

Analiza dejavnikov ustanavljanja podjetja

IRENA KUŠČE in DORIS GOMEZELJ OMERZEL

Univerza na Primorskem, Slovenija

Po uvodni predstavitvi osnovnih pojmov, vezanih na podjetništvo in njegov pomen, ter podjetnika v podjetniškem procesu bomo v članku največ pozornosti namenili analizi dejavnikov ustanavljanja podjetja. Ugotovili smo, da v domači in tuji literaturi obstajajo številne delitve dejavnikov, ki spodbujajo ustanavljanje podjetij, in različni modeli oziroma študije teh vplivnih dejavnikov. Večina novejših literature zagovarja vpliv osebnostnih in okoljskih dejavnikov, v praksi pa večina raziskav temelji izključno na osebnostnih dejavnikih ustanavljanja podjetij. Sami smo se odločili za analizo obojih, le tako je namreč problematiko mogoče celovito obravnavati.

Ključne besede: podjetništvo, podjetnik, ustanavljanje podjetja, dejavniki

Uvod

Podjetništvo se uveljavlja v različnih oblikah, zato ga je težko preprosto opredeliti. Shane in Venkataraman (2000) podjetništvo definirata kot dejavnost, ki vključuje odkritje, ovrednotenje in izrabo poslovnih priložnosti in katere namen je uvajanje novih izdelkov in storitev, načinov organiziranja, trženja, procesiranja surovin s pomočjo organizacijskih dosežkov, ki predhodno niso obstajali. V gospodarskem razvoju pomeni podjetništvo začenjanje in vzpostavljanje sprememb v strukturi poslovanja in družbe. Rast in povečana proizvodnja tako omogočata, da si udeleženci razdelijo več. Glas (v Ruzzier idr. 2008, 25) meni, da podjetništvo prispeva k ustvarjanju delovnih mest. Podjetništvo je proces, ki mu podjetniki namenijo svoj čas in prizadevanja, prevzemajo določena finančna, psihična in družbena tveganja za ustvarjanje nečesa novega, vrednega, ter prejmejo pripadajoče nagrade v obliki denarja, osebnega zadovoljstva in neodvisnosti (Antončič idr. 2002, 30).

Namen našega prispevka je predstaviti dejavnike ustanavljanja podjetij in z analizo pridobljenih podatkov ugotoviti, kateri so ključni osebnostni in okoljski dejavniki pri ustanavljanju slovenskih malih in srednje velikih podjetij. V prvem delu prispevka bomo predstavili teoretična izhodišča in doslej razvite modele, v nadaljevanju pa

bomo poskušali odgovoriti na vprašanje, kateri so tisti dejavniki, ki vplivajo na ustanavljanje podjetij v Sloveniji. Dejavnike smo za namene raziskave razdelili v osebne (te še dalje v (1) osebne lastnosti in (2) razloge za ustanovitev podjetij) ter okoljske. Do rezultatov smo prišli z analizo anketnih vprašalnikov.

Dejavniki ustanavljanja podjetja

V zadnjih dveh desetletjih je bilo razvitih kar nekaj modelov, ki med dejavnike ustanavljanja novih podjetij uvrščajo tako osebne dejavnike kot dejavnike okolja. Cooper (1979) je na primer poudaril dejavnike okolja in podjetnikovo zgodovino. Vesper (1980) je med značilnosti okolja vključil: razpoložljivost kapitala, prisotnost izkušenega podjetnika, tehnične spretnosti delovne sile, dostop do dobaviteljev, dostop do potrošnikov ali novih trgov, vpliv vladne politike, bližino univerze, dostop do zemljišč in prostorov, dostop do transporta, stališče okoliškega prebivalstva, dostop do podpornih storitev, življenjske razmere, ovire za vstop na trg, rivalstvo med obstoječimi konkurenti, pritisk substitutov, pogajalska moč kupcev in dobaviteljev; med posameznikovimi lastnostmi je navedel zadovoljstvo z delom, predhodne delovne izkušnje, podjetniška tradicija v družini, starost, izobrazbo; pri ustanavljanju podjetja je treba biti pozoren na: lociranje poslovne priložnosti, zbiranje virov, poznavanje trgov in proizvodov, izdelavo izdelka, oblikovanje organizacije, odgovor na vladne ali družbene pobude; k značilnostim podjetja pa sodijo: tip podjetja, partnerji, stroškovno vodstvo, diferenciacija in usmerjenost.

Plaschka (1990) je v svoji raziskavi o oblikovanju podjetij upošteval okolje v vlogi moderatorja posameznikove zveze med njegovo motivacijo in ustanovitvijo podjetja. Shapero in Sokolova (1982) menita, da posameznik s podjetniško idejo ustanovi podjetje šele takrat, ko ugotovi, da je to v okolju zaželeno in uresničljivo.

Vpliv osebnostnih in okoljskih dejavnikov na proces ustanavljanja podjetja so obravnavali tudi Shane, Locke in Collins (2003), za katere je podjetništvo oziroma ustanavljanje podjetja dinamičen proces, ki poteka dlje časa; to ni enkratna dejavnost ali poklic, ki ga izbere posameznik. Njihov model kot izhodiščne in ključne dejavnike obravnava osebne dejavnike, ki po mnenju psihologov vplivajo na vedenje posameznika, podjetniške poslovne priložnosti, ki nedvomno spodbujajo posameznika pri odločitvi za ustanovitev podjetja, in dejavnike okolja, kot so pravni sistem, stopnja gospodarske razvitosti, razpoložljivost finančnih virov in drugo.

Takšni modeli pomenijo velik napredek na področju raziskovanja

podjetniškega vedenja, ki je v našem primeru posplošeno na ustanavljanje podjetja.

Glede na to, da se ustanovitelji razlikujejo po osebnostnih lastnostih in da podjetniško okolje različno razumejo, se tudi njihovi motivi za ustanovitev podjetja po določenih značilnostih posledično razlikujejo.

