

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE
**SLOVENSKO PODJETNIŠKO OKOLJE IN SVETOVNA
GOSPODARSKA KRIZA**

MARINA ANDRIČ

IZJAVA

Študentka Marina Andrič izjavljam, da sem avtorica te zaključne strokovne naloge, ki sem jo napisala pod mentorstvom dr. Maksa Tajnikarja, in da v skladu s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim njeno objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 31.12.2011

Podpis: Marina Andrič

KAZALO

UVOD	1
1 POSLOVNO OKOLJE	2
1.1 POSLOVNO OKOLJE V TEORIJI	2
1.2 PODJETNIŠKO OKOLJE V RAZISKAVI GEM	4
2 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM	8
2.1 VIRI IN METODOLOGIJA RAZISKOVANJA OKOLJA	8
2.2 KRIZA IN SLOVENSKO PODJETNIŠTVO	11
2.1.1 Vpliv krize na dejavnike podjetništva v Sloveniji	12
2.1.1.1 RAST ŠTEVILA PODJETNIKOV	12
2.1.1.2 SEKTORSKA DISTRIBUCIJA SLOVENSKEGA PODJETNIŠVA	12
2.1.1.3 RAZLOGI ZA PRENEHANJE POSLOVANJA SLOVENSkih PODJETIJ	13
3 SLOVENSKO PODJETNIŠKO OKOLJE	14
3.1 SPLOŠNA OCENA PODJETNIŠKIH OKVIROV V SLOVENIJI IN PRIMERJAVA Z OSTALIMI DRŽAVAMI GEM	15
3.2 OCENE OKVIRNIH POGOJEV	16
3.2.1 Finančna podpora	16
3.2.1.1 TVEGANI KAPITAL	16
3.2.1.2 TEHNOLOŠKI PARKI TER PODJETNIŠKI IN UNIVERZITETNI INKUBATORJI V SLOVENIJI	17
3.2.1.3 POSLOVNI ANGELI	17
3.2.1.4 SAMOFINANCIRANJE PODJETIJ	18
3.2.2 Vladne politike	19
3.2.3 Vladni programi	21
3.2.4 Izobraževanje in usposabljanje	22
3.2.4.1 UDELEŽBA PREBIVALSTVA V PODJETNIŠKEM IZOBRAŽEVANJU IN USPOSABLJANJU	23
3.2.4.2 IZOBRAŽEVANJE IN USPOSABLJANJE ZA PODJETNIŠTVO V OČEH NACIONALNIH IZVEDENCEV	24
3.2.5 Prenos raziskav in razvoja	25
3.2.6 Poslovna in strokovna infrastruktura	26
3.2.7 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu	26
3.2.8 Dostop do fizične infrastrukture	27
3.2.9 Kulturne in družbene norme	27
3.2.10 Ostali podjetniški okviri	29
SKLEP	32
LITERATURA IN VIRI	37

KAZALO SLIK

<i>Slika 1: Konceptualni model GEM</i>	5
<i>Slika 2: Realno število podjetnikov v Sloveniji v letih 2006–2009*</i>	12
<i>Slika 3: Sektorska distribucija nastajajočih in novih podjetij v l. 2008 – pred recesijo</i>	13
<i>Slika 4: Sektorska distribucija nastajajočih in novih podjetij v l. 2009 – v recesiji</i>	13
<i>Slika 5: Razlogi za prenehanje poslovanja slovenskih podjetij v letu 2008</i>	14
<i>Slika 6: Razlogi za prenehanje poslovanja v letu 2009</i>	14
<i>Slika 7: Pridobivanje denarja (ne lastnega) za zagon podjetja</i>	18
<i>Slika 8: Povprečna ocena podjetniškega okvira vladne politike v Sloveniji v obdobju od 2002–2009</i>	20
<i>Slika 9: Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo po končani šoli, Slovenija 2008</i>	23
<i>Slika 10: Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo po končani šoli – izvajalci oziroma ponudniki izobraževanja, Slovenija 2008</i>	24
<i>Slika 11: Povprečna ocena podjetniškega okvira poslovna in strokovna infrastruktura v Sloveniji v obdobju od 2002 do 2009</i>	26
<i>Slika 12: Povprečna ocena podjetniškega okvira dostop do fizične infrastrukture v Sloveniji v obdobju od 2002 do 2009</i>	27

KAZALO TABEL

<i>Tabela 1: Povprečna ocena podjetniškega okvira finančna podpora v Sloveniji v obdobju 2002–2009</i> ..	19
<i>Tabela 2: Povprečna ocena podjetniškega okvira vladni programi v Sloveniji v obdobju 2002–2009</i>	22
<i>Tabela 3: Povprečna ocena podjetniškega okvira izobraževanje in usposabljanje v Sloveniji v obdobju 2002–2009</i>	24
<i>Tabela 4: Povprečna ocena podjetniškega okvira prenos R & R v Sloveniji v obdobju 2002–2009</i>	25
<i>Tabela 5: Povprečna ocena podjetniškega okvira odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu v Sloveniji v obdobju 2002–2009</i>	27
<i>Tabela 6: Dojemanje kulturne podpore in strah pred neuspehom v Sloveniji v obdobju 2002–2009</i>	28
<i>Tabela 7: Povprečna ocena podjetniškega okvira kulturne in družbene norme v Sloveniji v obdobju 2002–2009</i>	28

UVOD

Podjetništvo kot proces ustanavljanja ali razširjanja že obstoječega podjetja predstavlja pomemben vir napredka in razvoja celotnega družbenega življenja v posameznem gospodarstvu. Na poslovanje in ustanavljanje podjetij pomembno vpliva okolje, v katerem posamezniki živijo in delujejo. V državah, kjer je okolje naklonjeno podjetništvu, je podjetniška aktivnost zato višja kot v državah, kjer okolje podjetništvu ne daje ustreznega pomena. Posledično sta v teh državah višja tudi ekonomska rast in razvoj.

Ker je Slovenija relativno mlada država, podjetniško okolje še ni docela razvito. Na razvitost slovenskega podjetništva je še dodatno vplivala svetovna gospodarska kriza, ki je nastopila leta 2008 in je v slovensko podjetniško okolje prinesla številne spremembe.

Namen diplomske naloge je spoznati slovensko podjetniško okolje in spreminjanje slovenskega podjetniškega okolja med leti. Predvsem pa je moj cilj proučiti vpliv, ki ga je imela recesija na podjetniško okolje v Sloveniji. Podatki v diplomski nalogi so pridobljeni iz večletnih raziskav Globalni podjetniški monitor (torej iz sekundarnih virov), v katere je Slovenija vključena že od leta 2002, in njenih primerjav (s pomočjo komparativne metode) skozi čas in z drugimi državami, ki so sodelovale v raziskavah. Za opisovanje dejstev, procesov in predmetov v naravi in družbi sem pri delu uporabila deskriptivno metodo, zaključke o splošnih sodbah pa sem na podlagi dejstev pridobila s pomočjo induktivne metode. Za primerjavo skozi čas sem uporabila statistične in matematične metode.

Diplomsko delo je razdeljeno v tri vsebinske slove. V prvem vsebinskem sklopu predstavljam različne opredelitve poslovnega okolja ter delitve poslovnega okolja na posamezne sestavine. Nadaljujem z opredelitvijo podjetniškega okolja v raziskavi Globalni podjetniški monitor. Opredelitev v raziskavi namreč dejavnike podjetniškega okolja združuje v devet vidikov.

V drugem vsebinskem sklopu sprva pojasnim vire podatkov, na podlagi katerih je bila opravljena raziskava Globalni podjetniški monitor, in metodologijo, ki je bila v njej uporabljena. Kasneje opredelim slovensko podjetništvo in vpliv krize, ki je nastopila v letu 2008, na dejavnike podjetništva v Sloveniji (vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo, sektorsko distribucijo slovenskega podjetništva in prenehanje poslovanja slovenskih podjetij).

Zadnji vsebinski sklop pa je namenjen analizi slovenskega podjetniškega okolja, kjer prek devetih vidikov podjetniškega okolja ali podjetniških okvirov (finančna podpora, državna politika, državna podpora projektom, izobraževanje in usposabljanje, prenos raziskav in razvoja, poslovna, fizična in strokovna infrastruktura, vstopne ovire ter kulturne in socialne norme) opredelim prednosti in slabosti slovenskega podjetniškega okolja, posamezni podjetniški okvir primerjam med sodelujočimi državami in skozi čas, kjer še dodatno odgovorim na vprašanje, ali je gospodarska kriza že imela kakšen vpliv na spremembo okolja oziroma na spremembo ocene ali vrednosti posameznega okvira v letu 2009. Diplomsko nalogo zaključim z oceno drugih podjetniških okvirov, ki prav tako opredeljujejo dejavnike okolja.

1 POSLOVNO OKOLJE

1.1 POSLOVNO OKOLJE V TEORIJI

Steiner & Steiner (v Glas, 1997, str. 18) poslovno okolje v najširšem smislu opredelita kot klimo v okolju, v katerem posluje podjetje. Po Marcusu (v Glas, 1997, str. 18) gre za vzorec zunanjih dejavnikov in vplivov, ki oblikujejo rezultate podjetja. Frederick (v Glas, 1997, str. 18) predstavlja naslednje sestavine družbenega okolja: mednarodne in politične sile ter dogodki, družbene vrednote in etična pravila, regulativne zahteve, znanje in informacije ter tehnološki vidik. V širšem okviru gre dejansko za značilnosti nekega obdobja, za vrednote in ideologije, ki so povezane s tehnološko spremembo in z drugimi strukturnimi značilnostmi družbe. Okolje sestoji iz kulture, v kateri deluje podjetje, iz ideologij in temeljnih vrednot družbe, ravni znanja, napredka in ravni tehnologije ter iz vladnih organov, ki oblikujejo politike (Glas, 1997, str. 18).

Poslovno okolje je torej raziskovalno področje, kjer raziskujemo, spremljamo in opazujemo vplive okolja na delovanje podjetja. Kakor okolje vpliva na podjetje, tudi odločitve podjetij vplivajo na okolje. Posrednik je država, ki uravnava delovanje podjetij tako, da podjetja omeji pri uresničevanju ciljev. Med njimi tremi obstaja t. i. **socialni sporazum** – razmerje med podjetji in družbo, ki se deloma odražajo z zakonodajo, deloma pa z veljavnimi družbenimi vrednotami in normami (Drnovšek & Prodan, 2005).

Poslovno okolje tvorijo (Drnovšek & Prodan, 2005):

- ◆ **podjetja** – pojem podjetja zajema vrsto poslovnih aktivnosti, ki se odvijajo v določeni organizaciji. Podjetja zasledujejo svoje interese tako, da se kar najbolj odzivajo na zaznane potrebe v družbi;
- ◆ **država** – če se podjetja na potrebe odzivajo družbeno neodgovorno, država posreduje z ukrepi in politikami. Pojem država opisuje strukture in procese, ki jih grupiramo v tri oblike politik:
 - ◆ distributivna politika – je najpogostejša oblika, kjer ima ena skupina korist npr. v obliki subvencije, druga skupina pa nima nobenih izgub;
 - ◆ redistributivna politika – tu gre za obdavčevanje, z namenom prerazdelitev sredstev v drugo skupino;
 - ◆ regulativna politika – regulira obnašanja, nadzira ravnanja državljanov in poslovnih subjektov, hkrati s tem naredi okolje bolj predvidljivo za podjetja;
- ◆ **družba** – s pojmom družba opisujemo naslednje povezave med ljudmi:
 - ◆ v obliki vrednot (svoboda, enakost, pravičnost in poštenost, blaginja, napredek), ki se izražajo kot družbeno zaželena dejanja, katerih skupek imenujemo ideologija (npr. kapitalizem);
 - ◆ v obliki izmenjave materialnih dobrin – naravnih resursov, zemlje, proizvedenih dobrin. Materialne dobrine so rezultat organizacij in idej, ki so pod vplivom vrednot;
 - ◆ v obliki dela v organizacijah – formalni vzorci, ki povezujejo ljudi, da dosežejo cilje in koordinirajo delo posameznika;
- ◆ **trg** – vloga trga je razdelitev (alokacija) redkih resursov, osnovna naloga pa koordinacija in nadzor nad odločevalnim procesom – kaj proizvajati in v kakšnih količinah, metode proizvodnje, lastnik proizvedenega, kako zagotoviti fleksibilnost mehanizma v času (npr. glede menjanja okusov).

Različni avtorji zunanje okolje različno opredeljujejo, čeprav med njimi ni bistvenih vsebinskih razlik, le načini poimenovanja posameznih sestavin okolja so različni. Določene razlike so tudi v opredelitvah posameznih elementov v podokoljih. Tako se poslovno okolje v splošnem deli na zunanje in notranje. Zunanje okolje predstavlja spremenljivke zunaj podjetja, na katere podjetje

na kratek rok nima večjega vpliva. Notranje okolje pa predstavlja spremenljivke znotraj podjetja, na katere ima podjetje vpliv na kratek in tudi na dolgi rok (Jakič, 2009, str. 1; Pušnik, 2009, str. 13).

Jakič (2009, str. 1–3) **zunanje okolje** nadalje deli na:

Širše zunanje okolje, ki ima na podjetje posreden in običajno bolj dolgoročen vpliv, zato ga po kriteriju splošnosti vplivanja imenuje tudi **makro** okolje. Pri makro okolju so vplivi enaki za vsa podjetja, čeprav imajo za njih lahko različne posledice. Vključuje naslednja podokolja:

- ◆ ekonomsko okolje – v okviru ekonomskega okolja obravnavamo elemente, kot so bruto domači proizvod (v nadaljevanju BDP), cene, prihranki, dolgovi, dosegljivost posojil itd.;
- ◆ politično-pravno okolje – v okviru politično-pravnega okolja proučujemo dejavnike, kot so zakonodaja, delitev politične moči in politični proces itd.;
- ◆ tehnološko okolje – v okviru tega okolja preučujemo splošno pomembne inovacije in invencije, obseg sredstev za raziskave in razvoj itd.;
- ◆ kulturno okolje – v okviru tega okolja se preučujejo spremenjene vrednote, izobraževanje, religija, družbena gibanja, navade ljudi itd.;
- ◆ naravno okolje – v okviru naravnega okolja pa preučujemo klimo, naravna bogastva, prebivalstvo itd.

Okolje delovanja podjetja ima na podjetja bolj neposreden in praviloma bolj kratkoročen vpliv, po kriteriju splošnosti vplivanja ga imenujemo **mezo** okolje. Sestoji iz:

- ◆ panožnega okolja – konkurenti, kupci, dobavitelji, substituti itd.;
- ◆ odnosov do institucij kot vzorcev obnašanja;
- ◆ odnosov do državne politike – mikro- in makroekonomska politika;
- ◆ odnosov do interesnih skupin – posojilodajalci, interesna združenja itd.

Notranje okolje pa Jakič (2009, str. 1) opredeli kot naravo organizacije, organizacijo samo in njeno kulturo, po kriteriju splošnosti vplivanja ga imenuje **mikro** okolje, kjer vplivi prihajajo neposredno na podjetje ali iz njega (neposredne subvencije okolju, notranje okolje podjetja itd.).

Glasova (1997, str. 20–27) opredelitev okolja je le nekoliko drugačna. Zunanje okolje opredeljuje tako, kot Jakič opredeljuje širše zunanje okolje. Manjša razlika je vidna le pri njegovi opredelitvi političnega okolja, ki ga Glas nadalje deli na vladno in pravno okolje, poudarja pa tudi vpliv pluralističnih skupin, ki pritiskajo na vlado, da bi delovala v njihovo korist (pritiski na sprejem zakonodaje), ali neposredno na podjetja (prek medijev). Pri notranjem okolju pa opozarja na ključne skupine subjektov, katere morajo managerji koordinirati, da bi dosegli splošne cilje podjetja – zaposleni, managerji, lastniki in nadzorni svet.

Baron (2000, str. 3–22) sestavine okolja deli na tržne, ki so po svoji vsebine podobne tistim, katere prej omenjeni avtorji prištevajo pod pojem notranje okolje, in na netržne sestavine, ki so glede na prej podane opredelitve podobne sestavinam zunanjega okolja:

- ◆ **tržno okolje** – vključuje interakcije med podjetji in drugimi udeleženci na trgu, ki delujejo med seboj prek privatnih dogovorov ali pogodb. Te interakcije so ponavadi prostovoljne in zadevajo ekonomske transakcije in zamenjave premoženja. Če želijo podjetja uspeti, morajo v svojem tržnem okolju poslovati učinkovito, torej morajo biti hitri v odzivu na kupčeve potrebe, hitro se morajo prilagajati spremembam na trgu, razvijati morajo vedno nove proizvode ali storitve, prav tako pa morajo biti inovativni skozi raziskave in razvoj;
- ◆ **netržno okolje** – vključuje socialne, politične in pravne sestavine okolja, ki delujejo zunaj tržnega okolja, ampak vseeno vplivajo nanj in na zasebne dogovore podjetij. Netržno okolje tako obsega interakcije med podjetji in posamezniki, interesnimi skupinami in družbo, ki jih posreduje prek javnih institucij namesto zasebnih dogovorov. Netržni izzivi za današnja podjetja so okoljevarstvena zaščita, zdravje in varnost, tehnološka politika, regulacija in

deregulacija, mednarodna politika trgovanja, zakonodajna politika, odnos do delničarjev, družbena odgovornost, etika itd.

Pearce in Robinson (v Jakič 2005, str. 5) govorita o daljnem in bližnjem okolju, Hunger in Wheelen (v Jakič 2005, str. 5) zunanje okolje delita na družbeno okolje in okolje delovanja. Kotler & Armstrong (2001, str. 86–113) namesto izraza širše zunanje okolje uporabljata izraz makro okolje, namesto okolja delovanja pa mikro okolje:

- ◆ **makro okolje** – močnejše socialne sile, ki vplivajo na mikro okolje. Zajema demografske, ekonomske, naravne, tehnološke, politične in kulturne sile. Te sile oblikujejo priložnosti in opozarjajo podjetja na prednosti;
- ◆ **mikro okolje** – sile blizu podjetja, ki vplivajo na sposobnost zadovoljevanja potreb potrošnikov. Zajema podjetja in potrebe posameznih oddelkov, poslovne partnerje, dobavitelje, trg potrošnikov, konkurente in druge interesne skupine.

Starling (1988, str. 9–12) pravi, da makro okolje sestoji iz petih podokolij – tehnološkega, ekonomskega, socialnega in političnega okolja, dodaja še mednarodno okolje. Mikro okolju pa pravi neposredno ali takojšnje okolje, ki vključuje dobavitelje, kupce, zaposlene, kreditodajalce, delničarje in konkurente.

Needle (2010, str. 1–8) v svojem delu »Poslovanje v kontekstu« poda kompleksno predstavitev poslovanja in poslovnega okolja, kjer okolje razdeli v spodaj podane nivoje, ki vplivajo drug na drugega, vplivanje je vidno tako med nivoji kot tudi med elementi v posameznem nivoju:

- ◆ **nivo aktivnosti** – inovacije, operacije, marketing, ravnanje s človeškimi viri, finance in računovodstvo;
- ◆ **strateški nivo** – management in vodenje, strategija, poslovna etika;
- ◆ **organizacijski nivo** – lastništvo ter organizacijska kultura, cilji, velikost in struktura;
- ◆ **okoljski nivo** – ekonomija, tehnologija, delo, kulturni in institucionalni okvir – vpliv teh elementov in njihova interakcija z individualnimi organizacijami pa poteka v kontekstu **globalizacije**.

Tudi Campbell & Craig (2005) podajata podobno razdelitev poslovnega okolja:

- ◆ **zunanje makro okolje** – zajema politično, ekonomsko (slednjega deli na makro-ekonomskega in konkurenčno-ekonomskega), socialno, tehnološko, ekološko, pravno in mednarodno okolje;
- ◆ **notranje mikro okolje** – zajema elemente, kot so tržni sistem (cene in stroški, povpraševanje in ponudba), industrijo in tržne strukture, državo in tržne strukture itd.

V naslednjem poglavju opisujem opredelitev podjetniškega okolja v svetovni raziskavi Globalni podjetniški monitor (angl. *Global Entrepreneurship Monitor*) – v nadaljevanju GEM. Tam opredeljeno podjetniško okolje se od poslovnega okolja, opredeljenega v tem poglavju, razlikuje predvsem v tem, da pri proučevanju podjetniškega okolja analiziramo tudi vpliv okolja na nova in nastajajoča podjetja oziroma na proces ustanavljanja novih podjetij in ne le vpliva okolja na že obstoječa podjetja. Zato pri proučevanju podjetniškega okolja poleg vpliva zunanjega okolja na uveljavljena oziroma že obstoječa podjetja proučujemo tudi vpliv na nastajajoča in nova podjetja.

1.2 PODJETNIŠKO OKOLJE V RAZISKAVI GEM

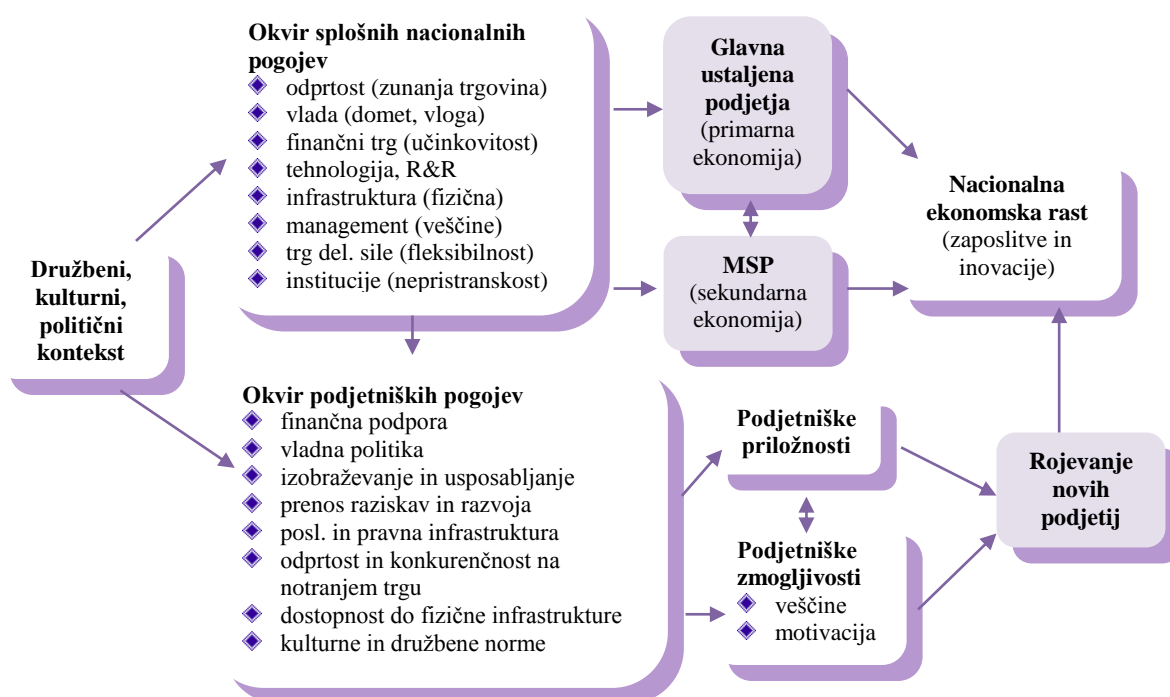
Ker je podjetništvo osrednjega pomena za ekonomski razvoj, je še kako pomembno, da poznamo tiste značilnosti podjetništva, ki lahko pomembno prispevajo k ekonomskemu in družbenemu napredku. Pa vendar vse pre pogosto omejujemo podjetništvo na število podjetij in njegove zgolj ekonomske značilnosti, premalo pozornosti pa posvečamo gonilni sili, to je podjetniku in

njegovim ambicijam, inovativnosti in podjetnosti. Vse pre pogosto tudi pozabljamo, da se podjetja rojevajo v željah posameznika ter da na nagnjenost posameznika vplivajo številni dejavniki v institucionalnem okolju, odnosu družbe do podjetništva, kulturnih vrednotah in podobno (Rebernik & Tominc & Pušnik, 2010, str. 19). Torej GEM proučuje vpliv zunanjega okolja na podjetništvo. Podjetništvo pa opredeljuje kot kakršen koli poskus posameznika, skupine posameznikov ali obstoječega podjetja, da bi ustvaril novo podjetje ali poslovno dejavnost, bodisi da gre za samozaposlitev, novo podjetje ali razširitev že obstoječega (Rebernik & Tominc & Pušnik, 2008b, str. 28).

