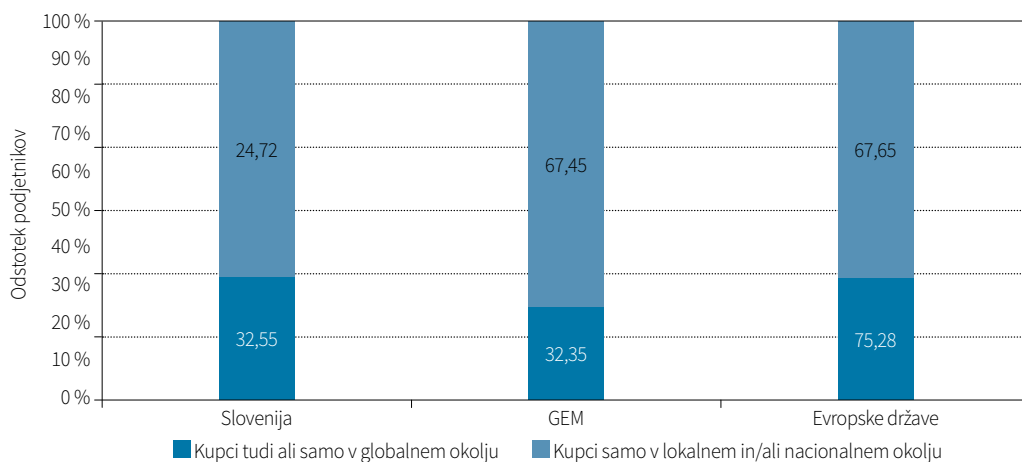
6.2 Usmerjenost v mednarodni prostor

Inovativna podjetja ambicioznih podjetnikov so praviloma hitro rastoča in usmerjena v mednarodni prostor, se hitreje prilagajajo, ustvarjajo nadpovprečno dodatno vrednost in tudi največ novih delovnih mest (Autio in Acs, 2010; Bowen in De Clercq, 2008; Wennekers et al., 2010; Estrin, Korosteleva in Mickiewicz, 2014).

Pri tem velja poudariti, da so slovenski podjetniki že tradicionalno zelo mednarodno usmerjeni, kar kažejo tudi rezultati predhodnih raziskav. K temu jih sili majhnost slovenskega trga, ki je še posebej omejujoča na zelo nišnih trgih. Določena inovacijsko gnana slovenska podjetja tako na slovenskem trgu sploh ne ustvarjajo omembe vrednega obsega poslovanja, ampak so skoraj v celoti usmerjena na mednarodne trge. Kot navaja UMAR (2022), se je slovenski izvozni tržni delež na svetovnem trgu blaga kljub močnemu padcu v začetnem obdobju pandemije covid-19 v povprečju leta 2020 celo rahlo povečal.

V raziskavi GEM s pomočjo raziskovalnih vprašanj proučujemo stopnjo mednarodnosti poslovanja podjetij ter stopnjo njihove inovativnosti in konkurenčnosti. Če Slovenijo primerjamo s posameznimi skupinami držav, in sicer glede na to, ali podjetja svoje izdelke in storitve tržijo le v lokalnem ali tudi v nacionalnem ali celo mednarodnem okolju, so slovenska nastajajoča in nova podjetja nadpovprečno osredotočena na kupce v globalnem okolju. Kot je prikazano na *sliki 6.6*, skoraj tretjina slovenskih podjetnikov poroča, da imajo kupce tudi na globalni ravni, in sicer bistveno manj kot v letu 2020, ko je ta delež znašal kar 46 %. Pri tem je delež v evropskih državah skoraj identičen (32 %), v državah GEM pa precej manjši (25 %).

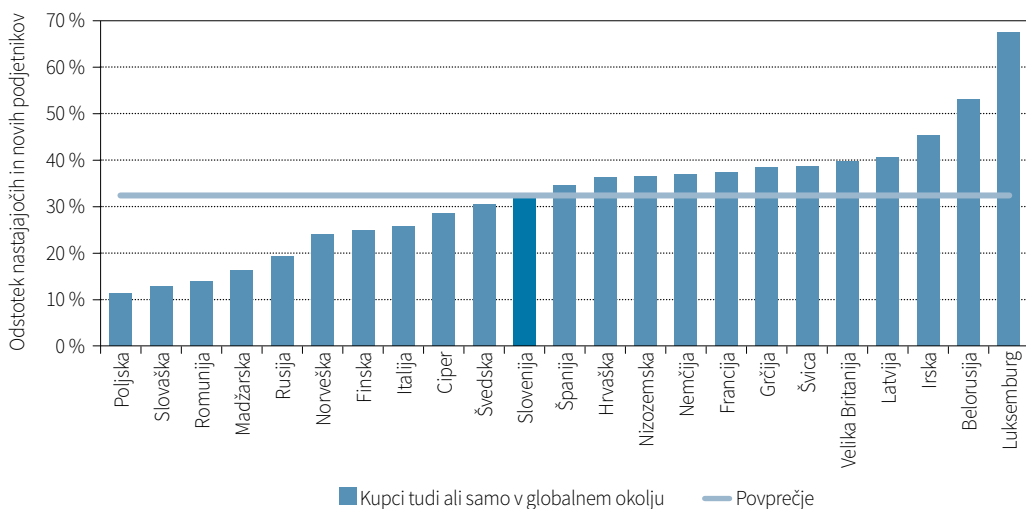
Slika 6.4: Geografski izvor kupcev podjetij



GEM Slovenija 2021, APS

Delež nastajajočih in novih podjetij v Sloveniji, ki imajo kupce v globalnih okoljih, torej izven lokalnih in nacionalnih okvirov, je v letu 2021 znašal 33 % (46 % v letu 2020) (glej *sliko 6.5*). S tem se je Slovenija v evropskem merilu uvrstila v povprečje evropskih držav, vključenih v raziskavo GEM. O bistveno večjem deležu poročajo podjetniki iz Luksemburga (67 %). Velik delež imajo še beloruska (53 %), irska (45 %) in latvijska podjetja (40 %), o najmanjšem deležu globalnih kupcev pa poročajo podjetniki iz Poljske (11 %), Slovaške (13 %) in Romunije (14%).

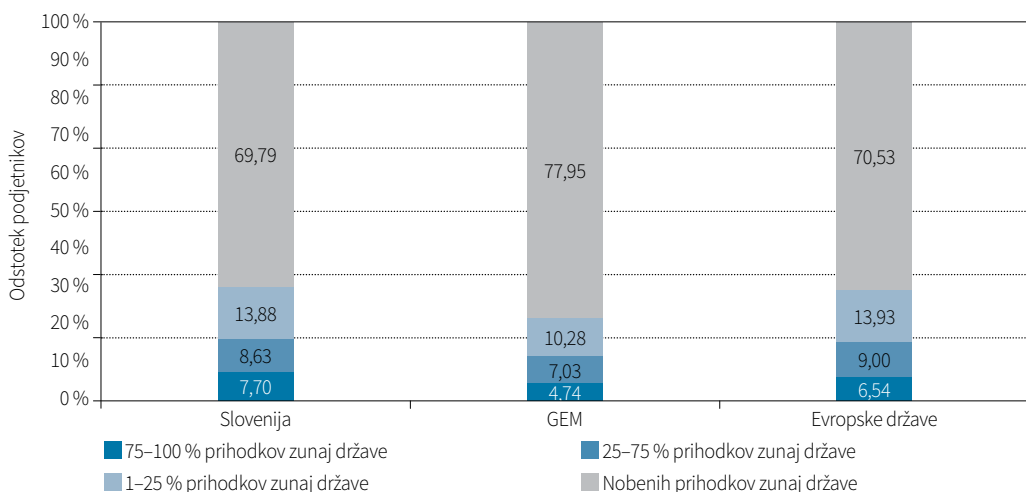
Slika 6.5: Kupci podjetij iz globalnega okolja



GEM Slovenija 2021, APS

Intenzivnost internacionalizacije v Sloveniji je izrazita, saj je delež nastajajočih in novih podjetij, ki menijo, da je več kot 25 % kupcev njihovih izdelkov ali storitev iz tujine, večji kot v posameznih skupinah držav, vključenih v raziskavo GEM. Kot je prikazano na *sliki 6.6*, je bilo takšnih podjetij v letu 2021 v Sloveniji 16,3 %, kar je več kot v državah GEM (11,8 %) in evropskih državah (15,5 %). Takšna izrazita usmerjenost gospodarstva v mednarodni prostor pa je povezana tudi s številnimi tveganji, vendar istočasno ustvarja tudi dodatni potencial za rast (Estrin Et al., 2014).

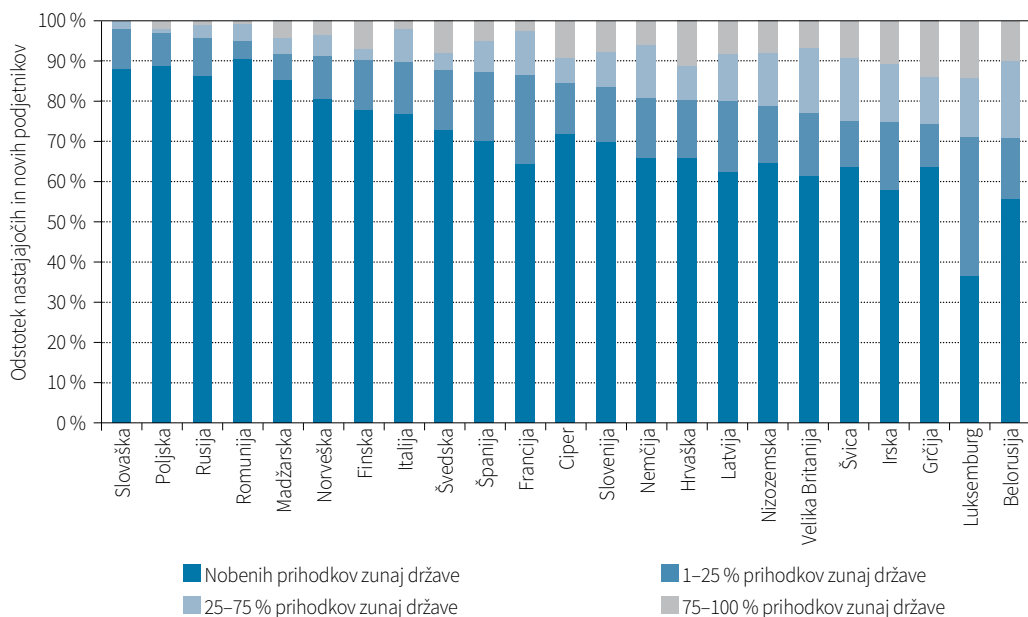
Slika 6.6: Intenzivnost internacionalizacije nastajajočih in novih podjetnikov



GEM Slovenija 2021, APS

Kot je prikazano na *sliki 6.7*, so bile v letu 2021 najvišje stopnje internacionalizacije v evropskih državah (več kot 25 % kupcev v tujini) med nastajajočimi in novimi podjetniki izmerjene v Belorusiji in v Luksemburgu (29 %), v Grčiji (26 %) in na Irskem (25 %), najnižje stopnje internacionalizacije pa na Slovaškem (2 %), na Poljskem (3 %) in v Rusiji (4 %).

Slika 6.7: Intenzivnost internacionalizacije evropskih podjetnikov



GEM Slovenija 2021, APS

6.3 Inovacijska naravnost podjetnikov in digitalizacija poslovanja

Slovenija se sooča s precejšnjimi izzivi, saj prehod v četrto industrijsko revolucijo terja spremenjeno naravo inoviranja. Povečuje se pomen prebojnih in disruptivnih inovacij, odprtega inoviranja, sodelovanja v globalnih inovacijsko-podjetniških ekosistemih ter vlaganj v znanje in nove tehnologije (World Economic Forum, 2014; Schühly et al., 2019; Yun, Zhao, Jung in Yigitcanlar, 2020); vse to, kar je vsaj večji del slovenske družbe nekako potiskal v ozadje in prelagal v prihodnost. Kot navajata Aulet in Murray (2013), so tako imenovana inovacijsko gnana podjetja s potencialom za rast ključni vir ustvarjanja kakovostnih delovnih mest z visoko dodano vrednostjo. Izkušnje učijo (Nagji in Tuff, 2012), da najuspešnejša podjetja približno 70 % svojih virov usmerjajo v inoviranje obstoječih jedrnih poslov s ciljem večje učinkovitosti, 20 % v nove, z obstoječim portfeljem povezane rešitve in 10 % v transformacijske inovacije, ki presegajo obstoječe meje podjetja. Pri tem se donosi vlaganj praviloma izkazujejo v obratnem razmerju, in sicer si lahko podjetja od prebojnih inovacij obetajo kar 70 % bodočih donosov.

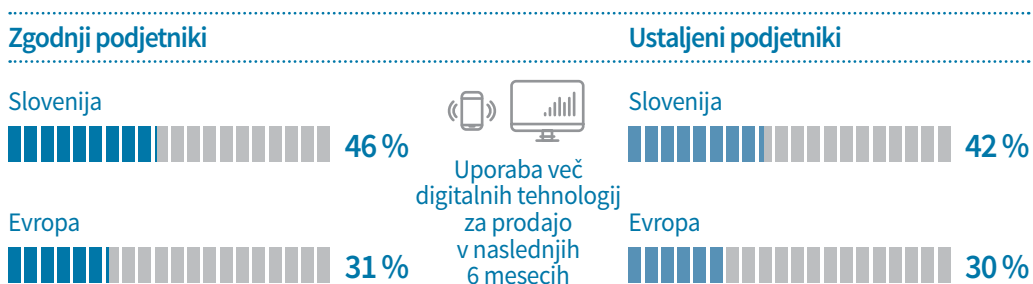
O inovacijah govorimo, ko podjetja na trg uspešno uvedejo nov izdelek ali storitev, izboljšajo organizacijo dela oziroma proizvodni proces z uvedbo novih tehnologij ali pa uveljavijo nov,

inovativen poslovni model. Zahtevnejše oblike inovacij so praviloma rezultat procesa ciljnih vlaganj v raziskave in razvoj ter v komercializacijo izumov ali drugih rešitev, razvitih v procesu inoviranja. Podrobnejši pregled literature o obravnavani tematiki sta sicer že pred časom pripravila Carre in Thurik (2006).

Kot navaja UMAR (2022), podatki kažejo na prepočasno prilagajanje organizacije in poslovanja podjetij v smeri bolj agilnih in odprtih pristopov, zaostajanje pri prilagajanju produktov in storitev kupcem ter nizke deleže malih in srednje velikih podjetij, ki inovirajo oziroma njihove inovacije v premajhni meri temeljijo na prebojnih in še posebej disruptivnih inovacijah. Sicer je po poročanju UMAR (2022) epidemija covid-19 pospešila informatizacijo in digitalizacijo podjetij, a vendar po večini le v začetnih stopnjah, medtem ko se je hitrost uvajanja zahtevnejših digitalnih projektov, vključno z digitalno preobrazbo, žal upočasnila.

V okviru raziskave GEM smo pričeli v letu 2021 sistematično spremljati tudi področje digitalizacije podjetij. Tako nastajajoče in novi podjetnike kot tudi tiste že ustaljene smo vprašali, kakšna so njihova pričakovanja glede obsežnejše uporabe digitalnih tehnologij za prodajo svojih produktov ali storitev v naslednjih šestih mesecih (slika 6.8).

Slika 6.8: Namere o uporabi digitalnih tehnologij v naslednjih 6 mesecih



GEM Slovenija 2021, APS

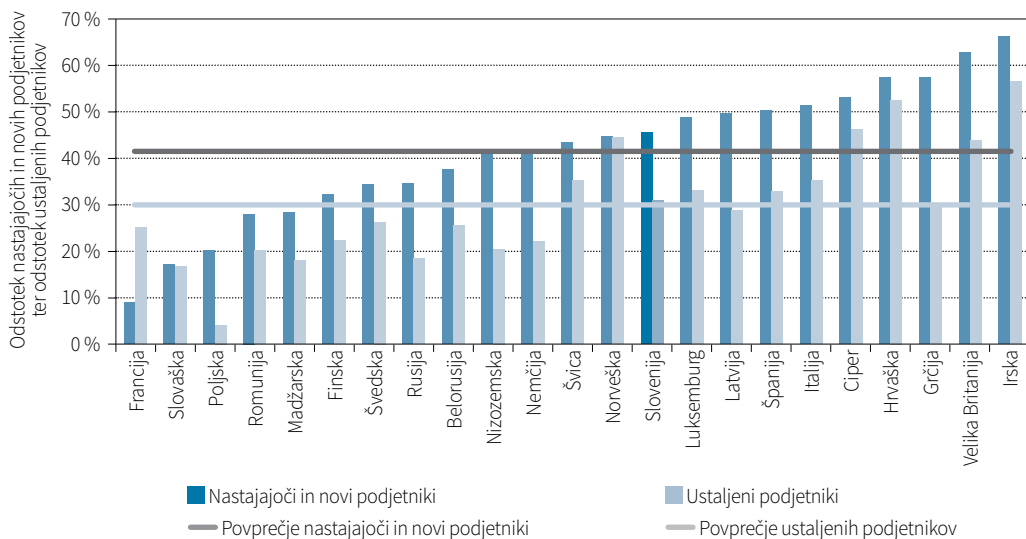
Kot kažeta slika 6.8 in tabela 6.3, je dobrih 45% slovenskih nastajajočih in novih podjetnikov mnenja, da bo njihovo podjetje uporabljalo več digitalnih tehnologij za prodajo svojih produktov ali storitev v naslednjih šestih mesecih. Med ustaljenimi podjetniki jih je bistveno manj, in sicer dobrih 30%. Podobna razlika se kaže tudi v drugih skupinah držav, pri čemer je v državah GEM delež podjetnikov s pozitivnim odgovorom v obeh ciljnih skupinah nekoliko višji kot v Sloveniji, v Evropskih državah pa nekoliko nižji.

Tabela 6.3: Uporaba digitalnih tehnologij za prodajo produktov in storitev, GEM Slovenija 2021, APS

	Slovenija	GEM	Evropske države
Delež podjetnikov v TEA, ki pričakujejo, da bo njihovo podjetje uporabljalo več digitalnih tehnologij za prodajo svojih produktov ali storitev v naslednjih 6 mesecih	45,59	52,75	41,50
Delež podjetnikov med ustaljenimi podjetniki, ki pričakujejo, da bo njihovo podjetje uporabljalo več digitalnih tehnologij za prodajo svojih produktov ali storitev v naslednjih 6 mesecih	30,87	39,21	29,93

Slika 6.9 prikazuje podrobno analizo odgovorov za evropske države, pri čemer se Slovenija uvršča v njihovo povprečje. Največ vlaganj podjetij v uporabo več digitalnih tehnologij za prodajo svojih produktov ali storitev v naslednjih šestih mesecih načrtujejo nastajajoči in novi podjetniki iz Irske (66 %) in Združenega kraljestva (63 %), najmanj pa iz Francije (9 %), Slovaške (17 %) in Poljske (20 %). Med ustaljenimi podjetniki največ vlaganj v digitalno tehnologijo načrtujejo irski (57 %) in hrvaški (53 %) podjetniki, najmanj pa poljska (4 %) podjetja.

Slika 6.9: Načrti podjetnikov glede uporabe digitalnih tehnologij



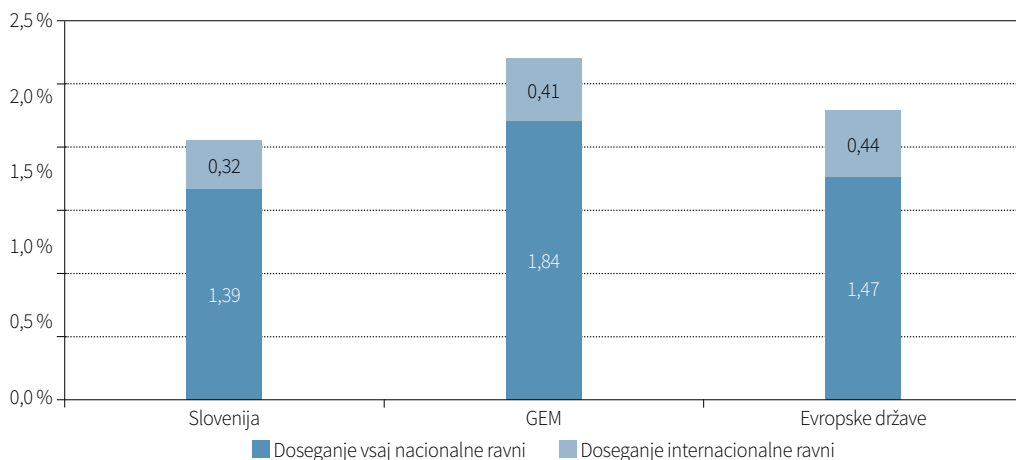
GEM Slovenija 2021, APS

Podjetnikova inovacijska naravnost igra pomembno vlogo pri določanju stopnje inovacijske moči podjetja, ki je odvisna tudi od vpetosti podjetja v medpodjetniške in raziskovalne mreže, razvojnega sodelovanja s kupci in dobavitelji, pa tudi od inoviranju naklonjenega poslovnega okolja.

V okviru raziskave GEM proučujemo razpon novosti novih izdelkov in storitev podjetij ter razpon novosti njihovih uporabljenih tehnologij in procesov, s čimer želimo meriti in proučevati inovacijsko moč podjetij. Pri tem razlikujemo, ali so te novosti nove le na lokalni ravni ali pa tudi na nacionalni ali celo na globalni ravni. Za mnenje o tem povprašamo podjetnike, saj ti najbolje vedo, ali njihovi (potencialni) kupci že poznajo izdelek ali storitev, sorodna tistima, ki ju trži nastajajoče ali novo podjetje, in sicer, ali to drži na lokalni, nacionalni ali globalni ravni.

Na sliki 6.10 je prikazan razpon poslovanja podjetij, vezan na doseganje vsaj nacionalnega ali vsaj internacionalnega trga, ob hkratnem doseganju kriterija, da so njihovi proizvodi in procesi novi na nacionalni oziroma internacionalni ravni. Delež posameznikov med odraslimi prebivalci Slovenije, katerih podjetja dosegajo vsaj nacionalno raven trga in hkrati so tudi njihovi izdelki, storitve ali procesi novost na vsaj nacionalnem trgu, je znašal 1,39 % (1,06 % v letu 2020), kar je delež, ki je zelo primerljiv z deležem v posameznih skupinah držav.

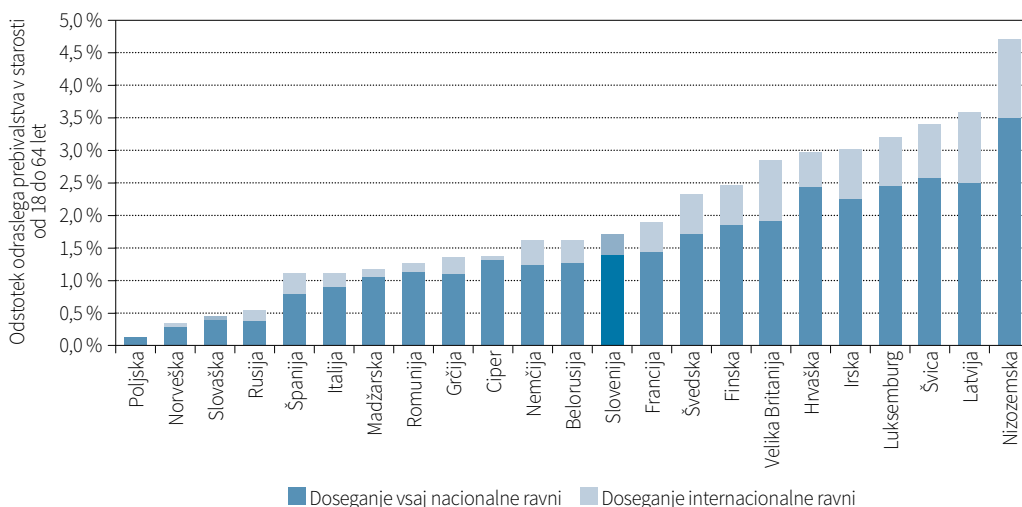
Slika 6.10: Stopnja internacionalizacije in inovativnosti podjetij po skupinah držav



GEM Slovenija 2021, APS

Na *sliki 6.11* je prikazan delež podjetnikov kot delež odraslega prebivalstva v evropskih državah, vključenih v raziskavo GEM, ki s svojimi proizvodi dosegajo skupaj vsaj nacionalni ali vsaj internacionalni trg, hkrati pa so njihovi izdelki, storitve in procesi novi vsaj na nacionalni ali na internacionalni ravni. Ta delež je leta 2021 za Slovenijo znašal 1,71 % (1,54 % v letu 2020), s čimer se naša država uvršča v sredino evropskih držav, vključenih v raziskavo GEM. Največji delež posameznikov med odraslimi prebivalci, katerih podjetja dosegajo ali nacionalno ali internacionalno raven po obeh kriterijih, je na Nizozemskem (4,70 %) in v Latviji (3,57 %), najmanjši pa na Poljskem (0,12 %) in na Norveškem (0,33 %).