Shane, Locke in Collins (2003, 276) raziskovalcem svetujejo, da je pomembno ugotoviti, kako posamezni in skupni dejavniki vplivajo na podjetnike pri sprejemanju različnih odločitev v podjetniškem procesu ter na značilnosti novoustanovljenega podjetja. Pri proučevanju in izbiri najpomembnejših dejavnikov, ki vplivajo na ustanovitev podjetja, smo črpali iz omenjenih modelov ter tako zgradili lastni model. Nekaterih lastnosti, ki prav tako sodijo med splošne osebnostne značilnosti in izhajajo iz različnih teorij in modelov, zaradi obsežnosti merilnega instrumentarija vanj nismo vključili. S poenostavljenim modelom smo skušali izluščiti le najpomembnejše dejavnike, ki vplivajo na ustanavljanje podjetja.

OSEBNOSTNI DEJAVNIKI

Osebnostne dejavnike bomo razdelili v dve skupini, in sicer na razloge za ustanovitev in na osebnostne lastnosti podjetnika. Čeprav se mnogi zanimajo za ustanovitev novega podjetja in imajo celo primerno podlago in finančna sredstva, se le redki odločijo za ta korak. Ljudje, ki jim je udobno v službi in imajo varno zaposlitev, družino, ki jo morajo preživljati, ter jim je ljubši njihov trenutni življenjski slog in precej predvidljiv prosti čas, pogosto nočejo sprejeti tveganj, povezanih z ustanavljanjem novega podjetja (Antončič idr. 2002, 42). Pomemben negativni razlog pri samozaposlovanju je izguba službe. Po izgubi službe se lahko ljudje znajdejo v nezavidljivem položaju in ustanovijo podjetje zgolj zaradi vira dohodka. Med zunanje dejavnike, ki ustvarjajo ugodne pogoje za ustanavljanje novih podjetij, lahko štejemo vse državne podporne sisteme, ki zagotavljajo pomoč pri samozaposlitvi, svetovanje, ugodnejšo davčno politiko, subvencije za mlade podjetnike ipd. (Ruzzier idr. 2008, 69–77).

Upoštevanje finančnega vidika je v literaturi pogosto omenjeno šele za osebnimi razlogi. Večina študij je pokazala, da so osebni razlogi veliko močnejši kot finančni (Birley in Westhead 1994 po Ruzzier idr. 2008, 76). V nadaljevanju bomo predstavili nekatere pomembnejše osebnostne lastnosti podjetnikov, kot so želja po neodvisnosti, potreba po dosežkih, samoučinkovitost in samozaupanje, mesto nadzora, nagnjenost k tveganju, usposobljenost in sposobnost za zaznavanje ter izkoriščanje podjetniških priložnosti. Podjetniška

vloga zahteva neodvisnost. Podjetnik namreč prevzema odgovornost za izrabo priložnosti, ki predhodno ni obstajala, in je v končni fazi tudi odgovoren za rezultat. Potreba po dosežkih kaže posameznikovo usmerjenost in željo dosežati težavne cilje bodisi z znanjem, prakso ali vztrajnostjo. Potrebo po dosežkih je utemeljil McClelland (1961) v svoji na dosežkih temelječi motivacijski teoriji, ki se je izkazala kot izjemno primerna za razlago na področju podjetniške teorije. McClelland (1961) je ugotovil, da imajo podjetniki v primerjavi z drugimi ljudmi večjo potrebo po dosežkih.

Posamezniki vstopajo v podjetništvo z omejenim znanjem, izkušnjami in sposobnostmi. Samoučinkovitost je zaupanje v lastne sposobnosti. Na zaznavanje samoučinkovitosti lahko morda gledamo kot na značilnost, ne glede na to, ali je prirojena ali pridobljena. Zaradi tega obstaja možnost, da je zaznavanje samoučinkovitosti res prava razlikovalna osebnostna značilnost podjetnika (Antončič idr. 2002, 88–89). V središču teorij obvladovanja oziroma kontrole, ki so delo avtorja Rotterja (1966), je posameznikovo zaznavanje izidov dogodkov, ki bodisi so ali niso v domeni njegovega nadzora in razumevanja. Podjetnik mora biti nagnjen k tveganju. Tvega veliko časa, prihranke, živi v nenehni negotovosti, vsak dan se sooča s prevzemanjem odgovornosti, deluje v stresnih situacijah. Podjetniki se večinoma premalo zavedajo, da lahko premalo znanja posledično pomeni slabo izkoriščeno poslovno priložnost in s tem zamujeno možnost za pospeševanje rasti podjetja in povečevanje storilnosti, s tem pa tudi konkurenčnosti. Kljub temu pa je treba biti pri investiranju v pridobivanje novega znanja previden, saj se je pokazalo, da večje investicije v znanje še ne pomenijo večje uspešnosti in konkurenčnosti podjetja (Audretsch in Keilbach 2008). Pričakovati je tudi, da bo višja raven formalne izobrazbe pozitivno vplivala na rast podjetja, saj ima tak podjetnik ponavadi boljše sposobnosti za učenje in razumevanje novih procesov, prav tako je bolj fleksibilen (Nichter in Goldmark 2009). Najhuje pa je, kadar se podjetnik sploh ne zaveda, katera znanja mu manjkajo in kje jih poiskati (Tajnikar 2000). Če hoče podjetnik poslovati z dobičkom, mora biti sposoben sintetizirati širok spekter informacij, ki se nanašajo na preference kupcev, tehnologijo, proizvodne tehnike, ponudbo proizvodnih dejavnikov, transportne storitve in tarife (Casson 1982).

Delovne izkušnje predstavljajo pomemben vidik pri posedovanju informacij in veščin, ki jih je mogoče izkoristiti pri prepoznavanju podjetniških poslovnih priložnosti in ustanovitvev podjetja. Sposobnost zaznavanja dobrih poslovnih priložnosti je z vidika posameznika pri vključevanju v podjetništvo zelo pomembna (Shane in Ven-

kataraman 2000). Posamezniki imajo različne zmožnosti, da ustvarijo ali prepoznajo in izkoristijo dobre poslovne priložnosti – inovativnost, tekmovalnost, kreativnost ipd. Nekateri, a redki, zmorejo pravo idejo razviti v inovativno priložnost in jo v različnih oblikah ustvarjalno ponuditi trgu (Pšeničny idr. 2000, 92).

OKOLJSKI DEJAVNIKI

Širši družbeni okvir je za ustanavljanje podjetij zelo pomemben. V nadaljevanju bomo predstavili tiste zunanje vplive, ki bodo v središču obravnave v naši raziskavi, in sicer so to: kulturne in družbene norme, izobraževanje in usposabljanje, poslovna in strokovna infrastruktura, dostop do fizične infrastrukture, odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, finančna podpora ter vladna politika in vladni programi.