Podjetniško okolje v raziskavi ponazarja **konceptualni model GEM**, prikazan na sliki 1, ki nakazuje, da do nacionalne ekonomske rasti pride ob ugodnem vplivu makro zunanjega okolja. Predpostavlja, da se ekonomski procesi odvijajo v relativno stabilnem družbenem, političnem in kulturnem okolju in da delujeta dva temeljna mehanizma rasti (Rebernik & Tominc & Pušnik, 2007, str. 30–33, 2008b, str. 28–31):

- ◆ prvi mehanizem rasti so že obstoječa uveljavljena podjetja, ki so odvisna od okvira splošnih nacionalnih pogojev poslovanja. Če so ti pogoji poslovanja urejeni in naravnani h konkurenčnosti, so ta podjetja lahko mednarodno uspešna, zmorejo ustanavljati nove obrate in podjetja (notranje podjetništvo, spin-off) ter lahko pripomorejo tudi k rasti mikro, malih in srednje velikih podjetij (na Sliki 1 označeni s kratico MSP). So glavni vir ekonomske rasti, saj zaposlujejo veliko število ljudi;
- ◆ drugi mehanizem rasti je podjetniški proces oziroma nastajanje novih podjetij, ki so odvisna od okvira splošnih podjetniških pogojev, ki so jih v GEM poimenovali **podjetniški okviri**, ki so sicer povezani z okvirom splošnih nacionalnih pogojev, vendar se od njih tudi razlikujejo. Te pogoji odločajo o sposobnosti posamezne države, da bi se tisti, ki imajo za to večine in motivacijo, odločali za izkoriščanje poslovnih priložnosti in ustanavljali podjetja. Na odvijanje podjetniškega procesa vplivajo podjetniške priložnosti in zmogljivosti ljudi, da se lotevajo novih podjetij. Brez rojevanja novih podjetij ekonomski razvoj ni možen, saj le-ta prispevajo h konkurenčnosti ponudbe, vnašajo konkurenčni pritisk, zapolnjujejo vrzeli na trgu, pomlajujejo panoge ter zagotavljajo ustrezno zaposlenost delovno aktivnega prebivalstva.

Slika 1: Konceptualni model GEM



Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, *Premalo razvojno usmerjenih podjetij: GEM Slovenija 2007,2008b*, str.

Raziskava GEM je dejavnike podjetniškega okolja tako združila v devet vidikov: finančna podpora, državna politika, državna podpora projektom, izobraževanje in usposabljanje, prenos raziskav in razvoja, poslovna, fizična in strokovna infrastruktura, vstopne ovire ter kulturne in socialne norme (Zhang & Liu, 2008; Fogel, 2001). Kot sem že omenila, so v raziskavi GEM te dejavnike podjetniškega okolja poimenovali podjetniški okviri, v nadaljevanju podajam kratko opredelitev posameznega podjetniškega okvirja (Cerovšek, 2008, str. 10–11; Rebernik et al., 2007, 2008b, 2009, 2010):

- ◆ **finančna podpora** – pojem finančna podpora se razume kot razpoložljivost različnih formalnih, institucionalnih in neformalnih finančnih virov financiranja za nova in rastoča podjetja;
- ◆ **vladne politike** – GEM ocenjuje vpliv zasnovanosti in vodenja vladnih politik na razvoj novih in rastočih podjetij. Torej gre za ocenjevanje delovanja vladnih politik, ki se odražajo v regulativi (razna dovoljenja in koncesije), davčnem sistemu in izvajanju javnih naročil;
- ◆ **vladni programi** – v GEM vladne programe definirajo kot razpoložljivost, izvajanje in učinkovitost programov in spodbud, ki neposredno podpirajo nova in rastoča podjetja na nacionalni, regionalni in lokalni ravni;
- ◆ **izobraževanje in usposabljanje** – pod pojmom izobraževanje in usposabljanje se v GEM razume razširjenost ter kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v okviru različnih programov formalnega izobraževanja ter programov usposabljanja podjetnikov in zaposlenih v malih in srednje velikih podjetjih;
- ◆ **prenos raziskav in razvoja** – pod pojmom prenos raziskav in razvoja se v GEM razume obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso. Prenos raziskav in razvoja se nanaša na vprašanje, v kolikšni meri nacionalne raziskave in razvoj vodijo k novim komercialnim priložnostim in koliko so le-te dostopne novim, mladim in rastočim podjetjem;
- ◆ **poslovna in strokovna infrastruktura** – pri tem podjetniškem okviru se ocenjuje kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja. Gre torej za prisotnost poslovnih, računovodskih in drugih pravnih storitev in inštitucij, ki spodbujajo in podpirajo nastajanje novih in rastočih podjetij;
- ◆ **odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu** – v GEM se ocenjuje prilagajanje tržnim pravilom in spreminjanje tržne strukture, velikost vstopnih pregrad oziroma kako težko se nova podjetja uveljavijo na trgu. To pomeni, v kolikšni meri se prilagajajo tržna pravila in spreminja tržna struktura z vstopom novih in rastočih podjetij, kako konkurirajo ter izrivajo obstoječe dobavitelje, pogodbene izvajalce in svetovalna podjetja;
- ◆ **dostop do fizične infrastrukture** – dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij, se nanaša na razpoložljivost in težavnost dostopa do obstoječih fizičnih virov – telekomunikacij, energetske in komunalne preskrbe, transportnih možnosti, zemljišč in poslovnih prostorov, po cenah, ki ne diskriminirajo novih ali rastočih podjetij;
- ◆ **kulturne in družbene norme** – kulturne in družbene norme vključujejo splošna stališča, prepričanja in poglede, kulturno ozračje in vse tiste norme, ki se nanašajo na družbeno sprejeto ravnanje in aspiracije posameznikov in skupnosti. Te norme bistveno vplivajo na splošen odnos prebivalstva do podjetništva in podjetniškega ravnanja. Gre torej za naklonjenost ali nenaklonjenost kulturnih in družbenih norm podjetniški aktivnosti;
- ◆ vsako leto pa so v posamezni raziskavi dodani dodatni sklopi ali podjetniški okviri oziroma **novi okvirni pogoji za podjetništvo**, ki so na kratko opisani v zadnjem poglavju diplomske naloge – kot dodatne podjetniške okvire sem opredelila zmogljivosti za podjetništvo, zaznavanje poslovnih priložnosti, urejenost zaščite intelektualne lastnine, ekonomsko klimo, sestavo populacije in delovne sile, soodvisnost med političnim institucionalnim in socialnim okvirom, odnos do žensk v podjetništvu, rast podjetij, odnos do investicij ter socialno podjetništvo.

Odkar se je v Sloveniji začela raziskava GEM, se je tudi povsem jasno pokazalo, da je kompleksnost podjetniškega procesa prevelika, da bi bilo dovolj poznati samo število podjetij ali število posameznikov, ki se lotevajo podjetništva. V model so zato uvedli Porterjevo (v Rebernik & Tominc & Pušnik, 2009, str. 42–46) razlikovanje na temelju višine BDP na prebivalca, ki države na podlagi razširjenega modela GEM uvršča v tri skupine. To so gospodarstva, v katerih razvoj temelji na izkoriščanju temeljnih proizvodnih tvorcev (angl. *factor-driven economies*), gospodarstva, v katerih razvoj temelji na učinkovitosti (angl. *efficiency-driven economies*), ter gospodarstva, v katerih razvoj temelji na inovacijah (angl. *innovation-driven economies*). Vloga podjetništva v teh skupinah držav je različna (Rebernik et al., 2009, str. 42–46).

Čeravno se po posameznih tipih gospodarstev celotna podjetniška aktivnost zelo razlikuje, pa je jasno razvidno, da je povprečna raven višja glede na razvitost držav. V državah, ki so manj razvite, je več podjetništva. V dosedanjih raziskavah se je tudi jasno pokazalo, da je temeljni razlog za več podjetništva v teh državah v tem, da zaradi manj razvitih industrijskih in storitvenih panog nimajo druge možnosti za preživetje, kot da se samozaposlijo. Vzpostavljena je hipoteza o ravnovesni stopnji lastništva, navedeni so nekateri dokazi, da so države, ki odstopajo od ravnovesja, lahko kaznovane z nižjo ekonomsko rastjo (Rebernik et al., 2009, str. 42–46).

Samo določen odstotek prebivalstva se odloči za ukvarjanje s podjetništvom. Ta odstotek je zaradi podjetništva iz nujnosti izrazito visok v manj razvitih gospodarstvih, z razvojem se postopoma količinsko zmanjšuje, naraščati pa začne bolj kakovostno podjetništvo zaradi priložnosti, ki je še zlasti v bolj razvitih gospodarstvih tudi bolj razvojno naravnano (Rebernik et al., 2009, str. 24–28).

Očitno enaka stopnja vključevanja v podjetniške aktivnosti ni primerna za vsako državo, temveč mora biti različna glede na razvojno raven posamezne države. Zato je tudi pomembno, da ločujemo države glede na njihovo doseženo stopnjo razvitosti (v našem primeru na faktorska, učinkovitostna in inovacijska gospodarstva), saj morajo biti ukrepi ekonomske politike prilagojeni konkretni razvojni stopnji (Rebernik et al., 2009, str. 42–46).

Slovenija spada v zadnjo skupino, torej tisto, katere razvoj temelji na inovacijah, kjer s prehodom iz srednje visokega dohodka na visoki dohodek večina gospodarstev preide tudi iz uvoza tehnologije na gospodarstvo, ki generira nove tehnologije, in kjer je gospodarstvo v nekaterih sektorjih visoko inovativno. Mednarodna konkurenčnost gospodarstva je pomembno povezana z visoko stopnjo družbenega znanja, ki temelji na znanosti in znanju ter zmožnosti hitrega prestopa na nove tehnologije. Glavni podjetniški izzivi so vezani na zmožnost doseganja visokih stopenj inovativnosti in komercializacije novih tehnologij. Prehod na takšno, inovacijsko podprto gospodarsko rast oziroma gospodarstvo, ki ga poimenujemo inovacijsko gospodarstvo, je povezan s pomembno vlogo države pri spodbujanju visoke stopnje inovativnosti, s spodbujanjem javnih in zasebnih investicij v znanost in razvoj, visoko izobrazbo, razvojem trga kapitala in ustvarjanjem regulativnega sistema, ki podpira nastanek visokotehnoloških podjetij. Podjetja hkrati veliko vlagajo v razvoj in nadgradnjo znanja in kompetenc svojih zaposlenih (Rebernik et al., 2010, str. 21).

Kot sem že omenila, ima podjetništvo različne vplive in značilnosti glede na razvojno stopnjo posamezne države, zato **razširjen model GEM** upošteva te tri stopnje. V prilogi 1 podajam shemo razširjenega modela GEM. Okvirni podjetniški pogoji, na katere se osredotoča diplomska naloga, so v razširjenem modelu GEM zbrani pod pojmom inovacije in podjetništvo (glej Prilogo 1). Model upošteva, da je za uspešno podjetništvo, ki prispeva k nacionalni ekonomski rasti, pomembno (Rebernik et al., 2009, str. 24–29, 2010, str. 22–26):

- ◆ **temeljni oz. splošni pogoji poslovanja** – inštitucije, infrastruktura, makroekonomska stabilnost in zdravstvo ter temeljno izobraževanje. Za uspešno podjetništvo, ki prispeva k nacionalni ekonomski rasti, so pomembni ti temeljni pogoji, ki so jih razvite države že zdavnaj uredile, v manj razvitih državah pa lahko predstavljajo eno temeljnih ovir za razvoj podjetništva. Šele ko so vzpostavljeni ti temeljni pogoji, je možno uveljavljati dejavnike, ki prispevajo k večji učinkovitosti gospodarstva;
- ◆ **dejavniki učinkovitosti** – gre za visoko izobraževanje in usposabljanje, saj brez njega ni možno vzpostavljati učinkovite izrabe človekovih zmogljivosti ali motivirati ljudi za pridobivanje ustrezne izobrazbe in znanja ter za učinkovit trg delovne sile in trg dobrin ter izpopolnjenost finančnega trga, ki pripomorejo k nemotenemu razvoju podjetij in uveljavljanju tehnološkega napredka. Z internacionalizacijo poslovanja in večjimi mednarodnimi trgi pa se lahko pričnejo koristiti tudi učinki ekonomije obsega in uveljavljanja komparativnih prednosti;
- ◆ **inovacije in podjetništvo** – ker nadaljnji razvoj v inovacijskih gospodarstvih temelji na znanju, inovacijah in podjetnosti, je treba uveljaviti čim bolj enostavne postopke za ustanavljanje podjetij ter zagotoviti ustrezno podjetniško izobraževanje. Poleg vladnih programov za podjetništvo, podjetniškega izobraževanja, poslovne in pravne infrastrukture za podjetništvo je tu še prenos raziskav, saj novi izdelki ne nastajajo več samo v razvojnih oddelkih velikih podjetij, ampak tudi na univerzah in v raziskovalnih inštitutih, tako da je treba poskrbeti za učinkovit prenos rezultatov raziskav in razvoja v podjetniško prakso, z vključenim učinkovitim podjetniškim financiranjem, ki bo omogočal, da se čim več idej in novosti pretopi v neposredno podjetniško prakso.

V vseh treh tipih gospodarstva – faktorskem, učinkovitostnem in inovacijskem – imamo opraviti s tremi temeljnimi elementi podjetništva, in sicer z odnosom do podjetništva, podjetniško aktivnostjo in aspiracijami po rasti. GEM je razvil ustrezne mere, s pomočjo katerih lahko spremljamo ta tri področja in jih, ker so tako viri podatkov kot tudi rezultati primerno harmonizirani, tudi primerjamo med posameznimi državami (Rebernik et al., 2009, str. 24–28).

Podjetniška aktivnost se razume kot vključenost odraslega prebivalstva v podjetništvo, kjer so identificirani podjetniki – tisti, ki že imajo ustanovljeno podjetje, pa tudi oni, ki šele začnejo podjetniško pot. Pri tem je uporabljen indeks zgodnje podjetniške aktivnosti TEA (angl. *Total Early-Stage Entrepreneurial Activity*), ki kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se vključuje v podjetništvo. Zajema posameznike, ki so bodisi pričeli z nekaterimi aktivnostmi, da bi ustanovili podjetje, ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece. Te posameznike imenujemo nastajajoči podjetniki in pomenijo začetek podjetniške poti. K nastajajočim podjetnikom prištejemo nove podjetnike, tiste, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece, vendar manj kot tri leta in pol. TEA indeks torej kaže zgodnje faze podjetniškega procesa in je še zlasti občutljiv na dejavnike okolja, ki posameznike bodisi spodbujajo ali odvrtaajo od podjetništva. Vendar pa TEA indeks ne pomeni celotne vključenosti v podjetništvo. Med prebivalstvom so tudi posamezniki, ki imajo podjetje že dlje kot tri leta in pol. Te imenujemo ustaljeni podjetniki in so jih pričeli podrobneje spremljati šele v raziskavi GEM za leto 2006 (Rebernik et al., 2008b, str. 9).

2 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM

2.1 VIRI IN METODOLOGIJA RAZISKOVANJA OKOLJA

Raziskovalni program GEM sta v letu 1997 zasnovala Michael Hay (London Business School) in Bill Bygrave (Babson College). Prva raziskava je bila izpeljana v letu 1999, v njej pa je sodelovalo 10 držav s Paulom Reynoldsom kot vodjem raziskave. Do danes se je GEM razvil v

konzorcij, v katerem sodelujejo številni nacionalni timi, kar predstavlja edinstven svetovni projekt brez primere v podjetniškem raziskovanju. Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru se je raziskavi pridružil leta 2002 in od takrat so zagotovljeni podatki o slovenskem podjetništvu. Gre za obširno raziskavo, ki je tudi finančno zahtevna, saj v svetovnem merilu nacionalne raziskovalne time sponzorira prek 100 sponzorjev (Rebernik et al., 2007, 2008b, 2009, 2010).

V Sloveniji GEM vsa ta leta podpirajo Ministrstvo za gospodarstvo in Agencija za raziskovalno dejavnost, v zadnjih letih pa tudi podjetje Smart Com ter z objavljanim posebne priloge z rezultati GEM tudi časopis Finance. Temeljno poslanstvo GEM je ustvariti zanesljive mednarodne podatke o podjetniški aktivnosti ter s temi podatki seznaniti čim širšo javnost. Raziskava je osredotočena na tri temeljne cilje (Rebernik et al., 2009, str. 23–24):

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

V raziskavah GEM so uporabljene štiri skupine podatkov, pridobljenih na osnovi (Rebernik et al., 2008b, str. 31):

- ◆ **vzorca odrasle populacije** (18–64 let) – na osnovi telefonskega intervjuja (leta 2006 – 3.008 anketiranih, leta 2007 jih je sodelovalo 3.020, leta 2008 3.019 ter leta 2009 3.030);
- ◆ osebnih intervjujev ali standardiziranih vprašalnikov z **nacionalnimi izvedenci**, ki so skrbno izbrani posamezniki, za katere po njihovi dosedanji podjetniški aktivnosti, profesionalnosti, znanju in ugledu sodimo, da lahko prispevajo k razumevanju podjetništva v Sloveniji (v l. 2006 je bilo upoštevano mnenje 53 izvedencev, v l. 2007 je bilo upoštevano mnenje 39 izvedencev, s katerimi niso bili več opravljeni osebni intervjuji, pač pa so izpolnjevali razširjen standardiziran vprašalnik, v l. 2008 in 2009 pa jih je bilo 36). Nacionalni izvedenci so bili naprošeni, da v vprašalniku predstavijo tudi svoj pogled na: slabosti, prednosti in ukrepe, da bi se čim več Slovencev vključilo v podjetniške aktivnosti;
- ◆ iz standardiziranih **sekundarnih mednarodnih virov podatkov** – da bi bilo možno delati kakršne koli primerjave nacionalnih značilnosti posameznih držav (npr. rast BDP), se je treba opreti na zanesljive in poenotene mednarodne vire. Ti viri so podatkovne baze, s katerimi razpolagajo Združeni narodi, Eurostat, Svetovna banka, ILO, Mednarodni denarni sklad, OECD. Obdelava tako velike količine podatkov terja zelo skrbno organizacijo, ki jo zagotavlja koordinacijski tim GEM.

Podatki o okvirnih pogojih za podjetništvo so pridobljeni s standardiziranim vprašalnikom, ki je namenjen nacionalnim izvedencem v sodelujočih državah GEM. Izvedenci so iz gospodarstva, politike, državne uprave in akademske stroke, ki imajo znanje in izkušnje z delovanjem na različnih področjih, ki vplivajo na nastanek in razvoj podjetništva v posamezni državi. S standardiziranim vprašalnikom so pridobljena mnenja in stališča izvedencev o (Rebernik et al., 2009, str. 85–87):

- ◆ stanju okvirnih pogojev za podjetništvo (zajeti v poglavjih od 3.2.1 do 3.2.9);
- ◆ dodatnih sklopov ali podjetniških okvirih oziroma novih okvirnih pogojev za podjetništvo, ki so vsako leto dodani v posamezni raziskavi in sem jih na kratko predstavila v poglavju 3.2.10. Gre za različne vidike in dimenzije celotnega spleta naslednjih dejavnikov okolja:
 - ◆ motivacije in priložnosti za ustanovitev podjetij,
 - ◆ ekonomske klime,
 - ◆ sestave populacije in delovne sile,
 - ◆ podpore ženskam pri ustanovitvi podjetij,
 - ◆ soodvisnosti med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom,
 - ◆ podpore za hitro rastoče podjetniške pobude,

- ◆ inovativnosti podjetniških pobud v določeni državi.

Vprašalnik GEM je namenjen pridobivanju mnenj izvedencev o posameznih okvirnih pogojih za podjetništvo. Oceno podjetniških okvirov so dobili tako, da so na osnovi odgovorov v vprašalniku proučili, v kolikšni meri se izvedenci strinjajo s trditvami, ki opisujejo okvirne pogoje za podjetništvo. Izvedencem so zastavili tri vprašanja (Rebernik et al., 2007, 2008b, 2009, 2010):

- ◆ kateri so po vašem mnenju trije najpomembnejši podjetniški okviri, ki **zavirajo** podjetništvo v Sloveniji;
- ◆ kateri so po vašem mnenju trije najpomembnejši podjetniški okviri, ki **prispevajo** k podjetniški aktivnosti v Sloveniji, ter
- ◆ kateri so po vašem mnenju trije najpomembnejši podjetniški okviri, kjer bi bilo predvsem treba **ukrepati**, da bi lahko povečali podjetniško aktivnost v Sloveniji. Tretji del vprašalnika pokriva standardne socio-demografske značilnosti in delovne izkušnje izvedenca, kot so spol, starost, izobrazba, poklic, število let izkušenj s podjetništvom ipd.

V skladu s kriteriji vzorčenja, uporabljenimi v raziskavi GEM, je bilo vsako leto zajeto različno število izvedencev. Poglavitni cilj vzorčenja je bil zagotoviti uravnotežen in reprezentativni vzorec izvedencev. Vzorec je uravnotežen glede na devet osnovnih okvirnih pogojev za podjetništvo, tip izvedenca (strokovnjak ali podjetnik), spol, sektor gospodarstva (javni ali zasebni) in geografsko porazdelitev. Na ta način so dobili harmonizirano mero, ki izraža pogoje za nastanek in razvoj podjetništva v posamezni državi. Analiza mnenj izvedencev o podjetniškem okolju daje štiri vrste informacij (Rebernik et al., 2009, str. 85–87):

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

Iz podatkov GEM tako pridobimo naslednje demografske podatke: spol, starost, izobrazbeno strukturo, ruralnost oziroma urbanost, regionalno razpršenost ter dohodkovne razrede. Demografija je opisana v prilogi 9. Z njimi dobimo pomembno informacijo o potencialih, ki se skrivajo v podjetniški populaciji, vendar je ob merjenju vključenosti odraslega prebivalstva v podjetništvo, njihovih demografskih značilnosti in temeljnih okvirov podjetniškega delovanja treba proučevati tudi inovacijsko naravnost podjetij (novost izdelkov, konkurenca, tehnologija), nagnjenost k rasti (zaposlovanje, izvoz), pripravljenost ljudi sprejemati novosti, razpoznavanje poslovnih priložnosti, podjetniško zmogljivost odraslega prebivalstva z vidika dojemanja kulturne podpore (egalitarizem, poklicna izbira, spoštovanje podjetniškega poklica, odnos medijev), podjetniško zmogljivost odraslega prebivalstva z vidika samozaupanja (znanje in veščine, strah pred neuspehom) ter tudi druge vplivne dejavnike (Rebernik et al., 2009, str. 7).

Za pregled razvoja slovenskega podjetniškega okolja sem izhajala oz. uporabila podatke, zbrane na podlagi mednarodne raziskave GEM za pretekla štiri leta, torej za leto 2006, 2007, 2008 in 2009, ki nam dajejo subjektivne oz. mnenjske ocene podjetniškega okolja v Sloveniji.

2.2 KRIZA IN SLOVENSKO PODJETNIŠTVO

Podjetništvo Slovenije je v prejšnji ureditvi pod okriljem nekdanje skupne države Jugoslavije delovalo v obliki velikih državnih podjetij, ki so bila državna last. Tako je bilo le malo malih podjetij, večinoma so bila to obrtniško oblikovana, največkrat družinska podjetja. Po osamosvojitvi so se ob privatizaciji začeli prvi zametki podjetništva. Za obdobje t. i. **slovenske tranzicije** je bila značilna prevlada velikih podjetij, kar je pogosto negativno vplivalo na razvoj malih in srednjih podjetij.

Nizko uspešnost podjetniškega procesa je narekovala nizka zgodnja podjetniška aktivnost in visoka stopnja »smrtnosti« nastajajočih podjetij. Če temu dodamo še prekomerno regulirano in birokratsko podjetniško okolje z oteženim dostopom do virov financiranja predvsem za mikro in mala podjetja, je povsem razumljivo, da se je Slovenija po mednarodnih primerjavah v obdobju tranzicije uvrščala na rep držav, ki so jih tedanje raziskave podjetniškega okolja raziskovale. Slovensko gospodarstvo je korporativistično organizirano. Zares neodvisnemu in z določenimi lobiji nepovezanemu podjetniku se je zato v Sloveniji zelo težko prebiti. Ker so nam prejšnji sistemi »oprali možgane«, ker ne maramo tveganja, podjetništvo pri nas ni vrednota (Huber, 2007).

