

Prof. dr. Miroslav Rebernik

Kako podjetna je Slovenija?

How entrepreneurial is Slovenia?

Povzetek

V prispevku, na temelju svetovne raziskave Global Entrepreneurship Monitor, ugotavljamo, da Slovenija še ne deluje kot podjetniška družba. Po TEA indeksu, ki meri zgodnjo podjetniško aktivnost, se je Slovenija uvrstila v zadnjo tretjino proučevanih držav. Zlasti zaskrbljuje visoka stopnja umrljivosti novih podjetij ter nizka udeležba žensk v podjetništvu. Kulturne in družbene norme v Sloveniji ne delujejo spodbudno na lotevanje podjetništva.

Ključne besede: podjetništvo, gospodarstvo, Global Entrepreneurship Monitor, vrednote

Abstract

On the basis of Global Entrepreneurship Monitor research we assessed that Slovenian society is not yet functioning as an entrepreneurial society. According to TEA index that measures total early-stage entrepreneurial activity among adult population Slovenia ranked in the last third among participating countries. Above all, special attention should be paid to extremely high mortality rate of nascent businesses and to a very low participation of women in entrepreneurial activities. It was also found out that cultural and

social norms in Slovenia do not encourage entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurship, economy, Global Entrepreneurship Monitor, cultural values

Uvod

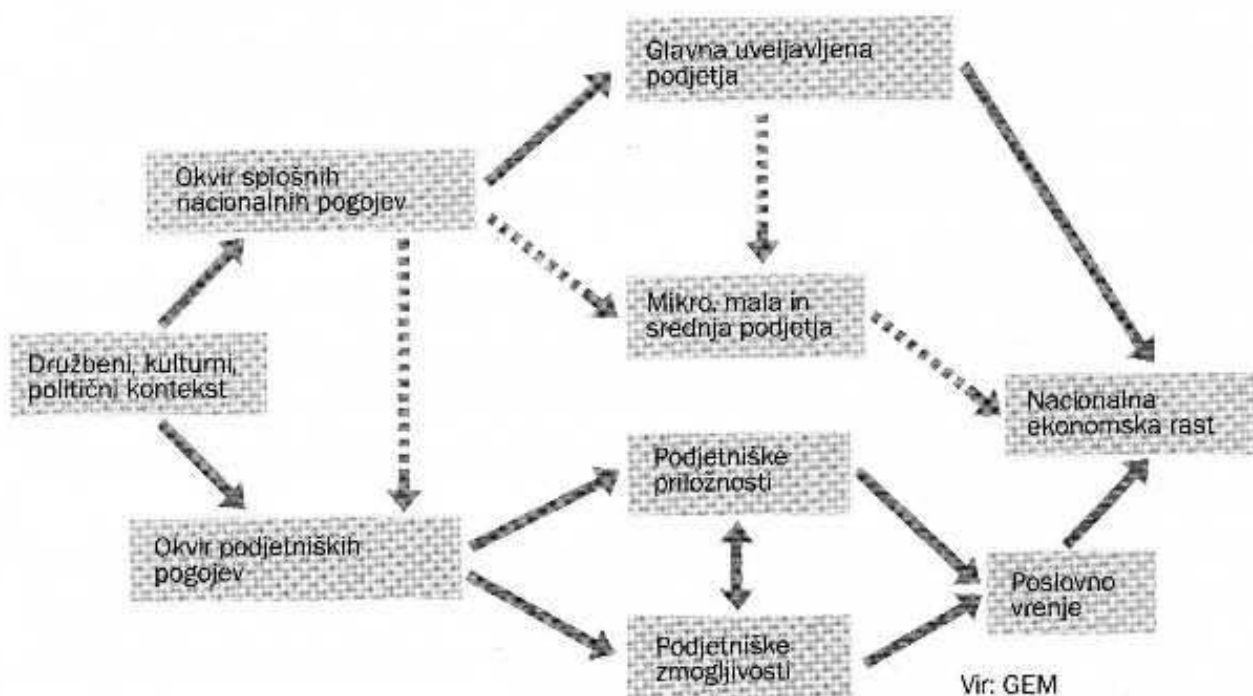
Odkar nas je Schumpeter (1934) opozoril na kreativno destrukcijo, ki jo v ekonomskem sistemu izvaja podjetnik, poskušamo doumeti, kako dejansko to ustvarjalno rušenje poteka, kako se odvija podjetniški proces, predvsem pa kaj prispeva k temu, da se v določenih okoljih podjetniška aktivnost razvija, drugod pa ne. Čeravno teorije ekonomske rasti praviloma priznavajo pomen individualnih pobud podjetniško naravnanih posameznikov, pa bolj malo izvedemo o oblikah, s katerimi se te pobude uresničujejo. Danes tudi v teoriji ni več sporno, da razvito podjetništvo odločilno vpliva na uspešnost nacionalnih gospodarstev (Acs 2002, Barretto 1989, Baumol 1990, Casson 1982, Hebert and Link 1989, Kirzner 1973, Leibenstein 1968, Von Mises 1949, Schultz 1990, Schumpeter 1934). Prav tako ni sporno, da je podjetništvo redka dobrina, saj ni vsakdo pripravljen sprejemati rizika, niti nima vsakdo sposobnosti oblikovati pravih poslovnih odločitev. Slovenija mora sprejeti podjetništvo, saj bo sicer šla v zgodovino kot ena tistih držav, ki niso bile sposobne prilagoditi pravil igre tako, da bi le-te vzpodbujale podjetnost in ustvarjalnost, ampak so vztrajale na klasičnem produkcijskem modelu primarne industrije. Izobraževanje, znanje, tehnologija in podjetnost so ključni dejavniki, ki vodijo v uspešno gospodarjenje in ki obetajo, da se Slovenija uvrsti v tisti, žal manjši del človeštva, ki si lahko v naslednjem desetletju obeta nadaljnji razvoj in razcvet.