Pomembni so razvoj kakovostnih univerz, ustvarjanje programov, ki spodbujajo raziskovalne in razvojne dejavnosti, in komercializacija novih tehnologij v podjetjih. Pri sprejemanju odločitve o ustanovitvi podjetja so zelo pomembni tudi sodelavci. Na območjih s podjetniškim bazenom in shajališčem za podjetnike in potencialne podjetnike, kjer lahko ti razpravljajo o idejah, težavah in rešitvah, nastane več novih podjetij kot na drugih območjih (Antončič idr. 2002, 32–33). Za uspeh podjetnika je tudi zelo pomembno, da ima različne svetovalce v svoji družabni mreži in različne profesionalne svetovalce. Nasveti ljudi v podjetnikovi družabni mreži so zaradi omejenih finančnih sredstev pri ustanavljanju novega podjetja posebej pomembni, profesionalni svetovalci pa so pomembni zlasti takrat, kadar novo (predvsem tehnološko) podjetje hitro raste (Ruzzier idr. 2008, 133). Podjetniki se morajo večinoma zatekati k osebnim prihrankom, še posebej v začetni fazi. Trije najpomembnejši viri financiranja med ustanavljanjem podjetja so osebni prihranki, bančna posojila in dobički iz poslov. Podjetniki se pri poskusih, da bi pridobili sredstva, ki jih potrebujejo, srečujejo z najrazličnejšimi težavami.

Metodologija

Na podlagi pregleda literature smo določili izhodišča, ki so nam bila v pomoč pri postavitvi lastnega modela dejavnikov, ki vplivajo na ustanavljanje podjetja. Sledili so izdelava anketnega vprašalnika, izbira vzorca ter samo anketiranje vzorčnih enot. Odločili smo se za anonimno anketiranje po pošti. Zbrane podatke smo statistično obdelali s pomočjo računalniškega programa SPSS za Windows, verzija 17.0. Za vse spremenljivke je bila narejena opisna statistika, in sicer smo vsem spremenljivkam izračunali srednjo vrednost ter standardni od-

klon. Poleg tega smo s pomočjo *t*-testa in analize variance ugotavljali, ali se razlogi za ustanovitev podjetja razlikujejo glede na posamezne skupine podjetnikov, in sicer glede na spol, starostno skupino, doseženo izobrazbo ali glede na predhodni zaposlitveni status.

PREDSTAVITEV ANKETNEGA VPRAŠALNIKA

Kot instrument za zbiranje primarnih podatkov smo izbrali anketni vprašalnik. Vprašanja oziroma trditve, ki so zajete v vprašalniku, smo povzemali iz najrazličnejših virov (Kampuš Trop 2000; Rebernik, Tominc in Pušnik 2007; Rebernik, Tominc in Pušnik 2006; Antončič 2009; Tremblay in Genin 2008; Zorn 2004; Drnovšek 2002; Ruzzier idr. 2008; Solymossy 1998; Kampuš Trop 2000; Ljunggren in Kolvereid 1996; Korzaan in Morris 2009; Gimmon in Levie 2010), pri čemer smo nekatera vprašanja delno ali v celoti prilagodili namenu lastne analize.

Anketni vprašalnik je sestavljen iz 109 podvprašanj oziroma trditev. Preizkusili smo ga na desetih naključno izbranih podjetnikih. Dve vprašanji sta se izkazali za nejasni oziroma nesmiselni, zato smo ju izpustili, v skladu s predlogi anketirancev pa smo štiri vprašanja popravili.

V nadaljevanju raziskave smo anketni vprašalnik poslali 731 anketirancem. Uporabili smo podatkovno bazo IPIS, v vseh panožnih dejavnostih SKD. Anketiranje je potekalo po klasični pošti. Nazaj smo skupno prejeli 116 ustrezno izpolnjenih vprašalnikov, kar znaša 16 %.

OPIS VZORCA

Največ podjetnikov je bilo starih od 30 do 40 let, in sicer 61 (52,6 %). Od 20 do 30 let je bilo starih 17,2 % vprašanih, prav toliko je bilo tistih omed 40. in 50. letom starosti. Le 11,2 % anketirancev je bilo starejših od 50 let, noben podjetnik pa ni imel manj kot 20 let. 69,4 % anketirancev je bilo moških, 30,6 % pa žensk podjetnic. Večina podjetnikov ali 44 % vseh anketiranih je imelo dokončano višjo ali visoko šolo, 35,3 % jih je imelo dokončano poklicno ali srednjo šolo, 15,5 % jih je dokončalo podiplomski študij, 3,4 % podjetnikov pa je imelo dokončano le osnovno šolo.

Rezultati

OSEBNOSTNI DEJAVNIKI USTANAVLJANJA PODJETJA

Razlogi za ustanovitev podjetja

V vprašalnik smo zajeli štirinajst razlogov za ustanovitev podjetij, in sicer neodvisnost, osebna rast, večji zaslužek, želja po uspehu, za-

PREGLEDNICA 1 Ustanovitveni razlogi – opisne statistike

Razlog za ustanovitev podjetja	(1)	(2)
Neodvisnost	4,30	1,057
Osebna rast	4,03	1,087
Večji zaslužek	3,93	1,049
Želja po uspehu	3,79	1,220
Zaznana dobra poslovna ideja	3,65	1,167
Nadaljevanje družinske tradicije	3,57	1,372
Uresničitev življenjskih ciljev	3,53	1,373
Zagotovljeno delovno mesto	3,30	1,534
Nezadovoljstvo s prejšnjim delom/sluzbo	3,11	1,576
Ekonomska nujnost	3,00	1,311
Naključje/splet okoliščin	2,90	1,385
Ugled v družbi	2,50	1,248
Nadaljevanje tega, kar sem že obvladal	2,06	1,464
Vpliv/predlog sorodnikov, prijateljev ali znancev	1,95	1,193

OPOMBE Naslovi stolpcev: (1) aritmetična sredina, (2) standardni odklon.

znana dobra poslovna ideja, nadaljevanje družinske tradicije, urešničitev življenjskih ciljev, zagotovljeno delovno mesto, nezadovoljstvo s prejšnjim delom, ekonomska nujnost, naključje oziroma splet okoliščin, ugled v družbi, nadaljevanje tega, kar sem že obvladal, vpliv oziroma predlog sorodnikov, prijateljev ali znancev.