Tako se je pojavila potreba po proučevanju podjetništva, ki daje smiselne rezultate samo, če ga proučujemo povezano in soodvisno s podobnimi raziskavami v svetu. To je še zlasti pomembno, ker mora imeti ekonomska politika, ki ima razvojne cilje, primerne podatke, ki ji omogočajo sprejemanje ukrepov, ki pospešujejo podjetništvo in spodbujajo tiste vrste podjetij, ki lahko k razvoju največ prispevajo. Potreba po primerjanju slovenskega podjetništva s svetovnim izhaja iz dejstva, da nobeno nacionalno gospodarstvo ne more preživeti samo zase, brez sodelovanja z drugimi gospodarstvi. Tudi dejavnikov, ki vplivajo na gospodarstvo in podjetništvo, ne moremo razumeti in vplivati nanje, ne da bi ga mednarodno umestili (Rebernik et al., 2010, str. 33).

Recesija je v slovensko podjetništvo prinesla številne spremembe v podjetniškem okolju, v letu 2009 je bila recesija glavna tema pogovora v podjetniškem svetu. Pričakovanja so bila različna. V raziskavi GEM za leto 2008 so nacionalni izvedenci že opredelili pričakovanja glede izzivov, ki jih prinaša recesija.

Zmanjšalo se bo število zaznanih poslovnih priložnosti, zaradi manjše ponudbe kreditov in drugih virov financiranja pa bodo tudi zaznane poslovne priložnosti ostale neizkoriščene (Rebernik et al., 2009, str. 12–13). Čeprav je anketiranje za raziskavo GEM 2008 potekalo že maja, so slovenski podjetniki vseeno videli manj priložnosti kot leto prej, vendar le za 4 odstotke. Bolj črnogledi so bili ustaljeni podjetniki. Med njimi so se zaznave poslovnih priložnosti zmanjšale za 8 odstotkov. Kriza se v Sloveniji veliko bolj pozna po tem, da manj ljudi načrtuje ustanovitev novega podjetja. Teh je samo 10 odstotkov, če pa odštejemo sedanje podjetnike, pa jih ostane samo 7 odstotkov (Stojan, 2009). Večji bo tudi strah pred neuspehom, seveda pa bodo vselej tudi posamezniki, ki bodo ob izgubi službe poskušali svojo eksistenco zagotoviti z ustanovitvijo lastnega podjetja, vendar bodo podjetje predvidoma ustanavljali zaradi nujnosti (Rebernik et al., 2009, str. 12–13).

V primerjavi z letom 2008 se je stanje v letu 2009 precej poslabšalo tudi glede zagona novih poslov in rasti podjetja. Polovica slovenskih podjetnikov meni, da je težje dosegati rast podjetja, in ena tretjina, da je težje pričeti z novim poslom. Je pa zanimivo, da četrtnina novih podjetnikov v bogatejših državah verjame, da je globalna recesija za njihove posle prinesla več priložnosti in ne manj. Gre predvsem za mlade, dobro izobražene posameznike, ki tudi pričakujejo, da bodo ustvarjali nova delovna mesta za druge. Dajejo optimistični signal, da je iz recesije možno iziti z ustvarjanjem novih podjetij ter ponujanjem novih izdelkov in storitev. So pa tudi pomembno

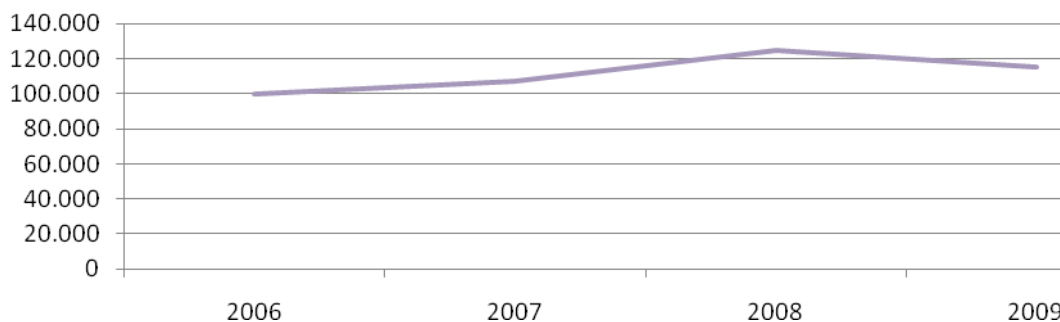
opozorilo snovalcem ekonomske politike, da je treba čim več pozornosti nameniti tej skupini podjetnih posameznikov (Rebernik et al., 2010, str. 67–68).

2.1.1 Vpliv krize na dejavnike podjetništva v Sloveniji

2.1.1.1 RAST ŠTEVILA PODJETNIKOV

Iz slike 2 je razvidno realno gibanje števila podjetnikov v Sloveniji v letih od 2006 do 2009, kjer gre seveda za posameznike in ne registrirana podjetja, saj lahko ima posamezno podjetje več ustanoviteljev/lastnikov oz. ima posameznik v lasti več podjetij. V prilogi 2 navajam značilnosti merjenja vključenosti odraslega prebivalstva v podjetništvo. Zgodnja podjetniška aktivnost, merjena s TEA indeksom (seštevek deleža nastajajočih – posamezniki, ki še niso izplačevali plač dalj kot tri mesece, in novih podjetnikov – posamezniki, ki niso izplačevali plač dalj kot tri leta in pol), je v Sloveniji v obdobju 2002–2008 narasla s 4,6 odstotka leta 2002 na 6,4 odstotka leta 2008, s tem da je leta 2004 bila najnižja v tem obdobju (2,5 odstotka). V zadnjih štirih letih je aktivnost konstantno naraščala in se leta 2008 izenačila s povprečjem 17 držav, ki tvorijo skupino inovacijskih gospodarstev. Vidimo pa tudi, da je (verjetno zaradi recesije) realno število podjetnikov padlo iz 125.000 v letu 2008 na 115.000 v letu 2009 (Rebernik et al., 2009, str. 64–66).

Slika 2: Realno število podjetnikov v Sloveniji v letih 2006–2009*



Legenda: *vsi ustaljeni in novi podjetniki ter potencialno preživeli nastajajoči podjetniki

2.1.1.2 SEKTORSKA DISTRIBUCIJA SLOVENSKEGA PODJETNIŠVA

Za analizo porazdelitve dejavnosti v okviru raziskave GEM se dejavnosti klasificirajo v naslednje skupine (Rebernik et al., 2009, 2010):

- ◆ **dejavnost pridobivanja iz narave** – kmetijstvo, gozdarstvo, lov, rudarstvo itd.;
- ◆ **preoblikovalne dejavnosti** – gradbeništvo, predelovalne dejavnosti, promet, transport, skladiščenje ter zveze, ki se nanašajo na fizično preoblikovanje ali premeščanje dobrin in ljudi;
- ◆ **storitve, usmerjene na potrošnika** – trgovina na drobno, osebne storitve, izobraževanje, zdravstvo, socialno varstvo itd.;
- ◆ **poslovno usmerjene storitve** – finančno posredništvo, zavarovalništvo, poslovanje z nepremičninami itd.

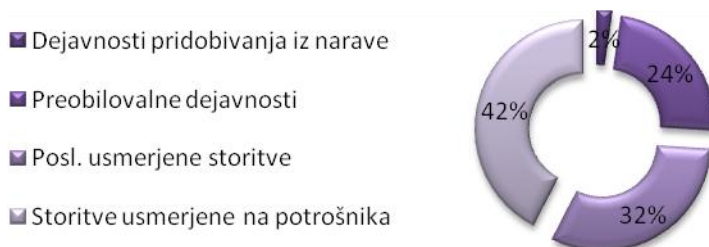
Slika 3: Sektorska distribucija nastajajočih in novih podjetij v l. 2008 – pred recesijo podana v odstotkih



Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008, 2009, str. 57

Kot vidimo na sliki 3, je leta 2008 največji delež poslovno usmerjenih storitev, v letu 2009 pa se je le-ta preusmeril na storitve, usmerjene na potrošnika (glej Sliko 4), kar je sicer značilno za inovacijska gospodarstva, vendar je bil razlog verjetno v dejstvu, da so ta podjetja v recesijskih pogojih zaradi stečajev najbolj prizadeta (Rebernik et al., 2009, str. 57–58, 2010, str. 66–67).

Slika 4: Sektorska distribucija nastajajočih in novih podjetij v l. 2009 – v recesiji podana v odstotkih



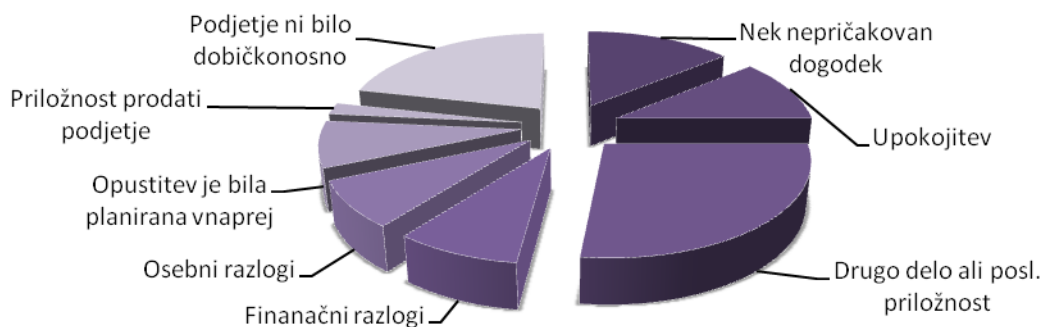
Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, Slovensko podjetništvo v času krize: GEM Slovenija 2009, 2010, str. 66

2.1.1.3 RAZLOGI ZA PRENEHANJE POSLOVANJA SLOVENSКИH PODJETIJ

Tako kot je rojevanje podjetij normalen gospodarski proces, je normalno tudi, da podjetja prenehajo s poslovanjem. Gre za normalen ekonomski cikel, v katerem podjetja, ki jim usahnejo poslovne priložnosti in z njimi plačilno sposobno povpraševanje, pač prenehajo poslovati. Seveda pa je pomembno, ali to storijo zaradi notranjih slabosti ali zato, ker so pogoji poslovanja nevzdržni. Razlogi za to so številni in se nahajajo v širokem razponu – od stečajev in poslovnih propadov podjetij do prodaje, prevzemov in prostovoljnega opuščanja ukvarjanja s podjetništvom. O tem imamo tudi v slovenskem prostoru nekaj odličnih raziskav. Dinamika opuščanja podjetij in lotevanja novih je ključnega pomena za zdravo konkurenčnost v gospodarstvu (Rebernik et al., 2010, str. 68).

V raziskavi GEM za leto 2008 smo glede razlogov za prenehanje poslovanja slovenskih podjetij ugotovili, da slovenski podjetniki v znatno večjem deležu kot v drugih državah opustijo podjetništvo zaradi dogodkov, ki jih niso pričakovali, in pa zato, ker se jim je pokazala možnost za drugo delo. Pri njih gre le redkokdaj za prenehanje poslovanja zaradi priložnosti, ki bi jo nudila prodaja podjetja. Ta način izhoda iz podjetništva je v Sloveniji še vedno zelo redko uporabljan, ne nazadnje tudi zato, ker smo glede podjetništva relativni novinci in ker mehanizmi za prodajo podjetja niso jasno zastavljeni, da bi podjetniki spoznali vse prednosti in pasti (recimo davčne) tega dejanja. Na sliki 5 so prikazani razlogi za prenehanje poslovanja v letu 2008, ki so podani v deležih, kjer lahko tudi vidimo, da je upokožitev pogost razlog, kjer se, podobno kot po vsej Evropi, zastavlja vprašanje, kako zagotoviti tranzicijo lastništva in upravljanja v podjetjih s starajočimi podjetniki (Rebernik et al., 2007, str. 56–57).

Slika 5: Razlogi za prenehanje poslovanja slovenskih podjetij v letu 2008

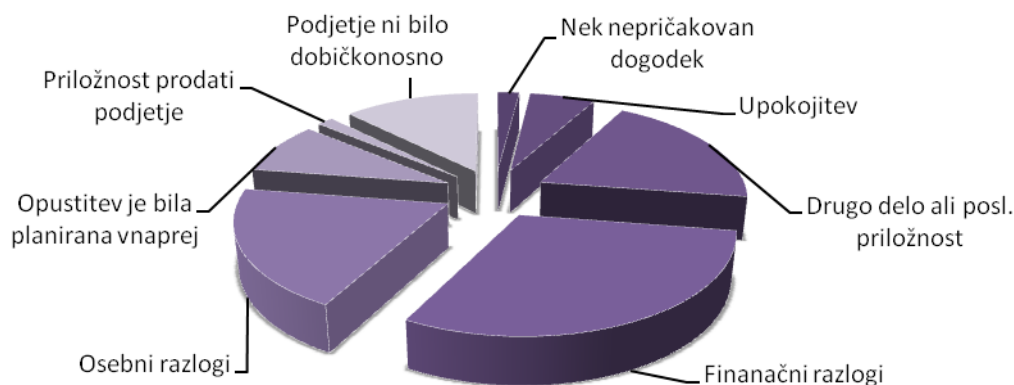


Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, *Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008, 2009*, str. 56

Zanimivo je, da so finančni razlogi in slaba dobičkonosnost podjetja, ki prevladujejo v učinkovitostnih ekonomijah, v Sloveniji redkeje prisotni. Ta ugotovitev je skladna z dejstvom, da so slovenski podjetniki prevladujoče podjetniki zaradi priložnosti ter da njihovi temeljni nameri ob ustanavljanju podjetja nista zaslužek in izboljšanje finančnega položaja temveč želja po večji osebni svobodi in neodvisnosti (Rebernik et al., 2009, str. 56–57).

Izvečki raziskovanja razlogov za prenehanje poslovanja v letu 2009 pa so zaradi recesije nekoliko drugačni. Temeljni razlogi, zaradi katerih so v Sloveniji posamezniki leta 2009 opustili svoje podjetje, so finančni razlogi (30,4 odstotka), osebni razlogi (19,6 odstotka) ter zaradi druge poslovne priložnosti ali drugega dela (19,4 odstotka). V Sloveniji je tako leta 2009 svoja obstoječa podjetja opustilo okrog 17.000 ljudi, polovica zato, ker so imeli težave s poslovanjem (Rebernik et al., 2010, str. 68). Na sliki 6 lahko vidimo grafični prikaz zgoraj omenjenih razlogov za prenehanje poslovanja v letu 2009, podanih v deležih.

Slika 6: Razlogi za prenehanje poslovanja v letu 2009



Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, *Slovensko podjetništvo v času krize: GEM Slovenija 2009, 2010*, str. 68

3 SLOVENSKO PODJETNIŠKO OKOLJE

Na odločitev posameznika o tem, ali bo ustanovil podjetje ali razširil obstoječega, vpliva okolje v katerem posameznik živi in deluje. Tako poleg dejavnikov, kot so njegove demografske (starost, spol itd.) in ekonomske (dohodek, poklic itd.) značilnosti ter subjektivne percepcije glede okolja, vzornikov (že uspešnih podjetnikov), zaupanja v svoje sposobnosti, usmerjenosti k tveganju, verjetnosti poslovnega neuspeha in odnosa do neizkoriščenih priložnosti, pomembno vpliva tudi okolje na nacionalni in regionalni ravni (Rebernik et al., 2007, 2008b, 2009, 2010).

Ustanavljanje podjetij je proces, ki je vpet v okolje, v katerem se ustvarjajo podjetja. Komplementarnost zgoraj navedenih dejavnikov pa potrjuje, da je odločitev posameznikov, da se lotijo podjetništva, kompleksen proces, ki je v velikem delu odvisen od okolja in okoliščin, v katerem odločanje poteka. Raziskave so pokazale, da na zgodnje faze podjetništva pomembno vplivajo predvsem tehnologija, raven ekonomskega razvoja, kultura in institucije, ki ustvarjajo priložnosti za ustanavljanje podjetij in s tem vplivajo na povpraševanje po podjetništvu, po drugi strani pa ti dejavniki pozitivno vplivajo tudi na ponudbo podjetništva, saj vplivajo na veščine, vire in preference posameznikov. Zato raziskovalci Hofstede Blanchflower, Verheul, Wennekers, Audretsch and Thurik (v Rebernik et al., 2007, str. 87) razlike v podjetniški aktivnosti med državami pripisujejo razlikam v demografskih, kulturnih in institucionalnih značilnostih okolja. V državah, kjer je okolje naklonjeno podjetništvu, je zato podjetniška aktivnost višja kot v državah, kjer okolje podjetništvu ne daje ustreznega pomena. Posledično sta v teh državah višja tudi ekonomska rast in razvoj (Rebernik et al., 2007, str. 87).

Izhodiščna zasnova modela GEM temelji na razumevanju, da je za vsako nacionalno gospodarstvo značilno določeno družbeno, kulturno in politično okolje, posebej na podjetništvo pa delujejo še posamezni vplivni podjetniški dejavniki. Poimenovali so jih podjetniški okviri, ki jih je GEM vsa ta leta tudi spremljal (Rebernik et al., 2007, 2008b, 2009, 2010).

3.1 SPLOŠNA OCENA PODJETNIŠKIH OKVIROV V SLOVENIJI IN PRIMERJAVA Z OSTALIMI DRŽAVAMI GEM

Leta 2006 so bili izvedenci nekoliko manj kritični do podjetniškega okolja kot leta 2003 in 2002, čeprav se povprečne ocene bistveno ne razlikujejo: leta 2002 je bila povprečna ocena 17 okvirnih pogojev za podjetništvo 2,6, leta 2003, ko so izvedenci ocenjevali 13 okvirnih pogojev za podjetništvo, pa 2,43. V letu 2006 so izvedenci slovensko podjetniško okolje ocenili z 2,63. Tako lahko na osnovi primerjave mnenj ugotovimo, da so slovenski izvedenci slovenskemu podjetniškemu okolju v raziskavi za leto 2006 dodelili nižjo oceno kot v povprečju drugi izvedenci podjetniškemu okolju v njihovih državah (za 0,26 ocene), kar velja tudi za pretekla leta (Rebernik et al., 2007, str. 90–102). V raziskavi za leto 2006 smo med 37 državami zasedli 25. mesto, ocenjevalo se je 18 okvirnih pogojev za podjetništvo.

Tudi v letu 2007 so podjetniškimi okvirom dodelili precej nizko povprečno oceno 2,81, ocena je tudi nižja od povprečja v GEM državah – 2,98. V raziskavi za leto 2007 so slovenski podjetniki v primerjavi z drugimi evropskimi državami v skupini držav z nižjim BDP na prebivalca uvrščeni na 4. mesto. (Rebernik et al., 2008b, str. 83–92). Skupno pa smo med 31 državami pri ocenjevanju 19 okvirov zasedli 18. mesto.

Slovenski izvedenci tako kot pretekla leta tudi leta 2008 v povprečju kritično ocenjujejo podjetniško okolje v Sloveniji: podjetniškimi okvirom so na lestvici od ena do pet dodelili povprečno oceno 2,92. Je pa ta ocena prvič od leta 2002, odkar v Sloveniji proučujemo podjetniško okolje, višja od povprečja v državah GEM – 2,84 (Rebernik et al., 2009, str. 87–92). V letu 2008 se je ocenjevalo 22 okvirnih pogojev, Slovenija je zasedla kar 13. mesto med 30 državami.

Razkorak med povprečnimi ocenami posameznih podjetniških okvirov in povprečjem se namreč zmanjšuje, sodeč po mnenju izvedencev se torej podjetniško okolje v Sloveniji izboljšuje, vendar pa še vedno ni takšno, da bi dovolj spodbujalo posameznike, da se lotijo podjetništva, ter lastnike in managerje, da bi njihova podjetja rastle. Po drugi strani pa so bili izvedenci v državah GEM leta 2008 v povprečju nekoliko bolj kritični do okolja za nastanek in razvoj podjetništva v njihovi državi kot v preteklem letu. Te ocene omogočajo, da dobimo tudi informacije o tem,

zakaj so izvedenci kritični do podjetniškega okolja v Sloveniji in kako bi okolje lahko izboljšali (Rebernik et al., 2008b, str 83–92).

V letu 2009 je povprečna ocena vseh pogojev zopet padla na 2,85. Ocena je nekoliko manjša tudi od povprečne ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v GEM državah – 2,88. V letu 2009 se Slovenija pri nobenem pogoju za nastanek in razvoj podjetništva ni uvrstila najvišje na lestvici 44 GEM držav, skupaj pa v povprečju zaseda 23. mesto, ocenjevalo se je 20 podjetniških okvirov (Rebernik et al., 2010, str. 83–88). Tako že splošna ocena podjetniških okvirov v letu 2009 nakazuje na sicer majhno zmanjšanje povprečne ocene okvirnih pogojev glede na predhodno leto, ko krize še ni bilo. V naslednjih letih lahko zaradi recesije verjetno pričakujemo še dodatno zmanjšanje povprečne ocene okolja.

Primerjava povprečnih ocen v obdobju preučevanja okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji v okviru raziskave GEM kaže, da se je povprečna ocena okolja v Sloveniji v obdobju 2002–2009 približevala povprečni oceni v državah GEM. Čeprav slovenski izvedenci leta 2009 nekoliko bolj kritično ocenjujejo okvirne pogoje za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji kot ostali izvedenci GEM v svoji državi, je povprečna ocena okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji leta 2009 le za 0,3 odstotne točke nižja od povprečne ocene v vseh državah GEM. To je najbližja ocena povprečni oceni v državah GEM od leta 2002, ko se je Slovenija vključila v projekt GEM (Rebernik et al., 2010, str. 83–88). V prilogi 3 sta prikazani tabela in graf o vseh podjetniških okvirih v Sloveniji skozi čas.

V prilogi 4 je podana podrobnejša primerjava ocen slovenskega podjetniškega okolja z ocenami podjetniškega okolja v drugih sodelujočih državah GEM. Slovenija je po povprečni oceni pri večini podjetniških okvirov na robu lestvice. V naslednjih poglavjih podajam analizo podjetniškega okolja po strukturi za posamezen podjetniški okvir.

3.2 OCENE OKVIRNIH POGOJEV

3.2.1 Finančna podpora

Pojem finančna podpora se razume kot razpoložljivost različnih formalnih, institucionalnih in neformalnih finančnih virov financiranja za nova in rastoča podjetja – bančnega sistema, rizičnega kapitala, neformalnega investiranja, poslovnih angelov ter financiranja prek tehnoloških parkov ter podjetniških in univerzitetnih inkubatorjev. Poleg kapitala in posojil s finančno podporo v GEM mislijo tudi na različne garancijske sheme, donacije ali subvencije ter denarne pomoči iz javnih sredstev (Cerovšek, 2008, str. 10).

Eden izmed treh temeljnih elementov podjetništva so potrebni viri za financiranje podjetja. Za vsak podjetniški podvig so potrebni vsaj minimalni viri (Rebernik et al., 2007, str. 70, 2010, str. 64). Pri financiranju podjetij obstajajo različne možnosti. Ponavadi se podjetja financirajo z lastnimi sredstvi, s sredstvi staršev in prijateljev ter znancev. Kapital, ki bi ga želeli dobiti prek kakšne poslovne banke, je težko zagotoviti, saj banke za podjetja, ki poslujejo relativno kratek čas, še nimajo pravega posluha. Tako morajo mlada podjetja prepričati predvsem različne poslovne angele ali pa se obrniti na sklade tveganega kapitala (Hauber, 2007).

3.2.1.1 TVEGANI KAPITAL

Od običajnega dolžniškega financiranja se tvegani kapital razlikuje v treh osnovnih značilnostih: tvegani kapitalist postane z vlaganjem solastnik podjetja, aktivno sodeluje pri poslovanju podjetja, sredstva so vložena v podjetje kot dolgoročna investicija (običajno 5–7 let), z namenom

realizacije kapitalskega dobička (Hauber, 2007). Čeprav so skladi tveganega kapitala pomembni – v novih industrijskih panogah in visokotehnoloških dejavnostih – pa je število podjetij, ki jih skladi financirajo v Sloveniji, minimalno v primerjavi s številom tistih, ki jih financirajo iz drugih virov (Rebernik et al., 2007, str. 70, 2010, str. 64). V prilogi 5 podajam seznam trenutno aktivnih vlagateljev v podjetniške projekte v Sloveniji.