V ekonomski in poslovni literaturi ne manjka definicij podjetništva in podjetnikov, kar od Saya dalje pa se zapleta, ko bi bilo treba pojasniti soodvisnosti med podjetništvom, gospodarsko rastjo in razvitostjo posamezne države. Podjetništvo pa ni omejeno v nacionalne meje in če želimo ugotoviti stanje podjetništva v posamezni državi, lahko dobimo pravo sliko samo, če se primerjamo z drugimi. Naš prispevek k razpravi o podjetnosti Slovenije tako temelji na svetovni raziskavi Global Entrepreneurship Monitor, v kateri sodelujemo od leta 2002.

Global Entrepreneurship Monitor

Raziskavo so leta 1999 začeli vodilni raziskovalci London Business School (Velika Britanija) in Babson College (ZDA) v krogu 8 držav, danes pa je izoblikovan raziskovalni konzorcij nacionalnih timov, ki vključuje 41 držav. Naš tim se je raziskavi pridružil leta 2002. V letu 2003 je vsa potrebne raziskovalne inpute zagotovilo 31 držav. Gre trenutno za največji svetovni raziskovalni projekt s področja podjetništva, v katerem je sodelovalo okrog 200 raziskovalcev. GEM je tudi edina raziskava na svetu, ki na tako velikem vzorcu omogoča primerljivost med podjetniško aktivnostjo odraslega prebivalstva.

Konceptualni GEM model (*slika 1*), s katerim poskušamo razumeti podjetniške procese, 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.



Slika 1: Konceptualni GEM model

Delujeta dva temeljna mehanizma ekonomske rasti. Prvega predstavljajo glavna, ustaljena podjetja, ki odigrajo svojo vlogo predvsem

v mednarodni menjavi. Če so splošni nacionalni pogoji poslovanja urejeni in naravnani h konkurenčnosti, so ta podjetja lahko mednarodno uspešna in lahko pripomorejo k rasti mikro, malih in srednjevelikih podjetij.

Drugi temeljni vir ekonomske rasti pa je podjetniški proces, ki se odvija v novih in rastočih podjetjih. V tem primeru pod vplivom družbenega, kulturnega in političnega konteksta deluje drug 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 tudi 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 podjetji in podjetja, kar prispeva k ekonomski rasti.

GEM se ne ukvarja z obstoječimi podjetji, ki so starejša od treh let in pol. Zanima nas relativna podjetniška naravnost odraslega prebivalstva in stopnja nastajanja novih in rastočih podjetij ter razlike, ki nastajajo med posameznimi državami. Te pa so posledica:

- razlik med državami v devetih pogojih iz podjetniškega okvira,
- relativne dojemljivosti odraslega prebivalstva za iskanje in ustvarjanje podjetniških priložnosti ter
- njegove motiviranosti in sposobnosti (znanje, veščin) za izkoriščanje priložnosti.

Model torej predpostavlja, da je podjetništvo gonilna sila ekonomske rasti. V kontekstu družbenih, kulturnih, političnih in ekonomskih okoliščin v državi okvir splošnih nacionalnih pogojev in okvir podjetniških pogojev vplivata na podjetniško aktivnost, ki vodi k ekonomski rasti.

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

Raziskava odraslega prebivalstva: V vsaki državi usposobljena strokovna organizacija izvede telefonsko raziskavo odraslega prebivalstva, ki temelji na primerno uteženem vzorcu najmanj 2000 odraslih. S pomočjo intervjujev ugotavljamo podjetniške aktivno-

sti odraslega prebivalstva, dolžina intervjuja 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.

Osební intervjuji z izvedenci: Opravili smo 18 intervjujev s skrbno izbranimi posamezniki, za katere smo po njihovi dosednji podjetniški aktivnosti, profesionalnosti, znanju in ugledu sodili, da lahko prispevajo k razumevanju podjetništva v Sloveniji.

Standardiziran vprašalnik za izvedence: Vsi intervjuvani izvedenci in še dodatnih 18 strokovnjakov so izpolnili obširen standardiziran vprašalnik. Dobljene odgovore 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 poglobljene primerjave nacionalnih značilnosti posameznih držav, 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.

Nastajajoči in novi podjetniki

Ko si v GEM zastavljamo vprašanje, kako podjetna je Slovenija, nas ne zanima, koliko podjetij imamo registriranih, ampak **koliko ljudi je v začetnih fazah podjetništva**, ko se lotevajo uresničevanja podjetniške pobude oziroma ko že imajo mlado podjetje. Govorimo o **nastajajočih** in **novih** podjetnikih, pri čemer kot nastajajoče podjetnike identificiramo tiste, ki poskušajo sami ali skupaj z drugimi ustanoviti novo podjetje ali pričeti z novo poslovno dejavnostjo, vključujoč kakršnokoli samozaposlitev ali prodajo proizvodov ali storitev, ki še niso izplačevali plač več kot tri mesece.