Tabela 1 nam prikazuje rezultate analize osnovnih razlogov, ki so podjetnike spodbudili za ustanovitev podjetja. Anketiranci so s pet-stopenjsko Likertovo lestvico ocenjevali pomembnost možnih razlogov, ki so vplivali na njihovo odločitev za ustanovitev podjetja, pri čemer ocena 1 pomeni, da je bil razlog zelo nepomemben, ocena 5 pa, da je bil razlog zelo pomemben.

S povprečno oceno 4,30 je največ anketirancev kot razlog za ustanovitev izpostavilo *neodvisnost*, s povprečno oceno 4,03 sledijo podjetniki, ki so z ustanovitvijo podjetja sledili želji po *osebni rasti*, ter taki, ki so s povprečno oceno 3,93 v lastni dejavnosti videli priložnost za *večji zaslužek*. Najmanj podjetnikov pa je menilo (povprečna ocena 1,95), da je bil *vpliv sorodnikov, prijateljev in znancev* pomemben razlog za ustanovitev njihovega podjetja.

Tudi po raziskavi GEM 2008 je med nastajajočimi in novimi podjetniki zdaleč največ tistih (67,6%), ki so oziroma bi podjetje ustanovili zaradi želje po večji neodvisnosti in osebni svobodi, 27,3% nastajajočih in novih podjetnikov pa je želelo povečati svoje prihodke. Ostali motivi so bili manj pomembni.

Želja biti sam svoj gospodar je očitno tisto, kar podjetnike in podjetnice po vsem svetu vodi k temu, da sprejmejo družbena, psihološka in finančna tveganja ter vložijo veliko ur dela, potrebnih za zagon in razvoj uspešnega novega podjetja.

V nadaljevanju smo želeli ugotoviti, ali se razlogi za ustanovitev razlikujejo glede na posamezne skupine podjetnikov, in sicer glede na spol, starostno skupino, doseženo izobrazbo ali glede na predhodni zaposlitveni status.

Razlike v dejavnih ustanavljanja podjetja med podjetniki in podjetnicami so v svoji študiji ugotavljali Verheul in drugi (v tisku). V naši raziskavi so se na podlagi *t*-testa med moškimi in ženskami pokazale značilne razlike le pri razlogu *nadaljevanje družinske tradicije* (razlika je statistično značilna pri stopnji tveganja $\alpha = 0,043$). Družinska tradicija je kot razlog za ustanovitev podjetja dobila razmeroma nizko povprečno oceno tako pri moških (1,84) kot pri ženskah (2,44), vendar so ženske razlogu v povprečju pripisale večji pomen. Na podlagi navedenega lahko sklepamo, da se ženske pogosteje kot moški odločajo za ustanavljanje podjetja zato, da bi nadaljevale družinsko tradicijo.

Z analizo variance glede na starostne skupine so se razlogi za ustanovitev pokazali značilno različni le pri osebni rasti (razlika je statistično značilna pri stopnji tveganja $\alpha = 0,012$); mlajši podjetniki so namreč temu razlogu pripisali bistveno večji pomen kot starejši. Verjetno so mladi, zlasti po končanem šolanju, v primerjavi s starejšimi, pri delu že realiziranimi delavci, na tem področju bolj zagnani in motivirani.

Analiza variance je pri razlogih za ustanovitev pokazala značilne razlike glede na doseženo izobrazbo podjetnikov, in sicer pri razlogu *zagotovljeno delovno mesto* in pri razlogu *naključje/splet okoliščin* (razlike so statistično značilne pri stopnji tveganja $\alpha = 0,002$ in $\alpha = 0,004$). Podjetniki z nižjo izobrazbo (dokončano osnovno šolo) so razlogu *zagotovljeno delovno mesto* s povprečno oceno 4,25 pripisali večji pomen kakor bolj izobraženi podjetniki. Podjetniki z najmanj višješolsko izobrazbo so temu motivu pripisali le povprečno oceno 3. Nasprotno so podjetniki z nižjo izobrazbo v povprečju menili, da podjetja niso ustanavljali zaradi naključja oziroma spleta okoliščin (podjetniki z osnovnošolsko izobrazbo so ta razlog ocenili s povprečno oceno 1,50), podjetniki z zaključenim podiplomskim študijem pa so temu razlogu pripisali povprečno oceno 3,65.

Z analizo variance smo pri vzrokih za ustanovitev podjetja glede na predhodni zaposlitveni status potrdili značilne razlike pri razlogih *nadaljevanje družinske tradicije* in *naključje oziroma splet okoliščin*

(razlike so statistično značilne pri stopnji tveganja $\alpha = 0,030$ in $\alpha = 0,023$).

Samozaposlene osebe so *nadaljevanju družinske tradicije* v povprečju pripisale bistveno večji pomen v primerjavi z drugimi zaposlitvenimi statusi (npr. študenti so razlogu v povprečju pripisali oceno 1,45). Samozaposleni po predhodnem zaposlitvenem statusu so v primerjavi s tistimi, ki imajo drugačen status, razmeroma visoko povprečno oceno (4,40) pripisali tudi razlogu *naključje oziroma splet okoliščin*. Samozaposleni morda zaradi podjetniškega duha in izkušenj lažje prepoznajo poslovne priložnosti, ki se jim ponudijo po naključju.

Osebnostne lastnosti podjetnikov

Na podlagi literature, dosedanjih raziskav na tem področju (glej poglavje 3.1) in v skladu z izbranim modelom dejavnikov, ki vplivajo na ustanavljanje podjetja, kot so ga predstavili Shane, Locke in Collins (2003), smo izbrali sedem podjetniških lastnosti, in sicer željo po neodvisnosti, potrebo po dosežkih, samoučinkovitost in samozaupanje, mesto obvladovanja, nagnjenost k tveganju, podjetniško usposobljenost in sposobnost zaznavanja in izrabe podjetniških priložnosti, ter njihovo navzočnost preverjali pri slovenskih podjetnikih.

Anketiranci so s petstopenjsko Likertovo lestvico (1 – sploh ne velja; 5 – popolnoma velja) ocenjevali, katere od sedmih osebnostnih lastnosti so navzoče pri njih samih.