Tvegani ali rizični kapital je pomemben za določeno vrsto podjetij, predvsem tistih, ki so sposobni hitre rasti ali/in prinašajo visoke donose investiranega kapitala. Po podatkih raziskave GEM za leto 2008, ki so bili za 31 GEM držav dostopni pri NVCA, EVCA in nacionalnih združenjih rizičnega kapitala, je slovenski rizični kapital zelo skromno udeležen v financiranju podjetij. Vsega rizičnega kapitala, ki je bil leta 2008 investiran v slovenska podjetja, je bilo le za 0,1 odstotka BDP, rizičnega kapitala za zelo zgodnje faze podjetništva pa samo za 1 odtisoček (Rebernik et al., 2010, str. 64–66).

3.2.1.2 TEHNOLOŠKI PARKI TER PODJETNIŠKI IN UNIVERZITETNI INKUBATORJI V SLOVENIJI

Podjetniški inkubatorji so podporne ustanove, ki pomagajo pri ustanovitvi, pospešitvi in dolgoročni uspešnosti delovanja podjetij s tem, da jim nudijo prostor za delovanje, svetovalne storitve ter možnosti povezovanja in sodelovanja z drugimi podjetji. Prva generacija inkubatorjev v Sloveniji v zgodnjih 80. letih je v bistvu ponujala le ugoden delavni prostor ter skupne prostore previdno izbranim podjetniškim skupinam. V 90. letih se je ponudba prostora dopolnila z dodatnimi storitvami – uvedena so bila podjetniška svetovanja, podpora podjetjem zunaj inkubatorja, pomoč pri pridobitvi semenskega kapitala itd. Poznamo več vrst inkubatorjev, od tistih v javni ali zasebni lasti do univerzitetnih in koprodukcijskih inkubatorjev, poznamo pa tudi t. i. inkubatorje »nove ekonomije« (Brilej, 2006). V prilogi 6 podajam tudi seznam tehnoloških parkov ter tehnoloških in univerzitetnih inkubatorjev v Sloveniji.

3.2.1.3 POSLOVNI ANGELI

Poslovni angeli ali zasebni vlagatelji nastopajo brez posrednika in vlagajo denar neposredno v podjetje. Pogosto so organizirani v klube in združenja, katerih osnovni namen je izmenjava informacij o ponudbi in povpraševanju po lastniškem kapitalu. Velikokrat želijo ostati anonimni. So po definiciji bogati posamezniki, ki imajo željo in dovolj zasebnega premoženja, čigar del so pripravljene vlagati v rizična podjetja z visoko stopnjo donosnosti v zameno za delež pri upravljanju, dobičku in kapitalskem dobičku. Poleg denarja lahko ti investitorji nudijo tudi svoje poslovno izkustvo, povezave, nekateri pa so tudi mentorji podjetniku, v čigar podjetje so vložili denar. Ker mnogi ne opravljajo vseh funkcij, jim bomo raje rekli neformalni investitorji (Rebernik et al., 2007, str. 72).

V letu 2005 sta se v povprečju nekaj več kot 2 odstotka prebivalstva identificirala za neformalne investitorje – v letu 2006 je ta vrednost znašala 1,62 odstotka, gledano mednarodno smo na 34. mestu med 42 državami. V Sloveniji je največ neformalnih investitorjev financiralo podjetja ožjih družinskih članov – skoraj 60 odstotkov. Ugotovljeno pa je bilo tudi, da več kot polovica neformalnih investitorjev pričakuje, da se jim bo investiran denar povrnil v petih letih, več kot 45 odstotkov pričakuje, da se jim bo povrnilo dvakratno povračilo vložnega denarja, skoraj 70 odstotkov anketiranih nastajajočih podjetnikov pričakuje vsaj petkrat toliko, kot so vložili. 60 odstotkov je mnenja, da bodo vloženi denar dobili povrnen v kratkem času (manj kot dveh letih), 25 odstotkov pa v obdobju do pet let. Prevladujejo torej relativno nezahtevni vlagatelji, in zdi se, da gre pri nekaterih bolj za obliko dolgoročnejšega varčevanja kot pa za dejansko poslovno vlaganje (Rebernik et al., 2007, str. 72–74).

Neformalno investiranje je za realizacijo podjetniških priložnosti zelo pomembno, ga je pa izjemno težko zaznati, zato so temeljne informacije o neformalnem investiranju v raziskavi GEM pridobljene tako, da se anketirance povpraša, ali so v zadnjih treh letih investirali v podjetja drugih ljudi. Slovenija se v letu 2009 z 2,7 odstotka uvršča na 31. mesto med 54 državami (Rebernik et al., 2010, str. 64).

Seveda pa ni pomembno samo, koliko ljudi se pojavlja v vlogi neformalnega investitorja, v enaki meri je pomembno tudi, kolikšen znesek se investira. Ker so države, ki sodelujejo v GEM, različno bogate oziroma revne, nam absolutni zneski ne povedo dovolj. Zato je smiselno obseg neformalnega investiranja izraziti kot odstotek BDP v določeni državi. Zanimivo je, da je v letu 2009 izredno visok znesek investiran v Bosni in Hercegovini (10,3 odstotka), Slovenija se z 1,26 odstotka BDP uvršča na 19. mesto med 52 državami, za katere so bili podatki na voljo (Rebernik et al., 2010, str. 64–66).

3.2.1.4 SAMOFINANCIRANJE PODJETIJ

Glede višine potrebnega začetnega kapitala pri ustanovitvi podjetja za slovenske nastajajoče podjetnike je raziskava pokazala (Rebernik et al., 2007, str. 70–72):

- ◆ povprečen potreben znesek začetnega kapitala je 53.458 evrov;
- ◆ minimalen je 835 evrov in maksimalen pa 1.043.232 evrov;
- ◆ delež podjetnikov, ki bodo ves potreben kapital zbrali sami – 39,5 odstotka;
- ◆ povprečen delež lastnega kapitala pa je 40-odstoten (17.500 evrov).

Raziskava kaže, da imata v Sloveniji izreden pomen samofinanciranje podjetij ter financiranje neformalnih investitorjev glede na financiranje s pomočjo skladov tveganega kapitala, saj ima tovrstno financiranje večjo vlogo pri razvitem bančnem in finančnem trgu. Pri financiranju podjetij imajo za slovenske podjetnike največji pomen banke in finančne inštitucije, vladni programi pa približno enak pomen kot sodelavci (Slika 7). Približno 40 odstotkov nastajajočih podjetnikov namerava pritegniti enega, dva ali tri različne vire financiranja ustanovitve svojega podjetja (Rebernik et al., 2007, str. 72–74).

Slika 7: Pridobivanje denarja (ne lastnega) za zagon podjetja



Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, Počasne spremembe podjetniške stvarnosti: GEM Slovenija 2006, 2007, str. 71

Glede financiranja podjetij je leto 2009 precej zanimivo, saj so se vplivi recesije precej poznali na tem področju. Po vsem svetu so podjetniki začetniki imeli večje težave pri zagotavljanju finančnih virov za svoja podjetja. Profesor Bygrave (v Rebernik et al., 2010, str. 64), ki je podrobneje analiziral te podatke, ocenjuje, da so v 33 državah, ki so sodelovale v GEM leta 2008 in 2009, ti viri denarja manjši za osmino. S 400 milijard dolarjev so upadli na 350 milijard dolarjev (Rebernik et al., 2010, str. 64).

Kot vidimo iz tabele 1, je bil okvir finančna podpora sicer v vseh letih ocenjen podpovprečno, vendar se v nobenem proučevanem letu ni uvrstil med pet najslabše ocenjenih podjetniških okvirov. Ocena tega okvira se do leta 2006 izboljševala, zato so izvedenci ta okvir navedli kot temeljno prednost v letu 2006 – 6,7 odstotka navedb (Rebernik et al., 2007, str. 108–119), prav tako pa je visoko na lestvici tudi v letu 2009, saj so po mnenju izvedencev tvegani kapital in zagonske investicije druga najpomembnejša prednost, ki bi jo lahko Slovenija izkoristila za pospeševanje podjetniške aktivnosti (Rebernik et al., 2010).

Podrobnejši vpogled v določen podjetniški okvir lahko prikažemo z oceno posameznih trditev, ki oblikujejo povprečno vrednost posameznega okvira. V zadnjih treh letih so slovenski izvedenci najbolj kritični do razpoložljivih finančnih virov za nova in rastoča podjetja, pridobljenih s prvo izdajo delnic. Razlika med letom 2009 in med letoma 2008 in 2007 je le v tem, da je ta trditev o finančnih virih, potrebnih za nova in rastoča podjetja, v letu 2009 na prvem in ne drugem mestu na lestvici najnižje ocenjenih trditev v Sloveniji.

Tabela 1: Povprečna ocena podjetniškega okvira finančna podpora v Sloveniji v obdobju 2002–2009

Podjetniški okvir	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<i>Finančna podpora</i>	2,09	2,15	2,25	2,38	2,44	2,78	2,66	2,64

Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, Slovensko podjetništvo v času krize: GEM Slovenija 2009, 2010, str. 86–87

Priložnosti za podjetništvo v Sloveniji so tako razpoložljiva finančna podpora, ki bi lahko po mnenju izvedencev v večji meri kot doslej spodbujala posameznike k podjetništvu. Pri tem izvedenci kot največjo prednost najpogosteje poudarjajo finančno podporo za že obstoječa podjetja (Rebernik et al., 2010, str. 99). Razlika v oceni okvira finančna podpora pa je v letu 2009 sicer manjša od ocene v letu 2008, vendar samo za 0,02 ocene. Zato ne moremo trditi, da je imela recesija kakršenkoli vpliv na zaznavanje razpoložljivosti finančne podpore. Če pa pretehtamo dejstvo, da najslabše ocenjena trditev v letu 2009 izhaja prav iz trditev, ki ocenjujejo finančno podporo, pa je vpliv recesije lahko viden prav tu.

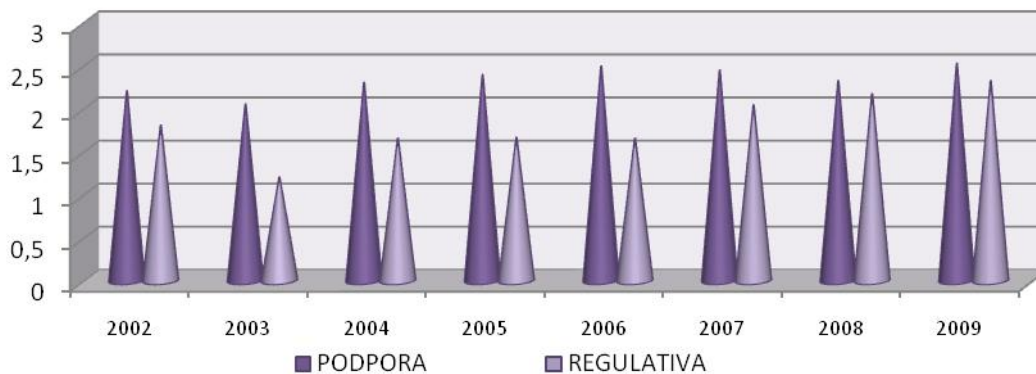
3.2.2 Vladne politike

GEM ocenjuje vpliv zasnovanosti in vodenja vladnih politik na razvoj novih in rastočih podjetij. Torej gre za ocenjevanje delovanja vladnih politik, ki se odražajo v regulativi (razna dovoljenja in koncesije), davčnem sistemu in izvajanju javnih naročil (Cerovšek, 2008, str. 11). S slike 8 vidimo, zakaj je bil okvir vladnih politik skozi vsa opazovana leta eden izmed petih najslabše ocenjenih podjetniških okvirov; predvsem vladne politike na področju regulative pa tudi na področju podpore nastanka in razvoja podjetij – povprečna ocena za Slovenijo pri segmentu vladne politike kaže, da slovenski izvedenci podpiranja novih in rastočih podjetij ne štejejo med stvarne prioritete niti na nacionalni niti na lokalni ravni (s povprečno oceno 2,89 v letu 2006), ocena te trditve je sicer za spoznanje višja od povprečja GEM. Porast te ocene je verjetno mogoče pripisati tudi dejstvu, da je podpiranje podjetništva Slovenija umestila med temeljne cilje, ki so zapisani v Strategiji razvoja Slovenije do leta 2013 (Rebernik et al., 2007, str. 90–102). Izvedenci prav tako menijo, da

- ◆ Slovenija ni prijazna do novih podjetij, ki ne morejo dobiti večine potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni (izvedenci so kritični glede obsežnosti birokracije) – trditev si je v npr. letu 2004 prislužila oceno 1,33;
- ◆ davčna in ostala vladna regulativa nista predvidljivi in konsistentni ter da višina davkov predstavlja breme za nova in rastoča podjetja. Gledano mednarodno se Slovenija v letu 2006 uvršča na 35. mesto med 37 državami;

- ◆ podpiranje novih in rastočih podjetij kot svojo bistveno prioriteto postavlja politika v občinah in upravnih enotah v Sloveniji (v letu 2006 je trditev prejela oceno 2,50);
- ◆ v Sloveniji državne politike (npr. javni razpisi) dosledno favorizirajo nova podjetja (ocena 2,04 v letu 2006) – do te trditve so najbolj kritični.

Slika 8: Povprečna ocena podjetniškega okvira vladne politike v Sloveniji v obdobju od 2002–2009



Zaradi slabe ocene tega okvirnega pogoja je vladne politike npr. kar 15,2 odstotka izvedencev v letu 2006 opredelilo kot temeljno slabost Slovenije – poglobljen cilj vladne politike še vedno ni podjetniška družba. Slabost vladnih politik so tudi podporni mehanizmi in ekonomske politike, usmerjene v rast podjetij, ki jih je premalo ali pa so neučinkovite (Rebernik et al., 2007, str. 108–119).

Leta 2007 so vsi okvirni pogoji za podjetništvo v Sloveniji prejeli višjo oceno kot leta 2006, razen vladna politika na področju podpore razvoju novih in rastočih podjetij – ocena je za 0,05 odstotne točke nižja kot leta 2006. Kljub temu da izvedenci tako kot leta poprej menijo, da regulativa na področju podjetništva ne spodbuja nastajanja in rasti podjetij v Sloveniji, so bili leta 2007 izvedenci manj kritični do regulative kot v preteklih letih. Kakovostni preskok v oceni je razviden predvsem v primerjavi z letom 2003, ko je ocena znašala 1,18, v letu 2007 pa 2,04. Ta ocena uvršča Slovenijo na 21. mesto med državami GEM (Rebernik et al., 2008b, str. 83–92). Vpliv recesije na ta podjetniški okvir v letu 2009 ni viden, saj je ocena tega okvira v letu 2009 boljša v primerjavi z letom 2008 (glej Sliko 8), in sicer glede podpore in regulative.

Ti izsledki nakazujejo potrebo po spremembah in ustreznih ukrepih ekonomske politike, kar pa ne velja le za ukrepe na področju regulative, pač pa tudi za ukrepanje na področju podpore nastajanja in rasti podjetij v Sloveniji. Podroben vpogled v posamezne elemente vladne politike kaže, da so bili izvedenci leta 2008 najbolj kritični do odnosa državnih politik (na primer pri javnih razpisih) do novih podjetij. Povprečna ocena vladne regulative uvršča Slovenijo na 17. mesto med 30 državami GEM. Med evropskimi državami sta si nižjo povprečno oceno od svojih izvedencev v primerjavi s slovensko prislužili le Italija in Hrvaška. Na področju vladne podpore so izvedenci v Sloveniji leta 2008 najbolj kritični do davčnih bremen za nova in rastoča podjetja ter ponovno glede trajanja postopkov za pridobitev koncesij in dovoljenj. Povprečna ocena vladne podpore uvršča Slovenijo na 18. mesto med 30 državami GEM, pri čemer so bolj od slovenskih izvedencev do vladne regulative kritični na Norveškem ter v Italiji, Hrvaški in Bosni (Rebernik et al., 2009).

Glede ocen posameznih trditev je bila najslabše ocenjena trditev, da v Sloveniji višina davkov ne predstavlja bremena za nova in rastoča podjetja, ki je dobila naslednje ocene: v 2006 je prejela oceno 1,49, v letu 2007 1,70, v letu 2009 pa 1,73. Za leto 2005 je dobila najnižjo oceno, 1,45, trditev, da lahko nova podjetja v Sloveniji dobijo večino potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni (Rebernik et al., 2007, str. 102–108, 2008b, str. 92–97, 2010, str. 93–96).

V študiji GEM 2006 so izvedenci predlagali kar nekaj ukrepov, katerim bi se morala posvetiti država, da bi pospešili podjetništvo na slovenskih tleh. Izvedence so vprašali, kateri so po njihovem mnenju trije najpomembnejši podjetniški okviri, kjer bi v Sloveniji morali ukrepati, da bi bila podjetniška aktivnost večja kot doslej. Izvedenci menijo, da so prvo najpomembnejše področje prav vladne politike – pospeševanje podjetniške aktivnosti je predvsem v domeni vlade, ki mora zasnovati in voditi tako ekonomsko politiko, ki bo podpirala podjetništvo in pozitivno vplivala na ustanavljanje ter razvoj novih in rastočih podjetij. Dobro zasnovano in dobro vodeno vladno politiko podjetništva so izvedenci navedli v polovici vseh predlogov za pospeševanje podjetništva. Ker pa je podjetništvo »lokalen fenomen« je z vidika pospeševanja podjetništva ključna regionalna politika, katere ukrepi morajo biti v razmerah globalizacije usmerjeni prav k povečevanju konkurenčnosti gospodarstva; tako mora v sodobnih razmerah regionalna politika dobiti vse značilnosti industrijske politike: zagotoviti mora proizvodnjo blaga, storitev in znanja ter takšne splošne razmere, ki so potrebne za delovanje delovne sile – zdravje zaposlenih, ugodne splošne družbene razmere (Rebernik et al., 2007, str. 108–119) itd.

Raziskava GEM kaže, da bolj ko je država razvita, težje je podpirati razvoj podjetništva, kajti potrebni so ostroumniji ukrepi. Podjetništvo je namreč dolgoročen proces, zato kratkoročne politike za njegovo uveljavljanje niso uspešne, kar pomeni, da je podjetništvo lokalno in ne državno ter potrebuje ukrepe, prilagojene razmeram po posameznih občinah (Služba za odnose z javnostmi, 2006).

Sklenemo lahko, da mora biti ekonomska politika na področju podjetništva decentralizirana in po naravi regionalna. Kot takšna mora imeti naslednje temeljne usmeritve (Rebernik et al., 2007, str. 108–119):

- ◆ omogočiti mora nastajanje najsodobnejše in podjetniško izobražene delovne sile, ki je konkurenčna v mednarodnih razmerah ter bo prepoznala potrebo in priložnost za podjetništvo;
- ◆ zagotoviti mora (institucionalno in makroekonomsko) okolje, ki bo spodbujalo ter podpiralo posameznike pri njihovih odločitvah za podjetništvo, kakor tudi lastnike kapitala, da bodo v nastajajočih in novih podjetjih v posamezni regiji videli dobro investicijsko priložnost, pri tem pa upoštevati specifičnost okolja, v katerem podjetništvo nastaja in se razvija;
- ◆ ustvariti mora pozitivno in podjetništvu naklonjeno kulturo odprte družbe.

Analiza kaže na to, da se mora podjetniška politika spremeniti od »splošne podjetniške politike« v »podjetniško politiko za rast in razvoj«, saj so podjetja, ki želijo rasti in imajo hkrati tudi objektivne možnosti za rast in širjenje tržišča, redka, hkrati pa imajo zahteve in potrebe, ki jih je treba obravnavati hitro, fleksibilno in učinkovito. »Podjetniška politika za rast in razvoj« mora biti, med drugim, izrazito selektivna, hkrati pa tudi proaktivna v iskanju tistih podjetij oziroma posameznikov v okolju, ki imajo tako motivacijo kot objektivne možnosti za rast in razvoj (Rebernik et al., 2008b, str. 92–97).

3.2.3 Vladni programi

V GEM vladne programe definirajo kot razpoložljivost, izvajanje in učinkovitost programov in spodbud, ki neposredno podpirajo nova in rastoča podjetja na nacionalni, regionalni in lokalni ravni (Rebernik et al., 2007, 2008b, 2009, 2010). Vladni programi so skozi vsa opazovana leta prejeli podpovprečno oceno, vendar je iz tabele 2 razvidno, da se zadnja leta ta podjetniški okvir izboljšuje in približuje povprečni oceni. Torej se ocena vladnih programov zadnja leta izboljšuje, kar lahko pripisujemo dejstvu, da je vlada v teh letih sprejela več programov ukrepov za spodbujanje podjetništva. Iz tabele 2 lahko tudi vidimo, da tudi kriza na ta okvir ni imela negativnih učinkov ali pa ti v letu 2009 še niso bili vidni.

Tabela 2: Povprečna ocena podjetniškega okvira vladni programi v Sloveniji v obdobju 2002–2009

Podjetniški okvir	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Vladni programi	2,25	2,19	2,4	2,2	2,26	2,59	2,69	2,74

Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, *Slovensko podjetništvo v času krize: GEM Slovenija 2009, 2010*, str. 86-87

Vladni programi so bili v letu 2006 in 2007 eden izmed petih najslabše ocenjenih podjetniških okvirov – sodeč po mnenju izvedencev nova in rastoča podjetja v Sloveniji ne morejo pridobiti različnih vrst vladne pomoči pri eni agenciji, na enem mestu. Prav tako menijo, da vladni programi, ki so namenjeni novim in rastočim podjetjem, ne nudijo vedno pomoči vsakomur, ki so jim tovrstni programi namenjeni, ter da niso vsi programi uspešni. Izvedenci so kritični tudi do strokovne usposobljenosti in uspešnosti vladnih uslužbencev pri podpiranju novih in rastočih podjetij, do učinkovitosti znanstvenih parkov in poslovnih inkubatorjev pri zagotavljanju podpore za nova in rastoča podjetja ter do primerne števila vladnih programov za nova in rastoča podjetja. Primerjava mnenj slovenskih izvedencev o vladnih programih na področju podjetništva v Sloveniji z mnenji ostalih izvedencev GEM do tovrstnih vladnih programov v njihovih državah kaže, da je Slovenija v npr. letu 2006 na 28. mestu lestvice GEM (Rebernik et al., 2007, str. 108–119, 2009, str. 99–101, 2010, str. 97–99).

Pregled prednosti in slabosti podjetniškega okolja navaja k sklepu, da v Sloveniji ni družbenega konsenza o pomembnosti podjetništva in njegovi vlogi za gospodarsko rast in družbeno blaginjo. Pomen podjetništva pri ekonomskem razvoju priznavajo sicer strateški razvojni dokumenti države, vendar ostaja podpora podjetništvu še vedno preveč na deklarativni in načelni ravni, še zlasti v lokalnih okoljih. Pozitivno naravnani vladni dokumenti pomenijo malo, če te intence niso materializirane v lokalnem okolju in v vsakodnevnem poslovanju podjetij. Splošno zavedanje o vlogi, ki jo ima podjetništvo za družbeno blaginjo, je namreč še vedno relativno nizko in ne dovoljuje hitrejšega napredka pri uveljavljanju podjetništva. Številni programi vlade so sicer primerni in usklajeni s programi in aktivnostmi v razvitih evropskih državah, vendar pa slovenska vlada vseh programov in aktivnosti ne uspe trezno izvajati, promovirati in zagotoviti usklajenega delovanja ministrstev, direktoriatov, uradov, agencij in drugih institucij (Rebernik et al., 2007, str. 108–119).

V raziskavi GEM za leto 2009 pa so vladne programe izvedenci navedli kot priložnosti za podjetništvo v Sloveniji – prav razpoložljivi in vladni programi so tisti, ki bi lahko po mnenju izvedencev v večji meri kot doslej spodbujali posameznike k podjetništvu. Pri tem izvedenci kot največjo prednost najpogosteje poudarjajo številne podpirne iniciative za spodbujanje podjetništva (podporno okolje) in sistem VEM (vse na enem mestu), ki omogoča registracijo podjetja na enem mestu, podjetniške informacije ter strokovno in administrativno podjetniško pomoč pri poslovanju. Glede na povedano pa ni tako čudno, da so vladni programi v letu 2009 prejeli višjo uvrstitev, zato jo strokovnjaki navajajo kot temeljno prednost (Rebernik et al., 2010, str. 99).