Slika 6.11: Stopnja internacionalizacije in inovativnosti evropskih podjetij



GEM Slovenija 2021, APS

Podatki o mednarodni vpetosti slovenskih podjetnikov in predvsem inovacijsko gnanih podjetij so dokaj spodbudni. Ključno je, da država nadaljuje s procesi izboljšav poslovnega okolja in

podpore najambicioznejšim podjetnikom v okviru inovacijskega in podjetniškega ekosistema. To je še posebej pomembno v teh časih, ko je poslovno okolje dodobra razburkala negotovost zaradi pandemije in okoljskih izzivov.

Nadgrajeno in bolj konkurenčno poslovno okolje bo okrepilo pozitivne elemente, povezane z ambicioznimi podjetniki, ki delujejo v svojem domačem okolju in v podjetjih angažirajo talentirane posameznike, prav tako pa so tudi najboljši promotorji slovenskega znanja in tehnologij. Kot navaja UMAR (2021), pri raziskavah in razvoju Slovenija za vodilnimi inovatorkami zaostaja za odstotno točko BDP letno, takšen pa je za temi državami tudi zaostanek pri vlaganjih v IKT. Nič kaj spodbudna ni tudi dinamika javnih vlaganj v pametno, digitalno-inovacijsko preobrazbo, katerim Slovenija namenja za 0,5 o. t. BDP manj od povprečja EU ter 2 o. t. BDP manj od petih vodilnih držav, pri čemer se zaostanek skozi čas povečuje. Če želimo napredovati v prvo skupino držav, moramo močno okrepiti vlaganja v raziskave in razvoj ter inoviranje in močno okrepiti povezave med raziskovalno sfero in podjetji in tako dejansko sprostiti velik neizkoriščen potencial.

Po ugotovitvah UMAR (2022) se podjetniški sektor prepočasi odziva na spremenjeno naravo inoviranja in posledično postopno izgublja svoje primerjalne prednosti, še posebej pri uvajanju novih poslovnih modelov, prebojnih in disruptivnih inovacij ter pri prilagajanju procesov in organizacije poslovanja. Podjetja se vse preveč osredotočajo le na upravljanje uveljavljenega portfelja poslova, ne investirajo pa dovolj časa in energije v vzpostavitev inovacijsko-podjetniškega stebra, ki je namenjen izgradnji novih podjetij. Verjetno je za to do neke mere odgovoren tudi splošen odnos ljudi do podjetništva, ki sicer postaja vse bolj pozitiven, in relativna zaprtost družbe ter odpor do sprememb, novih idej in globalizacije. Vse skupaj pa še poslabša razmeroma nizka učinkovitost države pri spodbujanju razvoja.

Prav tako je pomembno poudariti in se zavedati, da rast podjetja podjetniku ne prinaša samo prednosti oziroma koristi, ampak tudi številne izzive in slabosti ter predvsem tveganja. Ta tveganja pri podjetnikih krepijo strah pred neuspehom, ki jih lahko mnogokrat odvrne od njihovega podjetniškega angažiranja in zasledovanja ambicioznejših načrtov. Strah pred neuspehom obstaja zaradi različnih razlogov, pri čemer narava poslovnega okolja igra enega najpomembnejših dejavnikov. Tukaj lahko s svojimi ukrepi in aktivnostmi pristopijo izvajalci vladnih politik, ki lahko ustvarijo pomembno pozitivno razliko. Pomembno je razumeti vire strahu in jih aktivno nagovarjati z rešitvami, da bi čim bolj omilili negativne posledice vplivov poslovnega okolja. Zavedati se je tudi treba, da se krepi konkurenca med državami, ki se vse bolj zavedajo pomena talentov in inovacijsko gnanih podjetij ter aktivno vabijo podjetja v svoja okolja. Kot navaja UMAR (2022), je v Sloveniji privlačnost za talente nižja kot v večini gospodarsko razvitejših držav EU. Na svetovni lestvici talentov se Slovenija uvršča v drugo polovico držav EU (15. mesto med 26 državami EU na lestvici talentov IMD (2020) in zaostaja za vodilnimi inovatorkami. Ker je delež ambicioznih in nadpovprečno sposobnih in motiviranih podjetnikov zelo omejen, se mora država še naprej osredotočati na razvoj ukrepov in programov, namenjenih inovacijsko gnanim podjetjem (tako startupom kot scaleupom oziroma visokotehnološkim gazelam). Za našo državo je ključnega pomena, da podjetniki inovacijsko gnanih podjetij svoje dejavnosti ohranjajo v Sloveniji.

Če tega ne znamo ceniti in pravilno vrednotiti ter predvsem pravilno razumeti, tvegamo, da se podjetniški potenciali posameznikov ne bodo izrazili v želeni smeri. Tudi podjetniki so samo ljudje, ki tehtajo prednosti in slabosti, kar se lahko dogaja na zavedni ali nezavedni ravni in lahko pretehta tudi v smeri, ki podjetnike odvrnejo od zasledovanja zelo ambicioznih načrtov.

Kot navaja Lafuente s sodelavci (2019), države vse več sredstev usmerjajo v spodbujanje nastajanja novih podjetij in zaposlovanja, pri čemer je pomembno, da so podjetja deležna podpore tudi v nadaljnjih fazah razvoja, ko se soočajo z izzivi rasti. Ob umanjkanju mehanizmov podpore za rast

in razvoj podjetij se lahko namreč zgodi, da z rastjo naletijo na prevelike ovire in izzive v poslovnem okolju, s katerimi se ne morejo uspešno soočiti, in predčasno zaključijo s poslovanjem. Prav tako je pomembno, da je država intenzivno podprla podjetja, prizadeta zaradi pandemije. Kot navaja Kuratko (2021), je imela pandemija covid-19 brutalne posledice na mala podjetja, ki so pospešeno zapirala vrata oziroma se je mnogim močno znižal obseg poslovanja. Po drugi strani pa navaja, da so številna največja podjetja, še posebej v tehnološkem sektorju, doživela visoke rasti prihodkov in bila deležna drugih finančnih spodbud. V zadnjih letih beležimo eksplozijo samorog podjetij, katerih vrednotenje presega 1 milijardo dolarjev. To odpira vprašanja o uravnoteženosti ekonomije in fokusa kreatorjev vladnih politik.

Raziskava GEM in rezultati drugih podjetniških raziskav so lahko državi in ključnim odločevalcem v njej v veliko podporo. Boljše poznavanje značilnosti podjetij in podjetnikov ter zmožnost njihove segmentacije so zelo pomembni, saj izvajalcem razvojnih vladnih politik omogočajo še bolj ciljno usmerjeno sprejemanje ukrepov ter posledično doseganje njihove večje učinkovitosti. Pri tem imamo v mislih na primer izvajanje vladnega programa *Slovenija dežela startup podjetij*, ki je že odpravil številne identificirane ovire v poslovnem okolju, nekatere pa bo še treba odpraviti in zagotoviti mednarodno konkurenčno poslovno okolje. Kot navaja Morales-Alonso s sodelavci (2020), je zelo pomembno, da se izvajalci vladnih politik zavedajo, da lahko pospešijo inovacije in podjetništvo tako, da izboljšajo dostope do znanja in tehnologij za vse prebivalce, da zmanjšajo obseg korupcije, da izboljšajo dostope do virov financiranja in zmanjšajo birokratske ovire.

Veseli nas, da se v zadnjih letih v Sloveniji počasi, a vztrajno krepi zavedanje o pomenu inovacijsko gnanih podjetij, ki jih ustanovljajo in vodijo ambiciozni podjetniki. Deloma so k temu prispevali uspehi in merljivi učinki podjetij, deloma različne študije, kot je tudi raziskava GEM. Večje zavedanje izvajalcev vladnih politik je privedlo tudi do povečanega vlaganja energije in naporov, usmerjenih v podporo podjetjem pri zagotavljanju različnih virov, pa tudi v ustvarjanje ugodnejših okvirnih pogojev za poslovanje podjetij.

Kot navaja UMAR (2022), bo gospodarsko okrevanje po krizi covid-19 tesno povezano z globalnimi ukrepi za ohranjanje vzdržnega življenja na Zemlji in s tem povezanim ciljem občutnega zmanjšanja izpustov toplogrednih plinov. To seveda prinaša veliko tveganj in nevarnosti za utečene posle, a hkrati predstavlja veliko priložnost za uvajanje novih inovacij na trg. V tem procesu 'prenove' bo Slovenija zagotovo uspešnejša, če ji bo uspelo reformirati inovacijski in podjetniški ekosistem in bolje povezati javne raziskovalne organizacije in podjetja. S tem bi se lahko nadejali močnejšega pospeška inovacijske dejavnosti novih in utečenih podjetij, krepitve disruptivnih in prebojnih inovacij, uvajanja novih zelenih in digitalnih poslovnih modelov ter ustvarjanja kakovostnih delovnih mest s ciljem krepitve trajnostno naravnane družbene blaginje.

Podjetniški ekosistem v pandemskem letu 2021

7

Ključna spoznanja

- Notranji trg je najvišje ocenjen okvirni pogoj za podjetništvo v Sloveniji. Povprečna ocena dinamičnosti notranjega trga nas uvršča na visoko tretje mesto med petindvajseterico evropskih držav.
- Najnižje ocene beležijo izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo na primarni in sekundarni ravni ter kulturne in družbene norme, v smislu šibkega spodbujanja podjetniškega prevzemanja tveganja, neodvisnosti, avtonomnosti in osebne iniciative.
- Dostopnost finančne podpore za podjetništvo je v Sloveniji ocenjena slabše kot njena zadostnost. Omenjeno neskladje pa lahko nakazuje na težave podjetij pri pridobivanju finančnih sredstev.
- Slovenija je z vrednostjo indeksa NECI 4,3 nekoliko povečala zaostanek za evropskim kot tudi svetovnim povprečjem, kar kaže na to, da sta pandemija covid-19 kakor tudi trenutno gospodarsko in politično stanje v državi nekoliko izraziteje zavrla izboljšave podjetniškega ekosistema, kot to velja za druge države.
- Po mnenju slovenskih izvedencev se vpliv pandemije covid-19 v največji meri kaže v večjem poudarku na digitalni preobrazbi, gig ekonomiji in prilaganju poslovnih modelov podjetij.
- Bolje kot v povprečju sodelujoče države slovenski izvedenci ocenjujejo, da so ukrepi, ki jih je vlada sprejela v prvih 12-ih mesecih pandemije, pomagali preprečiti znatno zmanjšanje števila novih in rastočih podjetij ter s tem povezanih delovnih mest.
- Izvedenci so kot najbolj spodbudne vladne ukrepe za podjetništvo prepoznali državne subvencije za ohranjanje delovnih mest, nadomestila plač in prispevkov, odlog kreditnih in davčnih obveznosti ter podaljšanje posojilnih moratorijev.

- Kot negativno za podjetništvo pa med vladnimi ukrepi izpostavljajo popolno zaprtje države (lock-down), stroge kovidne protokole, omejitve zbiranj, potovanj in zapiranje državnih ter regijskih mej.
- Skladno z ugotovitvami raziskave GEM bi se vlade v času krize covid-19 morale osredotočiti na okvirne podjetniške pogoje – ustvarjanje stabilnega podpornega okolja, ugodnega za podjetništvo, s pristopi in strategijami, pri katerih je poudarek na pravočasnosti in praktičnosti ukrepov.

Priporočilo vladnemu sektorju in oblikovalcem političnih ukrepov je usmerjeno k uporabi podjetniškega razmišljanja kot načina odziva na krizo, ki jo je povzročila pandemija covid-19. Tovrstna usmeritev politike je posledica velikega vpliva, ki ga je imela pandemija na gospodarstvo in družbo. Vladni ukrepi se osredotočajo na nujno likvidnostno podporo podjetjem v različnih oblikah, ki pa so se postopoma dopolnjevali s strukturno podporo in širšimi paketi sanacije (OECD, 2021). Ob upoštevanju izrazitega negativnega vpliva, ki ga je imela pandemija na gospodarstvo, je spodbujanje podjetništva osrednjega pomena za vse več vlad po svetu. Kljub očitni potrebi po podjetništvu zaradi nastalih sprememb, povezanih s covid-19, pa je na tem mestu še vedno premalo raziskav, ki bi lahko ustrezno pojasnile učinkovitost v krizi uporabljenih iniciativ podjetniške politike (Donthu in Gustafsson, 2020). Medtem ko Rattenova (2021) v svoji raziskavi ugotavlja, da pa je v času krize ravno podjetništvo bistvenega pomena, saj ga odlikuje učinkovito soočanje z novo nastalimi razmerami.

V preteklem letu smo v okviru raziskave GEM ugotavljali, kako se je podjetniški sektor odzval na zapiranje (tako imenovani lock-down) zaradi pandemije covid-19 ter kakšen je bil odziv vladnega sektorja za pomoč novim in rastočim podjetjem. Rezultati so omogočili zgodnji vpogled v spremembe, s katerimi se zaradi krize soočajo podjetniki. V letu 2021 smo nadaljevali s spremljanjem vpliva pandemije na podjetniški kontekst, saj smo v okviru vprašalnika, ki je namenjen nacionalnim izvedencem (NES), razvili blok trditev v povezavi z njenim vplivom na okvirne nacionalne podjetniške pogoje. Dejstvo je, da bodo vladni sektor in druge zainteresirane strani vedno bolj potrebovale trdne in verodostojne podatke za sprejemanje ključnih odločitev, ki spodbujajo trajnostno naravnano podjetništvo in zdrave podjetniške ekosisteme po vsem svetu.

Kontekst odločitve za ustanovitev podjetja oziroma podjetniško okolje je pomemben ali celo odločilen dejavnik tovrstnega procesa, ki vpliva na posameznikovo odločitev in se odvija v oblikovanje nastajajočega podjetnika v lastnika novega podjetja, nato pa v lastnika uveljavljenega podjetja (Guerrero, 2020). Podjetniško okolje lahko v tem procesu podjetnika spodbuja (preko dostopa do ustreznih finančnih virov, ustrezne infrastrukture, strokovnega znanja, kulture ...) ali pa ga zavira (npr. s pretirano regulacijo, visokimi infrastrukturnimi stroški, nenaklonjenostjo kulturnih in družbenih norm, zaprtimi trgi ipd.) (Hill et al., 2022). Tako kot že leta 2020 je tudi v letu 2021 na okolje za ustanovitev podjetja močno vplivala pandemija covid-19 in vladni ukrepi kot odgovor nanjo. Kot smo ugotovili že v predhodnih poglavjih, so nekateri podjetniki v času krize videli nove poslovne priložnosti, drugi pa so svoje poslovne načrte odložili ali jih celo prekinili. Namen poglavja 7 pa je predstaviti oceno, ali so vladni korona ukrepi ublažili upad novih podjetij, kot tudi, ali so vlade naredile dovolj za podporo podjetnikom.

Medtem ko je odločitev o ustanovitvi podjetja osebna, individualna, pa se poslovni kontekst za to odločitev nanaša na vse, ki imajo podobne namene, kakor tudi na tiste, ki se že lotevajo podjetništva. GEM obravnava 'kontekst' v smislu podjetniških značilnosti posameznega okolja (Welter et al., 2017). Okolje je pomembno in čeprav še vedno drži, da nekaj podjetniške aktivnosti lahko uspeva tudi v najtežjih okoliščinah, pa vendar številne raziskave kažejo, da ustrezna podpora okolja spodbuja podjetniške ambicije in rast podjetij ter spodbuja zahteven prehod od novih do ustaljenih podjetij (npr. Nicotra, 2017; Szerb et al., 2018; Stam in van de Ven, 2019; Hechavarría in Ingram, 2019; Audretsch in Belitski, 2021).

Iz opredelitev in doslej razvitih modelov podjetniškega ekosistema je jasno, da morajo podjetnike ustrezno podpreti različni deležniki in zainteresirane strani, da bi se izboljševalo in ohranjalo njihovo trajnostno delovanje. Rattenova (2021) izpostavlja veliko vlogo oblikovalcev podjetniških politik, ki se v času krize covid-19 spopadajo s tem, kako izvajati politike, ki varujejo zdravje državljanov, hkrati pa spodbujajo gospodarski razvoj. Takšna naloga ni lahka, saj je potrebno upoštevati nasprotujoče si potrebe več deležnikov. Pogled na gospodarske razmere držav, ki so uspešno znižale stopnjo okužbe s covid-19, razkrije, da je njihova učinkovitost posledica izvajanja učinkovitih politik, s čimer se povečuje konkurenčna prednost teh držav na svetovnem trgu.

7.1 Ocena okvirnih pogojev za podjetništvo

Podatke o kakovosti nacionalnih pogojev za podjetništvo v okviru raziskave GEM pridobimo z anketiranjem nacionalnih izvedencev (angl. *national expert survey* – NES). To so podjetniki, managerji in drugi posamezniki iz gospodarstva, politike, državne uprave in akademske sfere, ki imajo izkušnje in znanje za delovanje na različnih področjih, povezanih s podjetništvom. Ta področja, ki oblikujejo kontekst, v katerem se odvija podjetniška aktivnost, v raziskavi imenujemo *okvirni podjetniški pogoji* in zajemajo podjetniške finance, vladne politike, vladne programe, izobraževanje za podjetništvo, prenos raziskav in razvoja, poslovno in strokovno infrastrukturo, dinamiko in odprtost notranjega trga, fizično infrastrukturo ter kulturne in družbene norme. Podrobneje jih predstavljamo v *prilogi 2*. Omenjeni okvirni podjetniški pogoji, ki izhajajo iz dveh desetletij raziskav in izkušenj, pomembno vplivajo na podjetniške aktivnosti in na gospodarsko rast (npr. Bruns et al., 2017). Njihovo stanje lahko spodbuja, omejuje ali pa zavira tako ustanavljanje novih podjetij kot tudi razvoj novih podjetij v uveljavljena podjetja, ki so sposobna ustvarjati trajne prihodke in delovna mesta (Hill et al., 2022).

V letu 2021 smo v Sloveniji anketirali 36 nacionalnih izvedencev (na globalni ravni pa 2.076 izvedencev), pri čemer je vzorec primerno utežen glede na devet okvirnih pogojev za podjetništvo, tip izvedenca, spol, sektor gospodarstva in geografsko porazdelitev. Anketiranje je v Sloveniji potekalo v mesecu juniju in juliju 2021. Upoštevani so bili zadostno izpolnjeni vprašalniki (vsaj 75 % podanih odgovorov). Tipična rotacija je bila tudi v letu 2021 vsaj 25 % novih izvedencev, da bi zmanjšali pristranskost in zagotovili objektivnost. Izvedenci so na lestvici od 0 (povsem narobe) do 10 (povsem resnično) ocenili 63 izjav, ki so razdeljene v devet okvirnih pogojev za podjetništvo. Novost v letu 2021 je ta, da smo okviru, ki se nanaša na finančno podporo za podjetništvo, dodali dodaten nabor trditev in sklop razdelili na dva dela. Prvi se nanaša na zadostnost finančne podpore za podjetništvo, drugi pa na dostopnost financiranja. Dodatne trditve so bile vključene tudi v okvir vladnih politik, vladnih programov, izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo ter poslovne in strokovne infrastrukture. Poseben okvir smo namenili tudi vplivu pandemije na podjetniški kontekst, ki je vključeval devet trditev. Vse trditve so bile merjene na 11-stopenjski Likertovi lestvici (od 0 do 10).

Zraven ocen posameznih trditev je vprašalnik vključeval tudi odprte odgovore. V letu 2021 so se nanašali na področja, ki pospešujejo podjetniško aktivnost na nacionalni ravni, področja, ki bi podjetniško aktivnost izboljšala, ter vladne ukrepe, ki so po mnenju izvedencev najbolj negativno in najbolj pozitivno vplivali na podjetniško aktivnost v posamezni državi.

Vprašalnik je enoten za vse države, sodelujoče v GEM, s čimer je zagotovljena tudi mednarodna primerljivost rezultatov. V letu 2021 je vprašalnik NES izpolnilo in pravočasno oddalo 50 držav (zraven 47 držav sodelujočih v APS delu raziskave še Litva, Mehika in Jamajka). Zbrani podatki so harmonizirani in ustrezno uteženi, z analizo zanesljivosti in metodo glavnih komponent pa se pridobi večdimenzionalna mera – skupna povprečna ocena posameznega okvirnega pogoja za podjetništvo na nacionalni ravni. Dodatna metodološka pojasnila in informacije o podatkovnih podlagah je mogoče najti tudi v *1. poglavju* te monografije, opis značilnosti vzorca slovenskih izvedencev sodelujočih v letu 2021 pa v *prilogi 1*.

Povprečne ocene nad 5 (5 = niti res niti narobe; ocene nad 5 pomenijo pozitivno rangiranje, ocene pod 5 pa negativno) v Sloveniji za leto 2021 beležijo štiri kategorije: dinamičnost notranjega trga (obstoje prostega in odprtega trga, na katerem noben subjekt nima moči, da vpliva na cene ali jih določa, in kjer spremembe povpraševanja spremljajo spremembe ponudbe in obratno), fizična infrastruktura, potrebna za poslovanje podjetij (npr. komunikacije, komunalne storitve, ceste, železnice, zgradbe/prostori ...), kakovost poslovne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo nova in rastoča podjetja (lastninske pravice, poslovna infrastruktura, računovodske, pravne in druge storitve) ter vladni programi za podjetništvo (prisotnost in kakovost vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva). Temu sledijo zadostnost finančne podpore za podjetništvo (s povprečno oceno 4,50), odprtost in bremena notranjega trga (s povprečno oceno 4,34), regulativa vladnih politik (4,15) ter podjetniško izobraževanje in usposabljanje po končani srednji šoli (4,05). Ostali okvirni pogoji so bili ocenjeni z nižjimi povprečnimi ocenami, najnižje podobno kot leto poprej podjetniško izobraževanje v osnovnih in srednjih šolah (s povprečno oceno 2,32 na lestvici od 0 do 10).

Najmočnejši pogoj za podjetništvo je po mnenju izvedencev v Sloveniji povezan z notranjim trgom. Povprečna ocena dinamičnosti notranjega trga se je v letu 2021 povzpela na 5,98 (na lestvici od 0 do 10), kar nas uvršča na visoko tretje mesto med petindvajseterico evropskih držav, ki so leta 2021 sodelovale v raziskavi GEM NES. Najbolj so se izvedenci v tem okviru strinjali s trditvama, da se trg potrošniškega blaga in storitev kakor tudi medpodjetniški trg blaga in storitev močno spreminjata iz leta v leto. Povprečna ocena bremen in predpisov na notranjem trgu se je sicer nekoliko zmanjšala glede na preteklo leto in znaša 4,34. Te že več let zapored razmeroma visoke ocene nakazujejo na nizke ovire dostopa do novih kupcev, ki so pripravljeni preizkušati nove izdelke in storitve.

Kljub omenjenemu izboljšanju pa je več kot polovica vseh okvirnih pogojev v pandemskem letu 2021 prejela nižje povprečne ocene v primerjavi z letom poprej. Največje poslabšanje povprečne ocene po mnenju slovenskih izvedencev beležijo kulturne in družbene norme ter izobraževanje za podjetništvo na primarnem in sekundarnem nivoju. Kot ugotavljamo v *poglavju 5*, je brezposelnost mladih v Sloveniji še vedno pereč problem. Ob tem raziskava *Mladina 2020* ugotavlja, da se mladim v Sloveniji ustanavljanje lastnih podjetij oziroma s. p.-jev zdi še vedno precej sprejemljiva izbira, da bi se izognili brezposelnosti. Za uspešno podjetniško pot pa morajo biti opremljeni z znanji in veščinami s tega področja (Lavrič et al., 2021, str. 145). Zanimivo je, da kljub vedno močnejšemu prepričanju mladih, da jih šola opremi s primerno količino znanja in motivacije za lastno podjetniško pot (prav tam, str. 149), pa je po mnenju slovenskih izvedencev GEM spodbujanja ustvarjalnosti in inovativnosti ter konkretnih podjetniških vsebin v kurikulumih na nižjih ravneh v šolski vertikali še vedno premalo.

