

# 1 KAJ JE GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR?

## 1.1 ZGODOVINA IN CILJ PROJEKTA

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) je zdaleč največja raziskava podjetništva na svetu.<sup>1</sup> Izvaja jo ne-profitni akademski raziskovalni konzorcij, katerega cilj je ustvariti zanesljive mednarodno primerljive podatke o podjetniški aktivnosti ter s temi podatki seznaniti čim širšo javnost. Harmonizirani kvalitativni in kvantitativni podatki za veliko število držav so zanimivi tako za oblikovalce ekonomske politike kot za akademsko sredino, saj zagotavljajo bogat vir za komparativno proučevanje podjetniškega obnašanja. Ker raziskava poteka že šesto leto, so na voljo tudi že časovne serije. Slovenija se je svetovnemu raziskovalnemu konzorciju pridružila leta 2002, tako da se lahko danes primerjamo z več kot štiridesetimi državami in ugotavljamo, kam se na področju podjetništva umeščamo v svetovnem merilu.

Raziskovalni program GEM se osredotoča na tri temeljne cilje:

- ugotoviti razlike v ravni podjetniške aktivnosti med posameznimi državami,
- odkriti dejavnike, ki vodijo k primerni ravni podjetniške aktivnosti,
- predlagati ukrepe, ki bi lahko izboljšali podjetniško aktivnost v državi.

Proučujemo številne dejavnike, ki bi utegnili vplivati na razlike v stopnji podjetništva ter skušamo podati nove vpoglede v obseg in pomen podjetniškega procesa, da bi bolje razumeli, kako je mogoče z izoblikovanjem ustreznega podpornega okolja pospeševati podjetništvo. GEM je svoje prve rezultate raziskovanja podjetništva v svetovnem merilu podal leta 1999, ko je sodelovalo 10 držav. Število sodelujočih držav se je krepko povečalo in poročilo o raziskavi za leto 2004, ki je pred vami, zajema 34 držav.

## 1.2 TEORETIČNI MODEL GEM

Ker nas ne zanima število registriranih podjetij ali pravnih subjektov, temveč podjetniški proces v najzgodnejših fazah, je pomembno, da je model zgrajen tako, da lahko zajemamo podjetniške aktivnosti in najdemo podjetne posameznike. Za potrebe raziskave uporabljamo široko definicijo podjetništva, ki pomeni *kakršenkoli poskus posameznika, skupine posameznikov ali obstoječega podjetja, da bi ustvarili novo podjetje ali poslovno dejavnost, bodisi da gre za samozaposlitev, novo podjetje ali razširitev že obstoječega podjetja.*