3.2.4 Izobraževanje in usposabljanje

Pod pojmom izobraževanje in usposabljanje se v GEM razumeta razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo v okviru različnih programov formalnega izobraževanja ter programov usposabljanja podjetnikov in zaposlenih v malih in srednje velikih podjetjih (Rebernik et al., 2007, 2008b, 2009, 2010). V vseh letih raziskave je bil ta okvir ocenjen podpovprečno, izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah pa je bil skozi vsa opazovana leta tudi eden izmed petih najslabše ocenjenih podjetniških okvirov, zato je bil v raziskavi leta 2008 deležen dodatne pozornosti. V nadaljevanju ločeno prikažem ugotovitve

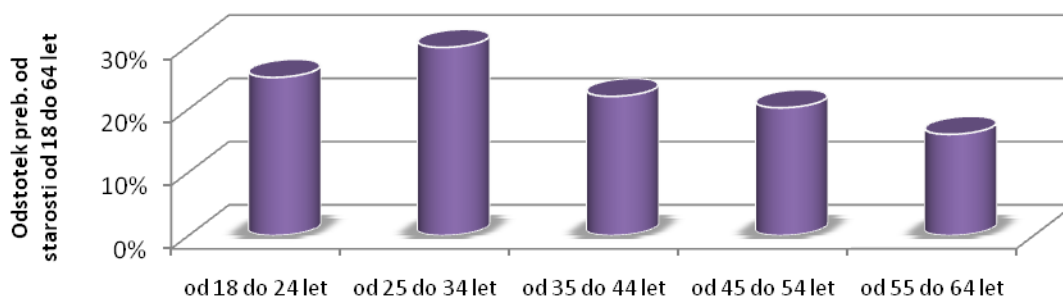
raziskav GEM, ki temeljijo na podatkih, pridobljenih od nacionalnih izvedencev in odraslega prebivalstva. V raziskavi je sodelovalo 28 držav, med njimi je bila tudi Slovenija.

3.2.4.1 UDELEŽBA PREBIVALSTVA V PODJETNIŠKEM IZOBRAŽEVANJU IN USPOSABLJANJU

Pri analizi položaja v Sloveniji so iz analize najprej izločili vse, ki so že vključeni v zgodnje faze podjetništva ali pa spadajo med ustaljene podjetnike, ter tako izločili možnost pristranskih ocen. Ugotovljeno je, da tisti, ki so se podjetniško izobraževali v šoli, obvezno ali prostovoljno, in tisti, ki so se podjetniško izobraževali po končanem šolanju, v povprečju tudi statistično značilno bolj zaupajo v lastno znanje ter sposobnosti, potrebne za ustanovitev podjetja, ter tudi menijo, da se bodo v bližnji prihodnosti v njihovem okolju pojavile dobre poslovne priložnosti. Strah pred neuspehom pa je statistično značilno manjši le pri tistih, ki so se podjetniško izobraževali po končanem formalnem šolanju. Takšna slika je tudi razumljiva, saj je strah pred neuspehom zagotovo močno povezan s kulturnimi in družbenimi normami, ki vladajo v okolju, in z družbeno obsodbo podjetniškega neuspeha (Rebernik et al., 2009, str. 73–77).

V skupini inovacijskih gospodarstev zavzema Slovenija zelo visoko mesto, saj je v okviru formalnega izobraževanja v osnovni ali srednji šoli v Sloveniji v povprečju v podjetniško izobraževanje in usposabljanje vključenih 24,3 odstotka ljudi, tako da je Slovenija na drugem mestu. V Sloveniji je odstotek ljudi, ki so se kadarkoli udeležili podjetniškega izobraževanja in usposabljanja po starostnih skupinah, usklajen s povprečno stopnjo podjetniške aktivnosti prebivalstva – glej sliko 9. Opaziti je, da so moški v Sloveniji bistveno bolj samozavestni v prepričanju, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za ustanovitev svojega podjetja kot ženske (Rebernik et al., 2009, str. 73–77).

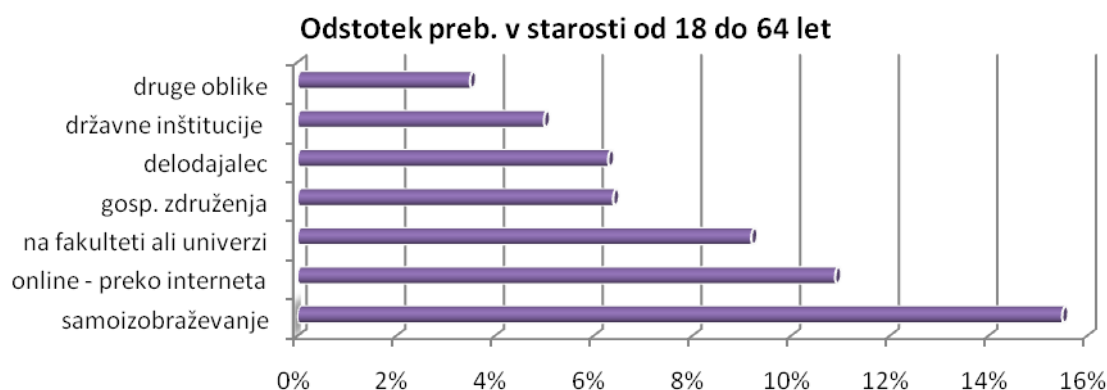
Slika 9: Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo po končani šoli, Slovenija 2008



Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008, 2009, str. 80

Na sliki 10 so prikazani deleži prebivalstva v starosti od 18 do 64 let v Sloveniji, ki so se udeležili podjetniškega izobraževanja in usposabljanja, in sicer glede na izvajalca oziroma ponudnika takega izobraževanja. V Sloveniji tako prevladujejo različne oblike neformalnega izobraževanja in spletnega (on-line) izobraževanja.

Slika 10: Izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo po končani šoli – izvajalci oziroma ponudniki izobraževanja, Slovenija 2008



Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008, 2009, str. 81

3.2.4.2 IZOBRAŽEVANJE IN USPOSABLJANJE ZA PODJETNIŠTVO V OČEH NACIONALNIH IZVEDENCEV

Slovenski nacionalni izvedenci so vsa leta menili, da v Sloveniji poučevanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah ne spodbuja ustvarjalnosti, neodvisnosti in osebne iniciative, ne zagotavlja primerne opozarjanja na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij in ne zagotavlja primernega poznavanja načel tržnega gospodarstva. Povprečna ocena izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo po srednji šoli v Sloveniji pa je nekoliko višja (Rebernik et al., 2008b).

Tabela 3: Povprečna ocena podjetniškega okvira izobraževanje in usposabljanje v Sloveniji v obdobju 2002–2009

Podjetniški okvir	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Izobraževanje in usposabljanje – v OŠ in srednjih šolah	2,14	2,11	2,21	2,25	2,11	2,3	2,42	2,32
Izobraževanje in usposabljanje – po srednji šoli	3,04	2,28	2,8	2,78	2,86	2,96	2,97	2,87
Zadostnost javnih in/ali zasebnih centrov, ki zagotavljajo primerno izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo							3,81	
Potreba podjetnikov po pomoči, preden ustanovijo svoje podjetje							3,49	

Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, Slovensko podjetništvo v času krize: GEM Slovenija 2009, 2010, str. 86-87

Na podlagi tabele 3 lahko ugotovimo, da je okvir formalno izobraževanje v šestih letih, odkar v okviru projekta GEM proučujemo podjetništvo v Sloveniji, zelo slabo ocenjen, in sicer (Rebernik et al., 2007, str. 90–102):

- ◆ predvsem je nizko ocenjeno izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah: v letu 2006 s povprečno oceno 2,11, ki je druga najnižja povprečna ocena podjetniških okvirov v Sloveniji in za 0,14 ocene nižja od povprečne ocene leta 2005. Izvedenci se med vsemi trditvami, ki opisujejo izobraževanje v osnovnih in srednjih šolah, najmanj strinjajo s trditvijo, da poučevanje v osnovnih in srednjih šolah v Sloveniji zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij (povprečna ocena 1,90 v letu 2006). Le z nekoliko višjo povprečno oceno se strinjajo s trditvama, da poučevanje v osnovnih in srednjih šolah v Sloveniji zagotavlja primerno poznavanje načel tržnega

gospodarstva (2,2) ter spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo (2,24). Slovenija je glede na povprečno oceno tega podjetniškega okvira uvrščena na 24. mesto na lestvici 37 držav v letu 2006;

- ◆ malo višje pa izvedenci vrednotijo izobraževanje po srednji šoli – s povprečno oceno 2,86 v letu 2006. Ta ocena je višja od povprečne ocene leta 2005 (2,78) in je enaka povprečju v državah GEM. V Sloveniji je sodeč po mnenju izvedencev najbolje urejeno poslovno in managersko izobraževanje, kjer povprečna ocena 3,23 nakazuje, da se izvedenci v povprečju strinjajo, da tovrstno izobraževanje zagotavlja precej dobro in ustrezno usposabljanje za ustanovitev in rast novih podjetij. Bolj kritični pa so izvedenci do kakovosti formalnega izobraževanja za podjetništvo v poklicnih, strokovnih, višjih in visokih šolah ter na univerzi in v povprečju menijo, da tovrstni izobraževalni sistemi ne zagotavljajo dovolj dobrega in ustreznega usposabljanja za ustanovitev in rast novih podjetij.

Iz tabele 3 pa lahko tudi sklepamo, zakaj je v letu 2008 dostopnost javnih in/ali zasebnih centrov ali agencij, ki lahko neodvisno od formalnih izobraževalnih sistemov zagotovijo posameznikom primerno izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, veljala za enega od najbolje urejenih podjetniških okvirov (Rebernik et al., 2009, str. 87–92). Slovenija je po tem kriteriju uvrščena na četrto mesto med državami GEM (Rebernik et al., 2009, str. 73–77). Prav tako pa je bil zelo dobro ocenjen okvir potreba podjetnikov po pomoči, preden ustanovijo svoje podjetje; podjetnik ob ustanovitvi podjetja namreč ni prepuščen samemu sebi, saj ima na voljo veliko podpornih inštitucij, na katere se lahko brez težav obrne. Na nacionalni ravni imamo v ta namen številne podpirne inštitucije (Hauber, 2007), njihov seznam pa podajam v prilogi 7. Glede vpliva gospodarske krize na podjetniški okvir izobraževanje in usposabljanje lahko iz tabele 3 vidimo, da je v letu 2009 ocena tega okvira v primerjavi z letom 2008 malenkost padla, in sicer za 0,1 ocene, ne moremo pa zagotovo trditi, da se je ta ocena zmanjšala prav zaradi vpliva krize.

3.2.5 Prenos raziskav in razvoja

Pod pojmom prenos raziskav in razvoja se v GEM razume obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso (Rebernik et al., 2007, 2008b, 2009, 2010). Prenos raziskav in razvoja se nanaša na vprašanje, v kolikšni meri nacionalne raziskave in razvoj vodijo k novim komercialnim priložnostim in koliko so le-te dostopne novim, mladim in rastočim podjetjem (Cerovšek, 2008).

Tabela 4: Povprečna ocena podjetniškega okvira prenos R & R v Sloveniji v obdobju 2002–2009

Podjetniški okvir	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Prenos raziskav in razvoja	1,95	2,03	2,1	2,05	2,25	2,31	2,51	2,57

Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, Slovensko podjetništvo v času krize: GEM Slovenija 2009, 2010, str. 86-87

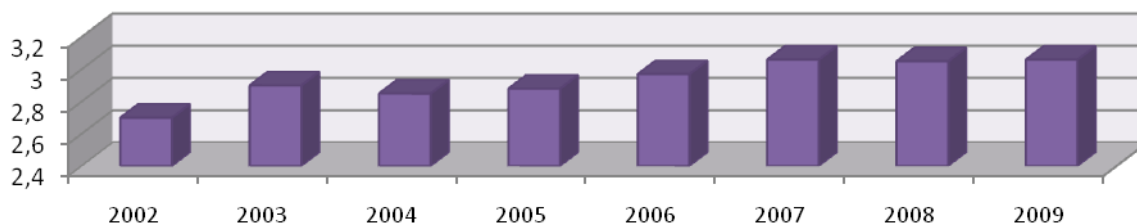
Tudi ta okvir je v raziskavi za leto 2006 in 2007 spadal med pet najslabše ocenjenih podjetniških okvirov, pa tudi druga leta je bil ocenjen podpovprečno (glej Tabela 4) – velika uveljavljena podjetja imajo večje možnosti dostopati do novih raziskovalnih spoznanj kot nova in rastoča podjetja. Najbolj kritični so izvedenci do državnih subvencij, povprečna ocena le malo nad 2 nakazuje, da so izvedenci v povprečju mnenja, da si nova in rastoča podjetja v Sloveniji precej težko privoščijo najnovejšo tehnologijo in da inženirji in znanstveniki nimajo na voljo dovolj dobrih podpornih mehanizmov za komercializiranje ideje s pomočjo novih in rastočih podjetij. Prav tako se izvedenci v povprečju strinjajo, da znanstvena in tehnološka baza razmeroma neučinkovito podpira podjetja, ki vsaj na enem področju temeljijo na najnovejši tehnologiji v svetovnem merilu. Povprečna ocena prenosa raziskav in razvoja (2,25) uvršča Slovenijo v letu 2006 na 23. mesto na lestvici GEM, v letu 2007 pa na 20. mesto (Rebernik et al., 2007, str. 90–102, 2008b, str. 83–92).

V študiji GEM 2006 so izvedenci predlagali kar nekaj ukrepov, katerim bi se morala posvetiti država, da bi pospešila podjetništvo na slovenskih tleh. Izvedenci menijo, da so drugo in tretje področje prav prenos raziskav in razvoja – poglavitno nalogo pri tem ima država, ki lahko spodbuja sodelovanje med raziskovalnimi inštituti in gospodarstvom, bodisi s spremembo davčnega sistema, financiranja univerz in kriterijev za napredovanje, bodisi z različnimi programi in davčnimi olajšavami za R & R (Rebernik et al., 2007, str. 108–119). Ponovno lahko rečemo, da recesija na ta podjetniški okvir ni imela negativnega učinka, saj je ocena v letu 2009 boljša kot v letu 2008.

3.2.6 Poslovna in strokovna infrastruktura

Pri tem podjetniškem okviru se ocenjujeta kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja (Rebernik et al., 2007, 2008b, 2009, 2010). Gre torej za prisotnost poslovnih, računovodskih in drugih pravnih storitev in inštitucij, ki spodbujajo in podpirajo nastajanje novih in rastočih podjetij (Cerovšek, 2008). Okvir poslovna in strokovna infrastruktura sploh v zadnjih letih velja za enega izmed bolj ocenjenih okvirov (glej Sliko 11), zato lahko rečemo, da kriza nanj ni imela nikakršnega učinka ali pa ta v letu 2009 še ni bil viden.

Slika 11: Povprečna ocena podjetniškega okvira poslovna in strokovna infrastruktura v Sloveniji v obdobju od 2002 do 2009



3.2.7 Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu

V GEM se ocenjuje prilagajanje tržnim pravilom in spreminjanje tržne strukture, velikost vstopnih pregrad oziroma kako težko se nova podjetja uveljavijo na trgu (Rebernik et al., 2007, 2008b, 2009, 2010). To pomeni, v kolikšni meri se prilagajajo tržna pravila in spreminja tržna struktura s tem, ko na trg vstopajo nova in rastoča podjetja, kako konkurirajo ter izrivajo obstoječe dobavitelje, pogodbene izvajalce in svetovalna podjetja (Cerovšek, 2008). Okvir bremen za odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu je le v letu 2009 spadal med najslabše ocenjene podjetniške okvire, drugače pa je hitrost sprememb na notranjem trgu bolj urejen podjetniški okvir (glej Tabelo 5). Prav tako pa odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu velja za temeljno prednost (9 odstotkov navedb v letu 2006, visoko na lestvici tudi v letu 2008). Padec tega okvira in slaba ocena glede na druge okvire v letu 2009 opozarja na spremembo, ki lahko izvira prav iz vpliva recesije.

Tabela 5: Povprečna ocena podjetniškega okvira odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu v Sloveniji v obdobju 2002–2009

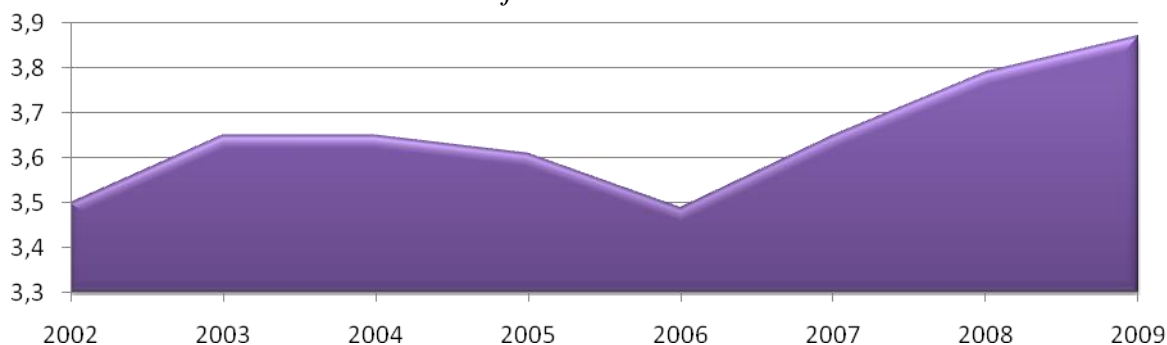
Podjetniški okvir	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<i>Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – hitrost sprememb</i>	2,97	3,05	3,09	3,03	2,96	2,99	3,25	2,97
<i>Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – vstopne ovire</i>	2,42	2,48	2,47	2,51	2,46	2,6	2,45	2,41

Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, *Slovensko podjetništvo v času krize: GEM Slovenija 2009, 2010*, str. 86-87

3.2.8 Dostop do fizične infrastrukture

Dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij, se nanaša na razpoložljivost in težavnost dostopa do obstoječih fizičnih virov – telekomunikacij, energetske in komunalne preskrbe, transportnih možnosti, zemljišč in poslovnih prostorov, po cenah, ki ne diskriminirajo novih ali rastočih podjetij (Rebernik et al., 2007, 2008b, 2009, 2010).

Slika 12: Povprečna ocena podjetniškega okvira dostop do fizične infrastrukture v Sloveniji v obdobju od 2002 do 2009



Spada med najbolj urejene podjetniške okvire skozi vsa opazovana leta, kar je razvidno tudi iz slike 12. V letu 2006 je bila na drugem mestu lestvice najbolj ocenjenih trditev, s povprečno oceno 3,90, trditev, da v Sloveniji dober dostop do komunikacij (telefon, internet ipd.) za nova ali rastoča podjetja ni predrag. V letu 2005 je ista trditev prejela oceno – 4,02 (Rebernik et al., 2007, str. 102–108). Tudi v letu 2007 je bila to druga najbolj ocenjena trditev. Ponovno lahko rečemo, da na ta okvir recesija ni imela negativnega učinka.

3.2.9 Kulturne in družbene norme

Kulturne in družbene norme vključujejo splošna stališča, prepričanja in poglede, kulturno ozračje in vse tiste implicitne in eksplicitne norme, ki se nanašajo na družbeno sprejeto ravnanje ter aspiracije posameznikov in skupnosti. Te norme bistveno vplivajo na splošen odnos prebivalstva do podjetništva in podjetniškega ravnanja. Opisujejo namreč, v kolikšni meri obstoječe norme in vrednote spodbujajo ali vsaj ne odvrčajo prebivalcev določene države od dejanj, ki bi lahko vodila k novim načinom vodenja poslovanja ali ekonomskih aktivnosti in s tem k potencialno večji razpršitvi osebnega dohodka in premoženja (Cerovšek, 2008). Gre torej za naklonjenost ali nenaklonjenost kulturnih in družbenih norm podjetniški aktivnosti (Rebernik et al., 2007, 2008b, 2009, 2010).

Kulturne in družbene norme odražajo splošno razpoloženje prebivalstva do podjetnikov in podjetništva. V družbah, kjer je podjetništvo nezaželeno, morda celo nemoralno, se bo za podjetništvo odločilo manj posameznikov kot pa v družbah, kjer je to cenjena in spoštovana dejavnost. Podjetništvo ima pomembno družbeno in ekonomsko funkcijo, ki jo lahko izpolnjuje

šele tedaj, ko posamezniki sprejmejo odločitev o ustanovitvi podjetja in ukvarjanju s podjetništvom. Na takšno odločitev pa vplivajo številni **osebni in družbeni dejavniki**, ki so odločilni za dojemanje podjetništva in odnos posameznika do morebitne podjetniške kariere. Poznamo naslednje dejavnike: poznavanje drugih podjetnikov, stopnja egalitarizma v družbi, zaželenost podjetniške kariere, spoštovanje uspešnih podjetnikov, odnos medijev do podjetništva, podjetniškega mrežnega povezovanja in strah pred neuspehom – nagnjenost k tveganju (Rebernik et al., 2009, str. 9).

Za nacionalni odnos do podjetništva je prav tako pomembna »infrastrukturalna podlaga« za ustvarjanje splošne kulturne podpore, pomoči, podpornih mrež, zagotavljanja finančnih virov in ostalih elementov za delujoče podjetnike in tudi tiste, ki o podjetniški karieri še razmišljajo (Rebernik et al., 2010, str. 25). V nadaljevanju si podrobneje ogledam, kako so se v obdobju 2006–2009 gibal navedeni vplivni dejavniki.

V tabeli 6 podajam ključne dejavnike dojemanja kulturne podpore. Analiza je bila izvedena na podlagi anketiranja odraslega prebivalstva. V tabeli 6 vidimo, da so ti elementi relativno stabilni. Primerjava med letom 2008 in 2009 tudi pokaže, da za nobenega izmed njih ne moremo trditi, da bi bila sprememba statistično signifikantna (Rebernik et al., 2007, str. 61–68, 2008b, str. 11, 2009, str. 60–64, 2010, str. 54–58).

Tabela 6: Dojemanje kulturne podpore in strah pred neuspehom v Sloveniji v obdobju 2002–2009

Dojemanje kulturne podpore:	Odstotek prebivalstva v starosti od 18–64let							
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
◆ <i>egalitarizem</i>		82,42	83,88	49,46	78,93	79,82	91,09	83,0
◆ <i>poklicna izbira</i>		59,27	59,02	32,70	56,68	57,73	57,6	55,6
◆ <i>spoštovanje podjetniškega poklica</i>		77,04	78,08	45,50	76,19	75,96	77,8	77,6
◆ <i>odnos do medijev</i>		61,63	62,32	32,72	57,93	68,18	60,1	57,2
<i>Strah pred neuspehom</i>	31,6	35,23	34,13	22,57	31,82	29,7	31,40	35,7

Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, *Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008, 2009*, str. 63

Na podlagi ocen nacionalnih izvedencev je okvir kulturne in družbene norme eden izmed najslabše ocenjenih podjetniških okvirov. V vseh letih, odkar se je Slovenija vključila v raziskavo GEM, je okvir prejel oceno le malo višjo od 2 (glej Tabelo 7) – podjetniške zmogljivosti so tesno povezane s kulturnimi in družbenimi normami v državi, izvedenci so najbolj kritični do kulture, ki po njihovem mnenju ne spodbuja posameznikov k prevzemanju tveganja. Prav tako kultura ne poudarja v zadostni meri neodvisnosti, avtonomnosti in osebne iniciative, ki so poglobitveni atributi uspešnega podjetništva. V letu 2008 so bolj kritični do kulturnih in družbenih norm v njihovi državi, kot so slovenski izvedenci, le izvedenci v šestih državah (Rebernik et al., 2009, str. 60–64).

Tabela 7: Povprečna ocena podjetniškega okvira kulturne in družbene norme v Sloveniji v obdobju 2002–2009

Podjetniški okvir	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<i>Kulturne in družbene norme</i>	2,22	2,17	2,18	2,24	2,19	2,32	2,31	2,21

Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, *Slovensko podjetništvo v času krize: GEM Slovenija 2009, 2010*, str. 86-87

Zato je to ena izmed temeljnih slabosti, ki se kot taka pojavlja skozi vsa preučevana leta, saj so jo izvedenci največkrat navedli kot prvi najpomembnejši dejavnik, ki v Sloveniji zavira podjetništvo (38,9 odstotka izvedencev v letu 2006). Kulturne in družbene norme v Sloveniji torej niso naklonjene posameznikom, ki želijo ustanoviti ali razvijati podjetje. Oboje se odraža v

negativnem odnosu družbe kot celote do podjetništva in podjetnikov. Izvedenci menijo, da v družbi prevladuje nezaupanje do podjetnikov in miselnost, ki ne podpira individualnih odgovornosti za uspeh. Podjetniško aktivnost v Sloveniji pa po mnenju izvedencev zavira tudi pomanjkanje tradicije in povečevanje slabih zgledov podjetništva oziroma podjetnikov v medijih. Prav tako so v letu 2009 kot temeljno slabost navedli tudi strah pred neuspehom (Rebernik et al., 2007, str. 108–119, 2009, str. 99–101, 2010, str. 97–99). Pri primerjavi mnenja nacionalnih izvedencev v evropskih državah GEM je bilo ugotovljeno, da izvedenci v letu 2009 v nobeni državi niso omenjali kulturnih in družbenih norm kot temeljnega zaviralnega dejavnika podjetništva pogosteje kot izvedenci v Sloveniji (Rebernik et al., 2010, str. 97–99). Prav tako pa iz tabele 8 vidimo, da se je ocena tega okvira, verjetno zaradi krize, v letu 2009 poslabšala v primerjavi z letom 2008.

V študiji GEM 2006 so izvedenci predlagali kar nekaj ukrepov; menijo, da glede kulturnih in družbenih norm pomembno vlogo igrajo politiki, druge javne osebnosti in mediji. Bistvo razvoja in napredka podjetništva namreč ni v ustanavljanju podjetij, ampak v spremembi miselnosti, ki je drugačna od konvencionalne. Gre za miselnost posameznika, da zaupa vase, da sme, zna in je pripravljen slediti svojim sanjam, spodbujati mora podjetniške lastnosti posameznikov: ustvarjalnost, podjetnost, iskanje poslovnih priložnosti, voljnost prevzemati riziko. Četudi posamezniki ne bodo nikoli ustanovili svojega podjetja, bodo imeli miselnost in vrednostni sistem, ki se bo zmožen spoprijeti s spremembami v okolju in obvladovati konkurenčne pritiske (Rebernik et al., 2007, str. 108–119).

Da bi ljudje pridobili miselni okvir in vrednostni sistem, ki se bo zmožen spoprijeti s spremembami v okolju in obvladovati konkurenčne pritiske, bi morali podjetništvo vgraditi tudi v izobraževalne programe, s čemer bi si ljudje zavedli pomena podjetništva za gospodarsko rast. Podjetništvo mora postati vrednota v razvojni usmeritvi Slovenije, ki jo mora, poleg prebivalstva in medijev, na vseh ravneh sprejeti in podpreti tudi javna uprava, saj glede na dolgoročnost teh procesov ne zadoščajo kratkoročni ukrepi in programi, ampak se zahteva sistemska in dolgoročna promocija podjetništva (Rebernik et al., 2007, str. 61–68).

3.2.10 Ostali podjetniški okviri

Zmogljivosti za podjetništvo – na zmogljivosti za podjetništvo vplivata usposobljenost in motivacija za podjetništvo, in sicer inovativnost, tekmovalnost in kreativnost — posamezniki, ki verjamejo, da omenjeno imajo, bodo bolj verjetno ustanavljali podjetja kot tisti, ki menijo, da teh veščin nimajo. Zaznane zmogljivosti in znanje za zagon podjetja so v Sloveniji v letih 2006, 2007 in 2008 višje kot v skupini inovacijskih in učinkovitostnih držav. Motivacija odgovarja na vprašanje, zakaj se podjetniki podajajo na podjetniško pot. V Sloveniji se je v letih 2002–2006 indeks motivacije ves čas izboljševal – vse več posameznikov se loteva podjetništva zaradi priložnosti. Predvsem je tu mogoče opredeliti dva ključna motiva – večjo neodvisnost pri delu in večjo svobodo pri delu. V prilogi 8 podajam pregled nekaterih indeksov, ki jih GEM spremlja že od leta 2002. Motivacija je temeljna prednost Slovenije za pospeševanje podjetništva. Ta rezultat ni presenetljiv, saj področje podjetniških zmogljivosti najbolj jasno kaže prepletanje med oceno podpornega okolja za podjetništvo in dejansko podjetniško aktivnostjo v državi. Zaradi prednosti nacionalni izvedenci menijo, da so delavnost, ustvarjalnost in iznajdljivost posameznikov v Sloveniji največje prednosti za pospeševanje podjetništva. Pri tem najpogosteje izpostavljajo mlado generacijo, ki je vse bolj podjetniško naravnana in usposobljena. Prednosti za podjetništvo v Sloveniji pa izvedenci vidijo tudi v tesnih socialnih mrežah (Rebernik et al., 2010, str. 97–99).

V letu 2009 je bil okvir zmogljivost za podjetništvo glede usposobljenosti oz. potrebnih veščin in sposobnosti prebivalcev za ustanovitev podjetij med slabše ocenjenimi podjetniškimi okviri s strani izvedencev, in zato tudi temeljna slabost, saj so za pomanjkanje podjetniške naravnosti

kot najpogostejši razlog navedli pomanjkanje drznosti za pričetek lastnega posla. Po njihovem mnenju sta razloga tudi majhen trg in prenizko število uspešnih velikih podjetij. Pri primerjavi mnenja nacionalnih izvedencev v evropskih državah GEM je bilo ugotovljeno, da izvedenci v letu 2009 v nobeni državi niso omenjali zmogljivosti za podjetništvo kot slabost pogosteje kot izvedenci v Sloveniji (Rebernik et al., 2010, str. 97–99). Tudi ocena tega okvira se je v letu 2009 malenkost zmanjšala glede na leto 2008.

Zaznavanje poslovnih priložnosti – je eden izmed najbolj urejenih podjetniških okvirov. Da bi se posameznik podal na podjetniško pot, mora zaznati poslovno priložnost ter imeti za to (ob nujnih virih) tudi potrebne sposobnosti. V letu 2007 npr. slaba polovica odraslih prebivalcev Slovenije vidi dobre priložnosti za ustanovitev podjetja na območju, kjer živijo, 43 odstotkov pa jih meni, da imajo za to potrebne sposobnosti. Takšnih, ki imajo oboje – vidijo priložnosti in zaupajo v lastne sposobnosti za podjetništvo – je 26 odstotkov (Rebernik et al., 2008b, str. 11). Potrebno je pretehtati družbene stroške podjetniških podvigov in posameznikom, ki se podjetništva lotijo realno nepripravljeni, zagotoviti ustrezne mehanizme, da si bodo lahko pridobili manjkajoča znanja in veščine (Rebernik et al., 2007, str. 61–68). Vendarle pa samo 9 odstotkov Slovencev namerava v naslednjih treh letih ustanoviti podjetje. Neskladje med visokim razpoznavanjem priložnosti in visoko stopnjo zaznanih sposobnosti na eni strani ter nizkimi namerami za podjetništvo opozarja, da podjetniška kariera v Sloveniji ni dovolj privlačna. Pred državno in lokalnimi oblastmi je očitno še precej dela, da bi ustvarili okolje, ki bo za podjetništvo dovolj prijazno, da bo potencialne podjetnike pritegovalo in ne odbijalo. Analize so pokazale, da je Slovenija podjetniško bolj »zaspana« kot v povprečju katerakoli druga skupina držav, s katerimi smo jo primerjali: ima manj rojevanja podjetij, manj delujočih podjetij, pa tudi manj ljudi se odloča, da prenehajo s poslovanjem svojega podjetja (Rebernik et al., 2008b, str. 11).

Tudi v letu 2008 so med prebivalstvom zaznali splošen upad pri ustanovitvenih namenih, kjer samo 10 odstotkov odraslega prebivalstva meni, da bodo v naslednjih treh letih ustanovili podjetje. Če pa upoštevamo samo tisti del odrasle populacije v Sloveniji, ki ta hip še ni podjetniško aktiven, pa je ta odstotek še nižji, samo 7-odstoten. Ker je bilo anketiranje izpeljano maja 2008, ko znaki krize še niso bili tako vidni, so ocenili, da bo upad pri ustanovitvenih namenih še večji, saj bodo posamezniki bolj pazljivi pri razmisleku o prehodu v lastno podjetje. Vendar pa bo po drugi strani kar nekaj tistih, ki bodo ob izgubi službe svojo eksistenco poskušali zagotoviti z ustanovitvijo lastnega podjetja. V tem primeru lahko v prihodnjem letu pričakujemo večji delež podjetnikov, ki bodo ustanavljali podjetje zaradi nujnosti (Rebernik et al., 2009, str. 60–64). Primerjava med letom 2008 in 2009 pokaže, da gre zaradi krize pri razpoznavanju poslovnih priložnosti za precejšen upad. Če je leta 2008 še 45 odstotkov odraslega prebivalstva menilo, da so v okolici, kjer živijo, na razpolago dobre poslovne priložnosti, je bilo lansko leto takšnih še samo 30 odstotkov (Rebernik et al., 2010, str. 54–58).

Urejenost zaščite intelektualne lastnine – skozi vsa opazovana leta je okvir ocenjen povprečno, ocene se gibljejo okoli 3, v letu 2007 in 2009 pa je bil ocenjen kot eden izmed treh najbolj ocenjenih podjetniških okvirov (Rebernik et al., 2008b, 2010).

Ekonomska klima – o ekonomski klimi v raziskavah od leta 2006 do 2009 ni bilo dosti govora, vendar lahko iz prejšnjih poglavij sklepamo, da je klima v Sloveniji precej neugodna. V letu 2006 je bila npr. opredeljena kot tretji najpomembnejši zaviralni dejavnik, navedlo jo je kar 17,4 odstotka izvedencev (Rebernik et al., 2007, str. 15).

Sestava populacije in delovne sile – pod pojmom sestava delovne sile razumemo značilnosti delovne sile, ki vplivajo na nastanek in rast podjetij. Pod pojmom sestava populacije pa

značilnosti prebivalcev, ki vplivajo na nastanek in rast podjetij (Rebernik et al., 2007, 2008b, 2009, 2010). Demografijo opisujem v prilogi 9.

Soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom – v raziskavi leta 2009 je veljala kot temeljna slabost, saj je podjetništvu nenaklonjena in mu ne daje prave vloge (nacionalni izvedenci so jo postavili na drugo mesto slabosti). Izvedenci najpogosteje izpostavljajo neustrezno davčno in delovno zakonodajo ter administrativne ovire. Poudarili so tudi, da je družba izrazito politično usmerjena, kar nakazuje na preveliko vlogo politike v gospodarstvu. Pogosteje kot izvedenci v Sloveniji so soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom med slabostmi omenjali nacionalni izvedenci v Grčiji, Srbiji in Madžarski (Rebernik et al., 2010, str. 97–99).

Odnos do žensk v podjetništvu – skozi vsa leta je veljal kot najbolje urejen podjetniški okvir. V raziskavi leta 2006 je bila najboljše ocenjena trditev, da so v Sloveniji ženske in moški enako sposobni ustanoviti novo podjetje, ocenjena z oceno 4,31, v letu 2007 s 4,43 in v letu 2009 z oceno 4,64 (Rebernik et al., 2007, str. 102–108, 2008b, str. 83–92, 2010, str. 83–88), vendar so v študiji GEM 2006 izvedenci predlagali ukrep, kateremu bi se morala posvetiti država, da bi pospešila podjetništvo na slovenskih tleh – bolj enakopravno vključevanje žensk v podjetništvo – razvijati je potrebno vzornice, ki bi delovale tudi kot mentorice manj izkušenim podjetnicam, uveljaviti več žensk kot podjetniških svetovalk, razbremeniti ženske v drugih družbenih vlogah, promovirati žensko podjetništvo (Rebernik et al., 2007, str. 108–119).

Rast podjetij – podjetniške aspiracije oziroma nagnjenost k rasti podjetnikov; v okviru raziskave GEM so kot podjetnike z ambicijami po rasti zaposlovanja opredelili tiste posameznike, ki so nameravali v prihodnjih petih letih povečati število zaposlenih za vsaj 20 ljudi. Visoke ambicije pomembno vplivajo na gospodarsko rast. Koliko so slovenska podjetja usmerjena k rasti, presojamo z dveh vidikov – zaposlovanja in uvoza. V preteklih letih so rezultati raziskave GEM v Sloveniji in na svetovni ravni kazali na to, da le manjši delež nastajajočih in novih podjetij zagotovi večino novih delovnih mest. Večina nastajajočih in novih podjetij nikoli ne postane pomemben vir novih zaposlitev. Nastajajoči in novi podjetniki so v povprečju in v večini držav bistveno bolj optimistični in pričakujejo porast števila delovnih mest v večji meri kot pa ustaljeni podjetniki. Slovenija je v letih od 2004 do 2009 v povprečju izkazovala višji delež (kot v letu 2009) podjetnikov z visokimi aspiracijami po rasti – tako je bilo v povprečju skoraj 14 odstotkov takih, ki so pričakovali 20 ali več novih zaposlitev v prihodnjih petih letih, kar nas uvršča precej visoko (Rebernik et al., 2007, 2008b, 2009, 2010).

Odnos do investicij – v GEM so glede odnosa do investicij opredelili dve meri. Prva mera je linearna kombinacija spremenljivk, ki kažejo odnos podjetij do investicij, druga pa linearna kombinacija spremenljivk, ki kažejo odnos potrošnikov do investicij. Obe spremenljivki sta dobljeni z metodo glavnih komponent. Povprečni oceni pri obeh spremenljivkah kažeta, da so slovenski izvedenci kritični do odnosa podjetij in potrošnikov do investicij, in sicer bolj kritični kot drugi izvedenci GEM do tega odnosa v njihovi državi. Obe meri uvrščata Slovenijo v drugo polovico držav GEM; pri odnosu potrošnikov do investicij pa sta za Slovenijo le Bolivija ter BIH. Posebej so slovenski izvedenci kritični do odprtosti ustaljenih podjetij do dobaviteljev, ki so ustanovljeni na novo in so podjetniško usmerjeni, preizkušanja novih tehnologij in novih načinov dela ter do vrednotenja inovacij (Rebernik et al., 2009, str. 87–92).

Socialno podjetništvo – GEM socialno podjetništvo definira kot vsako podjetniško aktivnost posameznikov ali organizacij, katere namen je uresničiti socialni, okoljski ali družbeni cilj. Slovenski nacionalni izvedenci menijo, da socialno podjetništvo v Sloveniji bolj kot ne podpira razvoj podjetništva, medtem ko izvedenci v ostalih državah GEM v povprečju menijo, da to okolje v njihovi državi prej ne podpira razvoja podjetništva, kot pa ga podpira. Ocena socialnega

podjetništva v Sloveniji je torej nad povprečjem držav GEM, a je Slovenija kljub temu le na 23. mestu med 44 državami GEM (Rebernik et al., 2010, str. 83–88).

SKLEP

K ekonomski rasti in družbenemu razvoju posamezne države pomembno prispevajo tako uveljavljena kot tudi nova podjetja. Njihov prispevek k rasti je odvisen tudi od naklonjenosti podjetniškega okolja. Podjetja se morajo hitro prilagajati spremembam v okolju, ki so dostikrat nepredvidljive, na njih pa podjetja ne morejo vplivati. Eno od tovrstnih sprememb nam je prinesla svetovna gospodarska kriza, ki je nastopila v letu 2008. Zaradi povedanega je pomembno razumevanje dejavnikov podjetniškega okolja in njihovega spreminjanja ter vpliva, ki ga ima okolje na poslovanje podjetij ter na proces ustanavljanja novih podjetij.

Glede vpliva krize na dejavnike podjetništva sem ugotovila, da je polovici slovenskih podjetnikov težje dosegati rast njihovih podjetij, tretjini podjetnikov pa je težje pričeti z novim poslom, vendar nekateri mladi, dobro izobraženi posamezniki vseeno menijo, da je za njihove posle prinesla več priložnosti in ne manj. Tudi rast števila podjetnikov je od leta 2006 konstantno naraščala. Ker se rast števila podjetnikov nujno izkazuje tudi v rasti števila podjetij, Rebernik in Širec (2008a) ter kasneje Rus in Rebernik (2009) ugotavljata, da je v obdobju 2002–2007 celotno število podjetij naraslo od 91.250 leta 2002 na 111.201 leta 2007. Zaradi recesije pa je realno število podjetnikov v letu 2009 padlo za 8 odstotkov. Je pa verjetno realno število podjetnikov še manjše, saj je po podatkih statističnega urada število samozaposlenih v prvem polletju naraslo za 1,5 odstotka. Dejstvo je, da si podjetja v nasprotju z javno upravo v teh časih zaradi prevelike davčne obremenitve dela ne upajo zaposlovati. Kompromis je samozaposlitev, za katero samozaposleni dobi več kot 4500 evrov subvencije, podjetje pa lahko pogodbo prekine kadarkoli in ni obremenjeno s predragim odpuščanjem (Mihajlovič, 2009). Čeprav je rast števila podjetnikov posledica toge delovnopravne zakonodaje, lahko upamo, da bo recesija naplavila skrite talente in se bodo iz teh podjetnikov razvila nova obetavna podjetja z veliko dodane vrednosti, ki bodo nekaj pomenila v svetovnem merilu, kot zdaj Pipistrel Iva Boscarola, izpušne cevi Igorja Akrapoviča in barke bratov Jakopin. Recesija Slovenijo sili k očiščenju reliktove socialistične delovne miselnosti, morda nam bo dala tudi nove podjetniške genije (Tomažič, 2009).

Pri sektorski distribuciji slovenskega podjetništva je viden premik iz največjega deleža poslovno usmerjenih storitev v letu 2008 na storitve, usmerjene na potrošnika, kar je moč prepisati dejstvu, da so ta podjetja zaradi stečajev najbolj prizadeta. Omenjeno pa je možno pripisati tudi dejstvu, da so slabe gospodarske razmere bolje preživela podjetja iz storitvenih dejavnosti, usmerjenih na potrošnika (transport, osebne storitve, telekomunikacije), saj imajo možnost hitrejšega prilagajanja spremembam na trgu kot proizvodna podjetja (Bezenšek 2009). Tudi Mihajlovič (2009) opozarja, da se ideje, ki izhajajo iz storitvenih dejavnosti, v recesiji najbolj obnesejo – IT-servis, agencije za začasno zaposlovanje, prodajanje prek spleta ali »iz druge roke« itd.

Glede razlogov za prenehanje poslovanja je v letu 2009 kar tretjina navedla finančne razloge in petina osebne razloge, kar je za recesijske čase povsem razumljivo. Kar devet tisoč ljudi je opustilo svoja podjetja zaradi težav z poslovanjem (Rebernik et al., 2010).

Pri analizi slovenskega podjetniškega okolja ugotavljam, da se je podjetniško okolje v Sloveniji izboljševalo do leta 2008, a še vseeno ni bilo takšno, da bi spodbujalo posameznike, da se lotijo podjetništva, ter lastnike in managerje, da bi njihova podjetja rastle. Splošna ocena okolja se je v letu 2009 glede na leto 2008 malenkost zmanjšala, v čemer lahko vidimo rahel vpliv recesije. Glede na druge države smo se pri določanju splošne ocene podjetniškega okolja skozi vsa

opazovana leta uvrščali nekam v sredino. Če pa bi združevala države po razvitosti, pa smo se v svoji skupini držav uvrstili kar visoko.

Glede analize podjetniškega okolja po strukturi pa sem prek analize posameznih podjetniških okvirov ugotovila naslednje stanje. Pri finančni podpori sem ugotovila, da je število podjetij, ki jih financirajo skladi tveganega kapitala, minimalno. To sploh ni presenetljivo glede na to, da je bil prvi sklad tveganega kapitala Poteza Ventures ustanovljen šele leta 2007. Poleg ustanovitve omenjenega sklada pa je v letu 2007 podjetnike navdušila še ena novost: izvorni podjetniški večer, na katerem so se podjetniki pomerili v prepričevanju investitorske komisije (Lepanje 2007). V Sloveniji imamo sedaj sicer večje število skladov tveganega kapitala (glej Prilogo 5), vendar ima tovrstno financiranje večjo vlogo pri razvitem bančnem in finančnem trgu. Zaradi recesije in pomanjkanja finančnih virov pa je selekcija podjetij, katerih investicijo skladi financirajo, izredno omejena. Glede poslovnih angelov ali neformalnih investitorjev sem ugotovila, da sta se le okoli 2 odstotka prebivalstva identificirala za neformalne investitorje, pri nekaterih od teh pa gre bolj za obliko dolgoročnega varčevanja. V Sloveniji je investirana le desetinka odstotka BDP. Ugotovila sem tudi, da je povprečni delež lastnega kapitala v slovenskih podjetjih okoli 40-odstoten, ostali kapital pa slovenski podjetniki v največji meri pridobijo od bank in finančnih inštitucij ali posojil družinskih članov.

V preteklih letih je bilo na ravni Evropske unije predstavljenih veliko pobud in predlogov, ki naj bi Uniji pomagali pri uresničitvi cilja, da do leta 2010 postane najbolj konkurenčno gospodarstvo na svetu, za uresničitev tega cilja so bili oblikovani določeni ukrepi, ki med drugim predvidevajo dvig naložb v zasebne in javne raziskovalne dejavnosti s ciljem ustvarjanja večjega znanstvenega, tehnološkega in intelektualnega kapitala, pomemben ukrep je vzpostavitev podpornega okolja, ki naj bi novoustanovljenim podjetjem pomagalo pridobiti potreben zagonski kapital. To je še posebej problem za podjetja v ustanavljanju in mala podjetja, saj jih privatni sektor velikokrat obravnava kot preveč rizična in s premajhnimi donosi za investiranje (Brilej, 2006). V namen vzpostavitve podpornega okolja je bilo v zadnjih letih ustanovljenih več inkubatorjev in tehnoloških parkov (glej Prilogo 6).

Ti lahko v začetkih delovanja zagotovijo pomembno finančno pomoč inkubatorju in inkubirancem, poleg tega pa k privabljanju semenskega kapitala pripomore tudi prepoznavnost v širši javnosti in omogoča boljše sodelovanje z bankami, ki so ravno v Sloveniji zaradi še vedno v veliki meri nerazvitega trga tveganega kapitala glavni način financiranja poslovanja. Banke imajo zadržke pri financiranju novih, malih podjetij, saj so takšna podjetja rizična za vlaganja zaradi večje možnosti propada. Teorija predvideva, da bi banke prepoznale uspešne inkubatorje in upoštevale dejstvo, da so inkubirana podjetja že prešla selekcijo ob vstopu in imajo zato večje možnosti za preživetje, kar bi jih spodbudilo k večjemu vlaganju v ta podjetja (Brilej, 2006).

Podjetniki po svetu so imeli zaradi recesije večje težave pri zagotavljanju finančnih virov, tudi v Sloveniji je bila ocena finančne podpore v letu 2009 slabše ocenjena kot predhodno leto, vendar je razlika zelo majhna. Čeprav je bila skozi vsa opazovana leta finančna podpora ocenjena podpovprečno, izvedenci so bili predvsem kritični do razpoložljivih finančnih virov za nova in rastoča podjetja, se ocena tega okvira iz leta v leto izboljšuje. Omenjeno je skladno z dejstvom, da je bilo ustanovljenih mnogo podpornih inštitucij, ki zagotavljajo finančno podporo, kot sem že omenila v predhodnih odstavkih. Finančna podpora v smislu razpoložljivosti tveganega kapitala in zagonskih investicij je za Slovenijo po mnenju izvedencev pomembna prednost, ki jo Slovenija lahko izkoristi za pospeševanje podjetniške aktivnosti predvsem za že obstoječa podjetja.

V času recesije bi morala vlada finančno podpreti tista podjetja, katerih težave so posledica same finančne krize, druga podjetja bi morala reševati le, če so dane resne namere prenavljanja

njihovega proizvodnega programa in bolj učinkovitega zadovoljevanja potreb kupcev. Ne glede na krizo bo vsekakor treba več pozornosti nameniti stimuliranju dinamičnega, v rast usmerjenega podjetništva, ki je na sedanji razvojni stopnji Slovenije še kako potreben (Rebernik et al., 2009, str. 12–13). Država naj bi bolj pospešeno vlagala v podjetja, ki so sposobna zagotoviti razvoj, ter zagotavljala podporo tistim nastajajočim in novim podjetjem, ki lahko vzpostavijo konkurenčne prednosti na mednarodnem trgu (Stojan, 2009).

Vladne politike so bile skozi vsa opazovana leta eden izmed petih najslabše ocenjenih okvirov. Vpliv recesije na okvir vladne politike v letu 2009 ni viden, saj je ocena tega okvira v letu 2009 glede na predhodno leto boljša. Vladne politike veljajo za temeljno slabost Slovenije, zato bi morala vlada izoblikovati dobro zasnovano in dobro vodeno vladno politiko, katere ukrepi bi bili prilagojeni razmeram po posameznih občinah, stimulirati pa bi morala rast in razvoj.

Tudi ugotovitve ankete med samostojnimi podjetniki in malimi podjetji so dajale podobne rezultate, kar štirje od petih podjetnikov menijo, da bi morala vlada spremeniti davčno politiko, spremeniti delovno zakonodajo, zagotoviti možnost najemanja bančnih posojil in omogočiti več pomoči malim podjetjem, prav tako pa bi morala nekaj narediti za odpravo plačilne nediscipline in upadanja prodaje, velika težava pa je tudi vladna politika spodbujanja podjetništva (Usenik, 2009). Veliko podjetnikov se sooča z ogromnimi problemi, ki izhajajo iz upadanja prodaje, krhanja poslovnih odnosov, pomanjkanja virov financiranja, zaostrenja odnosov, bolj čustvene komunikacije itn. (Kos, 2009). Recesija je prinesla visoke prispevke in davke, požrešno državo in politike, sodne zaostanke, neorganizirano zdravstvo, drag material in izvajalce ter drage banke, ki ne servisirajo gospodarstva, ampak svoje napake (Štalec, 2009).

Ugotovitve glede vladnih programov pa so naslednje: ocena vladnih programov je skozi vsa leta ocenjena podpovprečno, vendar učinki krize v letu 2009 niso vidni, saj je ocena v tem letu boljša kot v letu 2008. Podpora podjetništvu je tako ostajala na deklarativni in ničelni ravni, še zlasti v lokalnih okoljih. Slovenska vlada vseh programov ni uspela trezno izvajati, promovirati in zagotoviti usklajenega delovanja raznih inštitucij.

Omenjeno bi povezovala z dejstvom, da je slovenska vlada že takoj po osamosvojitvi želela podpreti nastajanje novih podjetij, v ta namen je sprejela strategijo gospodarskega razvoja in z njo Program ukrepov za pospeševanje podjetništva in konkurenčnosti v Sloveniji v letih 1994–2001 ter kasneje v letih 2001–2006. Omenjeni strategiji pa nista bili pravilno postavljeni, njuno uresničevanje pa ni bilo podprto z ustreznimi ukrepi. Neustrezna davčna politika, nekritično financiranje znanosti, nepravilno usmerjanje subvencij, velike ovire pri ustanavljanju novih podjetij ipd. so le nekateri primeri neučinkovitosti vlade in preostalega javnega sektorja na tem področju. Vse ukrepe je potrebno sprejemati usklajeno (ministrstva morajo sodelovati med seboj) in stalno spremljati rezultate. V primeru odstopanj je potrebno posamezne ukrepe sprotno dopolnjevati (Znoj, 2004).

Ocena okvira vladni programi pa se je zadnja leta raziskave precej izboljšala, poudarjene so bile številne podporne iniciative za spodbujanje podjetništva, zato so jo v letu 2009 strokovnjaki navajali kot temeljno prednost slovenskega podjetniškega okolja. Omenjeno pa lahko povežemo z dejstvom, da je Ministrstvo za gospodarstvo v letu 2006 objavilo Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje od 2007 do 2013. Program z jasno opredeljenimi cilji in merili zajema ukrepe za odpravo birokratskih ovir, za dostop do začetnega in tveganega kapitala ter lažji dostop do virov financiranja, višjo kakovost in boljši dostop do podpornih in svetovalnih storitev za mala in srednja podjetja ter za boljšo sodelovanje med izobraževalnimi in raziskovalnimi ustanovami ter podjetji. Vlada je v obdobju 2004–2008 zelo uspešno izvedla projekt VEM za samostojne podjetnike in družbe z omejeno odgovornostjo, s katerim je čas za ustanovitev podjetja skrajšala na en dan. Z ustanovitvijo Javne agencije za

podjetništvo in tuje investicije (JAPTI), ki je združila Pospeševalni center za malo gospodarstvo (PCMG) in Agencijo za gospodarsko promocijo in tuje investicije (TIPO), so se ob sodelovanju Slovenskega podjetniškega sklada sinergije med obstoječimi inštitucijami bistveno izboljšale, pomembno pa se je povečala učinkovitost izvajanja gospodarske politike. Veliki koraki naprej so bili narejeni tudi pri internacionalizaciji podjetij (Brilej, 2006).

Leta 2006 je bil vzpostavljen slovenski Center za konkurenčnost in inovativnost (CEED), ki omogoča povezovanje subjektov podpornega in inovativnega okolja z gospodarstvom, investitorji in inštitucijami znanja. Prav tako je vlada leta 2006 potrdila program dela Tehnološke agencije Slovenije (TIA), s poudarkom na finančni podpori tehnološko-razvojnih programov podjetij in programov, ki pomenijo prenos znanja med podjetji in znanstvenimi inštitucijami. Za boljši prehod raziskovalcev iz domačih in tujih inštitucij znanja v slovenska podjetja so bila z javnim razpisom in programom »Razvojniki za gospodarstvo« zagotovljena znatna sredstva. Vlada je sofinancirala stroške podjetij pri poklicnem in strokovnem izobraževanju dijakov in vajencev. Ukrepi in velika vložena finančna sredstva, ki jih je za spodbujanje in višjo tehnološko zahtevnost podjetništva v Sloveniji sprejela vlada v času med 2004 in 2008, so dali pomembne rezultate (Mihajlovič, 2009).

Podjetniški okvir izobraževanje in usposabljanje je bil skozi vsa leta ocenjen podpovprečno, tudi ocena v letu 2009 je manjša od tiste v letu 2008. Prav zato je bila oblikovana podjetniška smer, ki se je na začetku imenovala Management malih podjetij, ki temelji na razumevanju, da bi morali diplomirane ekonomiste na področju podjetništva izobraževati tako, da so njihovo znanje in veščine manj specializirane, bolj integrirane in celovite ter že med študijem usmerjene v spoznavanje dejanskega stanja v podjetju in reševanje praktičnih problemov (Širec & Bredač, 2008).

Glede prenosa raziskav in razvoja v podjetniško prakso ugotavljam, da je bil okvir skozi vsa leta ocenjen podpovprečno. Poglavitno nalogo pri izboljšanju tega okvira ima država, ki lahko spodbuja sodelovanje med raziskovalnimi inštituti in gospodarstvom, bodisi s spremembo davčnega sistema, financiranja univerz in kriterijev za napredovanje, bodisi z raznimi programi in davčnimi olajšavami za R & R. Glede recesije pa lahko ponovno rečem, da na ta podjetniški okvir ni imela negativnega učinka, saj je ocena v letu 2009 boljša kot v letu 2008. V zvezi s prenosom R & R pa bi dodala še to, da je slovenska vlada npr. v letu 2001 namenila le 1,34 odstotka BDP za raziskave in razvoj, pri čemer je v pretežni meri financirala delovanje razvojno raziskovalnih inštitucij, ki se le minimalno povezujejo z gospodarstvom. Posledično je več kot 80 odstotkov slovenskih podjetij neinovativnih. Delež podjetij, ki sodelujejo pri raziskovalnih projektih EU, pa dosega komaj 22 odstotkov. Število zaposlenih strokovnjakov v gospodarstvu pada, prav tako tudi število razvojnih oddelkov. Omenjene ugotovitve kažejo, da je politika vlade na tako pomembnem področju ekonomskega razvoja popolnoma zgrešena (Znoj, 2004). Ključni problem v Sloveniji je izrazita vrzel med univerzami, znanstveno-raziskovalno sfero in učinkovitostjo uporabe ustvarjenega znanja oziroma njegova aplikacija v prakso (nove tehnologije, nova podjetja). Slovenske univerze so v primerjavi z EU in svetovnimi univerzami izredno statične, nepodjetne in preveč zbirokratizirane. Ta vrzel se ne bo zapolnila le z napisanimi razvojnimi programi, ampak bo potrebno storiti več, saj je problem v miselnosti ljudi, ki izobraževalnih in gospodarskih ustanov ne znajo ali ne želijo povezati (Brilej, 2006).

Okvir bremen za odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu je le v letu 2009 spadal med najslabše ocenjene podjetniške okvire, drugače pa je hitrost sprememb na notranjem trgu bolje urejen podjetniški okvir. Prav tako pa odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu veljata za temeljno prednost. Padeč tega okvira in slaba ocena glede na druge okvire v letu 2009 opozarja na spremembo, ki lahko izvira prav iz vpliva recesije.

Pri kulturnih in družbenih normah bi sprva omenila ugotovitve glede dojemanja kulturne podpore. Slovensko prebivalstvo izrazito izkazuje egalitaristične težnje. Ta zelo visoka stopnja egalitarizma je zelo zaskrbljujoča. Predvsem zato, ker težnja po enakosti dohodkov na podjetništvo deluje kontraproduktivno. Ugotovljeno je, da so Slovenci mnenja, da je podjetniška kariera zelo težavna, nelahka in naporna, vendar je podjetniški poklic hkrati tudi spoštovan – uspešni ustanovitelji imajo visok družbeni status. Omenila pa bi tudi strah pred neuspehom, v letu 2009 ga občuti štiri odstotne točke več anketiranih ljudi, kar je lahko povezano prav z gospodarsko krizo. Drugače pa so kulturne in družbene norme eden izmed najslabše ocenjenih okvirov, ocena le malo nad dve nakazuje, da kultura ne spodbuja posameznikov k povzemanju tveganja in ne poudarja v zadostni meri neodvisnosti, avtonomnosti in osebne iniciative – zato velja za temeljno slabost. Okvir kulturne in družbene norme je prav tako eden izmed tistih okvirov, katerih ocena se je v letu 2009 glede na 2008 zmanjšala.

Pri dostopnosti do fizične ter poslovne in strokovne infrastrukture ugotavljam, da sta bila to ena izmed najbolj urejenih podjetniških okvirov. V Sloveniji imamo dober in poceni dostop do komunikacij. Glede ostalih podjetniških okvirov pa sem prišla do naslednjih ugotovitev. Pri zmogljivostih za podjetništvo ugotavljam, da se okvir iz leta v leto izboljšuje tako glede motivacije (vse več posameznikov se loteva podjetništva zaradi priložnosti z motivom neodvisnosti in večje svobode pri delu) kot tudi glede usposobljenosti (delavnost, ustvarjalnost in iznajdljivost posameznikov so največje prednosti, ki jih lahko izkoristi Slovenija). Usposobljenost pa je v letu 2009 temeljna slabost, predvsem zaradi pomanjkanja drznosti za pričetek lastnega posla, problem pa je tudi majhen trg in prenizko število velikih podjetij. Slabo ocenjeni podjetniški okviri so bili še ekonomska klima, soodvisnost med političnim, institucionalnim in socialnim okvirom (neustrezna davčna in delovna zakonodaja ter administrativne ovire, prevelika vloga politike v gospodarstvu itd.), rast podjetij (zaradi recesije je v preteklosti večji delež podjetnikov izkazoval višje aspiracije po rasti kot v letu 2009) in odnos do investicij.

Zaznavanje poslovnih priložnosti je veljalo za enega izmed bolj ocenjenih okvirov, vendar primerjava med letom 2008 in 2009 pokaže, da gre zaradi krize pri razpoznavanju priložnosti za precejšen upad. Analize so pokazale, da je Slovenija podjetniško bolj »zaspana«: ima manj rojevanja podjetij, manj delujočih podjetij, pa tudi manj ljudi se odloča, da prenehajo s poslovanjem svojega podjetja. Zaznati je tudi splošen upad pri ustanovitvenih namenih, znaki krize še niso tako vidni, zato se ocenjuje, da bo upad pri ustanovitvenih namenih še večji, saj bodo posamezniki bolj pazljivi pri razmisleku o prehodu v lastno podjetje. Dobro ocenjeni podjetniški okvir je bil tudi urejenost zaščite intelektualne lastnine, socialno podjetništvo in odnos do žensk v podjetništvu (čeprav med podjetniki izrazito prevladujejo moški – Priloga 9).

Če povzamem, je imela recesija precejšen vpliv na dejavnike podjetništva (težje je dosežati rast in težje pričeti z novim poslom, realno število podjetnikov je manjše, narašča tudi podjetništvo iz nuje, povečalo se je število stečajev, podjetja so prenehala poslovati zaradi finančnih razlogov in težav s poslovanjem). Glede slovenskega podjetniškega okolja pa kriza ni imela večjega vpliva na podjetniške okvire, pri nekaterih so sicer vidne razlike, vendar so te le majhne in niso statistično signifikantne. Tako so v letu 2009 glede na leto 2008 slabše ocenjeni naslednji okviri: finančna podpora, izobraževanje in usposabljanje, odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, kulturne in družbene norme, zmogljivosti za podjetništvo, zaznavanje poslovnih priložnosti in okvir rast podjetij. V splošnem se podjetniško okolje izboljšuje, vendar je še vedno veliko okvirov ocenjenih podpovprečno (finančna podpora, vladne politike, vladni programi, izobraževanje in usposabljanje, prenos raziskav in razvoja, odprtost na notranjem trgu, kulturne in družbene norme itn.), nekateri izmed njih so v preteklih letih prejeli še slabše ocene (finančna podpora, vladni programi, vladne politike itd.).

VIRI IN LITERATURA

1. Baron, D., P. (2000). *Business And Its Environment* (Cop. 2000). Upper Saddle River (N. J.): Prentice Hall.
2. Bezenšek, N. (2009, 30. julij). Recesija prinaša priložnosti – izkoristite jih! *Poslovni svet*. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://www.poslovnisvet.si/clanki/podjetnistvo/recesija-prinasa-priloznosti--izkoristite-jih>
3. Brilej, A. (2006, november). Podjetniški inkubatorji v Sloveniji (diplomsko delo). Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu http://www.cek.ef.uni-lj.si/u_diplome/brilej2628.pdf
4. Campbell, D. & Craig, T. (2005). *Organisations and the business environment* (Cop. 2005). Amsterdam; London: Elsevier Butterworth-Heinemann.
5. Cerovšek, N. (2008, avgust). Je Slovenija podjetništvu prijazno poslovno okolje (diplomsko delo). Najdeno 20. oktobra 2011 na spletnem naslovu http://www.cek.ef.uni-lj.si/u_diplome/cerovsek3430.pdf
6. Drnovšek, M., & Prodan, I. (2005, oktober). *Poslovno okolje podjetja* (zapiski predavanj). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
7. Fogel, G. (2001, 1. januar). An Analysis of Entrepreneurial Environment and Enterprise Development in Hungary. *Journal of Small Business Management*. Najdeno 22. januarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.allbusiness.com/management/780808-1.html>
8. Glas, M. (1997). *Poslovno okolje podjetja* (zapiski predavanj) Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
9. Huber, R. (2007, 26. februar). Podjetništvo v Sloveniji. *Moje delo*. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://www.revija.mojedelo.com/karierni-razvoj/podjetnistvo-v-sloveniji-196.aspx>
10. Jaklič, M. (2009). *Poslovno okolje in gospodarski razvoj*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
11. Kos, B. (2009, junij). Finančna kriza in recesija. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://www.blazkos.com/financna-kriza-in-recesija.php>
12. Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of marketing* (Cop. 2001). Upper Saddle River (NJ): Prentice Hall.
13. Lapanje, U. (2007, 8. marec). Slovensko podjetništvo se prebuja. *Tovarna podjetij*. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu http://www.tovarnapodjetij.org/novice.asp?id_tip=1&id_novice=46
14. Mihajlovič, S. (2009, januar). Podjetniške ideje, ki se obnesejo tudi v recesiji. *Finance*. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://www.interfin.si/podjetniske-ideje-ki-se-obnesejo-tudi-v-recesiji>
15. Needle, D. (2010). *Business In Context; An Intoduction to business and its environment* (Cop. 2010). United Kingdom: Cengage Learning EMEA Andover: South-Western Cengage Learning.
16. Pušnik, K. (2009). *Poslovno okolje podjetja* (prosojnice pri predmetu poslovno okolje).
17. Rebernik, M. & Rus, M., (2009, februar). Slovenska podjetja v letu 2007. Najdeno dne 11. aprila 2010 na spletnem naslovu http://www.epf.uni-mb.si/.../Slovenska%20podjetja%20v%20letu%202007_final.pdf
18. Rebernik, M., Širec, K., Tominc, P., Pušnik, K., Tajnikar, M., Močnik, D., Duh, M., Rus, M., Bradač, B., Crnogaj, K., & Podgornik, R. (2008a, november). Različnost kot podjetniška priložnost: Slovenski podjetniški observatorij 2007/2008. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://www.gemslovenia.org/gem-porocila/>.
19. Rebernik, M., Tominc, P., & Pušnik, K. (2007). Počasne spremembe podjetniške stvarnosti: GEM Slovenija 2006. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://www.gemslovenia.org/gem-porocila/>

20. Rebernik, M., Tominc, P., & Pušnik, K. (2008b). Premalo razvojno usmerjenih podjetij: GEM Slovenija 2007. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://www.gemslovenia.org/gem-porocila/>
21. Rebernik, M., Tominc, P., & Pušnik, K. (2009). Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://www.gemslovenia.org/gem-porocila/>
22. Rebernik, M., Tominc, P., & Pušnik, K. (2010). Slovensko podjetništvo v času krize: GEM Slovenija 2009. Najdeno 20. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.gemslovenia.org/gem-porocila/>
23. Služba za odnose z javnostmi (2006, 23. februar). Upravni odbor OZS tudi o raziskavi GEM. *Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije*. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://www.ozs.si/prispevek.asp?IDpm=3006&ID=3496>
24. Starling, G. (1988). *The Changing Environment Of Business*. Boston: PWS-Kent.
25. Stojan, J. (2009, 27. april). Slovenija je leta 2008 kljub krizi na svetovnih trgih imela največ podjetniške aktivnosti, odkar jo merijo. *Večer*. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://web.vecer.com/portali/vecer/v1/default.asp?kaj=3&id=2009012705400709>
26. Širec, K., & Bredač, B. (2008). Bilten IPMMP Podjetništvo: 15 let izkušenj za jasen pogled v prihodnost. Najdeno 11. aprila 2009 na spletnem naslovu http://www.podjeten.si/data/pdf/bilten_final_splet.pdf
27. Štalec, A. (2009, 6. julij). Recesija je priložnost za rast. *Red orbit*. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://blog.red-orbit.com/recesija-je-priloznost-za-rast/>
28. Tomažič, J. (2009, 19. avgust). Podjetniki, žarek upanja med recesijo. *Finance*, 159/2009. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://www.findinfo.si/dnevnevsebine/Novice.aspx?id=9563>
29. Usenik, B. (2009, 22. junij). Podjetniki: Ta vlada ni za vse čase! *Finance*, 118/2009. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu http://www.finance.si/250601/Podjetniki_Ta_vlada_ni_za_te_%E8ase
30. Zhang, J., & Liu, Q. (2008, 1. december). Comparative Analysis of Entrepreneurial Environment Based on GEM Framework: The Evidence from Guangzhou and Changchun*. Najdeno 22. januarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.bmtfi.com/search/detail.php?id=4378>
31. Znoj, B. (2004, 8. november). Nizka gospodarska rast v Sloveniji – posledica mednarodnih tržnih razmer ali nesposobnost slovenske vlade? *Finance*. Najdeno 11. aprila 2010 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/97924/Nizka-gospodarska-rast-v-Sloveniji---posledica-mednarodnih-tr%BEnih-razmer-ali-nesposobnost-slovenske-vlade>

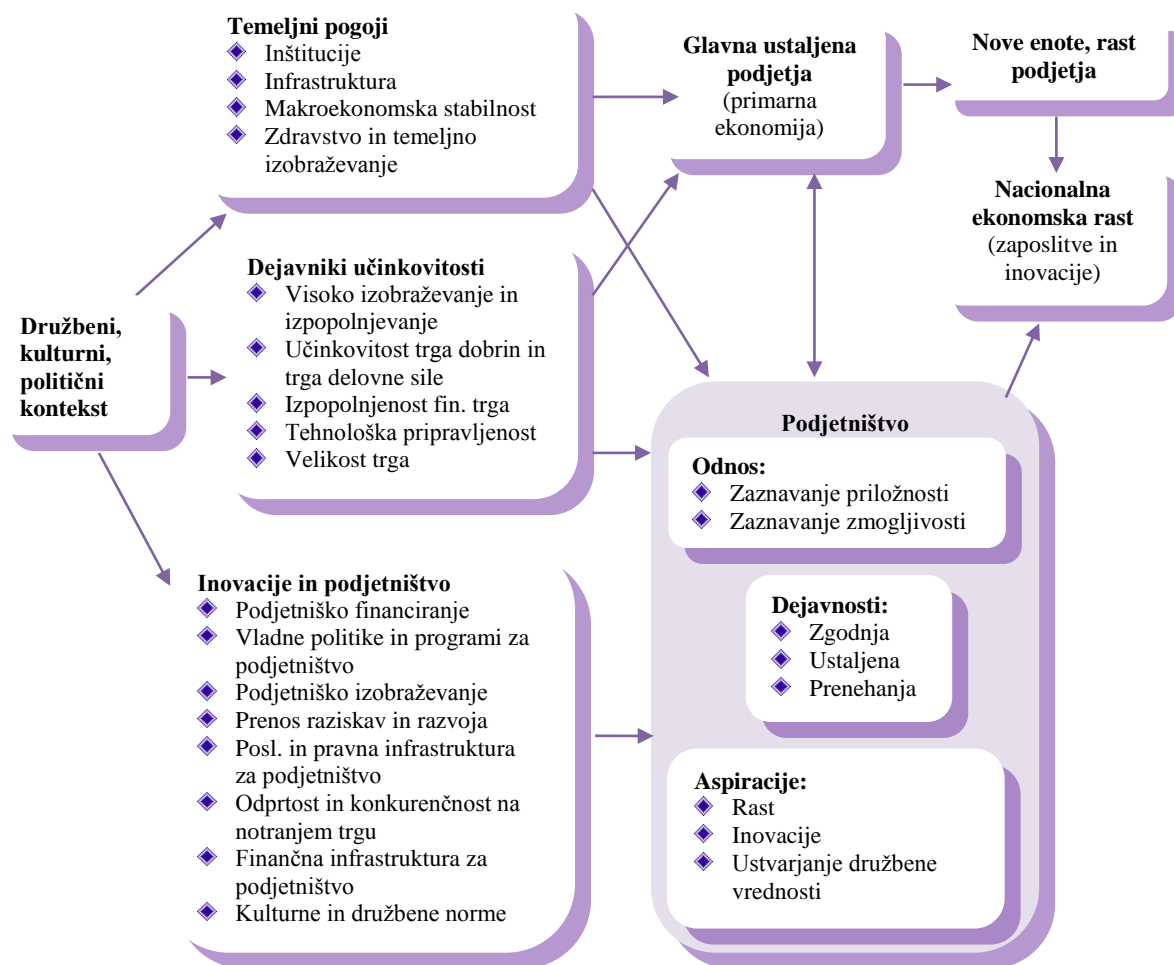
PRILOGE

SEZNAM PRILOG

PRILOGA 1: Podroben model GEM proučevanja podjetništva	1
PRILOGA 2: Značilnosti merjenja vključenosti odraslega prebivalstva v podjetništvo	1
PRILOGA 3: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji skozi čas	2
PRILOGA 4: Primerjava ocen slovenskega podjetniškega okolja z ocenami podjetniškega okolja v drugih državah GEM	5
PRILOGA 5: Seznam trenutno aktivnih vlagateljev v podjetniške projekte v Sloveniji.....	6
PRILOGA 6: Seznam tehnoloških parkov ter tehnoloških in univerzitetnih inkubatorjev v Sloveniji	6
PRILOGA 7: Seznam podpornih inštitucij v Sloveniji (Hauber, 2007)	6
PRILOGA 8: Pregled nekaterih indeksov.....	7
PRILOGA 9: Demografske značilnosti podjetniške populacije	7

PRILOGA 1: Podroben model GEM proučevanja podjetništva

Slika 1: Podroben model GEM proučevanja podjetništva



Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, *Slovensko podjetništvo v času krize: GEM Slovenija 2009, 2010*, str. 24

PRILOGA 2: Značilnosti merjenja vključenosti odraslega prebivalstva v podjetništvo

(Rebernik et al., 2008b, str. 36):

- ◆ podatki GEM so pridobljeni v raziskavi, ki je harmonizirana med vsemi sodelujočimi državami. Kljub iniciativam Eurostata, OECD in Svetovne banke harmonizacija podatkov nacionalnih poslovnih registrov še ni uresničena.
- ◆ Metodologija GEM vsebuje statistično negotovost agregatnih rezultatov (na ravni države), kar je ponazorjeno z objavljanjem intervalov zanesljivosti za ugotovljene podjetniške indekse. Podatki iz poslovnega registra so »številčni podatki« in kot taki ne zahtevajo intervala zanesljivosti. Vendar je število »umetnih« registracij za določene države neznano. Nekatera podjetja sploh niso registrirana (ali se jim ni treba registrirati), nekatera podjetja so registrirana samo zaradi davčnih razlogov, ne da bi v njih potekala kakršnakoli podjetniška aktivnost. Obseg, v kolikšni meri se to dogaja, med državami verjetno močno variira.
- ◆ GEM spremlja tako ljudi, ki so v procesu ustanavljanja podjetja (nastajajoči podjetniki), kakor tudi ljudi, ki so lastniki in managerji svojega podjetja (nova in ustaljena podjetja). To vključuje tudi svobodne poklice ali druge podjetnike, ki se jim ni treba registrirati. GEM ugotavlja tudi nagnjenost k podjetništvu in njegovo dojetje. Vpogled v najzgodnejše faze podjetništva in duh podjetnosti pa sta seveda zelo relevantni informaciji 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.
- ◆ 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.