Slika 7.1: Skupne povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji, primerjalno s povprečjem evropskih držav in vseh držav GEM



Povprečna vrednost seštevek odgovorov po posameznih blokih (metoda glavnih komponent), 0 = zelo nezadovoljivo, 10 = zelo zadovoljivo.

Netehano povprečje vrednosti (metoda glavnih komponent) držav v skupini.

	Slovenija	Povprečje držav GEM	Povprečje evropskih držav
Finančna podpora – zadostnost	4,5	4,59	4,92
Finančna podpora – dostopnost	3,65	4,37	4,62
Vladne politike – podpora	3,88	4,29	4,37
Vladne politike – regulativa	4,15	4,73	5,03
Vladni programi	5,13	4,64	4,94
Podjetniško izobraževanje – OŠ in SŠ	2,32	3,08	3,38
Podjetniško izobraževanje – po SŠ	4,05	4,62	4,63
Prenos raziskav in razvoja	3,51	4,01	4,42
Poslovna in strokovna infrastruktura	5,51	5,5	5,86
Notranji trg – dinamičnost	5,98	5,06	4,76
Notranji trg – odprtost, bremena	4,34	4,44	4,79
Fizična infrastruktura	5,89	6,56	6,78
Kulturne in družbene norme	3,22	4,98	4,75

Na drugi strani pa se je vladnim programom povprečna ocena najbolj popravila in zrasla ponovno na raven iz leta 2019. Iz dokumentov agencije Spirit izhaja, da bodo v letih 2020 in 2021 sami ali preko podporne podjetniške mreže organizirali več kot tisoč dogodkov, v katere bo vključenih vsaj 15 tisoč udeležencev. Število podjetij, ki bodo prejela nefinančno podporo, naj bi preseгло število 35 tisoč, število uporabnikov svetovanja pa naj bi se približalo številu 20 tisoč. Visoke številke so rezultat aktivnosti, ki jih izvajata mreži SPOT in SIO. Na področju privabljanja tujih neposrednih investicij pričakujejo povečanje števila projektov v pripravi (pipe-line). Agencija načrtuje, da bo v okviru kohezijske politike trenutne finančne perspektive Evropske unije v obeh letih upravičencem izplačala preko 94 mio EUR (SPIRIT Slovenija, 2020).

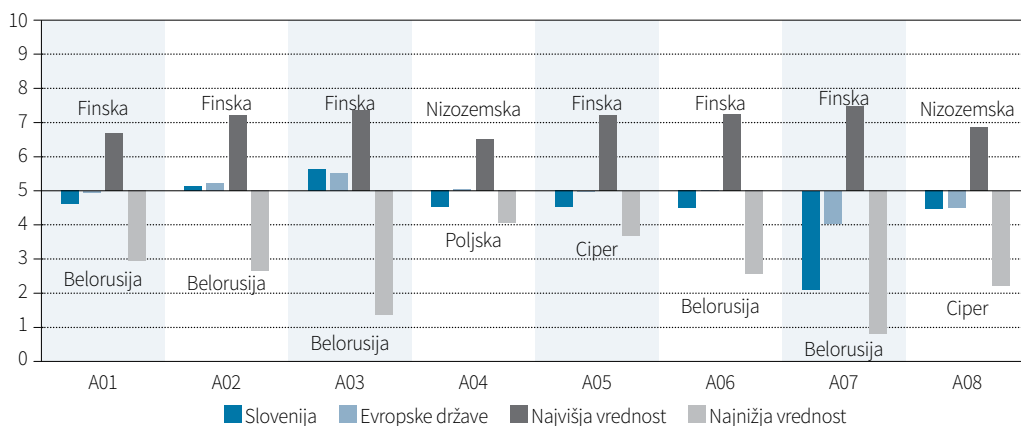
Primerjava povprečnih ocen okvirnih pogojev za podjetništvo z evropskimi državami GEM in vsemi sodelujočimi državami (*slika 7.1*) kaže, da se Slovenija v letu 2021 nad povprečje Evrope uvršča pri zgolj dveh okvirnih pogojih, in sicer pri dinamičnosti notranjega trga in vladnih programih za podjetništvo. Pri teh dveh okvirnih pogojih kakor tudi pri poslovni in strokovni infrastrukturi pa beležimo hkrati višje povprečje ocene, kot to velja za skupino vseh sodelujočih držav v raziskavi GEM.

Najbolj pod povprečjem skupine evropskih držav so slovenski izvedenci ocenili obseg, v katerem kulturne in družbene norme spodbujajo ali zavirajo podjetništvo, ter se s tem rezultatom ponovno vrnili na stanje pred letom 2021, ko smo pri tem pogoju vrsto let zapored beležili največje zaostanke za ostalimi gospodarstvi. Temu sledi kritična ocena izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah, kar ni možno medsebojno izključevati. Pri tem velja izpostaviti, da kljub pozitivnemu zaznavanju družbenih vrednot o podjetništvu (*poglavje 3*) med slovenskimi izvedenci še vedno ostaja zakoreninjeno prepričanje, da nacionalna kultura predvsem prešibko spodbuja podjetniško prevzemanje tveganja ter premalo poudarja neodvisnost, avtonomnost in osebno iniciativo, kar sovpada z ugotovitvami iz raziskave *Mladina 2020* (Lavrič et al., 2021, str. 149), da mladi vse manj preferirajo samozaposlitev v okviru lastnega podjetja kot zeleno obliko zaposlitve.

7.1.1 Finančna podpora za podjetništvo

Za razvoj podjetništva je pomemben dejavnik ustrezna finančna podpora. Ta je lahko podjetnikom oziroma podjetjem na voljo v okviru različnih ukrepov ministrstev, javnih skladov, javnih agencij in drugih institucij v oblikah povratne in nepovratne pomoči. V okviru raziskave GEM v letu 2021 prvič spremljamo finančno podporo za podjetništvo ločeno, enkrat z vidika njene zadostnosti in drugič z vidika njene dostopnosti.

Slika 7.2: Ocene elementov zadostnosti finančne podpore za podjetništvo v Sloveniji in evropskih državah*



Legenda:

V Sloveniji ...

A01 je na razpolago dovolj lastniških virov financiranja (lastnih finančnih sredstev podjetnikov) za nova in rastoča podjetja.

A02 je na razpolago dovolj dolžniških virov financiranja (bančnih posojil in podobno) za nova in rastoča podjetja.

A03 je na razpolago dovolj državnih subvencij za nova in rastoča podjetja.

A04 je za nova in rastoča podjetja na razpolago dovolj finančnih virov neformalnih investitorjev (družina, prijatelji in sodelavci), ki so zasebniki (in niso obenem tudi ustanovitelji podjetja).

A05 je za nova in rastoča podjetja na razpolago dovolj sredstev poslovnih angelov (posameznikov, ki zagotavljajo sredstva v zameno za konvertibilno posojilo ali lastniški delež).

A06 je za nova in rastoča podjetja na razpolago dovolj finančnih virov, ki jih zagotavljajo skladi tveganega kapitala.

A07 je za nova in rastoča podjetja na razpolago dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic (IPO).

A08 je za nova in rastoča podjetja na razpolago dovolj mikro financiranja (na primer množično financiranje velikega števila posameznikov, ki običajno preko interneta prispevajo individualno relativno majhne zneske).

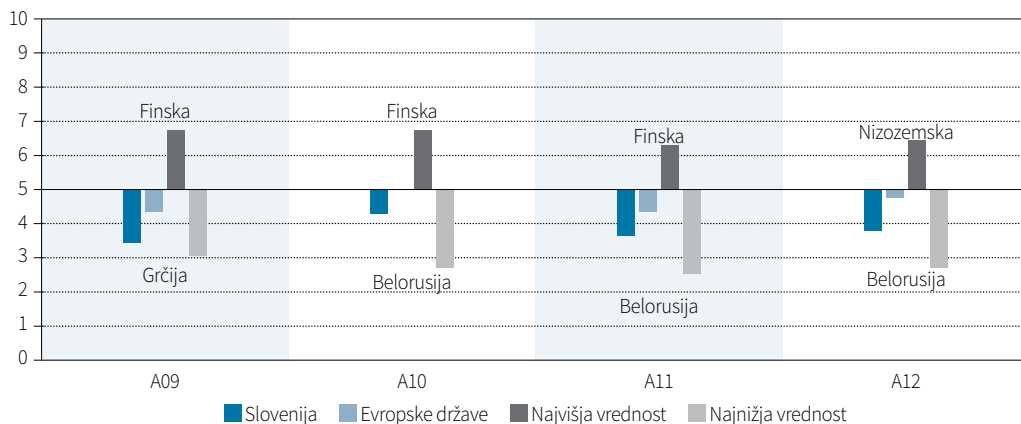
* Povprečna vrednost seštevka odgovorov po posameznih blokih (metoda glavnih komponent), 0 = zelo nezadovoljivo, 10 = zelo zadovoljivo.

Netehtano povprečje vrednosti (metoda glavnih komponent) držav v skupini.

GEM Slovenija 2021, NES

Slovenski izvedenci so mnenja, da je v Sloveniji na razpolago dovolj državnih subvencij za nova in rastoča podjetja kakor tudi dolžniških virov financiranja (bančnih posojil in podobno). Ostale trditve so rangirane negativno, v največji meri so si izvedenci enotni, da za nova in rastoča podjetja v Sloveniji ni na razpolago finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic (IPO), pri čemer tudi najbolj zaostajamo za skupino evropskih držav, kjer so tovrstni viri bolj prisotni, še najbolj na Finskem. Izpostaviti velja tudi možnost pridobitve finančnih virov neformalnih investitorjev, poslovnih angelov in skladov tveganega kapitala, kjer so primerjalno z ostalimi evropskimi državami še možnosti izboljšav. Med priporočili za izboljšanje izvedenci v tem okviru omenjajo še možnost več ciljnih razpisov.

Slika 7.3: Ocene elementov dostopnosti finančne podpore za podjetništvo v Sloveniji in evropskih državah*



Legenda:

V Sloveniji ...

A09 je za nova in rastoča podjetja enostavno pridobiti dolžniške vire financiranja (bančna posojila in podobno).

A10 je za nova in rastoča podjetja enostavno najeti storitve finančne podpore po razumnih stroških.

A11 nastajajoči podjetniki enostavno pridobijo dovolj semenskega kapitala za pokritje zagonskih in začetnih stroškov poslovanja novega podjetja.

A12 je po zaključku zagonske faze enostavno pridobiti vlagatelje/sklade za rast novega podjetja.

*Povprečna vrednost sešteвка odgovorov po posameznih blokih (metoda glavnih komponent), 0 = zelo nezadovoljivo, 10 = zelo zadovoljivo.

Netehtano povprečje vrednosti (metoda glavnih komponent) držav v skupini.

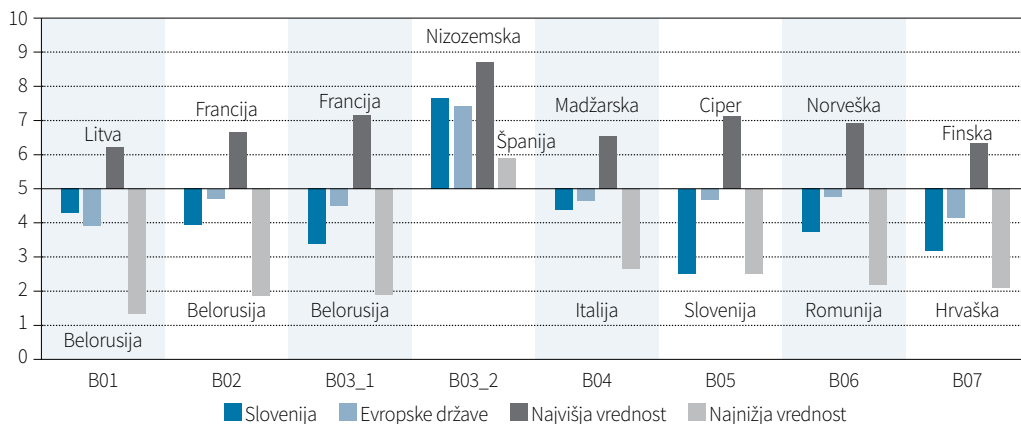
GEM Slovenija 2021, NES

Dostopnost finančne podpore za podjetništvo je v Sloveniji ocenjena slabše kot njena zadostnost. Izvedenci namreč ocenjujejo, da je dolžniških virov financiranja sicer dovolj, so pa kritični glede postopka oziroma enostavnosti pridobitve le-teh. Menijo tudi, da nastajajoči podjetniki ne morejo enostavno pridobiti dovolj semenskega kapitala za pokritje zagonskih in začetnih stroškov poslovanja novega podjetja kakor tudi po zaključku zagonske faze pridobiti vlagatelje/sklade za rast novega podjetja. Pri zadnji trditvi tudi najbolj zaostajamo za evropskimi državami, kjer najvišje ocene beleži Nizozemska. Skladno s tem si sledijo priporočila za spodbujanje podjetništva, ki se v tem okviru nanašajo predvsem na zagotovitev ugodnejših kreditnih pogojev, garancijske sheme, zagonske spodbude ter semenski kapital. Omenjeno neskladje med kakovostjo in dostopnostjo financiranja lahko reši pojav in krepitev alternativnih finančnih virov, kot so finančne platforme in druge sodobne fintehtne rešitve.

7.1.2 Vladne politike

Okvir vladnih politik delimo na del, ki se nanaša na oceno vladne podpore za MSP (prve štiri trditve), in del, ki se nanaša na oceno vladne regulative, na primer davki in drugi predpisi za MSP, ter birokratske ovire (zadnje štiri trditve).

Slika 7.4: Ocene elementov vladnih politik v Sloveniji in evropskih državah*



Legenda:

V Sloveniji ...

B01 državne politike (npr. javni razpisi, zakonodaja, regulativa, predpisi, izdajanje dovoljenj, obdavljenje) dosledno favorizirajo nova in rastoča podjetja.

B02 je podpora za nova in rastoča podjetja velika prioriteta politike na državni ravni.

B03_1 je podpora za nova in rastoča podjetja velika prioriteta politike v občinah in upravnih enotah.

B03_2 lahko podjetniki nova podjetja registrirajo po razumnih stroških.

B04 lahko nova podjetja dobijo večino potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni.

B05 višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja.

B06 se davčna in druga vladna regulativa za nova in rastoča podjetja uporablja na predvidljiv in konsistenten način.

B07 spopadanje z državno birokracijo in regulativo ter pridobivanje potrebnih dovoljenj za poslovanje za nova in rastoča podjetja ni pretirano težavno.

*Povprečna vrednost seštevka odgovorov po posameznih blokih (metoda glavnih komponent), 0 = zelo nezadovoljivo, 10 = zelo zadovoljivo.

Netehtano povprečje vrednosti (metoda glavnih komponent) držav v skupini.

GEM Slovenija 2021, NES

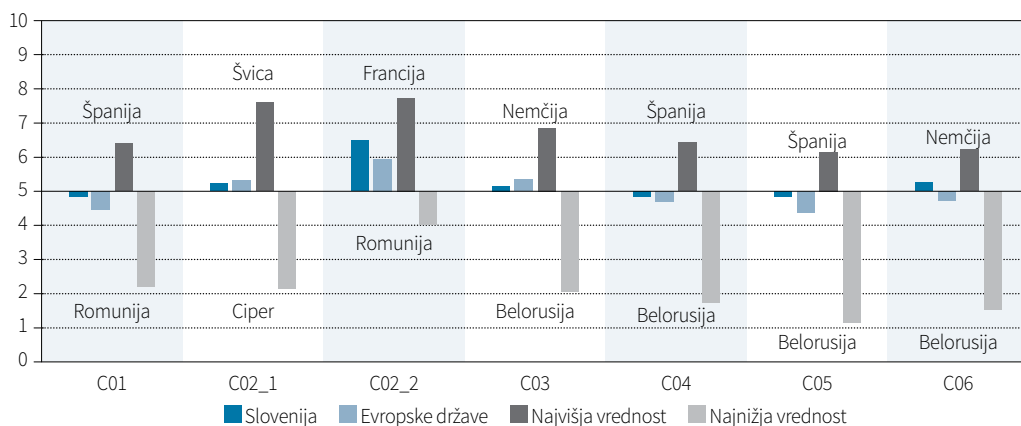
Z izjemo trditve, da lahko podjetniki nova podjetja registrirajo po razumnih stroških, se nadaljuje trend negativnega rangiranja elementov vladnih politik tako v Sloveniji kot tudi povprečnih ocen skupine evropskih držav (povprečne ocene pod 5). V letu 2021 so bili slovenski izvedenci najbolj kritični do trditve, da višina davkov NE predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja. Povprečna ocena te trditve je zgolj 2,52 (na lestvici od 0 do 10), kar je tudi najnižja ocena v skupini vseh sodelujočih evropskih držav. Hkrati pa pri tej trditvi Slovenija tudi najbolj zaostaja za povprečjem omenjene skupine. Za primerjavo, najvišjo oceno si je pri tej trditvi prislužil Ciper, in sicer 7,11 (na lestvici od 0 do 10). Za povprečjem evropskih držav izraziteje zaostajamo tudi pri oceni prioritete podpore za nova in rastoča podjetja v občinah in upravnih enotah ter spopadanju z državno birokracijo in regulativo in pridobivanjem potrebnih dovoljenj za poslovanje. Nad povprečjem Evrope pa smo se v tem okviru znašli pri dveh trditvah, in sicer oceni, da državne politike dosledno favorizirajo nova in rastoča podjetja, ter pri novo vključeni trditvi v 2021, ki ocenjuje možnost registracije podjetja po razumnih stroških.

Priporočila slovenskih nacionalnih izvedencev v okviru vladnih politik se nadaljujejo v smeri ugodnejše davčne politike, transparentnosti davčnega okolja ter debirokratizacije. Hkrati pa med priporočili za spodbujanje podjetništva vladi predlagajo sodelovalni pristop z gospodarstvom ter konsistentnost pri sprejemanju vladnih odločitev in aktivni pristop reševanja izzivov gospodarskih družb.

7.1.3 Vladni programi

Skupna povprečna ocena vladnih programov za podjetništvo je v letu 2021 nad povprečno oceno skupine evropskih držav kakor tudi nad povprečjem vseh držav GEM.

Slika 7.5: Ocene elementov vladnih programov v Sloveniji in evropskih državah*



Legenda

Trditve: V Sloveniji ...

- C01 lahko nova in rastoča podjetja pridobijo različne vrste vladne podpore pri eni agenciji, na enem mestu.
- C02_1 so na razpolago znanstveni parki, ki zagotavljajo učinkovito podporo novim in rastočim podjetjem.
- C02_2 so na razpolago poslovni inkubatorji, ki zagotavljajo učinkovito podporo novim in rastočim podjetjem.
- C03 imamo primerno število vladnih programov za nova in rastoča podjetja.
- C04 so ljudje, ki delajo za vladne institucije, strokovno usposobljeni in uspešni pri podpiranju novih in rastočih podjetij.
- C05 lahko skorajda vsak, ki potrebuje pomoč od vladnih programov za nova in rastoča podjetja, najde, kar potrebuje.
- C06 so vladni programi, ki podpirajo nova in rastoča podjetja, uspešni.

*Povprečna vrednost seštevka odgovorov po posameznih blokih (metoda glavnih komponent), 0 = zelo nezadovoljivo, 10 = zelo zadovoljivo.
Netehtano povprečje vrednosti (metoda glavnih komponent) držav v skupini.

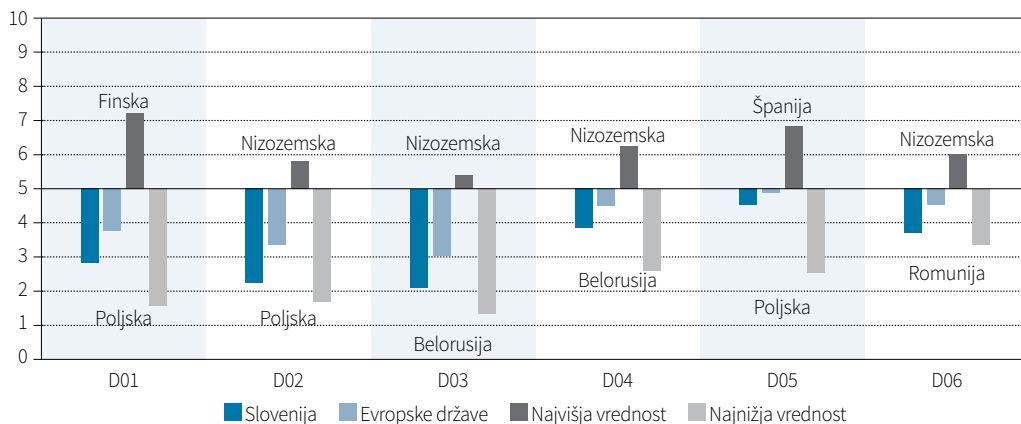
GEM Slovenija 2021, NES

Izvedenci se s povprečno oceno 6,47 (na lestvici od 0 do 10) najbolj strinjajo z v letu 2021 na novo dodano trditvijo, da so v Sloveniji na razpolago poslovni inkubatorji, ki zagotavljajo učinkovito podporo novim in rastočim podjetjem. Najvišjo oceno pri tej trditvi si je med evropskimi državami prislužila Francija (7,72). Izvedenci se tudi strinjajo, da so na razpolago znanstveni parki, ki prav tako zagotavljajo učinkovito podporo novim in rastočim podjetjem (5,22), da imamo primerno število vladnih programov za nova in rastoča podjetja (5,15) in da so le-ti uspešni (5,24). Pri ostalih trditvah se gibljemo skladno s povprečjem Evrope.

7.1.4 Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo

Tudi okvir izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo delimo na dva dela. Prve tri trditve se nanašajo na podjetniško izobraževanje v osnovnih in srednjih šolah, nadaljnje tri pa na podjetniško izobraževanje po končani srednji šoli.

Slika 7.6: Ocene elementov podjetniškega izobraževanja v Sloveniji in evropskih državah*



Legenda

Trditve: V Sloveniji ...

- D01 poučevanje v osnovnih in srednjih šolah spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo.
- D02 poučevanje v osnovnih in srednjih šolah zagotavlja primerno poznavanje načel tržnega gospodarstva.
- D03 poučevanje v osnovnih in srednjih šolah namenja ustrezno pozornost podjetništvu in ustanavljanju novih podjetij.
- D04 zagotavljajo višje in visoke šole ter univerze dobro in ustrezno usposabljanje za zagon in rast novih podjetij.
- D05 kakovost praktičnega poslovnega in managerskega izobraževanja zagotavljata ustrezno pripravo za ustanovitev in rast novega podjetja.
- D06 izobraževalni sistemi poklicnega, strokovnega in dopolnilnega izobraževanja zagotavljajo ustrezno usposabljanje za zagon in rast novih podjetij.

*Povprečna vrednost seštevka odgovorov po posameznih blokih (metoda glavnih komponent), 0 = zelo nezadovoljivo, 10 = zelo zadovoljivo.
Netehtano povprečje vrednosti (metoda glavnih komponent) držav v skupini.