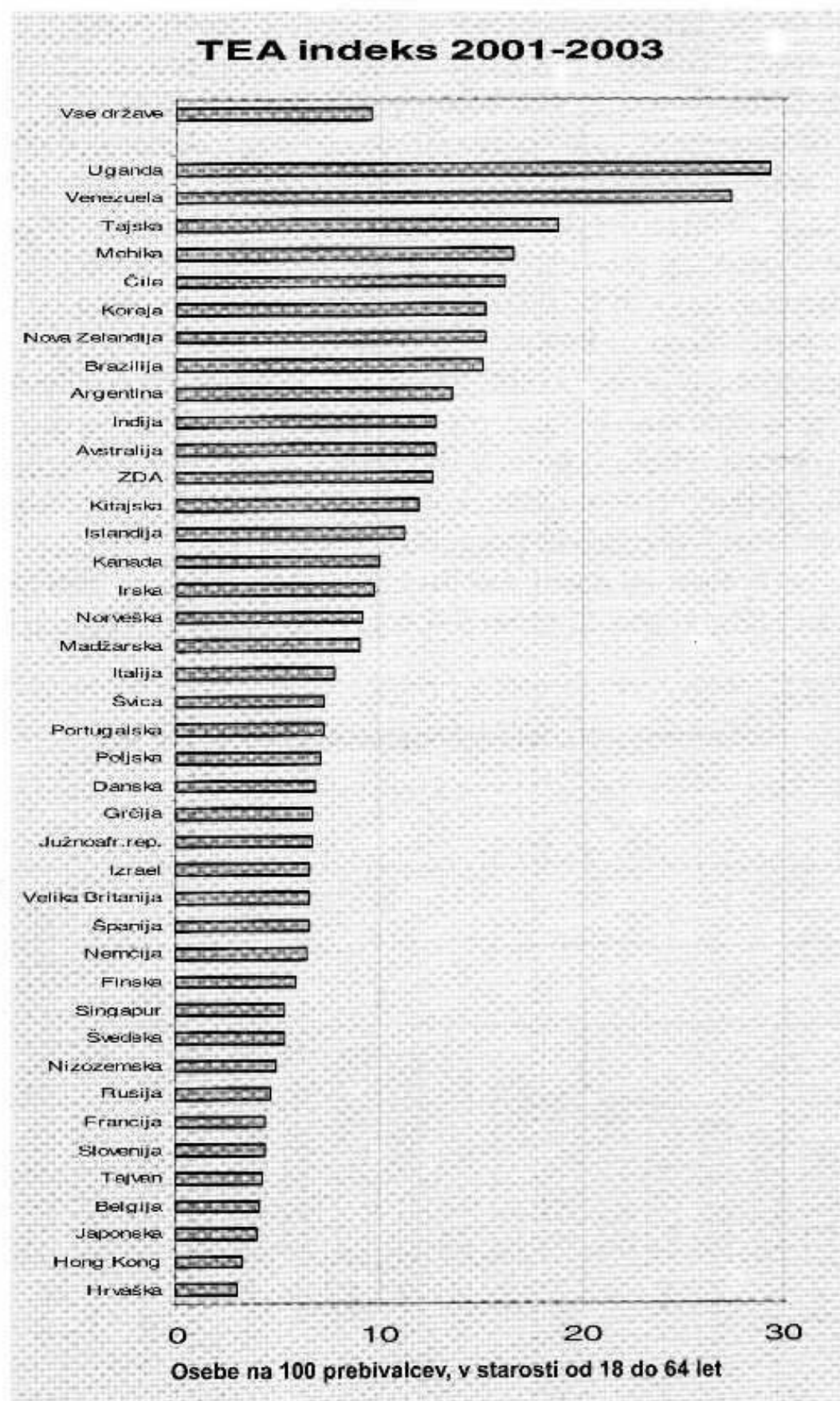
Novi podjetniki so tisti, ki so lastniki ali solastniki podjetja, ki ni starejše od treh let in pol. Ene in druge seštejemo in jih izrazimo v odstotku odraslega aktivnega prebivalstva, kar imenujemo **TEA indeks** – indeks celotne zgodnje podjetniške aktivnosti

V svetovnem merilu se je Slovenija s povprečjem predlanskega in lanskega leta med 41 sodelujočimi državami uvrstila na 36. mesto. Znotraj Evropske unije je položaj nekaj boljši, ker je v svetovnem merilu pač Evropa precej šibka, kar se tiče podjetništva. Podobno kot v Sloveniji, kjer je podjetniška aktivnost v letu 2003 upadla za dobrih 10 odstotkov (s 4,6% na 4,1 %), je takšen upad zabeležilo še 8 drugih držav.