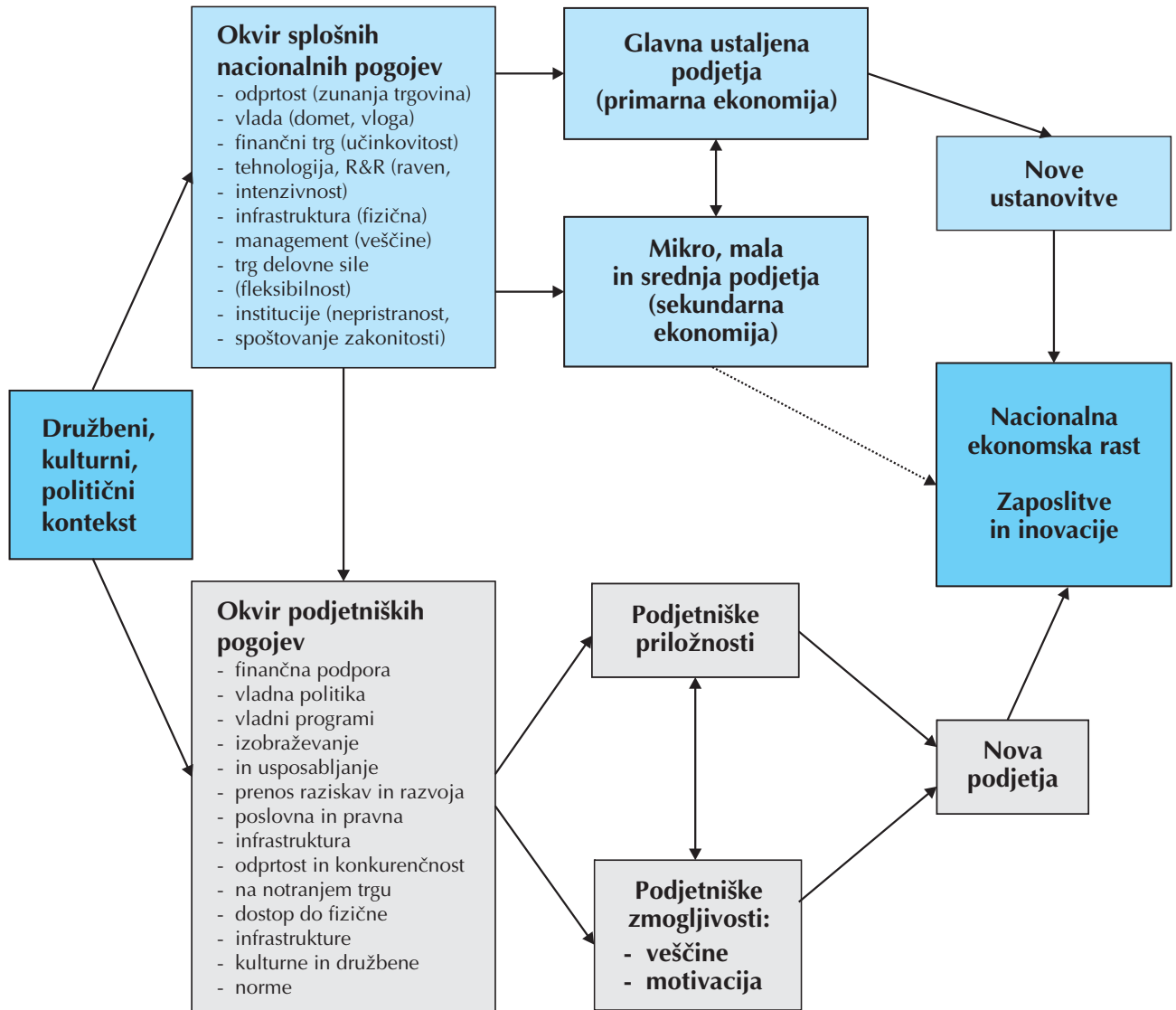
Konceptualni GEM model (*Slika 1*), s pomočjo katerega poskušamo razumeti čim več o podjetniških procesih, temelji na sklepanju, da specifične okoliščine za izvajanje podjetniške aktivnosti v posamezni državi vplivajo na velikost in obseg podjetništva, ki vpliva na ekonomsko rast in razvoj. Te soodvisnosti pa niso enosmerne – tudi obstoječa raven ekonomskega razvoja vpliva na podjetništvo in na podjetniške okoliščine.

Na ustaljena podjetja odločilno vplivajo splošni pogoji poslovanja, ki podjetja zavirajo ali spodbujajo v njihovi rasti. Z rastjo in novimi ustanovitvami ta podjetja ustvarjajo nova delovna mesta. Na odločitev, ali bodo potencialni podjetniki ustanovili podjetje ali ne, pa vplivajo še dodatni pogoji, ki odločajo o sposobnosti posamezne države, da bi se tisti, ki imajo za to veščine in motivacijo, odločali za izkoriščanje poslovnih priložnosti in ustanavljali podjetja. Ustanavljanje novih podjetij vnaša v gospodarstvo potrebno dinamičnost in konkurenčnost. Proces sta komplementarna, razmerja med podjetništvom in ekonomsko rastjo pa zelo kompleksna.

Predpostavljamo torej, da se ekonomski procesi odvijajo v relativno stabilnem družbenem, kulturnem in političnem okolju in da delujeta dva temeljna mehanizma rasti. Prvi temeljni vir ekonomske rasti so glavna ustaljena podjetja, ki igrajo odločilno vlogo zlasti v mednarodni menjavi. Če so splošni nacionalni pogoji poslovanja urejeni in naravnani h konkurenčnosti, so ta podjetja lahko mednarodno uspešna, zmorejo ustanavljati nove obrate in podjetja ter lahko pripomorejo k rasti mikro, malih in srednje velikih podjetij.

Drugi temeljni vir ekonomske rasti je podjetniški proces, ki se odvija v novih in rastočih podjetjih. V tem primeru pod vplivom družbenega, kulturnega in političnega konteksta deluje drugi splet, takoimenovani okvir podjetniških pogojev, ki so sicer povezani z okvirom splošnih nacionalnih pogojev, vendar pa se od njih

tudi razlikujejo. Na odvijanje podjetniškega procesa bistveno vplivajo podjetniške priložnosti ter zmogljivost ljudi, da se lotevajo novih podjetij. Vse to vpliva na brbotanje in vrenje v gospodarstvu, kjer se rojevajo novi podjetja in podjetja, kar prispeva k ekonomski rasti.