GEM Slovenija 2020, NES

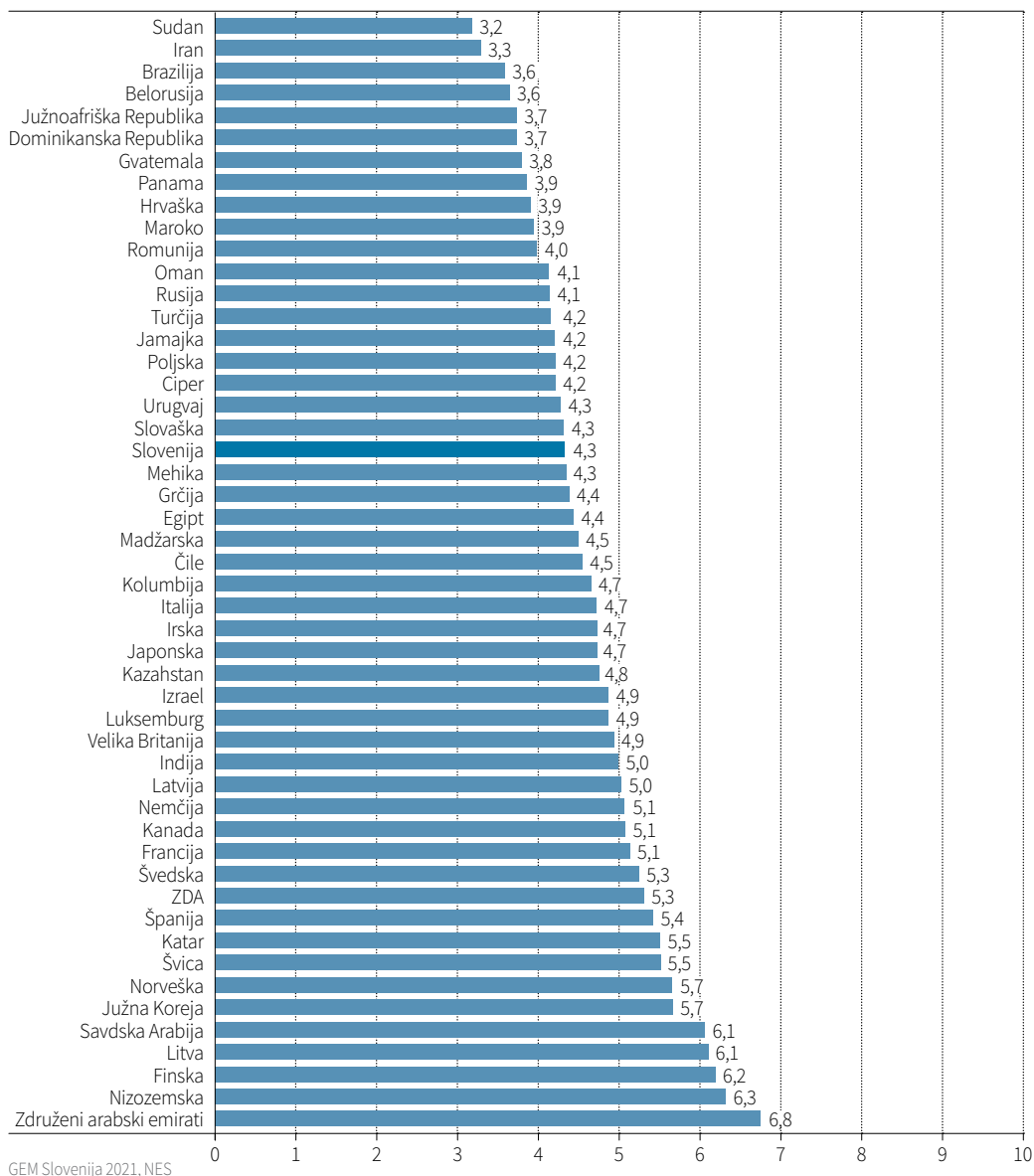
Slovenski izvedenci so že vrsto let kritični predvsem do izobraževanja na primarnem in sekundarnem nivoju. Vse tri trditve so prejele zelo nizke ocene. Najnižje so izvedenci ocenili trditve, da poučevanje v osnovnih in srednjih šolah namenja ustrezno pozornost podjetništvu in ustanavljanju novih podjetij (povprečna ocena 2,11 na lestvici od 0 do 10). Prav tako izvedenci menijo, da poučevanje v osnovnih in srednjih šolah ne zagotavlja primerne poznavanja načel tržnega gospodarstva ter premalo spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo. Med evropskimi državami glede podjetniškega izobraževanja v osnovnih in srednjih šolah kot vzgled delujejo skandinavske države, sicer pa je povprečje skupine evropskih držav pri vseh treh omenjenih trditvah zelo nizko. Je pa okvir izobraževanja za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah nižje kot v Sloveniji med evropskimi državam ocenjen zgolj na Poljskem in v Belorusiji.

Obseg, v katerem je usposabljanje pri ustanavljanju ali vodenju MSP vključeno v izobraževanje po srednji šoli (poklicno izobraževanje, fakultete, poslovne šole itd.), pa je tako v Sloveniji kot na ravni evropskih držav ocenjen bolje. Slovenski izvedenci se še najbolj strinjajo, da kakovost praktičnega poslovnega in managerskega izobraževanja zagotavljata ustrezno pripravo za ustanovitev in rast novega podjetja, pri čemer se tudi najbolj približamo evropskemu povprečju.

7.2 Indeks nacionalnega podjetniškega konteksta (NECI)

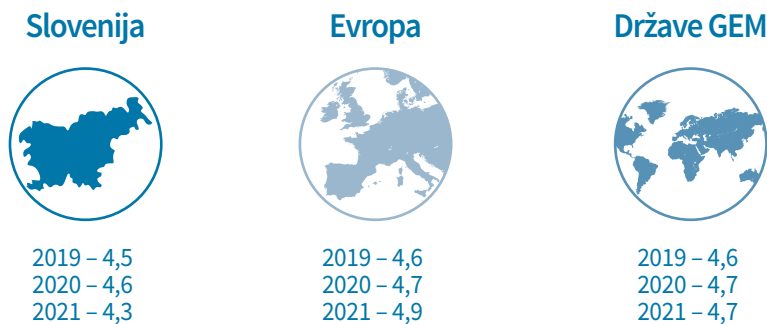
Podjetniški kontekst povzema indeks NECI (angl. *National Entrepreneurship Context Index*), ki ga v sklopu raziskave GEM spremljamo od leta 2018. Kompozitni indeks v eni številki povzema strokovno oceno okvirnih podjetniških pogojev za vsako nacionalno gospodarstvo. Na osnovi odgovorov vseh nacionalnih izvedencev se je z metodo glavnih komponent definiralo 13 uteženih konstruktov oziroma spremenljivk za 13 okvirjev. Enostavna aritmetična sredina tako dobljenih vrednosti novih spremenljivk za posamezno državo predstavlja vrednost NECI, kar omogoča rangiranje držav (prirejeno po Bosma et al., 2020). Rezultati za leto 2021 so prikazani na *sliki 7.7*.

Slika 7.7: Indeks NECI 2021 po državah



Skupna stališča anketiranih nacionalnih izvedencev kažejo na to, da je v Združenih arabskih emiratih, ki ima najvišjo vrednost indeksa NECI (6,8), najbolj stimulatívno okolje za zagon novega podjetja. Temu sledijo Nizozemska, Finska, Litva in Savdska Arabija. Še zmeraj velja, da v povprečju višja vrednost indeksa NECI prevladuje v visoko dohodkovnih gospodarstvih. Slovenija se z vrednostjo indeksa NECI 4,3 skupaj z Urugvajem, Slovaško in Mehiko nahaja tik pod polovico lestvice vseh sodelujočih držav GEM. Ob domnevi, da je pandemija negativno vplivala na podjetniški ekosistem, bi naj bili rezultati indeksa NECI v letu 2021 nižji, kot so bili leta 2019. Slovenija je z vrednosti 4,5 leta 2019 prišla na vrednost 4,6 v letu 2020 in v letu 2021 padla na vrednost 4,3. V zadnjih treh letih je v GEM NES delu raziskave dosledno sodelovalo 33 držav. Med 33 državami jih je šest takih, ki jim je indeks NECI vsako leto narasel. Največja povečanja beležijo v Savdski Arabiji, v Združenih arabskih emiratih in v Republiki Koreji. Zgolj dvema državam pa se je vrednost NECI v obeh zadnjih dveh letih znižal (Hill et al., 2022).

Slika 7.8: Vrednosti indeksa NECI po skupinah držav v obdobju od 2019–2021



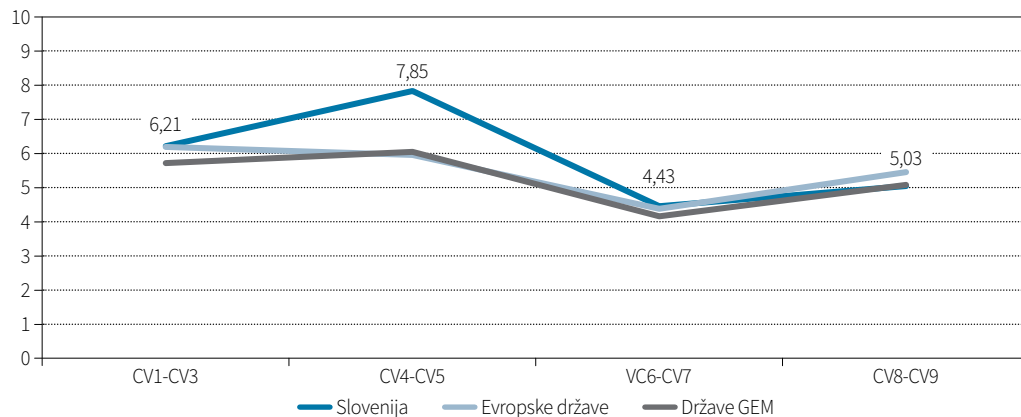
GEM Slovenija 2021, NES

Slovenija je leta 2021 po vrednosti indeksa NECI povečala zaostanek za evropskim kakor tudi svetovnim povprečjem (povprečna vrednost NECI za Evropo je 4,9, za vse države, sodelujoče v raziskavi GEM, pa 4,7). Primerjava vrednosti NECI kaže, da sta pandemija covid-19 kakor tudi trenutno gospodarsko in politično stanje v Sloveniji nekoliko izraziteje zavrla izboljšave podjetniškega ekosistema v Sloveniji, kot to velja za druge države.

7.3 Vpliv pandemije covid-19 na podjetniški kontekst

Vprašalniku, namenjenemu nacionalnim izvedencem, smo v letu 2021 dodali nabor vprašanj, ki se nanašajo na vpliv pandemije na podjetniški kontekst. Trditve in njihove povprečne ocene prikazujemo na *sliki 7.9* in v *tabeli 7.1*.

*Slika 7.9: Ocene vpliva pandemije covid-19 na podjetniški kontekst po skupinah držav**



*Povprečna vrednost seštevka odgovorov po posameznih blokih (metoda glavnih komponent), 0 = zelo nezadovoljivo, 10 = zelo zadovoljivo. Netehtano povprečje vrednosti (metoda glavnih komponent) držav v skupini.

GEM Slovenija 2021, APS

Kot je razvidno s *slike 7.9*, se slovenski izvedenci v največji meri strinjajo s trditvama, ki se nanašata na digitalno, gig ekonomijo in prilagajanje poslovnih modelov zaradi pandemije. Sklop, ki ga sestavljata trditvi CV4 in CV5, je prejel skupno povprečno oceno 7,85 na lestvici od 0 do 10, medtem ko povprečje evropskih držav znaša 5,97. Najbolj se izvedenci strinjajo, da v Sloveniji zaradi pandemije znatno število novih in rastočih podjetij prilagaja poslovne modele, ki temeljijo na digitalni, gig ekonomiji, pa tudi, da je zaradi pandemije digitalna, gig ekonomija postala pomembno gonilo za zagon novih podjetij. Obe trditvi sta bili v Sloveniji ocenjeni nad evropskim povprečjem (*tabela 7.1*). Poročilo o produktivnosti 2021 (UMAR, 2022, str. 17) navaja, da je covid-19 sicer pospešil informatizacijo in digitalizacijo na začetnih stopnjah, hitrost uvajanja zahtevnejših digitalnih projektov, vključno z digitalno preobrazbo, pa naj bi se upočasnila. Pri tem prehod v četrto industrijsko revolucijo spreminja naravo inoviranja, kjer se povečuje pomen novih poslovnih modelov in se poudarek vrši na prebojnih in disruptivnih inovacijah, kjer pa se Slovenija sooča s precejšnjimi izzivi. Podatki UMAR-ja namreč kažejo na prepočasno prilagajanje organizacije in poslovanja podjetij v smeri bolj agilnih in odprtih pristopov, zaostajanje pri prilagajanju produktov in storitev kupcu ter nizek delež malih in srednje velikih podjetij, ki inovirajo svoje modele oz. ki poznajo digitalne poslovne modele. K temu dodajamo, da digitalizacija ostaja ključni steber okrevanja EU po pandemiji in je bistvenega pomena za spodbujanje novih oblik rasti in krepitev odpornosti EU (Evropska komisija, 2021).

Tabela 7.1: Ocena vpliva pandemije covid-19 na podjetniški kontekst v Sloveniji in državah GEM, GEM Slovenija 2021, NES

Oznaka trditve	Trditev	Slovenija		Države GEM (N = 50)			
		povprečna ocena*		najnižja povprečna ocena	povprečna ocena*		najvišja povprečna ocena
V Sloveniji ...							
CV1	si lahko za doseg konkurenčnosti znatno število novih in rastočih podjetij privoščiti stroške digitalizacije, ki jih zahteva pandemija.	5,27	3,50	Sudan	5,29	7,66	Finska
CV2	zaradi pandemije covid-19 številna nova in rastoča podjetja spodbujajo delo od doma.	7,91	4,66	Maroko	7,14	8,47	ZDA
CV3	je zaradi pandemije zadosten obseg vladnih podpor v obliki posebnih subvencij, davčnih ugodnosti ali usposabljanj, ki vsem vrstam podjetij, ne glede na sektor, pomaga pri izvajanju in/ali uvajanju digitalizacije poslovanja.	5,58	0,40	Sudan	4,69	7,74	Nizozemska
CV4	zaradi pandemije je digitalna, gig ekonomija postala pomembno gonilo za zagon novih podjetij.	7,74	4,10	Belorusija	6,07	8,26	Latvija
CV5	zaradi pandemije znatno število novih in rastočih podjetij prilagaja poslovne modele, ki temeljijo na digitalni, gig ekonomiji.	7,97	4,18	Maroko	6,05	8,00	Mehika
CV6	zaradi pandemije znatno število novih in rastočih podjetij bolj kot donosnosti ali rasti daje prednost varovanju okolja.	4,67	2,13	Rusija	3,96	6,72	Združeni arabski emirati
CV7	je zaradi pandemije vlada pospešila 'zeleno agendo' oziroma posebno okoljsko politiko in sprejela učinkovite ukrepe za spodbujanje trajnosti in okoljske zavesti med vsemi podjetji.	4,23	1,59	Iran	4,33	7,90	Združeni arabski emirati
CV8	so ukrepi, ki jih je vlada sprejela v prvih 12-ih mesecih pandemije, pomagali preprečiti znatno zmanjšanje števila novih in rastočih podjetij ter s tem povezanih delovnih mest.	5,88	1,23	Iran	5,05	8,00	Savdska Arabija
CV9	sprejema vlada učinkovite odločitve za nadzor zdravstvene krize, hkrati pa čim manj škoduje gospodarstvu.	4,22	1,32	Iran	5,17	8,80	Združeni arabski emirati

*Povprečna vrednost seštevka odgovorov po posameznih blokih (metoda glavnih komponent), 0 = zelo nezadovoljivo, 10 = zelo zadovoljivo.

Nacionalni izvedenci v Sloveniji zadovoljivo ocenjujejo tudi napredek in podpori digitalizaciji ter delu na daljavo zaradi pandemije (trditve CV1-CV3). Sklop je prejel skupno povprečno oceno 6,21, kar je okrog evropskega povprečja (*slika 7.9*). Slovenski izvedenci so se z visoko povprečno oceno 7,91 najbolj strinjali, da zaradi pandemije covid-19 številna nova in rastoča podjetja spodbujajo delo od doma. Najvišjo povprečno oceno pri tej trditvi sicer beležijo Združene države Amerike (8,47). Rezultatu pritrjuje tudi raziskava o učinkovitosti kriznih ukrepov PKP (Franca et al., 2020, str. 27), ki je bila izvedena v obdobju priprave petega protikoronskega svežnja ukrepov. Rezultati so pokazali, da je takrat okoli 65 % podjetij uvedlo delo na domu, med njimi bolj izstopajo večja podjetja ter podjetja iz poslovnih storitev ter oskrbe z vodo in elektriko. Za podporo delu na domu so anketiranci v omenjeni raziskavi uvedli dodatne aktivnosti, med njimi izstopa zlasti tehnična podpora zaposlenim za delo od doma, tudi usposabljanje na daljavo ter investicije v opremo za delo na domu.

S povprečno oceno 5,03 so nacionalni izvedenci GEM ocenili učinkovitost vladnih ukrepov namenjenih zmanjševanju škodljivih posledic za gospodarstvo (trditvi CV8 in CV9, *slika 7.9*). Nad povprečno oceno vseh sodelujočih držav GEM so slovenski izvedenci ocenili, da so ukrepi, ki jih je vlada sprejela v prvih 12-ih mesecih pandemije, pomagali preprečiti znatno zmanjšanje števila novih in rastočih podjetij ter s tem povezanih delovnih mest (5,88). V največji meri so se s to trditvijo strinjali izvedenci v Savdski Arabiji (8,00), najmanj pa izvedenci v Iranu (1,23). Nekoliko pod povprečjem držav GEM pa smo se uvrstili pri trditvi, ki se nanaša na učinkovitost vladnih odločitev za nadzor zdravstvene krize ob hkratni čim manjši škodi gospodarstvu. Povprečna ocena za Slovenijo pri tej trditvi znaša 4,22, povprečna ocena vseh sodelujočih držav GEM pa 5,17 (*tabela 7.1*).

Še najmanj zadovoljivo (s povprečno oceno 4,43) so izvedenci ocenili sklop, ki se nanaša na prednost varovanju okolja in okoljske politike v času pandemije (trditvi C6 in C7, *slika 7.9*). Obe trditvi tega sklopa sta bili rangirani negativno, čeprav smo se z oceno 4,67 pri trditvi, da zaradi pandemije covid-19 znatno število novih in rastočih podjetij bolj kot donosnosti ali rasti daje prednost varovanju okolja, uvrstili nad povprečje držav GEM (3,96). Medtem ko je trditev, da je zaradi pandemije vlada pospešila 'zeleno agendo' oziroma posebno okoljsko politiko in sprejela učinkovite ukrepe za spodbujanje trajnosti in okoljske zavesti med vsemi podjetji, prejela najnižjo povprečno oceno med vsemi trditvami v povezavi s covid-19, in sicer 4,23. Povprečna ocena držav GEM pri tej trditvi znaša 4,33, najvišjo pa beležijo ponovno Združeni arabski emirati. Dejstvo je, da ima trenutna kriza zaradi covid-19 prednost pred perečimi podnebnimi in okoljskimi težavami. Vendar pa kot opozarja Struna Bregarjeva (2020), mora biti načrt za oživitve gospodarstva, ki ga potrebujemo za spopad z ekonomskimi učinki pandemije covid-19, oblikovan tako, da bo hkrati reševal tudi izzive podnebne in okoljske krize ter socialnih neenakosti. Pandemijo covid-19 lahko razumemo tudi kot priložnost za napredek pri agendi za okolje.

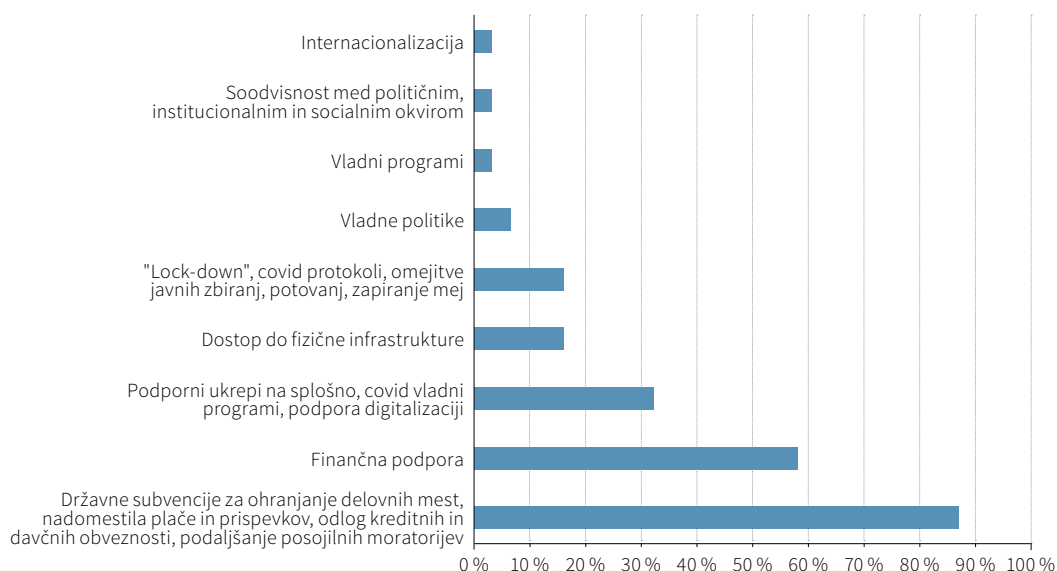
Če so vlade v prvi fazi krize covid-19 izjemno pomagale prebroditi podjetjem najhujše posledice zaprtja, pa bi državna podpora morala biti, kot navajajo Franca in ostali (2020), bistveno bolj selektivna, da bi omejila nepotrebne fiskalne stroške in se tudi izognila oviram ter potrebnim gospodarskim prilagoditvam. Vlade držav članic EU bi naj imele jasno izhodno strategijo, ki bo finančno podprta s sredstvi skladov EU. Podpora bi morala biti usmerjena na druga sposobna podjetja, katerih poslovanje je oslabiljeno zaradi zdravstvenih tveganj ali omejitev socialnih stikov, imajo pa konkurenčen poslovni model, ali podjetja, katerih poslovanje je ključnega pomena za delovanje gospodarstva (prav tam, 2020).

7.4 Vpliv vladnih ukrepov na podjetniško aktivnost

V letu 2021 so izvedenci iz vsake sodelujoče države v okviru anketiranja GEM NES navedli tudi vladne ukrepe, ki so od začetka epidemije negativno vplivali na podjetništvo v nacionalnem gospodarstvu, ter tri vladne ukrepe, ki so od začetka epidemije po njihovem mnenju najbolj pozitivno vplivali na podjetništvo.

Na slikah 7.10 in 7.11 prikazujemo odstotek navedb po posameznih sklopih, na osnovi multiplih spremenljivk. Na ta način je mogoče določiti, katere vladne ukrepe so izvedenci najpogosteje oziroma najredkeje navajali kot spodbudne oziroma kot zaviralne za podjetništvo od začetka epidemije.

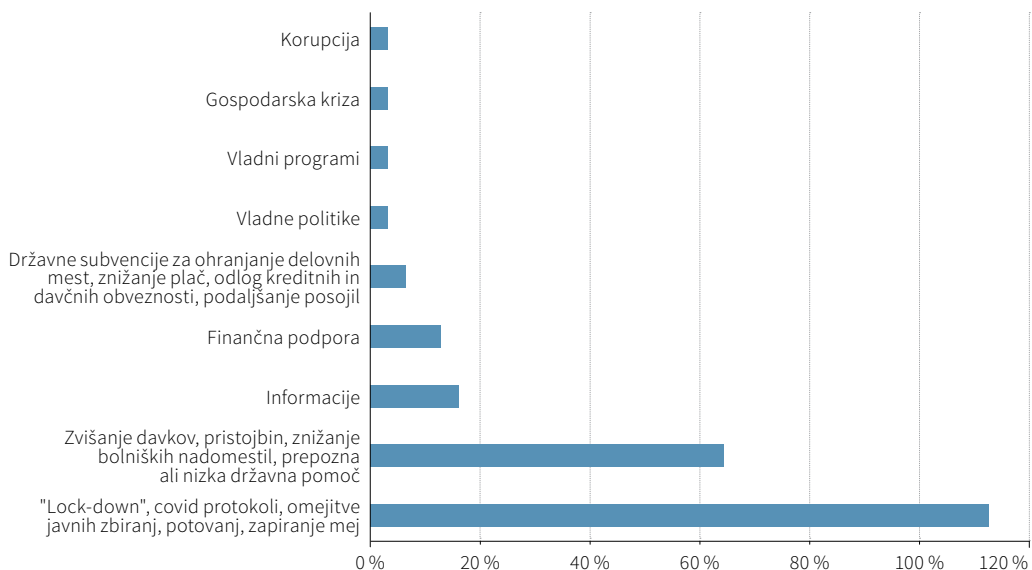
Slika 7.10: Področja vladnih ukrepov, ki so od začetka epidemije pozitivno vplivali na podjetništvo v Sloveniji



GEM Slovenija 2021, NES

Med vladnimi ukrepi so v največji meri izvedenci kot spodbudne za podjetništvo prepoznali državne subvencije za ohranjanje delovnih mest, nadomestila plače in prispevkov, odlog kreditnih in davčnih obveznosti, podaljšanje posojilnih moratorijev (skoraj 90 % navedb). Temu sledi finančna podpora s 58 % navedb ter podporni ukrepi na splošno, kovidni vladni programi in podpora digitalizaciji s 32 % navedb. Tudi raziskava o učinkovitosti kriznih ukrepov PKP (Franca et al., 2020, str. 38) navaja, da so v vseh PKP (PKP1–PKP5) anketiranci večinoma koristili ukrepe, ki so vezani na izplačila nadomestila plače ter plačila socialnih prispevkov, vključno s povračilom za čakanje na delo ter povračilom 100-odstotnega nadomestila v primeru odrejene karantene zaradi stika z okuženo osebo na delovnem mestu (PKP5). Ob tem avtorji v raziskavi ugotavljajo, da veliko podjetij ni izkoristilo nobenega podpornega ukrepa, ker so menili, da niso upravičeni do pomoči. Izpostavili pa so tudi tveganje vračila pomoči v primeru, če upad prihodkov ne bi bil zadosti velik. Večinsko mnenje, izpostavljeno v omenjeni raziskavi, je, da bi morali biti ukrepi enostavnejši, hitrejši in s čim manj izjemami.