V Sloveniji padec srednje vrednosti TEA indeksa s 4,61 na 4,05, ki sicer ni statistično značilen, pomeni upad števila posameznikov, ki so na začetku podjetniške poti z 58.000 leta 2002 na 51.000 leta 2003. Privoščimo si izračun: če bi TEA indeks v Sloveniji porastel tako kot na Finskem, bi to pomenilo dodatnih 37.000 posameznikov, ki bi se odpravili na podjetniško pot. Ta številka bi pomenila vidno sled v gospodarski strukturi Slovenije in bi nedvomno prispevala k spreminjanju splošnega dojemanja podjetništva. Ljudje se za podjetništvo odločijo, ker zaznajo dobro poslovno priložnost, ali ker nimajo druge boljše priložnosti za delo. V Sloveniji se za podjetniško pot zato, ker bi želeli izkoristiti poslovno priložnost še vedno odloča manj ljudi kot v povprečju v Evropi. Zakaj pa se nekdo odloči za podjetništvo pa je pomembno: podjetniki iz priložnosti predvidevajo večje širjenje poslovanja in večje število zaposlenih v prihodnjih letih kot pa podjetniki, ki so se za podjetništvo odločili, ker jim je to bil skrajni izhod v sili. Slaba tretjina se je podala na podjetniško pot, ker ni imela druge boljše možnosti za delo s čemer smo *rahlo nad povprečjem Evrope*. Vendar pa so ti rezultati zaradi tranzicijskega obdobja pričakovani in razumljivi.

Visoka stopnja umrljivosti podjetniških pobud

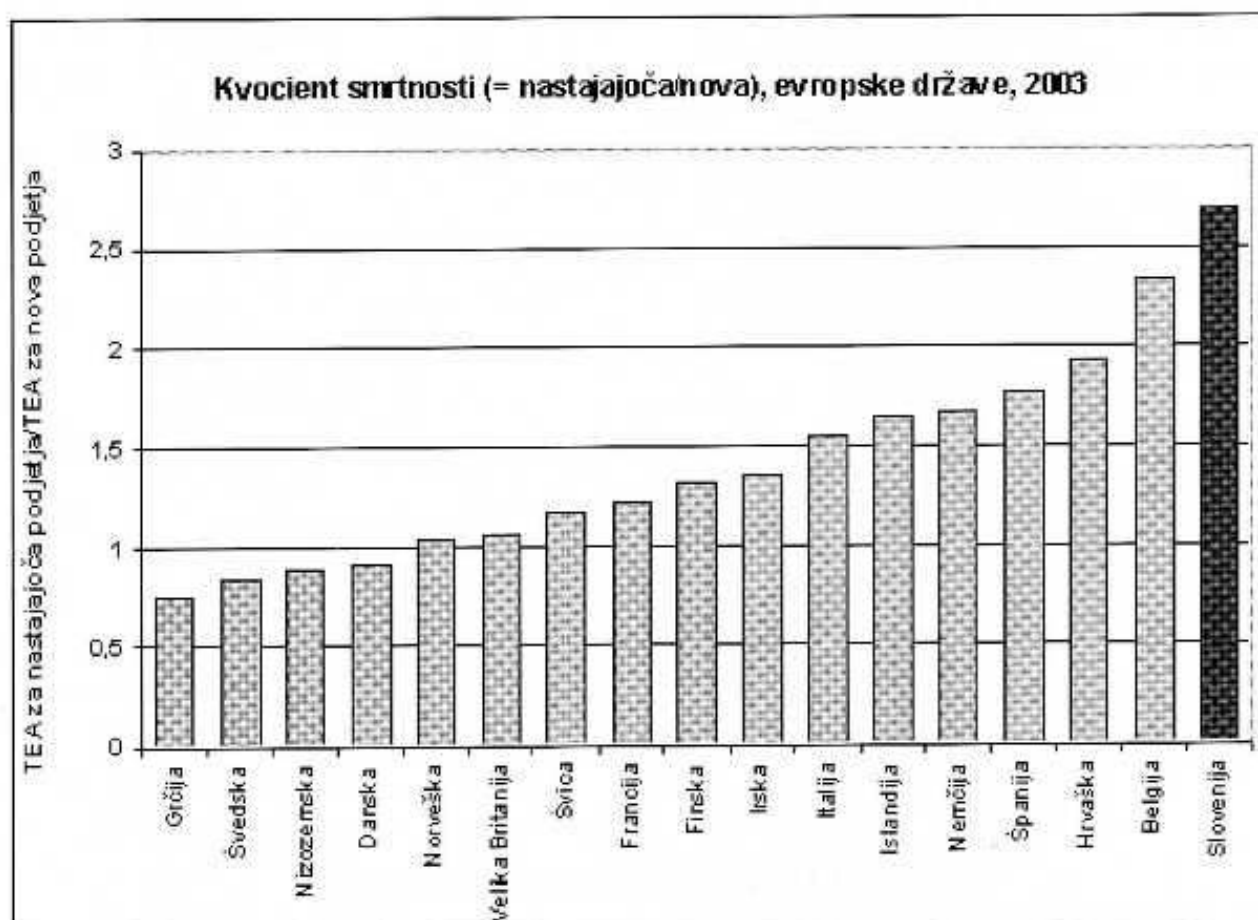
Bolj zaskrbljujoče kot razmerje med podjetništvom zaradi nujnosti in podjetništvom zaradi priložnosti je relativna neučinkovitost



Slika 2: Stopnja zgodnje podjetniške aktivnosti

zgodnjih faz podjetniškega procesa. Rojevanje novih podjetij vnaša v ekonomsko strukturo potrebno dinamiko in konkurenčnost, zato je zaželeno, da je čim več nastajajočih podjetij. Vendar pa podjetniški proces stane, vanj so investirani ne samo denar in čas podjetnikov, veliki so lahko tudi oportunitetni stroški, to je nerealizirani donosi, ki bi jih lahko dosegli drugje. Zato je pomembno zagotoviti uspešnost tega procesa, ki se kaže najprej v čim višji stopnji preživetja nastajajočih podjetnikov, takoj zatem pa v njihovem uspešnem poslovanju in kakovostni rasti. Že v GEM 2002 smo ugotavljali, da je stopnja preživetja slovenskih nastajajočih podjetnikov nizka. Ugotavljali smo jo tako, da smo izračunali razmerje med novimi in nastajajočimi podjetji. V državah, kjer je visoka stopnja nastajajočih podjetnikov in nizka stopnja novih podjetij, je očitno, da je stopnja umrljivosti novih podjetij visoka.