Najpogosteje so se opredelili kot osebe z željo po neodvisnosti (povprečna ocena 4,05), kar je tudi najbolj ocenjen razlog za ustanovitev podjetja.

Najmanj pa so se anketirani podjetniki strinjali s trditvami glede nagnjenosti k tveganju, saj je bila pri tem dejavniku povprečna ocena strinjanja le 3,28. Podjetniki niso naklonjeni tveganjem, ki so neobvladljiva, vendar se zaradi pretirane samozavesti, zaupanja vase in prepričanja o lastnih spodobnostih pogosto spustijo v tvegane situacije (Wu in Knott 2005, po Ruzzier idr. 2008, 49).

OKOLJSKI DEJAVNIKI USTANAVLJANJA PODJETJA

Pri analizi dejavnikov okolja smo izhajali predvsem iz raziskav GEM ter se opredelili za nekatere, tudi v drugi literaturi najpogosteje omenjene dejavnike okolja (glej poglavje 3.1) ter njihovo navzočnost preverjali pri podjetnikih, vključenih v našo raziskavo. Proučevali smo naslednje dejavnike okolja: finančna podpora, vlada (vladna politika in vladni programi), izobraževanje in usposabljanje, poslovna in strokovna infrastruktura, odprtost in konkurenčnost na notra-

PREGLEDNICA 2 Osebnostne značilnosti podjetnikov – opisne statistike

Trditev	(1)	(2)
Želim si dosežkov.	4,04	1,18
Zelo si prizadevam, da bi bili moji rezultati med najboljšimi.	4,12	0,93
Ponavadi so moji cilji skromni in preprosto uresničljivi.*	3,20	1,22
Več časa namenim razmišljanju o prihodnjih ciljih kot o preteklih dosežkih.	3,99	0,94
Silovita ambicioznost mi daje moč za vse večje napore.	3,48	1,11
Izredno sem motiviran, da bi dosegel rast in razvoj svojega podjetja, zato sem pripravljen vložiti pretežni del svojega časa, energije in kapitala.	3,39	1,18
Potreba po dosežkih – povprečna vrednost	3,70	
Želim si neodvisnosti.	4,46	0,91
Ustrežajo mi delovna mesta, na katerih nisem nikomur odgovoren.	4,04	1,17
Zdi se mi, da bolje razmišljam, kadar me vodijo drugi.*	4,14	1,06
Preden se odločim o pomembnih stvareh, moram za mnenje pogosto vprašati druge.*	4,01	1,01
Želim si odobravanja drugih.*	3,63	1,06
Ponavadi čakam, da me drugi pokličejo, da kam gremo, kot pa da bi vsiljeval svojo voljo.*	3,99	1,05
Želja po neodvisnosti – povprečna vrednost	4,05	
Imam nadzor nad svojo usodo.	3,50	1,12
Pogosto se znajdem v situacijah, v katerih ne morem vplivati na končni izid.*	3,64	0,95
Večina poslovnih izidov je v končni fazi sad dobrega ali slabega naključja.*	3,67	1,15
Če se za nekaj odločim, sem prepričan, da me ne more nič ustaviti.	4,01	0,87
Kar načrtujem, skoraj zagotovo uresničim.	4,16	0,72
Če si nekaj želim, vprašam, ali lahko to dobim, in ne čakam, da mi je ponujeno.*	3,97	1,01
Notranji nadzor – povprečna vrednost	3,83	

Nadaljevanje na naslednji strani

njem trgu, dostop do fizične infrastrukture ter kulturne in družbene norme.

Anketirani podjetniki so s petstopenjsko Likertovo lestvico (1 – sploh ne velja; 5 – popolnoma velja) ocenjevali svoje strinjanje glede sedmih vidikov stanja podjetniškega okolja v Sloveniji.

Izmed vseh navedenih dejavnikov podjetniškega okolja so povprečno oceno, ki je višja od 3, pripisali le izobraževanju in usposabljanju (3,45) ter kulturnim in družbenim normam (3,02). Najslabšo oceno so pripisali finančni podpori (2,37) ter vladni politiki in programom (2,40).

PREGLEDNICA 2 *Nadaljevanje s prejšnje strani*

Trditev	(1)	(2)
Sem naklonjen tveganju.	3,35	1,12
Uživam v tveганиh poslih, saj mi dajejo več energije kot posli s predvidljivim izidom.	2,84	1,24
V življenju sem že velikokrat sprejel odločitve, ki so bile tvegane.	3,13	1,29
Moram vedeti, da je že nekdo drug naredil nekaj, preden sem to pripravljen narediti jaz.*	3,88	1,01
Lahko se zgodi, da investiram denar, ne da bi vedel za rezultate.	2,32	1,30
Če se nečesa bojim, si prizadevam, da strah premagam.	3,91	1,02
Delo v negotovih razmerah mi predstavlja izziv.	3,54	0,99
Nagnjenost k tveganju – povprečna vrednost	3,28	
Pomembne odločitve mi predstavljajo težave.*	3,72	1,04
Ponavadi zmorem zaščititi svoje osebne interese.	3,84	0,91
Kadar gre mojemu podjetju bolj slabo, hitro izgubim pogum.*	4,07	1,02
Učinkovito se spoprijemam z večino težav, ki nastanejo v mojem podjetju.	3,91	1,00
Če pri učenju nečesa novega za podjetje nisem uspešen takoj na začetku, raje odneham.*	4,21	0,97
Če je določena naloga preveč zapletena, je ne bom niti poskusil izvesti.*	4,28	1,01
Uspešno izvajam načrte za svoje podjetje.	3,76	0,83
Pri svojih odločitvah vztrajam, tudi če mi drugi močno nasprotujejo.	3,55	1,02
Karkoli poskušam narediti, sem prepričan, da mi bo uspelo.	3,92	0,94
Samoučinkovitost in samozaupanje – povprečna vrednost	3,92	

Nadaljevanje na naslednji strani

Podroben pregled posameznih elementov najslabše ocenjenih dejavnikov (finančne podpore ter vladna politika in programi) nam razkriva nižjo povprečno oceno od 3 prav pri vseh elementih. Glede pogojev finančne podpore namreč podjetniki v povprečju menijo, da je postopek pridobivanja finančnih virov časovno predolg in prezahleven, da za nove podjetnike ni na voljo dovolj dolžniških virov financiranja ter da je zadolževanje nasploh predrago. Mnenje podjetnikov o vladni politiki in vladnih programih kot pomembnem elementu poslovnega okolja je bilo v povprečju najbolj kritično glede višine davkov, ki za nova podjetja predstavljajo breme, glede državnega zagotavljanja različnih ugodnosti in priložnosti za začetek poslovanja, do organiziranosti in učinkovitosti državne podpore ter jasnosti in težavnosti regulative.