Slika 7.11: Področja vladnih ukrepov, ki so od začetka epidemije negativno vplivali na podjetništvo v Sloveniji



GEM Slovenija 2021, NES

Med vladnimi ukrepi, ki so negativno vplivali na podjetništvo v Sloveniji, pa so izvedenci s kar 113 % (vsak izvedenec je imel možnost treh navedb, zato odstotek lahko tudi preseže 100 %) izpostavili popolno zaprtje države (lock-down), stroge kovidne protokole, omejitve zbiranj, potovanj in zapiranje državnih ter regijskih mej. Kot zaviralno se z visokimi 65 % pojavi tudi sklop, ki vključuje zvišanje stopnje davkov, pristojbin, znižanje bolniških nadomestil ter prepozna ali prenizka državna pomoč. Navedbe v povezavi z informacijami/informiranjem pa se z 16-imi odstotki navedb pojavijo na tretjem mestu med za podjetništvo zaviralnimi vladnimi ukrepi.

Spremembe, ki jih je povzročila pandemija covid-19, predstavljajo številne izzive za podjetnike, na drugi strani pa tudi nove poslovne priložnosti. Podjetniki, znani po svojih spretnostih in iznajdljivosti, so sposobni hitro razviti nove načine za reševanje nastalih izzivov, poslovati in dosegati konkurenčne prednosti v spremenjenih pogojih, sprejemati nove strateške usmeritve in inovativne poteze v globalnem konkurenčnem okolju. Ker pa je podjetništvo pomembno odvisno tudi od zunanjih dejavnikov, se vse bolj uveljavljajo nova priporočila politiki, ki se nanašajo na inovativne načine v spreminjajočih se delovnih, življenjskih in poslovnih pogojih (npr. Weick in Sutcliffe, 2011). Podjetniška politika in njen prispevek k procesom, povezanim s covid-19, se vse pogosteje vključuje v trenutne vladne programe po vsem svetu (Ratten, 2021). Skladno z ugotovitvami raziskave GEM bi se namreč vlade morale osredotočiti na okvirne podjetniške pogoje – ustvarjanje stabilnega, podpornega okolja, ugodnega za podjetništvo. Takšnega, v katerem ljudje ne izgubijo podjetniškega zanosa, kjer se zmanjša njihov strah pred neuspehom in v katerem si lahko prizadevajo za vzpostavitev in razvoj dinamičnega in dobičkonosnega posla. Zaradi krize covid-19 je postalo očitno, da je potrebno tudi na področju podpornih ukrepov za podjetništvo razviti nove strategije, predvsem s poudarkom na pravočasnosti in praktičnosti politik.



Literatura in viri

1. Acs, Z. J., Varga, A. (2005). Entrepreneurship, Agglomeration and Technological Change. *Small Business Economics*, 24(3), 323–334.
2. Audretsch, D. B., Belitski, M. (2021) Towards an Entrepreneurial Ecosystem Typology for Regional Economic Development: The Role of Creative Class and Entrepreneurship. *Regional Studies*, 55(4), 735–756.
3. Aulet, B., Murray, F. (2013). *A Tale of Two Entrepreneurs: Understanding Differences in the Types of Entrepreneurship in the Economy*. Kansas City: Ewing Marion Kauffman Foundation. http://real.mit.edu/documents/AuletMurray_KauffmanPaper_a-tale-of-two-entrepreneurs.pdf
4. Autio, E., Acs, Z. J. (2010). Intellectual Property Protection and the Formation of Entrepreneurial Growth Aspirations. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4(4), 234–251.
5. Backman, M., Karlsson, C. (2018). Entrepreneurship and Age Across Time and Space. *Journal of Economic and Human Geography*, 109, 371–385.
6. Bacq, S., Lumpkin, G. T. (2021). Social Entrepreneurship and COVID-19. *Journal of Management Studies*, 58, 285–288.
7. Bartik, A. W., Bertrand, M., Cullen, Z. B., Glaeser, E. L., Luca, M., Stanton, C. T. (2020). *How are Small Businesses Adjusting to Covid-19? Early Evidence from a Survey*. National Bureau of Economic Research.
8. Baum, J. R., Locke, E. A., 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), 43–54.
9. Baum, J. R., Locke, E. A., Smith, K. J. (2001). A Multidimensional Model of Venture Growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292–303.
10. Block, J. H., Kohn, K., Miller, D., Ullrich, K. (2015). Necessity Entrepreneurship and Competitive Strategy. *Small Business Economics*, 44(1), 37–54.
11. Block, J. H., Wagner, M. (2010). Necessity and Opportunity Entrepreneurs in Germany: Characteristics and Earnings Differentials. *Schmalenbach Business Review*, 62(2), 154–174.
12. Block, J., Koellinger, P. (2009). I Can't Get No Satisfaction- Necessity Entrepreneurship and Procedural Utility. *Kyklos*, 62(2), 191–209.
13. Bosma, N., Kelley, D. (2019). Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report. *Global Entrepreneurship Research Association (GERA)*.

14. Bosma, N., Hill, S., Somers, A. I., Kelley, D., Levie, J., Tarnawa, A. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School.
15. Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Guerrero, M., Schott, T. (2021). *Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021 Global Report*. *Global Entrepreneurship Research Association (GERA)*.
16. Bosma, N., Sanders, M., Stam, E. (2018). Institutions, Entrepreneurship and Economic Growth in Europe. *Small Business Economics*, 51(2), 483–99. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0012-x>
17. Bosma, N., Wennekers, S., Amoros, J. E. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor, 2011 Extended Report*. Babson College; Universidad de Desarrollo, Universiti Tun Abdul Razak.
18. Bowen, H., De Clercq, D. (2008). Institutional Context and the Allocation of Entrepreneurial Effort. *Journal of International Business Studies*, 39(4), 747–767.
19. Bruns, K., Bosma, N., Sanders, M., Schramm, M. (2017). Searching for the Existence of Entrepreneurial Ecosystems: A Regional Cross Section Growth Regression Approach. *Small Business Economics*, 49(1), 31–54.
20. Busenitz, L. W., West III, G. P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G. N., Zacharakis, A. (2003). Entrepreneurship Research in Emergence: Past Trends and Future Directions. *Journal of management*, 29(3), 285–308.
21. Cacciotti, G., Hayton, J. C., Mitchell, J. R., Allen, D. G. (2020). Entrepreneurial Fear of Failure: Scale Development and Validation. *Journal of Business Venturing*, 35(5).
22. Cahill, K. E., Giandrea, M. D., Quinn, J. F. (2006). Retirement Patterns from Career Employment. *The Gerontologist*, 46, 514–523.
23. Carlsson-Wall, M., Douglas, E., Wennberg, K. (2012). *Death by Success? Financial Distress in High Growth Firms*. Working Paper, Stockholm School of Economics.
24. Carree, M. A., Thurik, A. R. (2010). The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth. V Acs, Z. J. in Audretsch, D. B. (ur.). *Handbook of Entrepreneurship Research*, 557–94. New York: Springer.
25. Carree, M., Thurik, R. (2006). *Entrepreneurship and Economic Growth*. Edward Elgar.
26. Carter, N. M., Gartner, W. B., Reynolds, P. D. (1996). Exploring Start-up Event Sequences. *Journal of Business Venturing*, 11(3), 151–166.
27. Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G., Gatewood, E. J. (2003). The Career Reasons of Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business venturing*, 18(1), 13–39.
28. Cefis, E., Marsili, O. (2019). Good Times, Bad Times: Innovation and Survival Over the Business Cycle. *Industrial and Corporate Change*, 28(3), 565–587.
29. Chirico, F., Gómez-Mejía, L. R., Hellerstedt, K., Withers, M., Nordqvist, M. (2020). To Merge, Sell, or Liquidate? Socioemotional Wealth, Family Control and the Choice of Business Exit. *Journal of Management*, 46(8), 1342–1379.
30. Covin, J. G., Miles, M. P. (2007). Strategic Use of Corporate Venturing. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(2), 183–207.
31. Daugherty, P., et al. (2020). *Governing Innovation: The Recipe for Portfolio Growth*. Accenture.
32. Deli, F. (2011). Opportunity and Necessity Entrepreneurship: Local Unemployment and the Small Firm Effect. *Journal of Management Policy and Practice*, 12(4), 38–57.
33. Delmar, F., Wiklund, J. (2008). The Effect of Small Business Managers' Growth Motivation on Firm Growth: A Longitudinal Study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(3), 437–457.
34. DeTienne, D. R., Wennberg, K. (2015). *Research Handbook of Entrepreneurial Exit*. Edward Elgar Publishing.

35. Donthu, N., Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on Business and Research. *Journal of Business Research*, 117, 284–289.
36. Dutta, S., Lanvin, B., León, L.R., Wunsch-Vincent, S. (2021). *Global Innovation Index 2021: Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis*. 14th edition. World Intellectual Property Organization. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021.pdf
37. Ebert, T., Brenner, T., Brixy, U. (2018). New Firm Survival: The Interdependence Between Regional Externalities and Innovativeness. *Small Business Economics*.
38. Elam, B., et al. (2021). *Women's Entrepreneurship 2020/21; Thriving Through Crisis*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School.
39. Engel, Y., Kaandorp, M., Elfring, T. (2017). Toward a Dynamic Process Model of Entrepreneurial Networking Under Uncertainty. *Journal of Business Venturing*, 32, 35–51.
40. Estrin, S., Korosteleva, J., 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.
41. Evropska komisija. (2021). *Evropsko digitalno desetletje: Komisija začrtala pot k digitalno opolnomočeni Evropi do leta 2030*. Bruselj, marec 2021. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/sl/IP_21_983
42. Fayolle, A., Gailly, B., Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Programmes: A New Methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30, 701–720.
43. Feldman, M., Siegel, D. S., Wright, M. (2019). New Developments in Innovation and Entrepreneurial Ecosystems. *Industrial and Corporate Change*. 1–10.
44. Franca, V., Domadenik, P., Redek, T. (2020). *Raziskava o učinkovitosti protikoronskih ukrepov - PKP*. Pogajalska šola. Združenje delodajalcev Slovenije.
45. Fuentelsaz, L., González, C., Maicas, J. P. (2020). High-Growth Aspiration Entrepreneurship and Exit: The Contingent Role of Market-Supporting Institutions. *Small Business Economics*. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00320-4>.
46. Giacomini, O., Janssen, F., Pruett, M., Shinnar, R. S., Llopis, F., Toney, B. (2011). Entrepreneurial Intentions, Motivations and Barriers: Differences Among American, Asian and European Students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 219–238.
47. Gielnik, M. M., Barabas, S., Frese, M., Namatovu-Dawa, R., Scholz, F. A., Metzger, J. R., Walter, T. (2014). A temporal Analysis of How Entrepreneurial Goal Intentions, Positive Fantasies and Planning Affect Starting a New Venture and When the Effects Wear Off. *Journal of Business Venturing*, 29(6), 755–772.
48. Gielnik, M. M., Frese, M., Kahara-Kawuki, A., Katono, I. W., Kyejjusa, S., Ngoma, M., et al. (2015). Action and Action-Regulation in Entrepreneurship: Evaluating a Student Training for Promoting Entrepreneurship. *Academy of Management Learning & Education*, 14(1), 69–94.
49. Global Entrepreneurship Monitor. (2022). *2021/2022 Global report: Opportunity amid Disruption*. Global Entrepreneurship Research Association – GERA.
50. Gollwitzer, P. M., Oettingen, G. (2015). The Psychology of Motivation and Actions. In J. D. Wright (Ed.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 15(2), 887–893.
51. Guerrero, M., Liñán, F., Cáceres-Carrasco, F. R. (2020). The Influence of Ecosystems on the Entrepreneurship Process: A Comparison Across Developed and Developing Economies. *Small Business Economics*, 57, 1–27.
52. Guerrieri, V., Lorenzoni, G., Straub, L., Werning, I. (2020). *Macroeconomic Implications of COVID-19: Can Negative Supply Shocks Cause Demand Shortages?* National Bureau of Economic Research.

53. Gutiérrez, J. P. C., Álvarez J. M. S. (2019). Product Newness, Low Competition, Recent Technology, and Export Orientation as Predictors for Entrepreneurial Growth Aspirations. *Sustainability*, 11, 5818.
54. Hechavarría, D. M., Ingram, A. E. (2019). Entrepreneurial Ecosystem Conditions and Gendered National-Level Entrepreneurial Activity: A 14-Year Panel Study of GEM. *Small Business Economics*, 53, 431–458.
55. Hill, S., et al. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report; Opportunity Amid Disruption*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School.
56. Hornsby, J. S., Kuratko, D. F., Zahra, S. A. (2002). Middle Managers' Perception of the Internal Environment for Corporate Entrepreneurship: Assessing a Measurement Scale. *Journal of business Venturing*, 17(3), 253–273.
57. Ionescu-Somers, A., Tarnawa, A. (2020). *Diagnosing COVID-19 Impacts on Entrepreneurship: Exploring Policy Remedies for Recovery*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School.
58. Jack, S. L., Anderson, A. R. (2002). The Effects of Embeddedness on the Entrepreneurial Process. *Journal of business Venturing*, 17(5), 467–487.
59. Jones, M. V., Coviello, N. E. (2005). Internationalisation: Conceptualising an Entrepreneurial Process of Behaviour in Time. *Journal of international business studies*, 36(3), 284–303.
60. Karoly, L. A., Zissimopoulos, J. (2004). Self-Employment Among Older U.S. Workers. *Monthly Labor Review*, 127, 24–47.
61. Kautonen, T., Palmroos, J. (2010). The Impact of a Necessity-Based Start-Up on Subsequent Entrepreneurial Satisfaction. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 285–300.
62. Kautonen, T., Van Gelderen, M. W., Fink, M. (2015). Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655–674.
63. Keller, L., Bieleke, M., Gollwitzer, P. M. (2019). Mindset Theory of Action Phases and If-Then Planning. In *Social psychology in action*, 23–37. Springer, Cham.
64. Kerr, M., Armstrong-Stassen, G. (2011). The Bridge to Retirement: Older Workers' Engagement in Post-Career Entrepreneurship and Wage-and-Salary Employment. *Journal of Entrepreneurship*, 20, 55–76.
65. Kessler, A., Korunka, C., Frank, H., Lueger, M. (2012). Predicting Founding Success and New Venture Survival: A Longitudinal Nascent Entrepreneurship Approach. *Journal of Enterprising Culture*, 20(1), 25–55. <https://doi.org/10.1142/S0218495812500021>
66. Kolvereid, L. in Bullvag, E. (1996). Growth Intentions and Actual Growth: The Impact of Entrepreneurial Choice. *Journal of Enterprising Culture*, 4(1), 1–17.
67. Kuratko, D. F. in Audretsch, D. B. (2021). The Future of Entrepreneurship: The Few or the Many? *Small Business Economics*, 1–10. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11187-021-00534-0.pdf>
68. Kuratko, D. F., Audretsch, D. B. (2009). Strategic Entrepreneurship: Exploring Different Perspectives of an Emerging Concept. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(1), 1–17.
69. Kuratko, D. F., Audretsch, D. B. (2013). Clarifying the Domains of Corporate Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(3), 323–335.
70. Kuratko, D. F., Fisher, G., Audretsch, D. B. (2020). Unraveling the Entrepreneurial Mindset. *Small Business Economics*, 57, 1681–1691.
71. Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., Hayton, J. (2015). Corporate Entrepreneurship: The Innovative Challenge for a New Global Economic Reality. *Small Business Economics*, 45(2), 245–253.

72. Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., McKelvie, A. (2021). Entrepreneurial Mindset in Corporate Entrepreneurship: Forms, Impediments and Actions for Research. *Journal of Small Business Management*, 1–23.
73. Lafuente, E., Acs, Z. J., Sanders, M., Szerb, L. (2019). The Global Technology Frontier: Productivity Growth and the Relevance of Kirznerian and Schumpeterian Entrepreneurship. *Small Business Economics*. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00140-1>.
74. Lavrič, M., et al. (2021). *Mladina 2020: Položaj mladih v Sloveniji*, 1. elektronska izd. - Maribor: Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba; Ljubljana: Založba Univerze v Ljubljani.
75. Levie, J. D., Autio, E. (2008). A Theoretical Grounding and Test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31 (3), 235–263.
76. Lichtenstein, B. B., Carter, N. M., Dooley, K. J., Gartner, W. B. (2007). Complexity Dynamics of Nascent Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 22(2), 236–261.
77. Mickiewicz, T., Kaasa, A. (2020). Creativity and Security as a Cultural Recipe for Entrepreneurship, *Journal of Institutional Economics*, 1–19.
78. Mickiewicz, T., Kaasa, A. (2022). Creativity and Security as a Cultural Recipe for Entrepreneurship. *Journal of Institutional Economics*, 18(1): 119–137, <https://doi.org/10.1017/S1744137420000533>
79. Mladiplus.si. (2021). *Ženske na trgu dela – Ob 8. marcu, mednarodnem dnevu delovnih žensk*, <https://www.mladiplus.si/2021/03/08/zenske-na-trgu-dela-ob-8-marcu-mednarodnem-dnevu-delovnih-zensk/>
80. Morales-Alonso, G., Núñez Guerrero, Y., Aguilera, J. F., Rodríguez-Monroy, C. (2020). Entrepreneurial Aspirations: Economic Development, Inequalities and Cultural Values. *European Journal of Innovation Management*. <https://doi.org/10.1108/EJIM-07-2019-0206>.
81. Morris, M. H., Kuratko, D. F., Covin, J. G. (2011). *Corporate Entrepreneurship & Innovation* (3rd ed.). Mason, OH: South-Western/Thomson Publishers.
82. Nagji, B., Tuff, G. (2012). Managing Your Innovation Portfolio: People throughout Your Organization Are Energetically Pursuing the New but Does All That Activity Add up to a Strategy? *Harvard Business Review*, 66–73.
83. Nicotra, M., Romano, M., Del Giudice, M., et al. (2018). The Causal Relation between Entrepreneurial Ecosystem and Productive Entrepreneurship: A Measurement Framework. *The Journal of Technology Transfer*, 43, 640–673.
84. Obschonka, M., Silbereisen, R. K., Cantner, U., Goethner, M. (2015). Entrepreneurial Self-Identity: Predictors and Effects Within the Theory of Planned Behavior Framework. *Journal of Business and Psychology*, 30(4), 773–794.
85. OECD (2021). *One year of SME and entrepreneurship policy responses to COVID-19: Lessons Learned to "Build Back Better"*. OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19). <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/one-year-of-sme-and-entrepreneurship-policy-responses-to-covid-19-lessons-learned-to-build-back-better-9a230220/>
86. OECD. (2017). *Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalised Economy*. <https://www.oecd.org/mcm/documents/C-MIN-2017-8-EN.pdf>
87. OECD/European Commission (2021). *The Missing Entrepreneurs 2021: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment*, OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/71b7a9bb-en>
88. Puente, R., Cervilla, M. A., González, C. G. et al. (2017). Determinants of the Growth Aspiration: A Quantitative Study of Venezuelan E4ntrepreneurs. *Small Business Economics*. 48, 699–726. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9791-0>

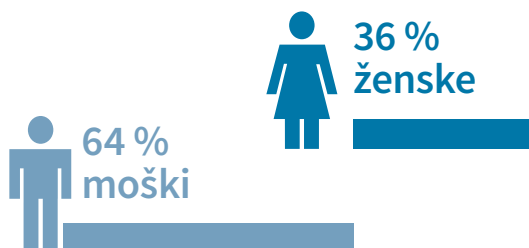
89. Ramawati, Y., Sudiro, A., Rohman, F., Mugiono. (2020). Technique of Understanding Enterpreunal Intention: A Conceptual Study. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12(3) Special Issue, 529–537.
90. Ratten, V. (2021). COVID-19 and Entrepreneurship: Future Research Directions. *Strategic Change, Special Issue: COVID-19 and Entrepreneurship*, 20(2), 91–98.
91. Rauch, A., Hulsink, W. (2015). Putting Entrepreneurship Education Where the Intention to Act Lies: An Investigation into the Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior. *Academy of Management Learning & Education*, 14(2), 187–204.
92. Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P., Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998–2003, *Small Business Economics*, 24(3), 205–231.
93. Robichaud, Y., LeBrasseur, R., Nagarajan, K. V. (2010). Necessity and Opportunity-Driven Entrepreneurs in Canada: An Investigation into their Characteristics and an Appraisal of the Role of Gender. *Journal of Applied Business & Economics*, 11(1).
94. Santoso, S. (2021). Relationship between Social Media, Organizational Support, Subjective Norms and Perceived Behavioral Control to form Entrepreneurial Intention. *Expert Journal of Business and Management*, 9(1), 1–10.
95. Sawyer, R. K. (2006). Educating for Innovation. *Thinking Skills and Creativity*, 1(1), 41–48.
96. Schoar, A. (2010). The Divide Between Subsistence and Transformational Entrepreneurship. *Innovation Policy and the Economy*, 10 (1), 57–81.
97. Schühly, A., et al. (2019). Braving the Wind of Change Resilient Portfolio Strategy. *Monitor Deloitte*. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Mergers-and-Acquisitions/gx-resilient-portfolio-strategy.pdf>
98. Shaker, Z., Nambisan, S. (2011). *Entrepreneurship in Global Innovation Ecosystems*. Academy of Marketing Science Review.
99. Shane, S., Kolvereid, L., Westhead, P. (1991). An Exploratory Examination of the Reasons Leading to New Firm Formation Across Country and Gender. *Journal of business venturing*, 6(6), 431–446.
100. Shepherd, D.A. (2020). COVID 19 and Entrepreneurship: Time to Pivot? *Journal of Management Studies*, 57(8), 1750–1753.
101. Singer, S., et al. (2022). *Entrepreneurship and Well-Being: The UN Sustainable Development Goals Through Lenses of GEM Indicators*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School
102. Soto-Simeone, A., Sirén, C., Antretter, T. (2020). New Venture Survival: A Review and Extension. *International Journal of Management Reviews*, 22(4), 378–407.
103. SPIRIT. (2020). *Spremembe programa dela in finančnega načrta za leto 2021 in program dela in finančni načrt za leto 2022*. SPIRIT Slovenija. <https://www.spiritslovenia.si/resourcesnew/vsebine/SPIRIT/StaticneStrani/7/Spremembe%20PDFN%202021%20in%20PDFN%202022%20%20sprejet%20na%20Svetu.pdf>
104. SPS. Slovenski podjetniški sklad. (2020). *Vse za hitro globalno rast vašega startupa / scaleupa*. <https://startup-plus.podjetniskisklad.si/>
105. Stam, E., Van de Ven, A. (2019). Entrepreneurial Ecosystem Elements. *Small Business Economics*, 56, 809–832.
106. Struna Bregar, A. (2020). Razlogi za zeleni načrt pri oživitvi gospodarstva po koronavirusu. *Finance*, 7. april 2020. <https://oe.finance.si/8960258/Razlogi-za-zeleni-nacr-pri-ozivitvi-gospodarstva-po-koronavirusu?cctest&>