Kvocien umrljivosti nastajajočih podjetij je za Slovenijo najvišji med vsemi državami, ki so sodelovala v raziskavi. Izračunali smo,



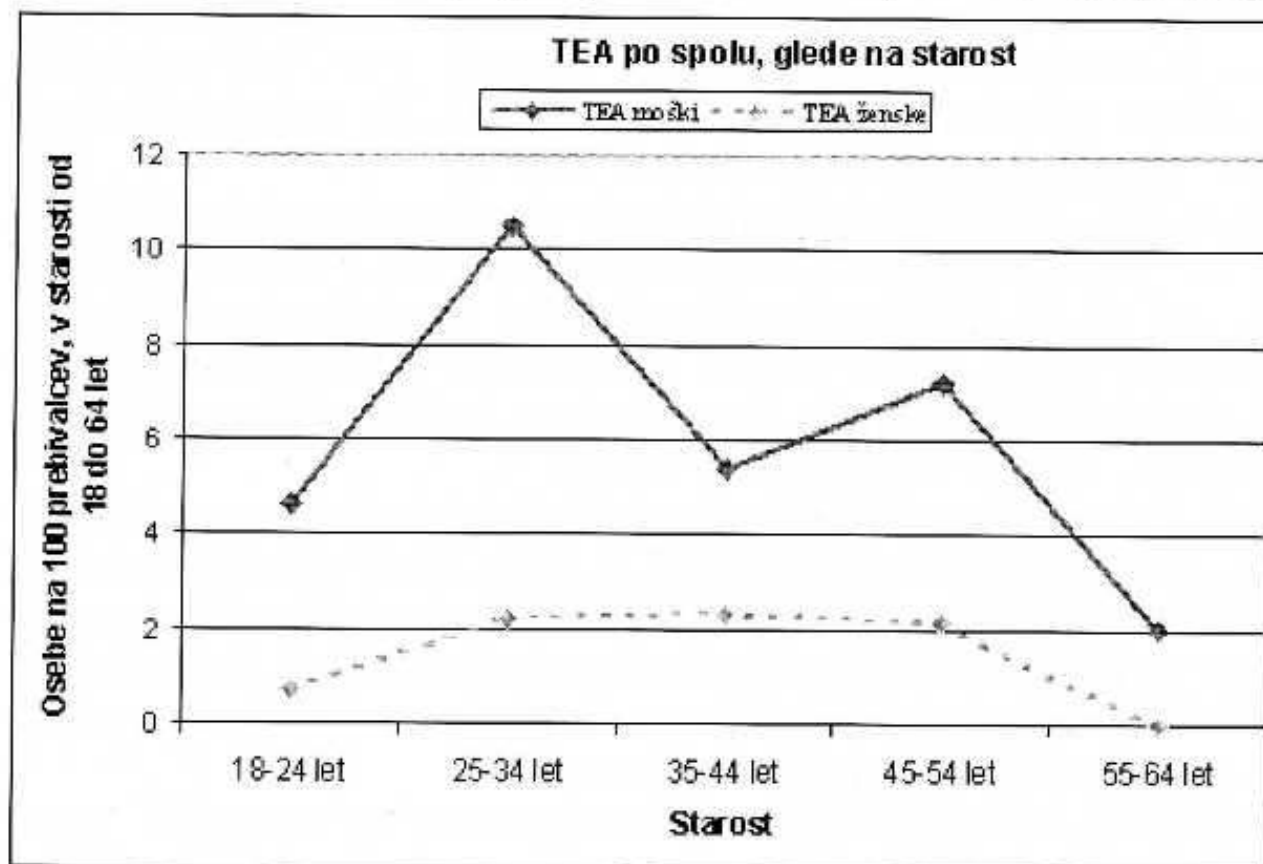
Slika 3: Umrljivost podjetniških pobud

da je bilo v lanskem letu v Sloveniji okrog 51.000 nastajajočih in novih podjetij, od tega jih je okrog dve tretjini nastajajočih in ena tretjina novih. Če izračunamo to razmerje, ugotovimo, da izmed 2,7 nastajajočih podjetij v Sloveniji v povprečju preživi le eno. To razmerje se je lani poslabšalo, leta 2002 so bila potrebna samo dobra dva podjetja.

Z ekonomičnostjo ustvarjanja novih podjetij je očitno nekaj narobe. Da dobimo eno novo podjetje, potrebujemo skoraj tri nastajajoča. Neracionalno – če bi podjetniki tako ravnali s svojimi resursi, da bi jih izkoristili samo polovično, bi jih kaj hitro pobralo. Nič kaj drugače ni na ravni celotne države – preveč truda, energije, denarja in emocij je vloženo v podjetniške sanje, da bi se lahko sprijaznili s tem.