Vrednotenje posameznih elementov najbolj ocenjenega okoljskega dejavnika – izobraževanja in usposabljanja – pa razkriva, da

PREGLEDNICA 2 *Nadaljevanje s prejšnje strani*

Trditve	(1)	(2)
Za obstoj in razvoj novega posla imam potrebno znanje in izkušnje.	3,86	0,88
Za nadaljnje učinkovito delo si bom moral pridobiti dodatna znanja.*	2,22	1,11
Moja dosedanja formalna izobrazba ustreza dejavnosti novega podjetja.	3,88	1,31
V preteklosti sem si nabral veliko koristnih delovnih izkušenj.	4,42	0,82
Moje predhodne delovne izkušnje mi izredno pomagajo pri sedanjem delu.	4,16	1,15
Preden začnem novo nalogo ali projekt, si pridobim veliko informacij.	4,09	0,87
Iščem nasvete ljudi, ki veliko vedo o težavah in nalogah, ki jih rešujem.	3,91	0,96
Podatke in pomoč pri svojem delu ponavadi pridobivam iz različnih virov informacij.	4,22	0,80
Usposobljenost – povprečna vrednost	3,85	
Raje imam dela, ki jih dobro poznam in s katerimi sem zadovoljen.*	2,21	1,01
Ponavadi opazim priložnosti za nove posle.	3,65	0,91
Rad sprejemam nove izzive in priložnosti.	4,03	0,85
Rad preizkušam nove stvari, ki jih še nisem delal.	3,91	0,91
Izkoriščam prednosti novih priložnosti, ko se pojavijo.	3,74	0,98
Za ustanovitev podjetij je več dobrih priložnosti, kot pa je ljudi, ki so jih sposobni izkoristiti.	3,84	1,02
Zaznavanje in izraba poslovnih priložnosti – povprečna vrednost	3,56	

ОРОМВЕ Naslovi stolpcev: (1) aritmetična sredina, (2) standardni odklon. * Inverzno obrnjene trditve, ki so bile pred izvedbo analize ustrezno prekodirane.

podjetniki v povprečju menijo, da izobraževanje spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo, zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo in je lahko dostopno vsakomur, vendar v povprečju tudi menijo, da izobraževalni sistem ne zagotavlja dobrega usposabljanja za ustanovitev in rast podjetij v Sloveniji.

Nasprotno pa so strokovni izvedenci v okviru raziskave GEM 2008 izobraževanju in usposabljanju v Sloveniji pripisali bistveno slabšo oceno.

Sklep

Osebnostni razlogi izhajajo iz vsakega posameznika in lahko vključujejo demografske dejavnike, posameznikove osebne lastnosti ter razloge za ustanovitev, okoljski dejavniki pa izhajajo iz družbenega, kulturnega in političnega konteksta. Demografske dejavnike smo sicer v empirični raziskavi obravnavali ločeno od osebnostnih, predvsem zaradi posebnosti pri njihovi statistični analizi.

PREGLEDNICA 3 Značilnosti podjetniškega okolja – opisne statistike

Trditev	(1)	(2)
Izobraževanje spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo.	3,99	1,18
Izobraževanje zagotavlja primerno opozarjanje na podjetništvo.	3,56	1,14
Izobraževalni sistem zagotavlja dobro usposabljanje za ustanovitev in rast podjetij.	2,97	1,15
Izobraževanje je lahko dostopno vsakomur.	3,26	1,21
Izobraževanje in usposabljanje – povprečna vrednost	3,45	
Državna birokracija in regulativa sta za podjetja pretirano zahtevni.*	2,33	1,18
Višina davkov predstavlja za nova podjetja breme.*	1,74	1,03
Pridobivanje dovoljenj in koncesij je mogoče v ustreznem času.*	2,97	1,04
Za podjetja je davčna in druga vladna regulativa dovolj razumljiva.	2,38	1,01
Država podpira nova podjetja.	2,42	1,11
Kdor potrebuje pomoč od državnih programov za podjetja, najde, kar potrebuje.	2,36	1,02
Nova podjetja lahko pridobijo različno državno podporo na enem mestu.	2,30	1,09
Država novim podjetjem ponuja številne ugodnosti.	2,12	0,88
Država novim podjetjem ponuja različne priložnosti za začetek poslovanja.	2,29	1,03
Država spodbuja in omogoča samozaposlovanje.	2,95	1,14
Vlada (politika in programi) – povprečna vrednost	2,40	
Fizična infrastruktura (ceste, zgradbe, komunikacije ...) zagotavlja ustrezno podporo novim podjetjem za nova podjetja.	3,23	1,14
Novo podjetje lahko v kratkem času pridobi dostop do priključkov za plin, vodo, elektriko in kanalizacijo v kratkem času.	2,68	0,98
Stroški za fizično infrastrukturo (ceste, zgradbe, komunikacije ...) so previsoki.*	1,94	1,00
Dostop do fizične infrastrukture – povprečna vrednost	2,62	

Nadaljevanje na naslednji strani

Rezultati analize razlogov za ustanovitev podjetja so pokazali, da je največ novih slovenskih podjetnikov ustanovilo podjetje zaradi želje po neodvisnosti, sledijo tisti, ki so hoteli uresničiti željo po osebni rasti, ter podjetniki, ki so v lastni dejavnosti videli priložnost za večji zaslužek. Kot najslabše ocenjen in zato najmanj pomemben razlog se je izkazal vpliv sorodnikov, prijateljev in znancev. Ugotovitve raziskave v glavnem sovpadajo z ugotovitvami drugih domačih in tujih raziskav. Večina študij je namreč pokazala, da so osebni razlogi daleč močnejši kot finančni.