107. Szerb, L., Lafuente, E., Horváth, K., Páger, B. (2019). The Relevance of Quantity and Quality Entrepreneurship for Regional Performance: The Moderating Role of the Entrepreneurial Ecosystem. *Regional Studies*, 53(9), 1308–1320.
108. Tkachev, A., Kolvereid, L. (1999). Self-employment Intentions Among Russian Students. *Entrepreneurship & Regional Development*, 11, 269–280.
109. UMAR. Urad RS za makroekonomske analize in razvoj. (2021). *Jesenska napoved gospodarskih gibanj 2021*. UMAR. https://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/napovedi/jesen/2021/JNGG_2021_splet.pdf
110. UMAR. Urad RS za makroekonomske analize in razvoj. (2022). *Poročilo o produktivnosti 2021*. UMAR. https://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/Porocilo_o_produkktivnosti/2021/slovenski/PoP_2021.pdf
111. Van Gelderen, M. W., Kautonen, T., Fink, M. (2015). From Entrepreneurial Intentions to Actions: Self-Control and Action-Related Doubt, Fear, and Aversion. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 655–673.
112. Vlada RS. (2020). *Uresničevanje Agende 2030*. <https://www.gov.si/zbirke/projekti-in-programi/uresnicevanje-agende-2030/>
113. WEF. World Economic Forum. (2014). *Collaborative Innovation: Transforming Business, Driving Growth*. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Collaborative_Innovation_report_2015.pdf
114. Weick, K. E., Sutcliffe, K. M. (2011). *Managing the Unexpected: Resilient Performance in an Age of Uncertainty*, New York: John Wiley & Sons.
115. Welter, F., Baker, T., Audretsch, D. B., Gartner, W. B. (2017). Everyday Entrepreneurship: A Call for Entrepreneurship Research to Embrace Entrepreneurial Diversity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(3), 311–21.
116. Wennekers, S., Van Stel, A., Carree, M., Thurik, A. R. (2010). The Relationship Between Entrepreneurship and Economic Development: Is it U-Shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 6(3), 167–237.
117. Wiklund, J., Shepherd, D. (2003). Aspiring for and Achieving Growth: The Moderating Role of Resources and Opportunities. *Journal of Management Studies*, 40, 1919–1941.
118. Yamakawa, Y., Cardon, M. S. (2017). How Prior Investments of Time, Money and Employee Hires Influence Time to Exit a Distressed Venture and the Extent to Which Contingency Planning Helps. *Journal of Business Venturing*, 32(1), 1–17.
119. Yun, J. J., Zhao, X., Jung, K., Yigitcanlar, T. (2020). The Culture for Open Innovation Dynamics. *Sustainability*, 12, 5076.
120. Združeni narodi. (2020). *The Sustainable Development Agenda*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/>
121. Zieba, K. (2017). High Growth Aspirations of Nascent Entrepreneurs: Why Do They Fall? *Studia i Materiały*, 94–102.
122. ZRSZ. Zavod RS za zaposlovanje. (2021). *Mladi na trgu dela 2021*. https://www.ess.gov.si/_files/14103/Analiza_Mladi_in_trg_dela_2021.pdf
123. ZRSZ. Zavod RS za zaposlovanje. (2021). *Strokovna izhodišča za leto 2022*. https://www.ess.gov.si/_files/13699/Strokovna_izhodicca_let_2022.pdf
124. ZRSZ. Zavod RS za zaposlovanje. (2022). *Stopnja registrirane brezposelnosti*. https://www.ess.gov.si/trg_dela/trg_dela_v_stevilkah/stopnja_registrirane_brezposelnosti

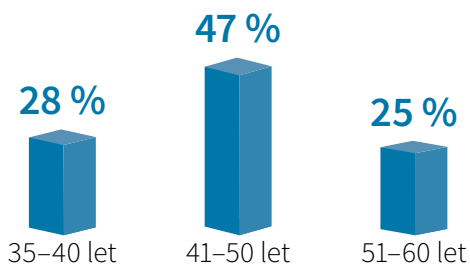
Značilnost vzorca slovenskih izvedencev v letu 2021

P1

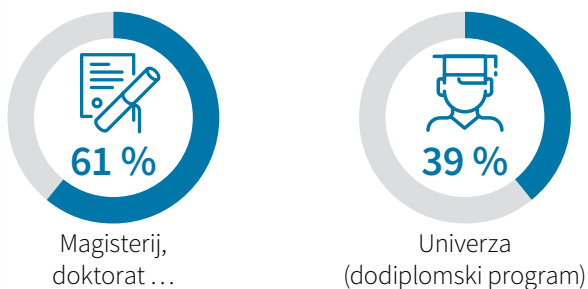
Spol anketiranih



Starost anketiranih

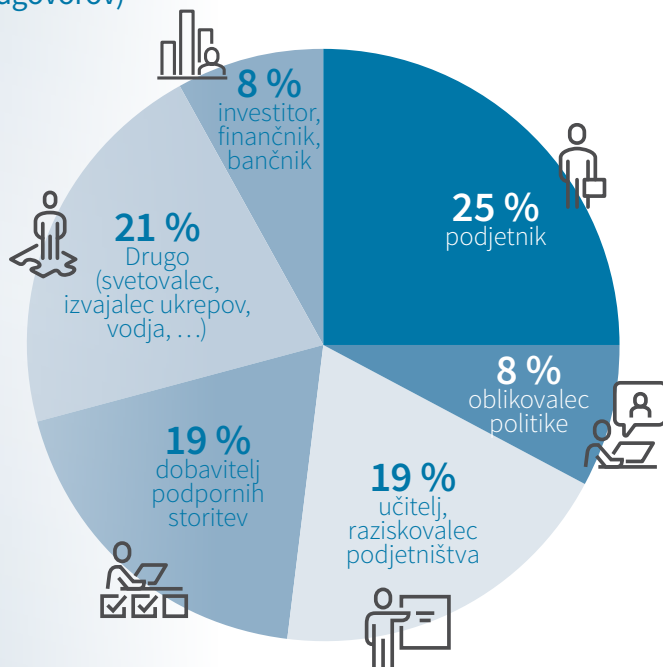


Izobrazba anketiranih

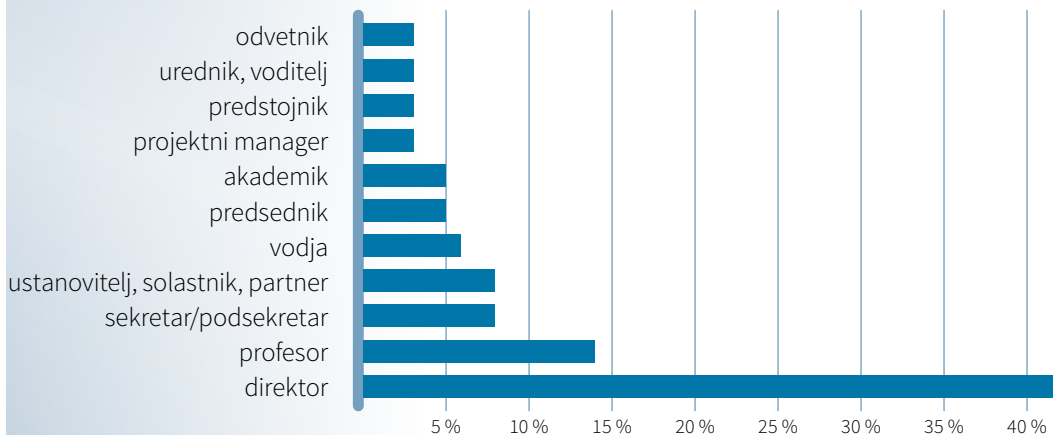


Opis izvedenca

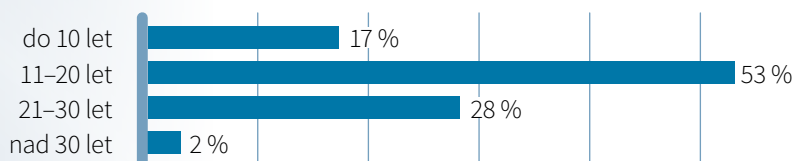
(možnih več odgovorov)



Poklic/funkcija v času anketiranja



Izkušnje na področju podjetništva



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, Statistični urad RS, 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 podjetniške 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 podjetja. Zato seveda obstajajo nekatere bistvene razlike med podatki, ki jih zagotavlja GEM, in tistimi, ki jih lahko pridobimo v različnih poslovnih registrih in statističnih podatkovnih bazah. V nadaljevanju navajamo nekaj pomembnejših razlik (Bosma et al., 2008):

- GEM podatki so pridobljeni v raziskavi, ki je harmonizirana med vsemi sodelujočimi državami. Kljub iniciativam Eurostata, OECD in Svetovne banke harmonizacija podatkov nacionalnih poslovnih registrov še ni uresničena.
- Metodologija GEM vsebuje statistično negotovost agregatnih rezultatov (na ravni države), kar ponazarjamo z objavljanjem intervalov zaupanja za ugotovljene vzorčne kazalnike. Podatki iz poslovnega registra so 'številčni podatki' statistične množice. Vendar je število 'umetnih' registracij podjetij za določene države neznano. Nekateri podjetji sploh niso registrirani (ali se jim ni treba registrirati), nekatera podjetja so registrirana samo zaradi davčnih razlogov, ne da bi v njih potekala kakršna koli podjetniška aktivnost. Obseg, v kolikšni meri se to dogaja, verjetno močno variira med državami.
- GEM spremlja ljudi, ki so v procesu ustanavljanja podjetja (nastajajoči podjetniki), kakor tudi ljudi, ki so (so)lastniki in managerji svojega podjetja (nova in ustaljena podjetja). 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 GEM podatki niso najboljši vir za proučevanje podjetij (kot pravnih subjektov) in njihovih značilnosti. Za panožno razvrstitev obstoječih podjetij so npr. zagotovo boljši podatki, ki jih zagotavljajo poslovni registri.
- GEM 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) slučajnem vzorcu. V ta namen je ponekod smiselno združevati GEM vzorce iz več let.

V Sloveniji se raziskovalci podjetništva ukvarjamo tako s primarnimi podatki, ki jih dobimo na temelju anketiranega vzorca (prebivalcev, podjetnikov, managerjev v podjetjih ipd.), kakor tudi s sekundarnimi podatki, ki jih ponujajo statistični urad, poslovni register ali različne podatkovne zbirke AJPES. Z izjemo GEM se pri primarnih podatkih pogosto pokaže, da niso harmonizirani s podobnimi raziskavami v svetu, pri uporabi podatkov iz registra pa se pojavlja dodatni problem, da le-ti niso ažurirani ter da so v njem številni organizacijski subjekti, ki so sicer registrirani, a niso poslovno aktivni. V drugi 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. GEM-ovi okvirni pogoji za podjetništvo, ki jih uporablja NES, so opisani v nadaljevanju te priloge. Do opisa vseh mer je mogoče dostopati tudi neposredno na internetni strani Globalnega podjetniškega monitorja (www.gemconsortium.org) na naslednji način: *Data* → *Knowledge Base* → *Methodology* → *Terminology* → *Definition*, ali jih poiščete na <https://www.gemconsortium.org/about/wiki>.

Mera	Opis
Odnos do podjetništva in njegovo dojemanje (Entrepreneurial attitudes and perceptions)	
Poznavanje start-up podjetnika <i>(Knowing start-up entrepreneur)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki osebno poznajo nekoga, ki je v zadnjih dveh letih ustanovil podjetje ali se samozaposlil.
Zaznane priložnosti <i>(Perceived opportunities)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki na območju, na katerem živi, vidijo v prihodnjih 6 mesecih dobre priložnosti za ustanovitev podjetja.
Enostavnost pričetka poslovanja <i>(Ease of starting a business)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi enostavno pričeti s poslovanjem.
Zaznane zmogljivosti <i>(Perceived capabilities)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki menijo, da imajo potrebne veščine in znanje, da bi ustanovili podjetje.
Podjetniške namere <i>(Entrepreneurial intention)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let (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 <i>(Fear of failure rate)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let (med tistimi, ki zaznavajo podjetniške priložnosti), ki navajajo, da bi jih strah pred neuspehom odvrnil od ustanovitve podjetja.
Podjetništvo kot zaželena poklicna izbira <i>(Entrepreneurship as desirable career choice)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi podjetništvo zaželena poklicna izbira.
Visok ugled uspešnega podjetništva <i>(High-status successful entrepreneurship)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki se strinjajo s trditvijo, da so v njihovi državi uspešni podjetniki spoštovani in ugledni.
Pozornost medijev do podjetništva <i>(Media attention for entrepreneurship)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki se strinjajo s trditvijo, da je v njihovi državi v javnih medijih pogosto videti zgodbe o uspešnih novih podjetjih.
Motivacija	
Motiv za podjetništvo: ustvarjanje sprememb v svetu <i>(Motive for starting a business: To make a difference in the world)</i>	Odstotek zgodnjih podjetnikov (nastajajočih in novih), ki se strinjajo s trditvijo, da je bil njihov motiv za podjetništvo prispevati k ustvarjanju sprememb v svetu
Motiv za podjetništvo: ustvarjanje premoženja oziroma visokega dohodka <i>(Motive for starting a business: To build great wealth or very high income)</i>	Odstotek zgodnjih podjetnikov (nastajajočih in novih), ki se strinjajo s trditvijo, da je bil njihov motiv za podjetništvo želja po ustvarjanju premoženja oziroma večjega dohodka.
Motiv za podjetništvo: nadaljevanje družinskega podjetja oziroma tradicije <i>(Motive for starting a business: To continue family tradition)</i>	Odstotek zgodnjih podjetnikov (nastajajočih in novih), ki se strinjajo s trditvijo, da je bil njihov motiv za podjetništvo želja po nadaljevanju družinskega podjetja oziroma tradicije.
Motiv za podjetništvo: potreba po preživetju, ker so službe redke <i>(Motive for Starting a Business: To earn a living because jobs are scarce)</i>	Odstotek zgodnjih podjetnikov (nastajajočih in novih), ki se strinjajo s trditvijo, da je bil njihov motiv za podjetništvo ustvariti dohodek za preživetje, ker so službe redke.

Mera	Opis
Podjetniška aktivnost (Entrepreneurial activity)	
Stopnja nastajajočega podjetništva (<i>Nascent entrepreneurship rate</i>)	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so trenutno nastajajoči podjetniki, to pomeni, da so aktivno vključeni v ustanavljanje podjetja, ki bo v celoti ali delno v njihovi lasti; podjetje (vključno z lastniki) še ni izplačevalo plač, nadomestil ali drugih plačil za opravljeno delo dlje kot tri mesece.
Stopnja novega podjetništva (<i>New business ownership rate</i>)	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so trenutno lastniki in managerji novega podjetja, to pomeni, da so lastniki in hkrati vodijo podjetje, ki je izplačevalo plače, nadomestila ali druga plačila za opravljeno delo več kot tri mesece, a manj kot 42 mesecev.
Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (<i>Total Early-stage Entrepreneurial Activity – TEA</i>)	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in menedžerji) novega podjetja.
Stopnja ustaljenega podjetništva (<i>Established Business Ownership rate – EBO</i>)	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so trenutno podjetniki staljenega podjetja; to pomeni, da so lastniki in hkrati vodijo podjetje, ki je izplačevalo plače, nadomestila ali druga plačila za opravljeno delo več kot 42 mesecev.
Stopnja celotne podjetniške aktivnosti (<i>Overall entrepreneurial activity rate</i>)	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so bodisi vključeni v zgodnje podjetniške aktivnosti ali pa so lastniki in menedžerji staljenega podjetja (kot je opredeljeno zgoraj).
Izstop iz podjetništva, poslovanje podjetja se nadaljuje (<i>Exit, business continues</i>)	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so prekinili s podjetništvom, poslovanje podjetja pa se nadaljuje.
Izstop iz podjetništva, poslovanje podjetja preneha (<i>Exit, business does not continue</i>)	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so prekinili s podjetništvom, poslovanje podjetja je prenehalo.
Stopnja prenehanja poslovanja (<i>Business discontinuation rate</i>)	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so v zadnjih 12 mesecih prenehali poslovati, ker so podjetje prodali ali zaprli ali pa kako drugače prekinili svoj lastniško-menedžerski odnos s podjetjem. Opozorilo: to NI merilo stopnje propada podjetij.
Opustitveni indeks (<i>Entrepreneurship exit rate</i>)	Odstotek podjetnikov, ki so v preteklem letu opustili poslovanje, v primerjavi s celotno podjetniško aktivnostjo.
Podjetniška aktivnost zaposlenih (<i>Entrepreneurial Employee Activity – EEA</i>)	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so trenutno vključeni v razvoj nove podjetniške dejavnosti za svojega delodajalca in imajo pri tem udeleževanju vodilno vlogo.
Socialna podjetniška aktivnost (<i>Social Entrepreneurial Activity – SEA</i>)	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in managerji) novega podjetja, ki ima zastavljen socialni cilj.
Vključenost v delitveno ekonomijo (<i>Sharing economy participation</i>)	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so dobili prejemke iz posojanja ali dajanja v najem svojih dobrin ali lastnine, ali iz privoljenja dostopa do storitev, ki jih zagotavljajo preko digitalne platforme.

Mera	Opis
Podjetniške aspiracije (Entrepreneurial aspirations)	
Zgodnja podjetniška aktivnost s pričakovano visoko rastjo zaposlovanja <i>(Growth expectation entrepreneurial activity)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in menedžerji) in ki pričakujejo, da bodo v prihodnjih petih letih ustvarili več kot 5 novih delovnih mest.
Delež inovativnih zgodnjih podjetnikov <i>(Percentage of respondents within TEA: reporting some new product/market combination)</i>	Odstotek zgodnjih podjetnikov (nastajajočih in novih), ki navajajo, da je njihov izdelek ali storitev nov za vsaj nekaj potencialnih kupcev in hkrati nobeno ali le nekaj konkurenčnih podjetij ponuja enak izdelek ali storitev.
Mednarodno usmerjena zgodnja podjetniška aktivnost (relativni delež) <i>(International oriented entrepreneurial activity)</i>	Odstotek zgodnjih podjetnikov (nastajajočih in novih), ki navajajo, da je vsaj 25 % njihovih prihodkov iz drugih držav.
Okolje: lokalno-nacionalno-mednarodno <i>(Scope: local – national – international)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in menedžerji) in ki navajajo, da so njihovi kupci bodisi samo v njihovem lokalnem okolju, samo znotraj države, ali iz mednarodnega okolja.
Vpliv izdelkov/storitev: lokalno- nacionalno-mednarodno <i>(Product/Service Impact: local – national - international)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in menedžerji), z izdelki ali storitvami, ki so bodisi novi v njihovem lokalnem okolju, novi znotraj države ali novi za svet.
Vpliv tehnologije/postopkov: lokalno – nacionalno - mednarodno <i>(Technology/Procedures Impact: local – national - international)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in menedžerji), s tehnologijo ali postopki, ki so bodisi novi v njihovem lokalnem okolju, novi znotraj države ali novi za svet.
Neformalno investiranje <i>(Informal Investment)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so v zadnjih treh letih investirali v podjetje nekoga drugega.
S pandemijo povezane mere (Pandemic-related indicators)	
Vpliv na dohodek gospodinjstva <i>(Household Income Impact)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki menijo, da je pandemija povzročila, da se je dohodek njihovega gospodinjstva nekoliko ali močno zmanjšal.
Priložnosti zaradi pandemije <i>(Pandemic Opportunities)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in menedžerji), ki se strinjajo, da je pandemija ponudila nove priložnosti, ki jih želijo izkoristiti.
Uporaba digitalnih tehnologij zaradi pandemije <i>(Use of Digital Technologies)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in menedžerji), ki se strinjajo, da je njihovo podjetje kot odgovor na pandemijo uvedlo spremembe glede uporabe digitalnih tehnologij za prodajo izdelkov ali storitev.
Pričakovanja glede uporabe digitalnih tehnologij zaradi pandemije v prihodnje <i>(Future Use of Digital Technologies)</i>	Odstotek odraslih, starih od 18 do 64 let, ki so bodisi nastajajoči bodisi novi podjetniki (lastniki in menedžerji), ki se strinjajo, da bo njihovo podjetje uporabljalo več digitalnih tehnologij za prodajo izdelkov ali storitev v naslednjih 6 mesecih.

GEM-ovi okvirni pogoji za podjetništvo, NES

A1. Finančna podpora za podjetnike – zadostnost	Učinkovitost kapitalskih trgov in razpoložljivost različnih finančnih virov za podjetnike – lastniški in dolžniški viri financiranja – za MSP, vključno z garancijami in subvencijami ter mikro financiranjem.
A2. Finančna podpora za podjetnike – dostopnost	Dostopnost različnih finančnih virov za podjetnike – lastniški viri financiranja in semenski kapital – za MSP, vključno s financiranjem rasti novega podjetja.
B1. Vladna politika – podpora in ustreznost	Ocena vladne podpore za MSP - podpora in ustreznost vladnih politik (v kolikšnem obsegu je podjetništvo pomembno gospodarsko vprašanje).
B2. Vladna politika – davki in birokracija	Ocena vladne regulative, na primer davki in drugi predpisi za MSP ter birokratske ovire (davki in predpisi spodbujajo nova podjetja in MSP-je ali pa predstavljajo breme za zagon in rast podjetij).
C. Vladni programi za podjetništvo	Prisotnost in kakovost vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva (spodbuda za MSP), na vseh vladnih ravneh (nacionalni, regionalni, občinski), vključno s subvencijami, inkubatorji in agencijami, ki podjetnike ocenjujejo in jim svetujejo.
D1. Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo – na ravni OŠ in SŠ	V kolikšnem obsegu je usposabljanje za ustanavljanje in vodenje MSP vključeno v izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah; vključenost podjetniških tem v šolske programe ter spodbujanje/oblikovanje podjetniških vrednot.
D2. Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo – po SS	V kolikšnem obsegu je usposabljanje za ustanavljanje in vodenje MSP vključeno v izobraževanje in usposabljanje po srednji šoli (poklicno izobraževanje, fakultete, poslovne šole itd.); vključuje učinkovitost izobraževalnih sistemov pri gradnji podjetniških veščin in oblikovanju podjetniških vrednot pri študentih.
E. Prenos raziskav in razvoja	V kolikšnem obsegu 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 z univerz in raziskovalnih centrov 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).
G1. Notranji trg – dinamičnost	Stopnja spremembe trga iz leta v leto; obstoj prostega in odprtega trga, na katerem noben subjekt nima moči, da vpliva na cene ali jih določa, in na katerem spremembe povpraševanja spremljajo spremembe ponudbe in obratno.
G2. Notranji trg – odprtost, bremena	Obremenitve na notranjem trgu oziroma v kolikšni meri lahko nova podjetja prosto vstopijo na obstoječa tržišča, vključno s predpisi, ki lahko ta prizadevanja olajšajo.
H. Fizična infrastruktura	Enostaven dostop do razpoložljive fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij (na primer komunikacije, komunalne storitve, ceste, železnice, pristanišča, letališča, zemljišče/zgradbe ali prostor), po ceni, ki ne diskriminira MSP.
I. Kulturne in družbene norme	V kolikšnem obsegu kulturne in družbene norme spodbujajo ali zavirajo dejavnosti, ki vodijo do novih poslov, metod ali dejavnosti, ki lahko potencialno povečajo osebno premoženje in dohodek; osredotočenost družbe na podjetništvo z vedenjem, prepričanji, jezikom in običaji.