Moški in ženske v podjetništvu

Druga resna tematika, ki zaskrbljuje, je razmerje med moškimi in ženskami, ki se lotevajo podjetništva. V Italiji in Franciji je delež



Slika 4: Ženske in moški v podjetništvu

žensk v podjetništvu skoraj enak deležu moških, v Sloveniji pa je razmerje med moškimi in ženskami v podjetništvu najslabše med vsemi državami v GEM. TEA indeks za moške znaša 6,36%, za ženske pa samo 1,66%, ali 3,8: 1 v korist moških. Podobno neugodno razmerje imajo tudi Irska (3,4: 1), Japonska (3,2:1) ter Danska (3,07:1).

Nobenega dvoma ni, da so v Sloveniji ženske še velika neizkoriščena priložnost za podjetništvo. V podjetniško najbolj zastopani starostni skupini med 25. in 34. letom je razmerje med moškimi in ženskami skoraj 5:1 v korist moških.

Vpliv osebnih dejavnikov

Že lansko leto smo ugotavljali (Rebernik et al. 2003), da (1) poznavanje drugih podjetnikov, (2) zaznavanje poslovnih priložnosti, (3) samozavedanje lastnega znanja in izkušenj za podjetniško delovanje ter (4) strah pred neuspehom pomembno vplivajo na odločitve posameznika za vključevanje v podjetniški proces. V primerjavi z drugimi državami se je Slovenija glede poznavanja drugih podjetnikov uvrstila na 8. mesto. V Evropi in v svetu premočno vodi Islandija, kjer kar 88% prebivalcev pozna nekoga, ki je v zadnjih dveh letih naredil podjetje (v Sloveniji 47%).

Islandija je prva v Evropi tudi glede zaznavanja poslovnih priložnosti (50% prebivalstva). V Sloveniji je o tem, da se bodo na območju, kjer živijo, pojavile v naslednjega pol leta dobre poslovne priložnosti, prepričana le tretjina delovno aktivnega prebivalstva Slovenije. To nas uvršča rahlo pod povprečje 31 GEM držav, oziroma na 10. mesto med 17. evropskimi državami.

Da imajo znanje, veščine in sposobnosti za zagon nove poslovne dejavnosti ali za ustanovitev podjetja se je v Sloveniji strinjalo nekaj manj kot 40 odstotkov odraslega prebivalstva. V evropskem merilu smo se z 9. mestom umestili med Finsko in Nemčijo. Podobno kot pri zaznavanju priložnosti, smo v svetovnem merilu pod povprečjem 31 držav, ki jih je zajela raziskava.

Različna kulturna okolja različno dojemajo in "kaznujejo" neuspeh. Tradicionalistično evropsko poslovno okolje praviloma ne to-