Slika 1: Konceptualni GEM model

Oba procesa prispevata k ekonomski rasti. Na *Sliki 1* je prikazan celoten model, iz katerega sta razvidna oba mehanizma ekonomske rasti. Za razliko od drugih svetovnih analiz, ki se osredotočajo na dejavnike, ki vplivajo na konkurenčnost obstoječih ustaljenih podjetij, se GEM osredotoča na spodnji del slike, to je na zgodnje faze podjetniškega procesa in njegovo povezanost z ekonomsko rastjo. Splošno okolje v katerikoli državi vpliva na ustaljena podjetja in panoge, prav tako pa tudi na nastajajoča in nova podjetja. Vendar na nastajanje novih podjetij poleg splošnega okolja vpliva še dodatni okvir podjetniških pogojev, kamor spadajo:

- razpoložljivost različnih vrst finančne podpore (bančni sistem, rizični kapital, neformalno investiranje, poslovni angeli),
- zasnova in vodenje vladne politike, ki je lahko bolj ali manj naklonjena podjetništvu,
- izvajanje vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva,
- razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo,
- obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso,
- kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja,
- odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, to je velikost vstopnih pregrad oziroma, kako težko se nova podjetja uveljavijo na trgu,

- dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij,
- kulturne in družbene norme, ki podpirajo ali zavirajo podjetniško aktivnost.

Ti pogoji vplivajo na obstoj in zaznavanje podjetniških priložnosti ter na podjetniško zmogljivost odraslega prebivalstva. Zaznavanje podjetniških priložnosti ter večine in motivacija odraslega prebivalstva, da te priložnosti izkoristijo, pa predstavljajo bolj ali manj plodna tla za rojevanje in rast podjetij.

GEM se ne ukvarja z ustaljenimi podjetji, ki so starejša od treh let in pol. Predvsem nas zanima relativna podjetniška naravnost odraslega prebivalstva in stopnja nastajanja novih in rastočih podjetij ter razlike, ki nastajajo med posameznimi državami.

### 1.3 VIRI PODATKOV

Pri raziskovanju uporabljamo štiri temeljne mehanizme zbiranja podatkov. Trije od teh zagotavljajo primarne podatke, ki jih zberemo posebej za GEM in jih zatem kombiniramo s podatki iz sekundarnih virov. Podatke nam dajejo:

- raziskava vzorca odrasle populacije,
- osebni intervjuji z nacionalnimi izvedenci za posamezne sklope iz podjetniškega okvira pogojev,
- podroben vprašalnik, ki ga izpolnijo nacionalni izvedenci ter
- uveljavljeni mednarodni viri standardiziranih podatkov.

**Raziskava odraslega prebivalstva:** V vsaki državi usposobljena strokovna organizacija izvede telefonsko raziskavo odraslega prebivalstva, ki temelji na vzorcu najmanj 2000 odraslih.<sup>2</sup> V Sloveniji je raziskavo izvedel Gral-Iteo, primerno utežen vzorec pa je leta 2004 zajel 2003 ljudi. Podjetniške aktivnosti odraslega prebivalstva ugotavljamo s pomočjo intervjujev, njihova dolžina pa je odvisna od tega, koliko je posamezen intervjuvanec podjetniško aktiven. Prvi del vprašalnika se nanaša na poizvedovanje o ustanavljanju in vodenju podjetja ter neformalnem investiranju v nova podjetja. Posameznikom, ki izkažejo podjetniško aktivnost, se zatem postavljajo dodatna, bolj poglobljena vprašanja. Z drugim delom vprašalnika ugotavljamo odnos intervjuvancev do podjetništva.

**Osebni intervjuji z izvedenci:** Leta 2004 smo opravili 18 osebnih intervjujev s skrbno izbranimi posamezniki, za katere smo po njihovi dosedanji podjetniški aktivnosti, profesionalnosti, znanju in ugledu sodili, da lahko prispevajo k razumevanju podjetništva v Sloveniji. V osebnih intervjujih so nam predstavili svoj pogled na:

- temeljne slabosti, ki zavirajo razvoj podjetništva v Sloveniji,
- temeljne prednosti, ki jih ima Slovenija in bi jih lahko izkoristili za pospeševanje podjetništva ter
- predloge, kaj bi bilo treba udejaniti, da bi se čim več ljudi vključilo v podjetniške aktivnosti.

Vse intervjuje smo posneli, naredili transkripcije, jih obenem z osebnimi zapiski povzeli in kodirali, tako da jih je bilo možno primerjati z ugotovitvami izvedencev iz drugih GEM držav.

**Standardiziran vprašalnik za izvedence:** Vsi intervjuvani izvedenci in še dodatnih 37 strokovnjakov je izpolnilo obširen standardiziran vprašalnik. Dobljene odgovore 55 izvedencev smo kodirali in posredovali koordinacijskemu timu GEM, ki je pripravil skupne datoteke za vse sodelujoče države. S pomočjo tega vprašalnika, ki je bil preveden v jezike udeleženk GEM, lahko delamo številne in bogate primerjave med državami.

**Nacionalni ekonomski in demografski podatki:** Da bi bilo možno delati kakršnekoli primerjave nacionalnih značilnosti posameznih držav (npr. glede na 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.

### 1.4 MERE PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI

Za ocenjevanje zgodnje podjetniške aktivnosti odraslega prebivalstva uporablja GEM šest meril in sicer:

1. delež odraslega prebivalstva (18 – 64 let), ki se aktivno loteva vzpostavitve novih podjetij (**nastajajoči podjetniki** – »nascent entrepreneurs«),
2. delež odraslega prebivalstva, ki je zaposlen kot lastnik/manager novih podjetij, ki niso starejša od 42 mesecev (**novi podjetniki** – »new entrepreneurs«),

3. indeks celotne zgodnje podjetniške aktivnosti, ki predstavlja vsoto nastajajočih in novih podjetnikov kot delež odraslega prebivalstva (**celotni TEA** – »Total Early-stage Entrepreneurial Activity«),
4. delež odraslega prebivalstva, ki je osebno investiral v nova in nastajajoča podjetja (**neformalni investitorji** – »informal investors«),
5. indeks podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti (**TEA-priložnost** – »TEA Opportunity«), ki predstavlja delež odraslega prebivalstva, ki se je lotil vzpostavitve novega podjetja, ker se mu je za to ponudila priložnost,
6. indeks podjetniške aktivnosti zaradi nuje (**TEA-nuja** – »TEA necessity«), ki predstavlja delež odraslega prebivalstva, ki se je lotil vzpostavitve novega podjetja zaradi nuje, ker ni imel druge boljše možnosti za delo.

Ko v GEM govorimo o podjetniško aktivnem prebivalstvu, mislimo torej na, prvič, tiste posameznike, ki so osebno vpleteni v nastajanje novih podjetij, ali so, drugič, zaposleni kot lastniki/managerji novih podjetij, ki niso starejša od 42 mesecev, ali so, tretjič, osebno investirali v nove podjetje. TEA indeks tvorijo samo nastajajoči in novi podjetniki. Tiste posameznike, ki se pojavljajo v obeh vlogah, štejemo samo enkrat. Pri izračunavanju TEA indeksa neformalnih investitorjev ne upoštevamo.

Da bi identificirali tisti del populacije, ki je angažirana v zgodnjih fazah podjetništva, je GEM razvil niz vprašanj, s katerimi poskušamo ugotoviti, če je posameznik podjetniško aktiven:

1. Da bi se posameznik kvalificiral kot **nastajajoči podjetnik**, je moral na vprašanje **a)** ali na vprašanje **b)** odgovoriti z »da«:
  - a. Trenutno poskušate sami ali skupaj z drugimi ustanoviti novo podjetje ali pričeti z novo poslovno dejavnostjo, vključujoč kakršnokoli samozaposlitev ali prodajo proizvodov ali storitev – naloga, ki ni v okviru vaše redne zaposlitve.
  - b. Trenutno poskušate sami ali skupaj z drugimi ustanoviti novo podjetje ali se lotiti nove poslovne dejavnosti za vašega delodajalca – naloga, ki je v okviru vaše redne zaposlitve.  
Pozitivni odgovor je vodil do nadaljnjih treh vprašanj, s katerimi smo preverjali, če gre res za nastajajoče podjetje:
  - c. Ali ste v zadnjih 12 mesecih kakorkoli pomagali pri zagonu nove poslovne dejavnosti ali ustanavljanju novega podjetja, na primer iskali ustrezno opremo, lokacijo, sestavili začetno ekipo ljudi, delali na poslovnem načrtu, začeli varčevati denar ali delali karkoli drugega, kar bi pomagalo zagnati novo poslovno dejavnost oziroma ustanoviti podjetje?
  - d. Ali boste vi osebno lastnik tega podjetja v celoti, dela tega podjetja ali sploh ne boste lastnik?
  - e. Ali je novo podjetje že izplačalo kakršnekoli plače, dohodke ali nadomestila, vključno z vašo plačo, za obdobje daljše od treh mesecev?  
Da bi ga označili kot nastajajočega podjetnika, je moral vprašani odgovoriti z »da« na vprašanje **c)**, »v celoti« ali »delno« na vprašanje **d)** ter z »ne« na vprašanje **e)**. Če je bil odgovor na e) pritrđen, potem je bil to kandidat za novega podjetnika.
2. Da bi se posameznik kvalificiral kot **novi podjetnik**, je moral pritrđiti, da je trenutno sam ali skupaj z drugimi lastnik podjetja, ki ga pomaga voditi, oziroma da je samozaposlen ter da podjetje ni bilo ustanovljeno prej kot leta 2001 (junija 2004 ni bilo starejše od 42 mesecev).
3. Da bi lahko posameznika označili kot **neformalnega investitorja**, je moral v zadnjih treh letih osebno vložiti sredstva v novo podjetje, ki ga je ustanovil nekdo drug, pri tem pa se ne upoštevajo nakupi delnic, obveznic ali vlaganj v vzajemne sklade.
4. Stopnjo **celotne zgodnje podjetniške aktivnosti** ali **TEA** indeks določimo kot seštevek nastajajočih in novih podjetnikov, pri čemer tiste, ki se pojavljajo v obeh vlogah, štejemo samo enkrat.
5. Indeks podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti (**TEA-priložnost**) smo določili tako, da smo upoštevali posameznike, ki so zadostili naslednjima kriterijema:
  - posameznik se je moral kvalificirati kot nastajajoči ali novi podjetnik;
  - moral je povedati, da se je lotil vzpostavitve novega podjetja, ker se mu je za to ponudila priložnost.
6. Indeks podjetniške aktivnosti zaradi nuje (**TEA-nuja**) smo določili tako, da smo upoštevali posameznike, ki so zadostili naslednjima kriterijema:
  - posameznik se je moral kvalificirati kot nastajajoči ali novi podjetnik;
  - moral je povedati, da se je lotil vzpostavitve novega podjetja zaradi nuje, ker ni imel druge boljše možnosti za delo.

TEA indeks odraža število posameznikov v državi, ki so vpleteni v podjetniško vrenje, bodisi kot nastajajoči ali novi podjetniki, in je temeljni kazalnik podjetniške aktivnosti, ki omogoča primerjavo med državami, ki so udeležene v GEM.

### 1.5 GEM SLOVENIJA 2004

Slovenija leta 2004 tretjič sodeluje v GEM. Nosilec raziskave je Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. S pomočjo GEM si v Sloveniji soustvarjamo bolj zanesljivo sliko podjetniške stvarnosti, da bi lahko bili ukrepi ekonomske politike in mehanizmov pospeševanja podjetništva v Sloveniji usmerjeni tja, kjer si lahko dolgoročno obetamo največje učinke. Rezultati iz raziskave GEM Slovenija za leto 2002<sup>3</sup> in za leto 2003,<sup>4</sup> še zlasti pa letošnji rezultati, kažejo, da v Sloveniji podjetništvo ni razumljeno kot pomemben mehanizem za ustvarjanje družbenega in zasebnega bogastva.

Slovenski GEM so leta 2004 podprli Ministrstvo za gospodarstvo, Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport, podjetje Smart Com ter časopis Finance.

- 1 Globalno poročilo in poročila sodelujočih držav so na [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org), slovenska poročila o raziskavi so na [www.gemslovenia.org](http://www.gemslovenia.org) oziroma na internetni strani Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij na EPF <http://epfip.uni-mb.si>.
- 2 Nekatere države imajo znatno večji vzorec, tudi prek 15.000 odraslih, kot denimo Nemčija, kjer obenem z GEM raziskujejo tudi razlike med pokrajinami, ali Velika Britanija, kjer so anketirali 26.000 ljudi.
- 3 Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Miroslav Glas, Viljem Pšeničny, (2003), GEM Slovenija 2002: Kako podjetna je Slovenija. IPMMP, Maribor.
- 4 Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Miroslav Glas, Karin Širec Rantaša, (2004), GEM Slovenija 2003: Spodbujati in ohraniti razvojne ambicije. IPMMP, Maribor.