Podatkovne tabele

P3

Tabela 1: Elementi podjetniške zmogljivosti in zaznavanja odnosa do podjetništva v družbi, GEM 2021, APS

Država	Zaznavanje družbenih vrednost o podjetništvu**				Samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika*					Zaznana enostavnost ustanoviti podjetje
	podjetništvo kot karierna pot	spoštovanje podjetnikov	medijska podpora podjetništvu	egalitarizem	zaznavanje poslovnih priložnosti	zaznavanje sposobnosti za podjetništvo	zaznavanje strahu pred neuspehom	zaznavanje strahu pred neuspehom med tistimi, ki zaznavajo poslovne priložnosti	podjetniške namerе med tistimi, ki niso vključeni v podjetniško aktivnost	
Belorusija	73,25	70,84	47,02	56,98	25,02	51,96	52,94	56,01	24,06	34,53
Brazilija					54,8	66,72	48,41	45,06	53	42,01
Čile	78,83				59,75	70,72	49,72	46,78	50,29	48,04
Ciper	81,9	75,4	66,58	59,85	50,17	64,05	53,1	50,08	15,06	50,85
Dominikanska Republika	86,24	89,84	89,61	52,74	74,36	88,68	37,5	36,71	54,79	66,56
Egipt	75,63	81,96	78,48		73,24	65,79	48,22	53,03	55,29	72,43
Finska					61,04	42,75	48,82	44,53	9,74	69,57
Francija	68,5	55,41	75,94	58,85	52,13	48,61	49,74	44,08	14,46	52
Grčija	64,79	64,11	56,55	56,09	48,63	53,1	55,85	51,46	9,58	35,12
Gvatemala	94,17	79,83	63,48	62,13	69,11	76,33	40,25	41,45	44,95	48,83
Hrvaška	62,44	53,47	62,16	75,21	58,33	71,07	49,91	45,58	21,68	30,92
Indija	89,47	87,01	84,32	80,84	83,41	85,99	48,22	54,14	18,14	82,23
Iran	54,31	88,72	50,66	61,91	17,87	66,44	39,92	20,23	26,44	17,73
Irska	67,02	83,03	82,56		57,29	57,78	53,7	49,86	15,19	58,87
Italija	61,1	56,32	65,49	56,59	34,67	44,7	50,93	45,28	9,36	16,57
Izrael	63,33	82,65	53,28	40,9	45,83	37,54	53,8	46,59	17,48	13,72

Država	Zaznavanje družbenih vrednost o podjetništvu**				Samozaznavanje in dojemanje podjetništva z vidika posameznika*					Zaznana enostavnost ustanoviti podjetje
	podjetništvo kot karierna pot	spoštovanje podjetnikov	medijska podpora podjetništvu	egalitarizem	zaznavanje poslovnih priložnosti	zaznavanje sposobnosti za podjetništvo	zaznavanje strahu pred neuspehom	zaznavanje strahu pred neuspehom med tistimi, ki zaznavajo poslovne priložnosti	podjetniške namere med tistimi, ki niso vključeni v podjetniško aktivnost	
Japonska	23,99	62,36	55,09	43,36	11,74	12,26	39,53	47,86	3,15	29,71
Južna Koreja	57,13	89,38	71,36	71,96	43,99	53,95	21,74	14,72	26,72	34,96
Kanada					70,5	58,93	53	53,84	13,43	66,82
Katar	79,47	87,69	80,75	67,93	73,79	70,91	39,52	38,18	50,37	64,19
Kazahstan	90,99	91,71	62,49	93,4	51,35	65,42	12,99	12,08	55,34	52,38
Kolumbija	52,21	61,9	59	46,27	38,11	56,24	47,63	48,7	20,87	28,96
Latvija	52,68	59,65	57,83	47,09	39,64	53,33	39,1	37,33	17,94	29,41
Luksemburg					54,07	52,91	48,61	43,04	13,17	64,12
Madžarska	64,2	64,45	65,46	71,39	36,54	36	38,21	33,72	8,07	49,07
Maroko	85,14	79,72	80,62	70,59	64,13	61,48	37,95	35,47	43,34	56,05
Nemčija	50,64	82,65	57,93	56,73	48,17	37,13	45,5	37,93	5,76	38,23
Nizozemska					69,93	45,41	35,36	36,83	17,58	85,64
Norveška					74,31	41,95	34,46	38,25	4,89	80,3
Oman	77,9	75,65	71,25	60,66	67,7	59,17	23,08	24,63	53,19	44,51
Panama	64,16	66,39	68,13	52,73	46,3	69,76	41,49	45,55	44,06	49,12
Poljska	54,7	66,35	38,05	46,71	72,54	60,13	44,65	43,48	2,85	64,27
Republika Južna Afrika	81,82	81,92	83,52	70,1	57,88	69,69	49,32	53,03	19,96	67,6
Romunija	67,78	72,25	68,08	65,52	49,13	50,02	55,64	48,25	9,72	27,04
Rusija	71,85	69,79	61,22	69,52	33,5	34,51	50,88	48,24	9,68	32,51
Saudova Arabija	96,55	96,33	95,49	96,17	95,38	90,51	53,02	53,61	18,02	93,54
Slovaška	52,38	55,58	43,36	65,73	33,39	41,76	54,38	46,04	5,29	25,79
Slovenija	68,21	85,87	83,64	81,57	51,49	58,54	44,88	42,97	15,38	61,03
Španija	49,98	60,7	47,85		30,02	49,75	58,43	51,03	7,73	35,91
Sudan	89,39	95,39	83,47	61,55	72,13	88,12	41,45	40,49	43,66	66,71
Švedska					79,61	49,9	44,05	43,64	13,1	82,62
Švica	40,46	75,79	61,37	52,62	54,71	49,57	38,17	30,43	13,4	68,87
Turčija	66,8	75,06			31,9	59,27	35,89	39,84	31,3	25,14
Urugvaj	68,96	63,32	68,42	67,34	58,44	69,79	51,72	48,23	32,96	37,7
Velika Britanija	70,4	83,48	82,37		61,22	51,05	58,36	51,84	9,28	70,7
ZDA	76,23	80,38	76,65		63,15	64,55	48,37	42,56	14,84	66,89
Združeni Arabski Emirati	74,32	79,14	81,6	66,12	73,47	65,12	47,23	49,72	35,86	74,42

Tabela 2: Vključenost prebivalstva v posamezne faze podjetniškega procesa, GEM 2021, APS

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost - TEA	TEA - ustvariti spremembe v svetu	TEA - ustvariti premoženje oziroma večji dohodek	TEA - nadaljevati družinsko podjetje/tradicijo	TEA - preživeti, saj so službe redke	Ustaljeni podjetniki	Prenehanje poslovanja kot % indeksa TEA
Združene države	10,71	6	16,52	71,23	74,09	41,52	45,79	8,85	6,37
Rusija	3,66	4,7	8,32	27,63	65,29	20,78	68,86	3,42	3,93
Egipt	3,85	5,38	9,21	63,42	72,43	49,53	86,92	3,56	10,87
Južna Afrika	10,49	7,32	17,49	81,41	83,26	63,24	84,66	5,17	13,9
Grčija	3,21	2,37	5,53	29,87	50,36	39,73	63,16	14,68	2,02
Nizozemska	9,27	5,17	14,21	52,68	41,84	24,52	44,12	6,37	5,89
Francija	5,85	1,97	7,7	25,84	39,35	22,91	51,21	3,56	2,55
Španija	2,95	2,65	5,52	43,22	38,01	19,68	72,35	7,17	2,16
Madžarska	5,26	4,86	9,75	61,73	32,48	20,97	66,76	8,36	2,15
Italija	2,41	2,47	4,83	21,53	53,43	22,82	61,35	4,47	1,33
Romunija	4,54	5,27	9,68	65,86	64,91	31,09	75,02	4,1	2,6
Švica	6,62	3,31	9,8	57,9	51,52	14,11	46,76	7,1	2,93
Velika Britanija	8,87	3,94	12,58	52,99	55,22	21,65	63,84	5,29	2,72
Švedska	6,06	3,07	8,97	45,34	54,95	20,6	28	4,29	3,59
Norveška	1,96	1,13	3,09	39,21	37,44	22,95	26,5	3,53	0,85
Poljska	1,07	0,94	2	16,03	62,47	12,51	53,43	11,06	4,48
Nemčija	4,34	2,72	6,91	39,36	43,65	24,24	40,9	4,95	3,25
Brazilija	10,21	11,08	20,98	75,74	56,49	32,02	76,84	9,95	11,30
Čile	20,40	10,28	29,89	56,58	53,47	33,62	73,92	7,13	9,00
Kolumbija	10,09	5,89	15,69	64,55	64,27	43,57	78,83	1,83	6,61
Japonska	3,91	2,5	6,27	37,28	42,07	31,93	40,12	4,8	1,60
Južna Koreja	8,19	5,35	13,39	8,96	71,08	4,11	34,25	16,38	3,70
Turčija	10,76	5,42	15,69	34,29	39,92	41,7	54,99	11,01	8,02
Indija	7,22	7,14	14,37	75,87	73,43	74,25	91,45	8,51	7,91
Iran	4,86	3,93	8,76	36,66	92,86	17,33	64,12	8,79	5,77
Kanada	10,19	11,07	20,08	70,42	68,44	50,03	70,72	8,15	11,57
Maroko	2,82	3,3	6,09	17,57	46,51	22,32	87,13	4,91	4,57
Sudan	22,04	12,16	33,58	49,26	86,84	56,83	87,68	8,14	13,11
Luksemburg	5,54	2,26	7,25	56,88	38,63	27,67	32,88	3,58	4,13
Irska	8,10	4,91	12,5	57,75	59,04	29,03	56,03	6,94	6,99
Ciper	4,98	3,66	8,37	32,24	81,28	13,72	72,77	8,6	5,63
Finska	4,99	3,1	7,89	40,11	33,43	24,26	47,87	8,88	1,91
Latvija	9,58	5,96	15,13	36,92	37,07	24,21	65,31	9,91	3,10
Belorusija	9,13	4,78	13,48	25,49	76,18	15,07	71,54	5,54	7,31

Država	Nastajajoči podjetniki	Novi podjetniki	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost - TEA	TEA - ustvariti spremembe v svetu	TEA - ustvariti premoženje oziroma večji dohodek	TEA - nadaljevati družinsko podjetje/tradicijo	TEA - preživeti, saj so službe redke	Ustajeni podjetniki	Prenehanje poslovanja kot % indeksa TEA
Hrvaška	8,99	3,75	12,35	38,67	51,31	28,47	65,68	4,03	4,43
Slovenija	3,37	3,36	6,66	61,84	42,59	27,38	63,8	8,49	2,98
Slovaška	4,18	2,21	6,39	18,66	22,05	25,81	89,78	6,48	3,63
Gvatemala	12,62	16,57	28,26	80,65	75,75	49,21	91,69	12,68	9,07
Panama	15,13	6,64	21,77	65,37	50,11	38,99	78,44	3,74	11,39
Urgvaj	15,23	7,99	23,06	38,73	38,77	25,04	71,25	4,1	9,68
Kazahstan	13,33	7,11	19,91	0,28	91,31	8,68	39,84	12,1	17,98
Dominikanska republika	28,95	13,32	41,94	72,13	64,43	37,55	72,92	3,84	14,73
Savdska Arabija	7,92	11,83	19,62	63,74	78,6	65,53	82,81	5,33	8,60
Oman	9,14	3,65	12,7	43,7	78,23	26	89,66	2,84	13,71
Združeni Arabski Emirati	9,38	7,58	16,51	66,11	78,69	49,7	68,81	6,4	10,26
Izrael	6,1	3,55	9,55	36,94	74,88	15,04	49,79	3,34	4,52
Katar	10,05	6,02	15,87	46,52	77,31	37,36	54,81	6,07	11,51

Tabela 3: Izbrani kazalniki iz profila celotne zgodnje podjetniške aktivnosti, GEM 2021, APS

Države	Ženske TEA (% odrasle populacije)	Moški TEA (% odrasle populacije)	Delež žensk (% v TEA)	Delež moških (% v TEA)	Podjetniki, ki pričakujejo, da bo podjetje ustvarilo 10 ali več delovnih mest v petih letih od zagona (% v TEA)	Podjetniki, ki pričakujejo, da bo v njihovem podjetju čez pet let več kot pet delovnih mest (% v TEA)	Podjetniki, ki že ustvarjajo delovna mesta oziroma jih bodo vsaj v naslednjih petih letnih od zagona podjetja (% odrasle populacije)
Združene države	15,22	17,82	46,07	53,93	23,08	32,8	12,52
Rusija	6,63	10,15	39,51	60,49	33,05	47,14	7,05
Egipt	5,66	12,54	31,10	68,90	29,36	37,09	7,74
Južna Afrika	16,22	18,84	46,26	53,74	18,65	36,62	13,58
Grčija	4,58	6,48	41,41	58,59	12,06	25,79	4,81
Nizozemska	12,96	15,45	45,62	54,38	21,8	32,51	12,49
Francija	7,06	8,36	45,78	54,22	19,13	24,35	4,82
Španija	5,64	5,41	51,04	48,96	7,85	17,74	3,68
Madžarska	7,49	12,09	38,25	61,75	7,8	15,43	6,97
Italija	3,46	6,2	35,82	64,18	15,72	23,37	3,3
Romunija	9,58	9,79	49,46	50,54	12,01	21,61	6,91
Švica	7,24	12,3	37,05	62,95	19,03	25,62	6,62
Velika Britanija	10,92	14,24	43,40	56,60	16,5	20,43	8,16
Švedska	6,03	11,77	33,88	66,12	7,99	10,33	4,24
Norveška	1,75	4,36	28,64	71,36	13,12	25,06	2,45
Poljska	1,65	2,35	41,25	58,75	12,48	29,99	1,83
Nemčija	5,3	8,37	38,77	61,23	11,43	18,59	4,08
Brazilija	18,73	23,32	44,54	55,46	23,19	33,51	16,62
Čile	25,27	34,65	42,17	57,83	24,71	37,63	26,96
Kolumbija	14,09	17,44	44,69	55,31	33,43	50,29	15,33
Japonska	4,03	8,45	32,29	67,71	20,38	25,83	3,97
Južna Koreja	10,73	15,94	40,23	59,77	23,85	37,61	12,34
Turčija	10,28	21,05	32,81	67,19	48,43	57,62	13,63
Indija	12,3	16,34	42,95	57,05	4,25	11,98	12,9
Iran	7,13	10,38	40,72	59,28	27,33	37,31	7,03
Kanada	15,78	24,43	39,24	60,76	15,93	24,24	12,68
Maroko	6,3	5,88	51,72	48,28	24,31	38,05	5,34
Sudan	26,41	40,82	39,28	60,72	11,78	19,2	19,84
Luksemburg	5,09	9,32	35,32	64,68	21,29	28,57	5,95
Irska	11,33	13,69	45,28	54,72	23,84	33,36	9,04
Ciper	6,14	10,78	36,29	63,71	5,97	16,01	6,9
Finska	6,36	9,36	40,46	59,54	6,79	13,98	3,93

Države	Ženske TEA (% odrasle populacije)	Moški TEA (% odrasle populacije)	Delež žensk (% v TEA)	Delež moških (% v TEA)	Podjetniki, ki pričakujejo, da bo podjetje ustvarilo 10 ali več delovnih mest v petih letih od zagona (% v TEA)	Podjetniki, ki pričakujejo, da bo v njihovem podjetju čez pet let več kot pet delovnih mest (% v TEA)	Podjetniki, ki že ustvarjajo delovna mesta oziroma jih bodo vsaj v naslednjih petih letih od zagona podjetja (% odrasle populacije)
Latvija	12,03	18,23	39,76	60,24	24,3	32,65	11,12
Belorusija	12,85	14,16	47,57	52,43	23,08	30,55	7,84
Hrvaška	9,19	15,53	37,18	62,82	25,82	32,83	9,47
Slovenija	6,11	7,16	43,90	56,10	12,43	22,26	4,69
Slovaška	4,99	7,8	39,01	60,99	2,92	10,79	3,93
Gvatemala	23,88	32,93	42,03	57,97	17,44	31,01	24,26
Panama	20,3	23,21	46,66	53,34	25,46	41,74	20,77
Urugvaj	20,24	25,92	43,85	56,15	18,28	25,73	16,37
Kazahstan	21,27	18,46	53,54	46,46	12,85	40,8	13,55
Dominikanska republika	43,75	40,1	52,18	47,82	4,73	7,4	15,26
Savdska Arabija	19,03	20,05	48,69	51,31	16,09	46,9	19,29
Oman	11,92	13,48	46,93	53,07	12,62	18,91	5,25
Združeni Arabski Emirati	8,19	20,09	28,96	71,04	64,52	77,8	15,51
Izrael	8,75	10,4	45,69	54,31	14,11	17,79	5,4
Katar	10,49	17,18	37,91	62,09	55,52	68,08	13,35

Raziskovalni timi in sponzorji GEM v letu 2021

P4

Tim	Ustanova	Člani tima	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Belorusija	BEROC Economic Research Center (Kyiv)	Maryia Akulava, Radzivon Marozau	The Swedish International Development Cooperation Agency (Sida)	MIA Research
Brazilija	Instituto Brasileiro Da Qualidade E Produtividade (IBQP)	Simara Greco, Vinicius Lorangeiras de Souza, Anderson Luz	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)	Harvest Pesquisas
Ciper	University of Cyprus (UCY), Centre for Entrepreneurship (C4E)	Marios Dikaiakos, Ariana Polyviou, Constantinos M. Savvides	Ministry of Energy, Commerce and Industry	RAI Consultants Ltd
Čile	Universidad del Desarrollo	Maribel Guerrero, Tomás Serey	Universidad del Desarrollo	Questio Estudios de Mercado y Opinión
Dominikanska Republika	Ministry of Industry, Commerce and SMEs (MICM)	Anadel Peguero, Jonathan L. Bournigal, Ana Abreu, Fernando Abreu, Eric Moreno, Aura Madera, Victor Bisonó	Ministry of Industry, Commerce and SMEs, Banco Popular Dominicano, Firma INICIA, GAM Capital, E. León Jimenes	Barna Management School

Tim	Ustanova	Člani tima	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Egipt	The American University in Cairo - School of Business	Ayman Ismail, Ahmed Tolba, Shima Barakat, Hakim Adel Hakim Meshreki, Seham Ghalwash,	Drosos Foundation, Oxfam Novib (Danish Arab Partnership Program - DAPP), Hivos	PHI Knowledge
Finska	Federation of Finnish Enterprises	Mika Kuismanen	Alhopuro Foundation Yksitysiyrittäjien Foundation	Taloustutkimus Ltd
Francija	Labex Entreprendre (Entrepreneurship), University of Montpellier	Frank Lasch, Karim Messeghem, Dorian Boumedjaoud, Jean-Marie Courrent, Walid Nakara, Sylvie Sammut, Roy Thurik, Olivier Torrès	Labex Entreprendre University of Montpellier Montpellier Research in Management	Le Terrain, Paris, France
Grčija	Foundation for Economic & Industrial Research (FEIR / IOBE)	Aggelos Tsakanikas, Sofia Stavraki, Evangelia Valavanoti, Ioannis Giotopoulos	RAYCAP S.A.	Datapower SA
Gvatemala	Kirzner Entrepreneurship Center at Francisco Marroquín University	Mónica Río-Nevado de Zelaya, Carolina Uribe, David Casasola, Josias López, Estefanía Vizcaino	Francisco Marroquín University -UFM-	Khanti, S.A.
Hrvaška	J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics (EFOS)	Slavica Singer, Nataša Šarlija, Sanja Pfeifer, Sunčica Oberman Peterka	Ministry of Economy and Sustainable Development, Croatian Association of Banks, CEPOR – SMEs and Entrepreneurship Policy Centre, J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics	Puls d.o.o., Zagreb
Indija	Entrepreneurship Development Institute of India (EDII)	Sunil Shukla, Amit Kumar Dwivedi, Pankaj Bharti	Centre for Research in Entrepreneurship Education and Development (CREED), EDII- Ahmedabad	IMRB
Iran	Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran	Abbas Bazargan, Nezameddin Faghieh, Ali Rezaeian, Abbas Bazargan, Mohammad Reza Zali, Jahangir Yadollahi Farsi, Seyed Mostafa Razavi, Leyla Sarfaraz,	Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran	Faculty of Entrepreneurship

Tim	Ustanova	Člani tima	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Irska	Fitzsimons Consulting	Paula Fitzsimons, Colm O'Gorman	Enterprise Ireland, supported by the Department of Enterprise, Trade and Employment	BMG Research
Italija	Università Politecnica delle Marche	Donato Iacobucci, Diego D'Adda, Alessandra Micozzi, Francesca Micozzi	Fondazione Aristide Merloni, Università Politecnica delle Marche	IPSOS
Izrael	Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University	Ehud Menipaz, Yoash Avrahami	Ministry of Economics and Industry, Government of Israel, Ira Foundation of Business, Technology and Society	Brandman Institute
Jamajka	University of Technology, Jamaica	Terry-Ann Gaynor-Clarke, Nigel Cooper, Andrea Sutherland, Gaunette Sinclair-Maragh, Orville Brown, Erica Donaldson	Joan Duncan Trust, Development Bank of Jamaica	KOCI Market Research and Data Mining Services
Japonska	Musashi University	Noriyuki Takahashi, Masaaki Suzuki, Yuji Honjo, Takehiko Yasuda, Takehiko Isobe	Ministry of Economy, Trade and Industry (METI)	Social Survey Research Information Co. Ltd (SSRI)
Južna Koreja	Korea Institute of Startup & Entrepreneurship Development(KISED)	Yongmun Kim, Myoung-jong Lee, Min-Wook Noh, Dongha Lee, Heeju Lim	Ministry of SMEs and Startups	Korea Research & Institute
Južnoafriška Republika	University of Stellenbosch Business School	Angus Bowmaker- Falconer, Marius Ungerer, Mike Herrington	University of Stellenbosch Business School (USB), Small Enterprise Development Agency (SEDA)	NielsenIQ South Africa
Kanada	The Centre for Innovation Studies (THECIS)	Peter Josty, Adam Holbrook, Geoff Gregson, Blair Winsor, Kevin McKague, Yves Bourgeois, Matthew Pauley, Étienne St-Jean, Marc Duhamel, Sandra Schillo, Charles Davis, Howard Lin, Nathan Greidanus, Chad Saunders, Richard Hawkins, Amanda Williams, Karen Hughes, Brian Wixted, Tyler Case	Government of Alberta, Government of Canada, Government of the Yukon, Western Economic, Diversification Canada, Women's Economic, Knowledge Hub (Ryerson University), Social Sciences and Humanities Research, Council University of Manitoba	Elemental Data Collection Inc.

Tim	Ustanova	Člani tima	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Katar	Qatar Development Bank (QDB)	Farha Al Kuwari, Ahmad Hawi	Qatar Development Bank (QDB)	Intelligence Qatar
Kazahstan	Nazarbayev University Graduate School of Business	Patrick Duparcq, Venkata Subban Subramanian, Yerken Turganbayev, Shumaila Yousafzai, Bakyt Ospanova, Madina Nurguzhina, Nurlan Kulbatyrov, Chingiz Tourez	Nazarbayev University Graduate School of Business	DATAmetrics
Kolumbija	Pontificia Universidad Javeriana de Cali Universidad Icesi Universidad del Norte EAN Corporación Universitaria Americana	Fernando Pereira, Rodrigo Varela Villegas, Jhon Alexander Moreno Barragain, Liyis Gomez, Jairo Orozco, Leon Dario Parra, Moises Galvis, Fabian Osorio, Manoj Chandra Bayan, Juan David Soler, Mateo Barraza Arcila, Marco Molina, Mariangela Lopez Lambrano, Rosana Velasco Chaves	Pontificia Universidad Javeriana de Cali Universidad Icesi Universidad del Norte Universidad EAN Corporación Universitaria Americana iNNpulsa	INFO Investigaciones S.A.S.
Latvija	Stockholm School of Economics in Riga (SSE Riga)	Marija Krumina, Anders Paalzow	Stockholm School of Economics in Riga (SSE Riga)	SKDS
Litva	Vilnius University	Saule Maciukaite-Zviniene, Taurimas Valys, Vytenis Mockus, Vadimas Ivanovas, Jurgita Pesliakaitė, Marius Kalanta, Vytautas Kuokštis	Vilnius University, Ministry of the Economy and Innovation of the Republic of Lithuania	n.p.
Luksemburg	STATEC Research	Cesare A.F. Riillo, Chiara Peroni, Steinn Steinsson	Ministry of the Economy of the Grand Duchy of Luxembourg, House of Entrepreneurship (an initiative of the Chamber of Commerce and the Ministry of the Economy of the Grand Duchy of Luxembourg)	TNS ILRES
Madžarska	Budapest Business School – University of Applied Sciences (BBS)	Judit Csákné Filep, László Radácsi, Áron Szennay, Zsófia Borsodi, Gigi Timár	Budapest Business School – University of Applied Sciences (BBS), Makronóm Institute Budapest	TÁRKI Social Research Institute

Tim	Ustanova	Člani tima	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Maroko	Entrepreneurship Research Laboratory Faculty of Law, Economics and Social Sciences University of Hassan II Casablanca	Khalid El Ouazani, Abdellatif Komat, Salah Koubaa, Fatima Boutaleb, Hind Malainine, Sara Yassine	University of Hassan II Casablanca	ClaireVision
Mehika	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) (A.K.A. Tecnológico de Monterrey)	José Ernesto Amorós, Elvira Naranjo, José Manuel Aguirre	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) (A.K.A. Tecnológico de Monterrey)	Berumen y Asociados S.A. de C.V.
Nemčija	Leibniz University Hannover - Institute of Economic and Cultural Geography	Rolf Sternberg, Armin Baharian, Johannes von Bloh, Natalia Gorynia Pfeffer, Lennard Stolz, Matthias Wallisch	RKW Competence Centre	uzbornn - Gesellschaft für empirische Sozialforschung und Evaluation
Nizozemska	Panteia	Jacqueline Snijders, Paul van der Zeijden, Jan de Kok, Martin Clark, Pim Zijlstra	The Ministry of Economic Affairs and Climate Policy of the Netherlands	Panteia
Norveška	Nord University Business School	Gry Agnete Alsos, Tommy Høyvarde Clausen, Vilde Skoglund	Innovation Norway, The Norwegian Ministry of Trade, Industry, and Fisheries, Nord University Business School	Polarfakta AS
Oman	University of Nizwa	Abdallah Mohammed Ishukaili, Bader Alsuleimani, Norizan Mohd Kassim, Kawther Al Kindi, Swadhin Kumar Mondal, Mohammed Al Maawaly	University of Nizwa	Horizons Statistical Consulting
Panama	City of Knowledge Foundation	Carla Donalicio, Alejandro Carbonell	AMPYME (Micro, Small and Medium Enterprise Authority of Panama)	IPSOS
Poljska	Polish Agency for Enterprise Development (PARP)	Anna Tarnawa, Melania Nieć, Agata Kosińska, Anna Skowrońska, Paulina Zadura, Robert Zakrzewski, Przemysław Zbierowski	Ministry of Economic Development, University of Economics in Katowice	Centrum Badań Marketingowych INDICATOR Sp. z o.o.