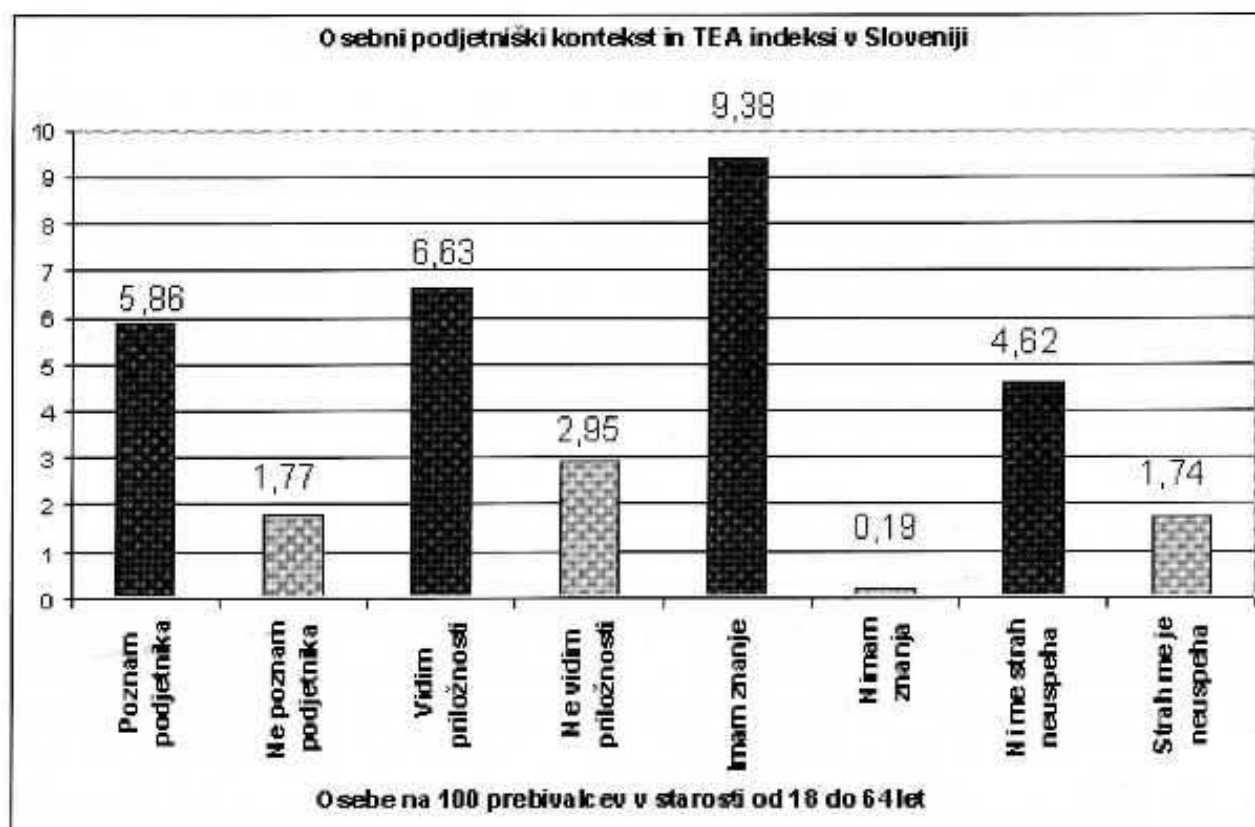


Slika 5: Vpliv osebnih dejavnikov

lerira poslovnega neuspeha. Zaradi tega je nagnjenost k ustanavljanju podjetij manjša kot bi bila, če bi bilo okolje bolj tolerantno do neuspehov. Tretjino slovenskega odraslega prebivalstva, bi strah pred neuspehom odvrnil od tega, da bi pričeli z novo poslovno dejavnostjo ali ustanovili podjetje. V svetovnem merilu se ljudje najbolj bojijo neuspeha v Grčiji in Nemčiji, najmanj v Kanadi, ZDA in Japonskem.

Nasploh se zelo jasno kaže, da je vpliv osebnih dejavnikov izjemno močan. Na pričlenjanje podjetniške poti najbolj izrazito vpliva mnenje posameznika o tem, ali ima potrebno znanje, veščine in izkušnje za zagon nove poslovne dejavnosti ali ustanovitev podjetja. Med tistimi, ki menijo, da imajo znanje, je TEA indeks 9,38, med tistimi, ki menijo, da tega znanja nimajo, je indeks samo 0,19 – skoraj petdesetkratna razlika!

Glede na velik vpliv, ki ga imajo ti atributi na podjetniško aktivnost, je bil ustvarjen “indeks podjetniškega konteksta” v zelo poenostavljeni obliki. Tistim, ki so izjavili, da poznajo podjetnika, da



Slika 6: Indeks podjetniškega konteksta

zaznavajo priložnosti in so tudi prepričani v svoje znanje in veščine za zagon novega podjetja, smo dodelili vrednost 4. Če so odgovorili z "da" na katerikoli od dveh gornjih vprašanj, so dobili vrednost 3. Če so odgovorili z "da" na katerokoli gornjih vprašanj, so dobili vrednost 2. Če je bil na vsa vprašanja odgovor "ne", pa vrednost 1.

Tako sestavljen indeks pokaže, da je v okviru povprečja 31 GEM držav 10 krat bolj verjetno, da se bodo lotili podjetništva tisti, ki imajo vse tri attribute, kot pa tisti, ki nimajo nobenega. V Sloveniji je ta vpliv še večji – kar štiridesetkratna verjetnost za vse tri attribute in dvanajstkratna za dva izmed njih. To se nam zdi zelo pomembno, saj vemo, da ima samo manjši del podjetniške množice visoke aspiracijske ravni. Ostali ne bodo nikoli poskušali ustvariti novega podjetja ali razširiti svojega poslovanja. Njihove aspiracijske ravni so omejene na samozaposlitev, zagotavljanje solidnega (po njihovih kriterijih) življenjskega standarda zase in družinske člane, ipd.

Nespodbudne družbene vrednote

Primerjava podjetniških okvirov med državami, ki so sodelovale v raziskavi, je tudi pokazala, da so v Sloveniji nekateri podjetniški pogoji še posebej nerazviti. Zlasti še področje kulturnih in družbenih norm, prenos raziskav in razvoja ter tisti del vladne politike, ki se nanaša na regulativo. Povsem na repu smo po ocenah, da v Sloveniji nacionalna kultura spodbuja kreativnost in inovativnost (zadnje, 31. mesto), ter da so rizični kapitalisti pomemben vir financiranja in podpore za nova in rastoča podjetja (30. mesto).

Eden izmed zaskrbljujočih elementov kulturnih in družbenih norm je egalitaristična težnja po izenačenju življenjskega standarda, ki je po sami svoji vsebini izrazito protipodjetniško naravnana. Mnenje izvedencev (97,1%) nas v tem segmentu uvršča na prvo mesto, mnenje prebivalstva (82,4%) pa na drugo. Očitno v Sloveniji biti bogat še vedno ni družbeno sprejemljivo, pa čeprav je bilo bogastvo pridobljeno s poštenim in produktivnim ustvarjanjem in podjetništvom. V kolikšni meri je tovrstni egalitarizem odsev izkušenj in vrednot iz obdobja socialističnega samoupravljanja, bo pokazal čas. Za spreminjanje teh vrednot bo treba bolj jasno izpostaviti mehanizme, s katerimi nastaja družbeno bogastvo in pokazati, da so posamezniki, ki k temu bogastvu največ prispevajo, tudi upravičeni do primerne deleža. Ustvarjalnost, inovativnost in podjetništvo morata biti ustrezno nagrajena, sicer se redki posamezniki, ki imajo te talente, ne bodo usmerjali v tovrstne aktivnosti.

Sklep

Vizija dolgoročnega razvoja Slovenije kot podjetne družbe se zelo počasi oblikuje in še daleč je do družbenega konsensa o potrebi po koordiniranem sodelovanju podjetnikov in vlade ter o ustvarjanju spodbudnega okolja, v katerem se bo rojevalo čimveč novih podjetij, obstoječa podjetja pa bodo imela ambicijo rasti in se razvijati. Pred Slovenijo je še dolga pot, da bi uresničila ambicije in se v Evropski uniji uveljavila kot napredna, inovativna in podjetna družba.

Slovenija bo morala storiti vse, da bi izkoristila svoje podjetniške potenciale in dohitela razvojni tempo najrazvitejših držav. Gospo-

darstvo lahko raste samo tako hitro in v tolikšni meri, kot rastejo podjetja. Ni še dozorelo spoznanje, da je za uspešen razvoj nujno koordinirano sodelovanje države in podjetnikov, saj nihče ne more prisiliti podjetnika, da bo rasel, zaposloval in se razvijal. Vse to lahko izhaja samo iz njegove osebne motivacije, ki je odvisna od pogojev, ki jih ustvarimo v družbi. Zato je temeljni izziv, ki je pred nami, kako vzpostaviti jasno vizijo dolgoročnega razvoja Slovenije kot podjetne družbe ter ustvariti vzpodbudno okolje, da bi se čimveč ljudi uspešno lotevalo podjetništva.

Po rezultatih GEM 2003 torej žal Slovenije še ne moremo uvrstiti med podjetne družbe v svetovnem merilu. Visoka umrljivost nastajajočih podjetij tudi opozarja, da je treba podjetniško okolje preurediti ne samo, da bo spodbujalo podjetniške namere, ampak jih tudi negovalo in ohranjalo. Številni kazalniki uvrščajo Slovenijo v zaledje, vendarle pa lahko zasledimo nekatere zelo obetavne namige o tem, da podjetništvo pridobiva na veljavi. Zlasti spodbudne so visoke aspiracije po rasti, ki jih izkazujejo nastajajoči in novi podjetniki ter mnenje treh četrtin prebivalstva, da so posamezniki, ki so uspešni ustanovitelji podjetja, spoštovani in imajo visok družbeni status.

Podjetnost in ustvarjalnost sta ena najredkejših proizvodnih virov in v družbi znanja postajata odločilna razvojna dejavnika. Tako kot znanje samo: med tistimi, ki menijo, da imajo znanje, veščine in izkušnje za zagon nove poslovne dejavnosti ali ustanovitev podjetja, je v Sloveniji TEA indeks 9,38, med tistimi, ki menijo, da tega znanja nimajo, je indeks samo 0,19 – skoraj petdesetkratna razlika! Vlaganje v znanje in podjetniške veščine lahko pomembno prispeva k večji podjetniški aktivnosti.

Med področji, ki bi jim bilo treba posvetiti čimveč pozornosti, spadajo predvsem povečanje ravni podjetniških znanj in veščin, ustvarjanje pozitivnega odnosa do podjetništva, razvijanje dostopa do finančnih sredstev, razvoj ženskega podjetništva, nadaljnji razvoj podjetniške politike in programov ter pospešen prenos izsledkov raziskav in razvoja.

Viri

1. Acs, J. Z. (2002): *Innovation and the growth of cities*. Edward Elgar, Cheltenham.
2. Barreto, H. (1989): *The Entrepreneur in Microeconomic Theory: Disappearance and Explanation*. Routledge, New York.
3. Baumol, W. (1990): "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive." *Journal of Political Economy*, Vol. 98, No. 5.
4. Casson, M. (1982): *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Barnes and Noble, Totova.
5. Hebert, R., Link, A. (1989): "In Search of the Meaning of Entrepreneurship". *Small Business Economics*, Vol. 1.
6. Kirzner, I. (1973): *Competition and Entrepreneurship*. The University of Chicago Press, Chicago.
7. Leibenstein, H. (1968): "Entrepreneurship and Development". *American Economic Review, Papers and Proceedings*, Vol. 58, May.
8. Rebernik, M., Tominc, P. (2003): Ali je aspiracijska raven slovenskih podjetnikov prenizka? *Zbornik 24. posvetovanje PODIM*, (181 - 194)
9. Rebernik, M., Močnik, D., Knez-Riedl, J., Širec-Rantaša, K., Rus, M., Tominc, P., Krošlin, T. (2003): *Slovenian Entrepreneurship Observatory 2002*. Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics and Business, University of Maribor, Maribor.
10. Rebernik, Miroslav, Tominc, P., Glas, M., Pšeničny, V. (2003): *GEM - Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2002: Kako podjetna je Slovenija*. Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Univerza v Mariboru, Maribor.
11. Rebernik, M., Tominc, P., Glas, M., Širec-Rantaša, K. (2004): *GEM - Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2002: Spodbujati in ohraniti razvojne ambicije*. Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Univerza v Mariboru, Maribor.
12. Reynolds, P. et al. (2002): *Global Entrepreneurship Monitor 2002*, www.gemconsortium.org.
13. Schultz, T. (1990): *Restoring Economic Equilibrium: Human Capital in Modernizing Economy*. Basil Blackwell, Cambridge.
14. Schumpeter, J. (1934): *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge.
15. Von Mises, L. (1949): *Human Action: A Treatise on Economics*. Yale University Press, New Haven.