Na podlagi analize osebnostnih lastnosti novih podjetnikov smo ugotovili, da podjetniki sami sebe ocenjujejo predvsem kot odločne

PREGLEDNICA 3 *Nadaljevanje s prejšnje strani*

Trditev	(1)	(2)
Poslužujem se pomoči iz okolja, kot na primer izkušenih svetovalcev, odvetnikov, računovodij, davčnih svetovalcev.	3,28	1,29
Nova podjetja z lahkoto pridobijo dobre bančne storitve (transakcijski računi, plačilni promet s tujino, kreditne in druge garancije ipd.).	2,77	1,20
Strokovni nasveti (finančni, pravni ...) so za podjetja lahko dostopni.	2,88	1,10
Strokovni nasveti (finančni, pravni ...) so predragi.*	1,90	1,00
Menim, da zunanji svetovalci ponujajo kakovostne strokovne nasvete.	3,13	0,90
Podjetje brez težav pridobi ustrezno delovno silo.	2,14	0,94
Poslovna in strokovna infrastruktura – povprečna vrednost	2,68	
Nacionalna kultura močno podpira individualne uspehe, dosežene z lastnimi prizadevanji.	2,25	0,97
Nacionalna kultura poudarja neodvisnost, avtonomnost in osebno iniciativo.	2,42	1,00
Nacionalna kultura spodbuja kreativnost in inovativnost.	2,53	0,99
Večini ljudi bi bilo ljubše, da bi imeli vsi podobno raven življenjskega standarda.*	2,23	1,07
Uspešni ustanovitelji podjetja so spoštovani in imajo visok družbeni status.	3,53	1,10
Ustanovitev novih podjetij je razumljena kot primeren način, kako obogateti.	3,32	1,09
Večina ljudi meni, da je »biti podjetnik« zaželena izbira kariere.	3,46	0,97
Večina ljudi meni, da so podjetniki strokovni in sposobni posamezniki.	3,36	1,13
V javnih občilih lahko pogosto zasledimo zgodbe o uspešnih novih podjetjih.	3,24	0,96
Osebno poznam nekoga, ki je v zadnjih dveh letih ustanovil podjetje.	4,37	1,10
Nacionalna kultura spodbuja podjetniško prevzemanje tveganja.	2,50	0,90
Kulturne in družbene norme – povprečna vrednost	3,02	

Nadaljevanje na naslednji strani

in neodvisne, da ne potrebujejo odobravanja drugih, nosijo odgovornost za odločitve, radi delajo po svoje in težko delajo za nekoga drugega. Želijo si delati po lastnih pravilih in načelih, zaradi česar se tudi odločijo za ustanovitev lastnega podjetja. Najmanj pa podjetniki sami sebe vidijo kot osebe, nagnjene k tveganju. Pri analizi osebno-stnih lastnosti se je tudi izkazalo, da podjetniki izstopajo glede na določene skupne značilnosti, in to ne glede na različne demografske dejavnike. Posebnost so predstavljali le mlajši podjetniki, za katere se je izkazalo, da so bolj nagnjeni k iskanju informacij in nasvetov,

PREGLEDNICA 3 *Nadaljevanje s prejšnje strani*

Trditvev	(1)	(2)
Slovenski trg je odprt in konkurenčen.	3,05	1,12
V naši panogi vlada zdrava (lojalna) konkurenca.	2,57	1,14
Pri vstopu na trg ni zaznati večjih vstopnih ovir.	2,78	0,93
Kupci so naklonjeni novim podjetjem in izdelkom.	2,57	0,93
Svoje stranke sem pridobil brez težav.	2,78	1,16
Odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu – povprečna vrednost	2,75	
Za nove podjetnike je na voljo dovolj dolžniških virov financiranja (kreditov, leasingov, državnih subvencij ...).	2,36	1,08
Postopek pridobivanja finančnih virov je predolg.*	2,56	1,14
Postopek pridobivanja finančnih virov je prezahteven.*	2,46	1,11
Za nova podjetja je zadolževanje predrago.*	2,09	1,07
Finančna podpora – povprečna vrednost	2,37	

OPOMBE Naslovi stolpcev: (1) aritmetična sredina, (2) standardni odklon. * Inverzno obrnjene trditve, ki so bile pred izvedbo analize ustrezno preokodirane.

za podjetnike, ki so bili pred ustanovitvijo podjetja samozaposleni, pa se je izkazalo, da so bolj prepričani v lastno samoučinkovitost.

Pri analizi zaznavanja podjetniškega okolja so podjetniki izrazili precejšnje nezadovoljstvo, in sicer so najmanj zadovoljni s finančno in državno podporo. Menijo, da je postopek pridobivanja finančnih virov predolg in prezahteven, da za nove podjetnike ni na voljo dovolj dolžniških virov financiranja ter da je zadolževanje nasploh predrago. Pri državni politiki in programih pa so najbolj kritični do višine davkov, ki predstavljajo breme za nova podjetja, in do državnega zagotavljanja različnih ugodnosti in priložnosti za začetek poslovanja, organiziranosti in učinkovitosti državne podpore ter jasnosti in težavnosti regulative. Boljše mnenje imajo podjetniki o izobraževanju in usposabljanju, saj menijo, da izobraževanje spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo, primerno opozarja na podjetništvo in je lahko dostopno vsakomur, pomanjkljivost pa vidijo v tem, da izobraževalni sistem ne zagotavlja dobrega usposabljanja za ustanovitev in rast podjetij v Sloveniji.

Smiselno bi bilo nadaljnje proučevanje dejavnikov ustanavljanja podjetja, morda z nekoliko razširjenim ali spremenjenim modelom, torej z vključitvijo dodatnih neodvisnih spremenljivk iz množice vseh morebitnih dejavnikov, ki vplivajo na ustanavljanje podjetij, ter izločitvijo tistih, ki so se na podlagi naše analize izkazali kot nepomembni. Dodaten razmislek bi bilo treba posvetiti metodi zbiranja podatkov. Zaradi občutljive teme v zvezi z ugotavljanjem osebnih stališč in lastnosti posameznikov bi bila morda zanimiva primerjava

dobljenih ugotovitev na podlagi osebnih intervjujev ali drugače zastavljenih trditev.