Tim	Ustanova	Člani tima	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Romunija	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Szabó Tünde Petra, Dézsi-Benyovszki Annamária, Bálint Csaba, Györfy Lehel-Zoltán, Szász Levente, Fábíán István	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Metro Media Transilvania
Rusija	Graduate School of Management, St. Petersburg University	Olga R. Verkhovskaya, Karina A. Bogatyreva, Dmitri Knatko, Maria V. Dorokhina, Eleonora V. Shmeleva	Sberbank	Levada-Center
Savska Arabija	Prince Mohammad Bin Salman College of Business and Entrepreneurship (MBCS), Babson Global Center for Entrepreneurial Leadership (BGCEL)	Muhammad Azam Roomi, Alicia Coduras Martínez, Donna Kelley	Babson Global Center for Entrepreneurial Leadership (BGCEL)	Field Interactive MR
Slovaška	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management (UNIBA SK)	Anna Pilková, Marian Holienka, Zuzana Kovačičová, Juraj Mikuš, Ján Reháč	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management (UNIBA SK) Slovak Business Agency (SBA)	Crystal Research, a.s.
Slovenija	University of Maribor, Faculty of Economics and Business, Institute for Entrepreneurship and Small Business Management	Miroslav Rebernik, Karin Širec, Polona Tominc, Barbara Bradač Hojnik, Katja Crnogaj, Matej Rus	MGRT - Ministry of Economic Development and Technology, SPIRIT Slovenia - Public Agency for Entrepreneurship, Internationalization, Foreign Investments and Technology	Mediana
Sudan	Ahfad University for Women	Widad Ali A/Rahman, Mohamed Alsaeed Othman Mahjoub, Amira Kamil, Amel Hassan Ahmed, Muna Mudathir Ragab, Mutaz Mohamed Nour, Ahmed Elmurtada, Nafisa Tarig, Midhat Abdel-Magied	African Development Bank (through) ENABLE Youth Sudan Program	Diva Marketing Services

Tim	Ustanova	Člani tima	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Španija	Observatorio del Emprendimiento de España (OEE) (formerly Asociación RED GEM España)	<p>Ana Fernández Laviada</p> <p>NATIONAL TEAM Paula San Martín Espina, Isabel Neira Gómez, Nuria Calvo Babío, Yago Atrio Lema, Mahsa Samsami, Isidro de Pablo López, José Ruiz Navarro, María Saiz, Sebastián Pérez Vides</p> <p>REGIONAL TEAMS José Ruiz Navarro, Lucio Fuentelsaz Lamata, Consuelo González Gil, Manuel González Díaz, Julio Batle Lorente, Rosa M. Batista Canino. Ana Fernández Laviada, Carlos Guallarte, Juan José Jiménez Moreno, Nuria González Álvarez, Gabriel García-Parada Ariza, Isidro de Pablo Lopez, José María Gómez Gras, Ricardo Hernández Mogollón, Loreto Fernández Fernández, Luis Alberto Ruano Marrón, María del Mar Fuentes Fuentes, Alicia Rubio Bañón Ignacio Contin Pilart, Martin Larraza Kintana, María Saiz Santos Antonio Aragón Sánchez</p>	<p>Empresa Nacional de Innovación, SA (ENISA), Observatorio del Emprendimiento de España</p>	Opinometre
Švedska	Swedish Entrepreneurship Forum (Entreprenörskapsforum)	Johan Eklund, Per Thulin, Martin Svensson, Marcus Kardelo, Emma Lappi	Triton Advisers Sweden, The Confederation of Swedish Enterprise (Svenskt Näringsliv)	Norstat
Švica	School of Management (HEG-FR), University of Applied Sciences and Arts Western Switzerland (HES-SO)	Rico Baldegger Raphael Gaudart Pascal Wild Gabriel Simonet	School of Management (HEG-FR), University of Applied Sciences and Arts Fribourg (HES-FR)	Gfs Bern
Turčija	Yeditepe University	Esra E. Karadeniz, Ozlem Kunday, Thomas Schott, Gökçe Gizer	n.p.	Method Research Company

Tim	Ustanova	Člani tima	Finančni sponzorji	Izvedba anketiranja
Urugvaj	IEEM Business School, University of Montevideo	Leonardo Veiga, Ana Vignolo, Gonzalo Avellanal	University of Montevideo/ IEEM, National Development Agency, Grant Thornton Uruguay	Equipos Mori
Velika Britanija	Aston Business School, Aston University	Mark Hart, Karen Bonner, Neha Prashar, Jonathan Levie, Tomasz Mickiewicz, Niels Bosma, Samuel Mwaura, Sreevas Sahasranamam	Department for Business, Energy and Industrial Strategy (BEIS) Business Innovation Directorate, Hunter Centre for Entrepreneurship at the University of Strathclyde, Welsh Government Department for the Economy (NI) NatWest	BMG Ltd, Birmingham, UK
Združene države Amerike	Babson College	Jeff Shay, Donna Kelley, Candida Brush, Andrew Corbett, Mahdi Majbouri, Smaiyra Million, Doug Scibeck	Babson College	Qualtrix
Združeni arabski emirati	United Arab Emirates University (UAEU)	Nihel Chabrak, Elif Bascavusoglu, Llewellyn Thomas, Chafik Bouhaddioui, Bashayer Al Nuaimi	United Arab Emirates University (UAEU), Khalifa Fund	Kantar

P5

Avtorji



Miroslav Rebernik

Dr. Miroslav Rebernik je redni profesor za področje podjetništva in ekonomike podjetja ter predstojnik Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Bil je gostujoči profesor na Portland State University in dobitnik Fulbrightove raziskovalne štipendije na Babson College v ZDA. Leta 1992 je utemeljil prvi dodiplomski študijski program za podjetništvo na Univerzi v Mariboru. 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. Deluje v več uredniških in recenzijskih odborih znanstvenih revij s področja podjetništva. Od leta 1999 do 2020 je vodil raziskovalni projekt in ekipo, ki ustvarja letni Slovenski podjetniški observatorij, od leta 2002 pa vodi slovensko ekipo raziskovalnega programa Global Entrepreneurship Monitor. Leta 2001 je soustanovil Tovarno podjetij (www.tovarnapodjemov.org), ki je kot podjetniški inkubator Univerze v Mariboru eden ključnih elementov podpornega okolja za podjetništvo univerzitetnega mesta Maribor in širše regije. Daljše obdobje je programsko vodil Mednarodno konferenco o inovacijah in podjetništvu PODIM (www.podim.org), sodeluje v pobudi Start:up Slovenija (www.startup.si) in Start:up Maribor (www.startupmaribor.si) ter različnih projektih s področja podjetništva. Daljše obdobje je bil član ekspertne komisije Evropske komisije SME Policy Relevant Research.

Polona Tominc



Dr. Polona Tominc je redna profesorica za področje kvantitativnih ekonomskih analiz na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru, predstojnica Katedre za Kvantitativne ekonomske analize ter članica fakultetnega senata. V raziskovalni skupini Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij sodeluje pri raziskavi Globalni podjetniški monitor, je članica mednarodne raziskovalne skupine za raziskovanje ženskega podjetništva DIANA in vodja raziskovalnega programa Podjetništvo za inovativno družbo na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. 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.

Barbara Bradač Hojnik



Dr. Barbara Bradač Hojnik je redna profesorica za podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru, kjer kot članica Katedre za podjetništvo in ekonomiko poslovanja sodeluje v pedagoškem procesu na vseh stopnjah študija podjetništva. Kot članica raziskovalne skupine Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij na EPF sodeluje v številnih domačih in mednarodnih raziskovalnih projektih. Je vodja projekta Slovenski podjetniški observatorij ter članica raziskovalne skupine Globalni podjetniški monitor Slovenija in longitudinalnega raziskovalnega programa Podjetništvo za inovativno družbo. Je ekspertka v projektu SME Performance Review za Slovenijo. Njena glavna raziskovalna področja so trajnostno, okoljsko in socialno podjetništvo, korporacijsko podjetništvo in podjetniški ekosistem. Je avtorica ali soavtorica več znanstvenih člankov, znanstvenih monografij, poglavij v znanstvenih monografijah in prispevkov na mednarodnih znanstvenih konferencah. Na Ekonomsko-poslovni fakulteti je predstojnica magistrske študijske usmeritve Podjetništvo in inoviranje in članica fakultetne komisije za znanstveno-raziskovalne zadeve.

Katja Crnogaj



Dr. Katja Crnogaj je izredna profesorica 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 študijske zadeve, članica raziskovalnega tima Globalni podjetniški monitor in Slovenski podjetniški observatorij ter članica komisije za področje ekonomije v projektu Mladi za napredek Maribora. Aktivno sodeluje v longitudinalnem raziskovalnem programu »Podjetništvo za inovativno družbo«. Raziskovalno se ukvarja s proučevanjem podpornega okolja za podjetništvo, podjetniških politik, vključujočega podjetništva in drugih raziskovalnih področij v povezavi s podjetništvom in ekonomiko poslovanja. Rezultate raziskav objavlja v različnih znanstvenih in strokovnih revijah ter monografijah.

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 Tovarno podjetij (www.tovarnapodjemov.org), ki je kot podjetniški inkubator Univerze v Mariboru eden ključnih elementov podpornega okolja za podjetništvo univerzitetnega mesta Maribor in širše regije. Kot direktor Tovarne podjetij in socialni podjetnik uresničuje načrtano vizijo podpore podjetnikom in podjetništvu. Tovarna podjetij pa ni samo univerzitetni inkubator, temveč tudi nosilec nacionalnega programa Start:up Slovenija, ki ga soorganizira s Slovenskim podjetniškim skladom in Ministrstvom za gospodarski razvoj in tehnologijo. V zadnjih letih kot član jedrne ekipe uspešno sokreira čezmejni program Start:up Alpe-Adria, ki ustvarja enoten čezmejni start-up ekosistem in ga želi narediti prepoznavnega v svetovnem merilu. Uspešne podjetniške, raziskovalne in svetovalne izkušnje prenaša v pedagoško delo in tako prispeva k dvigu uporabne vrednosti med študijem pridobljenih znanj. Med drugim je tudi organizacijski vodja mednarodne konference PODIM (www.podim.org), ekspert evropskega Startup Monitor Tracker ter nosilec naziva ambasador Startup Europe, programa EU komisije za podporo in promocijo podjetništva v Evropski uniji. Je tudi član posvetovalne skupine startup skupnosti pri Vladi RS ter član nacionalnega Sveta za razvoj v kmetijstvu, gozdarstvu in prehrano.

Karin Širec



Dr. Karin Širec je redna profesorica za področje podjetništva in ekonomiko poslovanja na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru in predstojnica Katedre za podjetništvo in ekonomiko poslovanja. V raziskovalni skupini Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij sodeluje pri dveh longitudinalnih raziskavah s področja podjetništva, in sicer pri Slovenskem podjetniškem observatoriju in Globalnem podjetniškem monitorju. Hkrati je tudi slovenska predstavica 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 predstavica 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.

Kazalo slik

Slika 1.1:	Konceptualni okvir GEM, GEM 2021.....	15
Slika 2.1:	Odstotek podjetnikov, ki pri sprejemanju poslovnih odločitev vedno upoštevajo družbeni vpliv (v evropskih državah GEM)	29
Slika 2.2:	Odstotek podjetnikov, ki pri sprejemanju poslovnih odločitev vedno upoštevajo okoljske posledice (v evropskih državah GEM)	29
Slika 2.3:	Odstotek podjetnikov, ki postavljajo družbeni in/ali okoljski vpliv pred dobičkonosnost in rast podjetja (v evropskih državah GEM).....	30
Slika 2.4:	Odstotek podjetnikov, ki so v zadnjem letu sprejeli ukrepe za zmanjšanje vpliva na okolje (v evropskih državah GEM)	30
Slika 2.5:	Odstotek podjetnikov, ki so v zadnjem letu sprejeli ukrepe za povečanje družbenega vpliva (v evropskih državah GEM)	31
Slika 3.1.	Elementi podjetniške zmogljivosti, Slovenija in povprečje evropskih držav	35
Slika 3.2:	Zaznavanje poslovnih priložnosti (v evropskih državah GEM).....	36
Slika 3.3:	Zaznavanje poslovnih priložnosti in zaznana enostavnost ustanoviti podjetje (v evropskih državah GEM).....	37
Slika 3.4:	Zaznano podjetniško znanje, izkušnje in sposobnosti (v evropskih državah GEM)	38
Slika 3.5:	Strah pred neuspehom ter zaznavanje poslovnih priložnosti (v evropskih državah GEM).....	39
Slika 3.6:	Zaznavanje novih podjetniških priložnosti v času pandemije med zgodnjimi podjetniki (v evropskih državah GEM)	40
Slika 3.7:	Zaznavanje novih podjetniških priložnosti v času pandemije med ustaljenimi podjetniki (v evropskih državah GEM)	40
Slika 3.8:	Podjetniške namere med tistimi, ki niso vključeni v nobeno podjetniško aktivnost (v evropskih državah GEM).....	41
Slika 3.9:	Zaznavanje družbenih vrednot o podjetništvu	42
Slika 3.10:	Odstotek ljudi, ki menijo, da je podjetništvo primerna izbira karijerne poti ter da so uspešni podjetniki v družbi spoštovani in imajo visok družbeni status (v evropskih državah GEM).....	43
Slika 3.11:	Odstotek ljudi, ki zaznavajo medijsko podporo podjetništvu v družbi (v evropskih državah GEM).....	44
Slika 4.1:	Kazalniki podjetniškega procesa v Sloveniji	47
Slika 4.2:	Izgubljanje podjetniškega potenciala v Sloveniji	48
Slika 4.3:	Indeks TEA v izbranih skupinah držav.....	50
Slika 4.4:	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost (v evropskih državah GEM)	50
Slika 4.5:	Celotna zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji v letih od 2012 do 2021	51
Slika 4.6:	Motivacija za podjetništvo v Sloveniji in evropskih državah	53
Slika 4.7:	Zgodnji podjetniki, ki so v krizi zaradi covid-19 zaznali nove priložnosti (v evropskih državah GEM).....	55

Slika 4.8:	Odstotek ustaljenih podjetnikov med odraslim prebivalstvom (v evropskih državah GEM).....	56
Slika 4.9:	Ustaljeni podjetniki v izbranih skupinah držav.....	57
Slika 4.10:	Ustaljeni podjetniki kot odstotek odraslega prebivalstva v Sloveniji v letih od 2012 do 2021.....	57
Slika 4.11:	Podjetniška aktivnost zaposlenih kot odstotek odrasle populacije (v evropskih državah GEM).....	59
Slika 4.12:	Sponsorirana zgodnja podjetniška aktivnost kot odstotek odrasle populacije (v evropskih državah GEM).....	60
Slika 4.13:	Izstop podjetnika v zadnjih 12 mesecih z nadaljevanjem in brez nadaljevanja posla (v evropskih državah GEM).....	61
Slika 4.14:	Glavne skupine razlogov za prenehanje poslovanja v Sloveniji	63
Slika 5.1:	Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost	67
Slika 5.2:	Zgodnja podjetniška aktivnost po motivih in starostnih razredih	69
Slika 5.3:	Število in delež mladih v registrirani brezposelnosti	70
Slika 5.4:	Odstotek nastajajočih in novih ter ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let.....	70
Slika 5.5:	Podjetniška aktivnost nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov, mlajših od 34 let.....	71
Slika 5.6:	Izobrazbena raven nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih skupinah od 18 do 34 let in od 35 do 64 let	72
Slika 5.7:	Elementi podjetniške zmogljivosti zgodnjih podjetnikov in podjetnic v Sloveniji.....	73
Slika 5.8:	Zgodnja podjetniška aktivnost moških in žensk (v evropskih državah GEM)	74
Slika 5.9:	Razmerje v zgodnji podjetniški aktivnosti med spoloma	75
Slika 5.10:	Zgodnja podjetniška aktivnost po motivih in spolu	76
Slika 5.11:	Zgodnja podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost in spol	77
Slika 5.12:	Izobrazba nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov in nepodjetnikov	78
Slika 5.13:	Dohodkovni razredi v celotnem podjetniškem procesu.....	79
Slika 6.1:	Načrtovana nova delovna mesta evropskih podjetnikov.....	83
Slika 6.2:	Načrti podjetnikov o zaposlovanju.....	84
Slika 6.3:	Podjetniki, ki že zaposlujejo oziroma to načrtujejo.....	85
Slika 6.4:	Geografski izvor kupcev podjetij.....	86
Slika 6.5:	Kupci podjetij iz globalnega okolja.....	87
Slika 6.6:	Intenzivnost internacionalizacije nastajajočih in novih podjetnikov	87
Slika 6.7:	Intenzivnost internacionalizacije evropskih podjetnikov	88
Slika 6.8:	Namere o uporabi digitalnih tehnologij v naslednjih 6 mesecih	89
Slika 6.9:	Načrti podjetnikov glede uporabe digitalnih tehnologij.....	90
Slika 6.10:	Stopnja internacionalizacije in inovativnosti podjetij po skupinah držav	91
Slika 6.11:	Stopnja internacionalizacije in inovativnosti evropskih podjetij	91

Slika 7.1:	Skupne povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji, primerjalno s povprečjem evropskih držav in vseh držav GEM.....	99
Slika 7.2:	Ocene elementov zadostnosti finančne podpore za podjetništvo v Sloveniji in evropskih državah	101
Slika 7.3:	Ocene elementov dostopnosti finančne podpore za podjetništvo v Sloveniji in evropskih državah.....	102
Slika 7.4:	Ocene elementov vladnih politik v Sloveniji in evropskih državah*	103
Slika 7.5:	Ocene elementov vladnih programov v Sloveniji in evropskih državah	104
Slika 7.6:	Ocene elementov podjetniškega izobraževanja v Sloveniji in evropskih državah	105
Slika 7.7:	Indeks NECI 2021 po državah.....	106
Slika 7.8:	Vrednosti indeksa NECI po skupinah držav v obdobju od 2019–2021.....	107
Slika 7.9:	Ocene vpliva pandemije covid-19 na podjetniški kontekst po skupinah držav*	108
Slika 7.10:	Področja vladnih ukrepov, ki so od začetka epidemije pozitivno vplivali na podjetništvo v Sloveniji.....	111
Slika 7.11:	Področja vladnih ukrepov, ki so od začetka epidemije negativno vplivali na podjetništvo v Sloveniji.....	112

Kazalo tabel

Tabela 1.1: Značilnosti uteženega in neuteženega vzorca, GEM Slovenija 2021, APS	18
Tabela 1.2: Globalne regije – sodelujoče države GEM, GEM 2021, APS	18
Tabela 2.1: GEM-ova preglednica značilnosti podjetništva v Sloveniji, GEM Slovenija 2021, APS	25
Tabela 2.2: Cilji trajnostnega razvoja	28
Tabela 3.1: Elementi podjetniške zmogljivosti, GEM Slovenija 2020 in 2021, APS.....	35
Tabela 3.2: Elementi zaznavanja družbenih vrednot o podjetništvu v družbi, GEM Slovenija 2021, APS	42
Tabela 4.1: Pregled podjetniške aktivnosti med odraslim prebivalstvom po posameznih fazah in po skupinah držav, GEM Slovenija 2021, APS.....	49
Tabela 4.2: Razmerje med nastajajočimi in novimi podjetniki ter indeks smrtnosti v Sloveniji v letih od 2012 do 2021, GEM Slovenija 2021, APS.....	51
Tabela 4.3: Ključne značilnosti motivov za podjetništvo v celotni zgodnji podjetniški aktivnosti, GEM Slovenija 2021, APS.....	53
Tabela 4.4: Motivi nastajajočih in novih podjetnikov (v evropskih državah GEM), GEM Slovenija 2021, APS	54
Tabela 4.5: Podjetniška aktivnost zaposlenih v Sloveniji v letih od 2012 do 2021, GEM Slovenija 2021, APS	59
Tabela 4.6: Razlogi za izstop podjetnika po skupinah držav, GEM Slovenija 2021, APS	62
Tabela 5.1: Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2021, APS.....	67
Tabela 5.2: Odstotek ustaljenih podjetnikov po starostnih razredih in skupinah držav, GEM Slovenija 2021, APS	68
Tabela 5.3: Odstotek nastajajočih in novih podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2017–2021, GEM Slovenija 2021, APS	73
Tabela 5.4: Odstotek ustaljenih podjetnic med vsemi podjetniki v obdobju 2017–2021, GEM Slovenija 2021, APS	75
Tabela 6.1: Usmerjenost podjetnikov v rast, GEM Slovenija 2021, APS	83
Tabela 6.2: Načrti podjetnikov o zaposlovanju, GEM Slovenija 2021, APS.....	84
Tabela 6.3: Uporaba digitalnih tehnologij za prodajo produktov in storitev, GEM Slovenija 2021, APS	89
Tabela 7.1: Ocena vpliva pandemije covid-19 na podjetniški kontekst v Sloveniji in državah GEM, GEM Slovenija 2021, NES.....	109

Vzdržljivost podjetniške aktivnosti

GEM Slovenija 2021

Avtorji:

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

Povzetek:

Raziskava GEM omogoča bolj poglobljen vpogled v nacionalno podjetništvo in njegove značilnosti, kot ga lahko zagotovijo drugi statistični viri, predvsem tisti, ki temeljijo zgolj na podatkih, pridobljenih s strani obstoječih podjetij. S posameznikom v središču raziskovanja, GEM namreč zajame tudi njegov odnos do podjetništva, njegove ambicije in usposobljenost za podjetništvo, njegovo dojemanje odnosa družbe do podjetništva, pa tudi posameznike v vseh fazah podjetniškega procesa, od začetnih razmislekov, da bi se podali na podjetniško pot, do ustanovitve podjetja, poslovanja, rasti in prenehanja poslovanja. Raziskovalna ambicija GEM je, da bi v čim več državah meril ključne elemente družbenega odnosa do podjetništva, podjetniško aktivnost in razlike v aspiracijah posameznikov ter zaznaval vplivne dejavnike, ki spodbujajo ali ovirajo podjetniško aktivnost. Vse to z namenom zagotavljanja platforme za ocenjevanje vpliva podjetniške aktivnosti na ekonomsko rast ter odkrivanja političnih ukrepov za krepitev podjetništva. GEM je razvil ustrezno metodologijo, ki je skladna konceptualnemu okviru GEM in je sposobna dati vpogled v družbeni, kulturni, politični in ekonomski kontekst, ki upošteva stopnjo razvitosti posameznega nacionalnega gospodarstva in razvitost ključnih podjetniških pogojev.

Ključne besede:

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

Naslovi avtorjev:

Miroslav Rebernik, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, Slovenija,
e-pošta: miroslav.rebernik@um.si.

Polona Tominc, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, Slovenija,
e-pošta: polona.tominc@um.si.

Barbara Bradač Hojnik, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, Slovenija,
e-pošta: barbara.bradac@um.si.

Katja Crnogaj, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, Slovenija,
e-pošta: katja.crnogaj@um.si.

Matej Rus, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, Slovenija,
e-pošta: matej.rus@um.si.

Karin Širec, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, Slovenija,
e-pošta: karin.sirec@um.si.





REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO



ARRS

JAVNA AGENCIJA ZA RAZISKOVALNO DEJAVNOST
REPUBLIKE SLOVENIJE



Univerza v Mariboru

Ekonomsko-poslovna fakulteta