PRILOGA 3: Ocene okvirnih pogojev za podjetništvo v Sloveniji skozi čas

Tabela 1: Povprečna ocena podjetniških okvirov v Sloveniji v obdobju 2002–2009

Podjetniški okvir	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<i>A. Finančna podpora</i>	2,09	2,15	2,25	2,38	2,44	2,78	2,66	2,64
<i>B1. Vladne politike – podpora</i>	2,16	2,06	2,31	2,39	2,49	2,44	2,32	2,52
<i>B2. Vladne politike – regulativa</i>	1,81	1,18	1,69	1,66	1,65	2,04	2,17	2,32
<i>C. Vladni programi</i>	2,25	2,19	2,4	2,2	2,26	2,59	2,69	2,74
<i>D1. Izobraževanje in usposabljanje – v OŠ in srednjih šolah</i>	2,14	2,11	2,21	2,25	2,11	2,3	2,42	2,32
<i>D1. Izobraževanje in usposabljanje – po srednji šoli</i>	3,04	2,28	2,80	2,78	2,86	2,96	2,97	2,87
<i>D3. Zadostnost javnih in/ali zasebnih centrov, ki zagotavljajo primerno izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo</i>							3,81	
<i>D4. Potreba podjetnikov po pomoči, preden ustanovijo svoje podjetje</i>							3,49	
<i>E. Prenos raziskav in razvoja</i>	1,95	2,03	2,10	2,05	2,25	2,31	2,51	2,57
<i>F. Poslovna in strokovna infrastruktura</i>	2,69	2,96	2,93	2,88	2,97	3,06	3,05	3,06
<i>G1. Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – hitrost sprememb</i>	2,97	3,05	3,09	3,03	2,96	2,99	3,25	2,97
<i>G2. Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – vstopne ovire</i>	2,42	2,48	2,47	2,51	2,46	2,60	2,45	2,41
<i>H. Dostop do fizične infrastrukture</i>	3,50	3,62	3,61	3,61	3,49	3,65	3,79	3,87
<i>I. Kulturne in družbene norme</i>	2,22	2,17	2,18	2,24	2,19	2,32	2,31	2,21
<i>J. Zaznavanje poslovnih priložnosti</i>	2,99		2,93	3,11	3,20	3,22	3,16	3,22
<i>K1. Zmožljivosti za podjetništvo – usposobljenost</i>	2,48		2,43	2,65	2,57	2,66	2,72	2,50
<i>K2. Zmožljivosti za podjetništvo – motivacija</i>	2,83		2,99	2,89	2,87	2,96	3,01	2,90
<i>L. Urejenost zaščite intelektualne lastnine</i>	3,22		2,91	2,94	2,74	3,11	3,00	3,10
<i>Q. Odnos do žensk v podjetništvu</i>	3,43	3,36	3,35	3,20	3,18	3,51	3,56	3,76

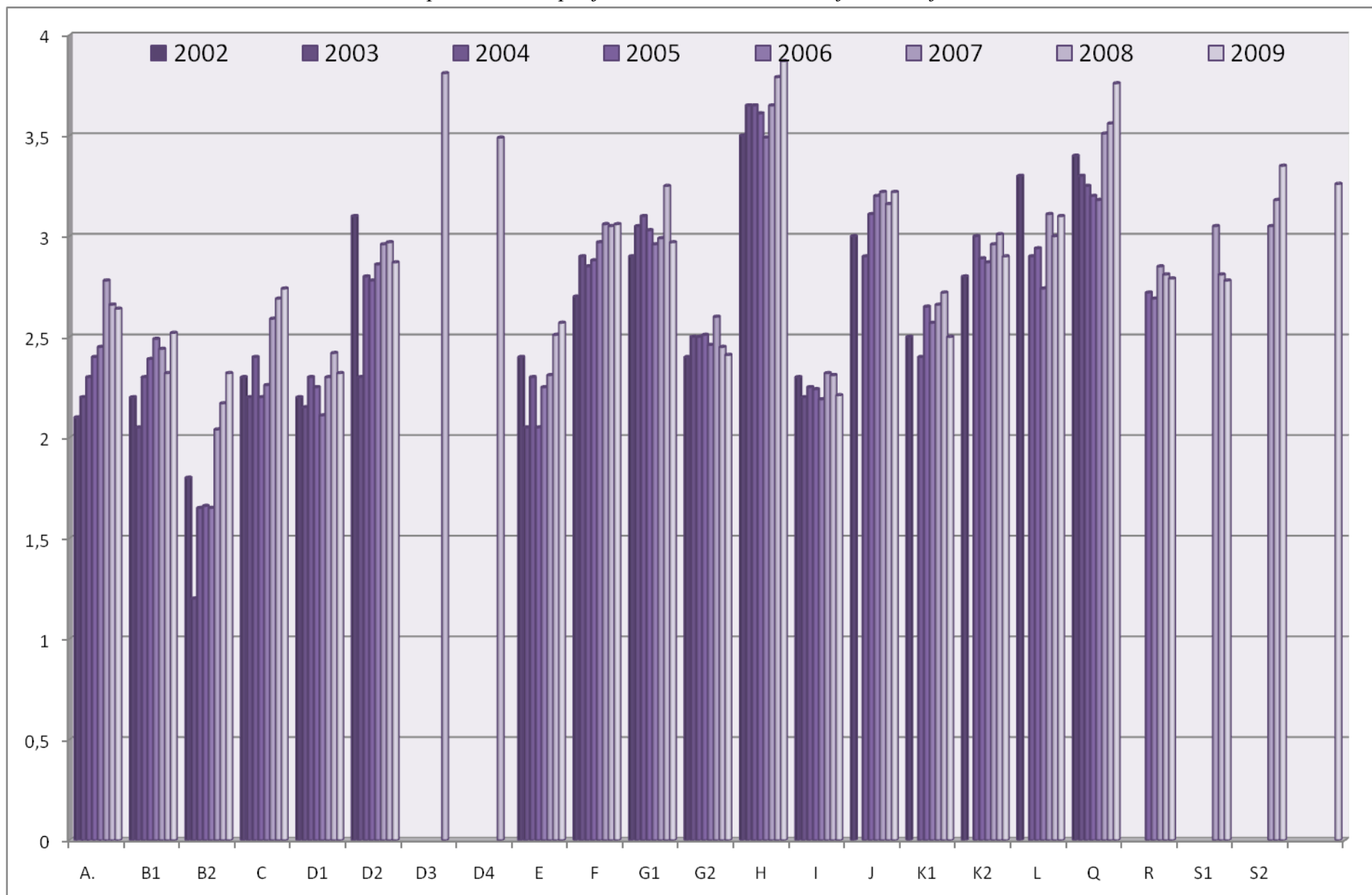
se nadaljuje

nadaljevanje

Podjetniški okvir	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<i>R. Obstoje in učinkovitost podpornih mehanizmov in ekonomske politike, usmerjene v rast podjetij</i>				2,72	2,69	2,85	2,81	2,79
<i>S1. Odnos podjetij do novih tehnologij, investicij in na novoustanovljenih in podjetniško usmerjenih dobaviteljev</i>						3,05	2,81	2,78
<i>S2. Odnos potrošnikov do novih produktov in storitev ter investicij</i>							3,18	3,35
<i>T. Socialno podjetništvo</i>								3,26

Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, Slovensko podjetništvo v času krize: GEM Slovenija 2009, 2010, str. 86–87

Slika 1: Povprečna ocena podjetniških okvirov v Sloveniji v obdobju od 2002 do 2009



PRILOGA 4: Primerjava ocen slovenskega podjetniškega okolja z ocenami podjetniškega okolja v drugih državah GEM

Izvedenci so bili leta 2006 in 2007, tako kot leta 2005, najbolj kritični do kulturnih in družbenih norm, podjetniške motivacije ter vladne politike na področju regulative, kjer je Slovenija uvrščena na rep lestvice držav GEM in kjer so vidna tudi največja razhajanja v ocenah slovenskih in izvedencev v ostalih državah. V primerjavi z izvedenci GEM pa so slovenski izvedenci leta 2006 najbolj ocenili hitrost sprememb na notranjem trgu v Sloveniji. Le pri tem podjetniškem okviru je povprečna ocena v Sloveniji (2,96) tudi višja od povprečja v vseh državah GEM (2,86), to kažejo tudi povprečne ocene pri posameznih podjetniških okvirih, ocena je v Sloveniji od povprečja v državah GEM nižja kar pri 11 okvirih (Rebernik et al., 2007, str. 90–102).

Podatki za leto 2007 kažejo, da so slovenski izvedenci v primerjavi z izvedenci v ostalih državah GEM bolj kritični do večine sestavin podjetniškega okolja v svoji državi, razen do izobraževanja in usposabljanja na vseh ravneh izobraževanja, hitrosti sprememb, ki vplivajo na odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, zaščite intelektualne lastnine ter odnosa do žensk v podjetništvu (Rebernik et al., 2008b, str. 83–92).

Slovenski izvedenci pa so bili leta 2008 v primerjavi z izvedenci GEM v njihovi državi v povprečju manj kritični do finančne podpore za podjetništvo, vladnih programov, izobraževanja in usposabljanja v osnovni in srednji šoli ter po srednji šoli, prenosa raziskav in razvoja, poslovne in strokovne infrastrukture, hitrosti sprememb na notranjem trgu, dostopa do fizične infrastrukture, usposobljenosti za podjetništvo, zaščite intelektualne lastnine ter odnosa do žensk v podjetništvu v Sloveniji. Drugače kot v preteklih letih se je Slovenija leta 2008 pri štirih pogojih za nastanek in razvoj podjetništva uvrstila v prvo peterico držav z najvišjo povprečno oceno: glede potrebe po pomoči podjetnikom za ustanovitev podjetja ter dostopnosti javnih in/ali zasebnih centrov ali agencij, ki lahko neodvisno od formalnih izobraževalnih sistemov zagotovijo posameznikom primerno izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo, se je uvrstila na četrto mesto, pri izobraževanju in usposabljanju v osnovnih in srednjih šolah, usposobljenosti za podjetništvo in odnosu do žensk v podjetništvu pa na peto mesto. Rangi Slovenije med državami GEM so se izboljšali tudi pri nekaterih drugih podjetniških okvirih, čeprav je pri osmih okvirih Slovenija še vedno v drugi polovici ali pri dnu lestvice. Najnižje na lestvici sta odnos potrošnikov do investicij (28. mesto med 30 državami), kulturne in družbene norme (24. mesto) ter motivacija kot podjetniška zmogljivost (24. mesto). Sicer pa ocene posameznih sestavin podjetniškega okolja tudi v letu 2008 kažejo na podoben vzorec kakovosti podjetniškega okolja v Sloveniji in v drugih državah GEM (Rebernik et al., 2009, str. 85–87).

Bolj ugodno kot ostali izvedenci GEM v svoji državi slovenski izvedenci v letu 2009 ocenjujejo predvsem odnos do žensk v podjetništvu v Sloveniji, kjer se je Slovenija uvrstila na 8. mesto na lestvici GEM, in izobraževanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah, kjer se je uvrstila na 10. mesto. Bistveno bolj kritični od izvedencev GEM v svoji državi pa so slovenski izvedenci v povprečju do kulturnih in družbenih norm, kjer je slabše ocenjena le Kitajska, in do vrednotenja vloge podjetnika kot motivacijskega dejavnika za podjetništvo, kjer je Slovenija na 41. mestu na lestvici GEM (Rebernik et al., 2010, str. 83–88).

PRILOGA 5: Seznam trenutno aktivnih vlagateljev v podjetniške projekte v Sloveniji

(Hauber, 2007):

- ◆ **Poteza naložbe, d. d.**, Sklad tveganega kapitala Poteza Ventures, Železna cesta 18, 1000 Ljubljana; www.poteza.si
- ◆ **Sivent, družba tveganega kapitala, d. d.**, Štefanova ulica 13/a, 1000 Ljubljana, www.sivent.si
- ◆ **Horizonte Venture Management, d. o. o.**, Teslova 30, 1000 Ljubljana, www.horizonte.at
- ◆ **KD Holding, d. d.**, Celovška 206, 1000 Ljubljana, www.kd-group.si
- ◆ **Smart Inkubator, d. o. o.**, Dimičeva ulica 9, 1000 Ljubljana, www.smartstart.si
- ◆ **PV invest, d. o. o.**, Koroška cesta 62/a, 3320 Velenje, www.pvinvest.si
- ◆ **Prophetes, partnerska družba za financiranje in razvoj, d. d.**, Tržaška 132, 1000 Ljubljana, www.prophetes.si
- ◆ **Sklad tveganega kapitala pri NLB, d. d.**, Čopova 3/II, 1520 Ljubljana

PRILOGA 6: Seznam tehnoloških parkov ter tehnoloških in univerzitetnih inkubatorjev v Sloveniji (Hauber, 2007):

- ◆ **Tehnološki park Ljubljana, d. o. o.**, Teslova ulica 30, 1000 Ljubljana, www.tp-lj.si
- ◆ **Primorski tehnološki park, d. o. o.**, Mednarodni prehod 6, Vrtojba, 5290 Šempeter pri Gorici, www.ptp.si
- ◆ **Štajerski tehnološki park, d. o. o.**, Pesnica pri Mariboru 20/a, 2211 Pesnica pri Mariboru, www.stp.si
- ◆ **Tehnopolis, d. o. o.**, Kidričeva 25, 3000 Celje, www.tehnopolis.si
- ◆ **Mrežni pomurski podjetniški inkubator, d. o. o.**, Pleše 9/a, 9000 Murska Sobota, www.mp-pi.si
- ◆ **Smart inkubator, d. o. o.**, Dimičeva 9, 1000 Ljubljana, www.smart-start.si
- ◆ **Tovarna podjetij, Svetozarevska 6, 2000 Maribor, www.tovarnapodjemov.org**
- ◆ **Univerzitetni inkubator primorske, d. o. o.**, Titov trg 4, 6000 Koper, www.uip.si
- ◆ **Ljubljanski univerzitetni inkubator, d. o. o.**, Kongresni trg 12, 1000 Ljubljana, www.lui.uni-lj.si/inkubator.asp
- ◆ **Mrežni podjetniški inkubator savinjske regije**, Kidričeva ulica 25, 3000 Celje, www.mpi-celje.si

PRILOGA 7: Seznam podpornih inštitucij v Sloveniji (Hauber, 2007):

- ◆ **Ministrstvo za gospodarstvo oz. Direktorat za podjetništvo in konkurenčnost**, ki deluje pod njegovim okriljem in je odgovoren za promocijo podjetništva in izobraževanja za podjetništvo, za spodbujanje podjetništva mladih na vseh nivojih izobraževanja, za podporo mreži EuroInfo centrov v Sloveniji ter za spodbujanje podjetništva med posebnimi ciljnimi skupinami.
- ◆ **Javna agencija za podjetništvo in tuje investicije – JAPTI** (www.japti.si), ki ponuja vavčerski sistem svetovanja, program razvoja podjetnosti in ustvarjalnosti mladih, program poklicnega uveljavljanja žensk, program podjetniške prenove podeželja ter projekt VEM, pod čigar okriljem lahko bodoči samostojni podjetniki opravijo registracijo na enem mestu, kar jim olajša ustanavljanje podjetja.
- ◆ **Slovenski podjetniški sklad** (www.podjetniskisklad.si), ki ponuja različne razpise za investicijske projekte.
- ◆ **Tehnološki parki ter podjetniški in univerzitetni inkubatorji**, ki ponujajo različna svetovanja, mentorstva, izobraževanja, pisarniško infrastrukturo, finančne sheme, dostop do različnih informacijskih baz ter strokovno literaturo.
- ◆ **Gospodarska zbornica Slovenije** (www.gzs.si), ki se jo da zelo dobro uporabiti predvsem pri iskanju informacij ob prodoru na tuje trge, ter **Obrtna zbornica Slovenije** (www.ozs.si).

◆ Z namenom spodbujanja rasti malih in srednjih podjetij pa je bil ob pobudi in podpori Združenja mladih poslovnežev YES, uspešnih mladih posameznikov, direktorjev, predsednikov uprav, uspešnih podjetnikov, pravnikov in akademikov, povezanih z namenom, da se spoznajo in pomagajo mlajšim generacijam, da hitreje pridejo do priložnosti, ki jih lahko uresničijo, ustanovljen **podjetniški center CEED** (www.ceed-slovenia.org). Ključna dejavnost podjetniškega centra CEED Slovenija je razdeljen v dva podprograma. V prvem se osredotoča na ciljno skupino perspektivnih mladih podjetnikov, za katere je oblikovan poseben program CEED Top Class. Program povezuje 25 že uveljavljenih slovenskih podjetnikov in 25 mladih podjetnikov z visokim potencialom rasti. Podjetniški center bo vsako leto septembra objavil razpis, na katerega vabijo vse mlade podjetnike do 35. leta starosti z zanimivimi podjetniškimi idejami in željo, da postanejo mednarodno uspešni podjetniki. Namenjen je predvsem tistim, ki jih zanima interaktiven pristop v podjetništvu. Izbrani mladi podjetniki so vključeni v enoletni program, ki obsega mesečna praktična usposabljanja, kjer razvijajo tudi prilagojene rešitve internih usposabljanj za posamezna podjetja, individualni mentorski program ter program organiziranega mreženja na lokalni in mednarodni ravni. CEED Slovenija se sicer zavzema tudi za promocijo podjetništva in podjetniških vrednot v širši družbi in se s tem namenom povezuje z ostalimi organizacijami, ki delujejo na tem področju. Drugi podprogram praktičnih usposabljanj je namenjen pripravi platforme za redna srečovanja in mreženje vseh podjetnih, ki si želijo biti del njihove podjetniške skupnosti.

PRILOGA 8: Pregled nekaterih indeksov

Tabela 1: Pregled nekaterih indeksov v letih 2002–2007

Leto/Indeksi	»motivacije« (1)	»smrtnosti« (2)	»preživetja« (3)	»ustaljenosti« (4)
2002	2,40	2,14	4,37	1,44
2003	3,80	2,69	0,91	1,35
2004	5,00	2,72	6,00	1,61
2005	7,80	2,14	4,35	1,44
2006	8,60	1,63	2,48	0,96
2007	9,28	1,72	2,61	0,96
2008	7,28			
2009	9,20			

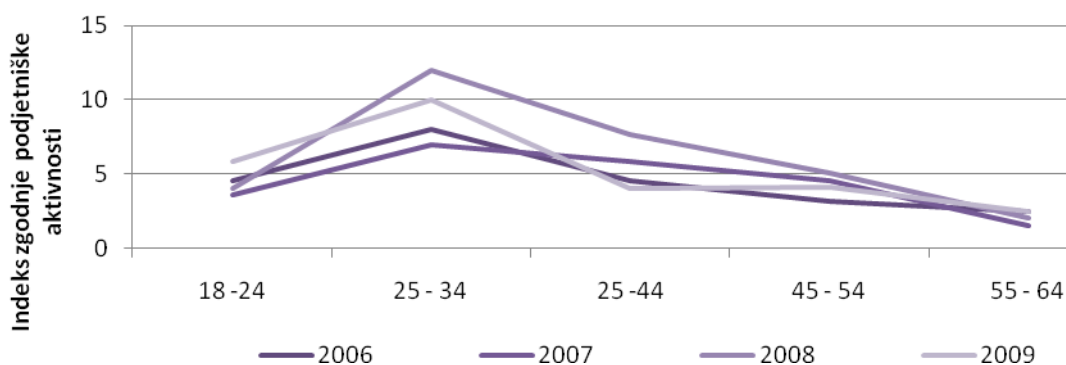
(1) kvocient med TEA – priložnost in TEA – nujnost; (2) kvocient med deležem nastajajočih in novih podjetij; (3) kvocient med deležem ustaljenih podjetij in novih podjetij; (4) kvocient med deležem ustaljenih podjetij in TEA indeksom

Vir: M. Rebernik, P. Tominc, K. Pušnik, *Premalo razvojno usmerjenih podjetij: GEM Slovenija 2007, 2008b, str. 56*

PRILOGA 9: Demografske značilnosti podjetniške populacije

Starost – skozi vsa opazovana leta (2006–2009) je bilo najbolj produktivno obdobje za ustanavljanje podjetij starostno obdobje med 25. in 34. letom, največ ustaljenih podjetnikov in podjetnic začetnic pa prihaja iz starostne skupine med 45 in 54 leti (Rebernik et al., 2007, str. 57, 2008b, str. 44–45, 2009, str. 46–47, 2010, str. 49–51). Podjetnikov začetnikov je v tej skupini le 17 odstotkov, zato bi bilo smiselno razmisliti, zakaj je v Sloveniji starostna skupina 35 do 44 let tako »podhranjena« s podjetniško iniciativo (Rebernik et al., 2009, str. 46–47, 2010, str. 49–51). Omeniti je potrebno tudi, da je v starostni strukturi ustaljenih podjetnikov kar 20 odstotkov starejših od 55 let, kar bo hitro pripeljalo tudi do problema prenosa podjetij v novo upravljanje in lastništvo, za kar pa na državni ravni ni izoblikovanih nikakršnih ukrepov (Rebernik et al., 2009, str. 46–47, 2010, str. 49–51). S slike 1 je razvidno spreminjanje zgodnje podjetniške aktivnosti po razredih, sestavljenih po letih starosti za leta od 2006 do 2009, ki je podana s pomočjo indeksa zgodnje podjetniške aktivnosti.

Slika 1: Zgodnja podjetniška aktivnost glede na starost v letih 2006–2009



Spol – v Sloveniji v vseh starostnih skupinah prevladujejo moški. Razlog za manjše vključevanje žensk je viden v prezaposlenosti in odsotnosti podpore v družini, pomanjkanju ustreznih služb za kakovostno popoldansko varstvo otrok ter odsotnost podpornih mehanizmov, ki upoštevajo potrebe podjetnic, prav tako imajo ženske težji dostop do dobrih poslovnih priložnosti, se bolj bojijo neuspeha kot moški ter v manjšem deležu kot moški poznajo nekoga, ki je v zadnjih dveh letih ustanovil podjetje. Vendarle pa se podjetnice v Sloveniji večinoma ne soočajo s predsodki do svoje podjetniške kariere in dejansko ni pravnih ovir, ki bi ženske omejevale pri podjetništvu (Rebernik et al., 2007, 2008b, 2009, 2010).

Dohodkovni sloj – skozi vso opazovano obdobje več kot polovica podjetnikov prihaja iz dohodkovno najmočnejšega sloja prebivalstva (Rebernik et al., 2007, str. 60, 2008b, str 48, 2009, str. 50–51, 2010, str. 54).

Izobrazbena struktura – že od leta 2006 skrb zbuja dejstvo, da v podjetništvo vstopajo manj izobraženi, kar 59,1 odstotka nastajajočih in novih podjetnikov je leta 2009 imelo samo srednješolsko izobrazbo ali manj. Med ustaljenimi podjetniki je takšnih manj – 53 odstotkov (Rebernik et al., 2006, 2010, str. 53).