Izsledki raziskave torej izpostavljajo pomembnost za ustanovitev in osebnostnih lastnosti posameznika. Pri razvoju podjetništva bo zato treba več pozornosti namenjati posameznikom in njihovim osebnim vrednotam. Da bi se posamezniki pogosteje odločali za ustanavljanje podjetij iz osebnostnih razlogov, torej zaradi ugleda v družbi, želje po uspehu, osebne rasti in uresničevanja življenjskih ciljev, in ne iz ekonomskih razlogov ali celo ekonomske nujnosti, bo potrebna angažiranost in vztrajnost širše družbe kot celote. Tu imamo v mislih tako vzgojo v družinah in v vzgojno-izobraževalnih ustanovah, pomoč prijateljev in znancev in seveda državo, ki bi morala na tem področju zagotoviti učinkovite programe. Država ima nedvomno pomembno vlogo pri spodbujanju podjetništva in zagotavljanju podpore zanj, pri preprečevanju nelojalne konkurence in zmanjševanju začetnih ovir ter nasploh pri oblikovanju državnih programov z učinkovito in dobro organizirano državno pomočjo in podporo novim podjetjem. Ker se je pokazalo, da podjetniki opažajo nezadostno naklonjenost poslovnega okolja na tem področju, je nedvomno treba ukrepati. Če podjetnik nima finančne in druge podpore, se lahko njegova podjetniška pot, kljub njegovi motiviranosti za lastno dejavnost, konča, še preden se je začela.

Literatura

- Antončič, B. 2009. »Anketni vprašalnik.« Delovno gradivo, Fakulteta za management Koper.
- Antončič, B., R. D. Hisrich, T. Petrin in A. Vahčič. 2002. *Podjetništvo*. Ljubljana: gv Založba.
- Audretsch, D. B., in M. Keilbach. 2008. »Resolving the Knowledge Paradox: Knowledge-Spillover Entrepreneurship and Economic Growth.« *Research Policy* 37 (10): 1697–1705.
- Barkham, R. J. 1989. »Entrepreneurship, new firms and regional development.« Doktorska disertacija, University of Reading.
- Birley, S., in P. Westhead. 1994. »A Taxonomy of Business Start-Up Reasons and Their Impact on Firm Growth and Size.« *Journal of Business Venturing* 9 (1): 7–31.
- Casson, M. 1982. *The Entrepreneur*. Totowa, NJ: Barnes and Noble.
- Churchill, N. C., in V. L. Lewis. 1983. »Growing Concerns: The Five Stages of Small Business Growth.« *Harvard Business Review* 61 (3): 30–50.
- Cooper, A. C. 1979. »Strategic Management, New Ventures and Small Business.« V *Strategic Management*, ur. D. E. Schendel in C. W. Hofer, 316–327. Boston: Little & Brown.

- Drnovšek, M. 2002. »Merjenje prispevka podjetniških inovacij k rasti v mladih tehnoloških podjetjih.« Doktorska disertacija, Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani.
- Gimmon, E., in J. Levie. 2010. »Founder's Human Capital, External Investment, and the Survival of New High-Technology Ventures.« *Research Policy* 39 (9): 1214–1226.
- Kampuš Trop, V. 2000. »Podjetništvo v Sloveniji – regionalne razlike v ustanavljanju in razvoju novih podjetij.« Doktorska disertacija, Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani.
- Korzaan, M., in S. A. Morris. 2009. »Individual Characteristics and the Intention to Continue Project Escalation.« *Computers in Human Behavior* 25 (6): 1320–1330.
- Ljunggren, E., in L. Kolvereid. 1996. »New Business Formation: Does Gender Make a Difference?« *Women in Management Review* 11 (4): 3–12.
- McClelland, D. C. 1961. *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Mento, A., E. Locke in H. Klein. 1992. »Relationship of Goal Level to Valence and Instrumentality.« *Journal of Applied Psychology* 77 (4): 395–405.
- Nichter, S., in L. Goldmark. 2009. »Small Firm Growth in Developing Countries.« *World Development* 37(9): 1453–1464.
- Plaschka, G. 1990. »Person-Related and Microsocial Characteristics of Successful Entrepreneurs.« V *New Findings and Perspectives in Entrepreneurship*, ur. R. Donckles, in A. Miettinen, 187–202. Avebury: Aldershot.
- Pšeničny, V., J. Berginc, M. Letonja, I. Pavlin, J. Vadnjak in J. Žižek. 2000. *Podjetništvo, podjetnik, podjetniška priložnost, podjetniški proces in podjetje*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo.
- Rebernik, M., P. Tominc in K. Pušnik. 2006. *GEM Slovenija 2005: podjetništvo med željami in stvarnostjo*. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij.
- . 2007. *GEM Slovenija 2006: počasne spremembe podjetniške stvarnosti*. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
- Rotter, J. B. 1966. »Generalized Experiences for Internal Versus External Control of Reinforcement.« *Psychological Monographs* 80: 1–28.
- Ruzzier, M., B. Antončič, T. Bratkovič in R. D. Hisrich, ur. 2008. *Podjetništvo*. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave.
- Shane, S., E. A. Locke in C. J. Collins. 2003. »Entrepreneurial Motivation.« *Human Resource Management Review* 13 (2): 257–279.
- Shane, S., in S. Venkataraman. 2000. »The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research.« *Academy of Management Review* 25 (1): 217–226.

- Shapero, A., in L. Sokol. 1982. »The Social Dimensions of Entrepreneurship.« V *Encyclopedia of Entrepreneurship*, ur. C. Kent, D. Sexton in K. Vesper, 72–90. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Solymossy, E. 1998. »Entrepreneurial Dimensions: The Relationship of Individual, Venture, and Environmental Factors to Success.« *Entrepreneurship Theory and Practice* 24 (2): 79–80.
- Tajnikar, M. 2000. *Tvegano poslovanje*. Portorož: Visoka šola za podjetništvo.
- Tremblay, D. G., E. Genin. 2008. »Money, Work-Life Balance and Autonomy: Why do IT Professionals Choose Self-Employment?« *Applied Research in Quality of Life* 3 (3): 161–179.
- Verheul, I., R. Thurik, I. Grilo, P. van der Zwan. V tisku. »Explaining Preferences and Actual Involvement in Self-employment: Gender and the Entrepreneurial Personality.« *Journal of Economic Psychology*.
- Zorn, O. 2004. »Vpliv podjetniškega kapitala na dinamičnost podjetnika.« Doktorska disertacija, Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani.