

Prejeto/Received:
Maj 2014

Popravljen/Revised:
November 2014

Sprejeto/Accepted:
November 2014

ASPIRACIJE PO RASTI, INOVATIVNOST IN INTERNACIONALIZACIJA ZGODNJIH PODJETNIKOV

Aspirations for Growth, Innovation, and Internationalization of the Early-stage Entrepreneurs

Dijana Močnik

*Univerza v Mariboru, Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko
dijana.mocnik@um.si*

Karin Širec

*Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta
karin.sirec@uni-mb.si*

Izvleček

V prispevku smo empirično ocenjevali povezavo med aspiracijami po rasti in inovativno ter mednarodno naravnostjo zgodnjih podjetnikov. Uporabili smo podatke raziskave Global Entrepreneurship Monitor Adult Population Survey za obdobje pred gospodarsko krizo med letoma 2003 in 2008 za osem držav jugovzhodne Evrope (JVED) in pet zahodnoevropskih držav (ZED). Rezultati kažejo, da novosti v uporabljeni tehnologiji in ponudbi ter internacionalizacija zavirajo aspiracije po rasti zgodnjih podjetnikov. V zgodnji fazi podjetja nimajo dovolj sredstev, izkušenj, spretnosti in mrežnih povezav, kar bi spodbujalo njihove aspiracije po rasti. Negativna povezava med aspiracijami po rasti in inovativno in mednarodno naravnostjo je večja v ZED kot v JVED.

Ključne besede: zgodnji podjetniki, Global Entrepreneurship Monitor, aspiracije po rasti, inovacijska naravnost, mednarodna naravnost

Abstract

In this paper, we empirically assess the relationship between early-stage entrepreneurial firms' growth aspirations and their innovative and international orientation. We obtained the data before the economic crisis from the 2003–2008 Global Entrepreneurship Monitor Adult Population Survey for eight southeastern European countries (SeEC) and five western European countries (WEC). The results show that a firm's newness of its technologies used and its offer and international orientations inhibit growth aspirations. In the early stage, firms lack the resources, experience, skills, and networking necessary to grow. The extent of the negative relationships between growth aspirations and innovative and international orientation is bigger in WEC than in SeEC.

Keywords: early-stage entrepreneurs, Global Entrepreneurship Monitor, growth aspirations, innovation orientation, international orientation

1 Uvod

Rast podjetja je ključnega pomena za gospodarski razvoj in ustvarjanje bogastva in delovnih mest. Dejanska rast majhnega podjetja – osrednja vsebina tega prispevka – ni niti samoumevna niti naključna. Je rezultat lastnikov/podjetnikovih prepričljivih in pozitivno motiviranih poslovnih namenov in aktivnosti, ki izhajajo iz prepričanja, da so želeni rezultati uresničljivi (Maki in Pukkinen 2000). Zato lahko daje raziskovanje izzivov, s katerimi se soočajo v rast usmerjeni zgodnji podjetniki, dragocen vpogled v spodbujanje rasti.

NG

Naše gospodarstvo / Our Economy
Vol. 60, No. 5–6, 2014
pp. 12–19
DOI: 10.7549/ourecon.2014.5-6.02

UDK: 005.2:005.412:339.9
JEL: L25, L26

V prispevku smo želeli raziskati zaznavne razlike med aspiracijami po rasti zgodnjih podjetnikov v državah jugovzhodne Evrope (JVED) in v zahodnoevropskih državah (ZED), njihovo uporabo inovativnih tehnologij in/ali izdelavo inovativnih izdelkov in storitev ter internacionalizacijo. Podjetniške aspiracije nam kažejo kakovost podjetniške aktivnosti, torej nagnjenost podjetnikov k rasti podjetja, večanju števila zaposlenih, internacionalizaciji poslovanja in podobno. Podjetniki se namreč razlikujejo glede na svoje aspiracije, da bi uvajali nove izdelke, konkurirali na mednarodnih trgih ali financirali rast z zunanjimi viri. Če so vse te aspiracije realizirane, lahko (celo bolj kot zgolj število podjetnikov) odločilno vplivajo na gospodarsko rast (Rebernik, Tominc, Crnogaj, Širec, Bradač Hojnik in Rus 2014).

Podjetniške aspiracije so zelo odvisne od vplivov zunanjega okolja. Park (2005) ugotavlja, da je zunanje okolje ključni dejavnik, ki vpliva na proces ustanovitve novega podjetja. Posameznikovo vedenje se tudi pogosto spreminja zaradi interakcije z okoljem, ker pridobiva izkušnje in znanja. Po Parku so podjetniške aspiracije rezultat postopnega procesa, ki vključuje inovacijo kot sprožilni dogodek, izvajanje in rast. Navaja, kako lahko združena interakcija dejavnikov posameznikove osebnosti in zunanjih dejavnikov okolja vpliva na posamezno fazo. Države z bolj urejenimi sistemi socialne varnosti ne poudarjajo dovolj posameznikove odgovornosti za lastno preživetje, kar lahko ovira prizadevanja za inovacije in rast (Hessels, van Gelderen in Thurik 2008, 328).

Naša raziskava se osredotoča na odnose med različnimi dejavniki podjetništva (npr. značilnosti podjetja, novosti izdelka/storitve, dostopnost tehnologij in postopkov, potrebnih za inovacije izdelka/storitve, produktne in tržne inovacije, podjetniške stranke iz drugih držav – torej dejavnike, ki so lahko povezani z aspiracijami o prihodnji rasti zaposlenosti). Podatke za našo raziskavo smo pridobili iz raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM)¹ za obdobje med letoma 2003 in 2008. Analizirali smo predkrizno obdobje, saj smo želeli izključiti vpliv krize. Raziskava GEM temelji na razumevanju, da je gospodarska blaginja močno odvisna od podjetniškega sektorja, pri tem pa imajo različni tipi podjetništva različno moč vplivanja. Ni namreč vseeno, ali gre za posameznike, ki so se podjetništva lotili, ker so bili zaradi preživetja v to prisiljeni (podjetništvo zaradi nujnosti), ali za podjetnike, ki so šli v to, ker so hoteli izkoristiti obetavno podjetniško priložnost. Sodobna globalizirana podjetniška družba terja posameznike, ki so podjetni in so se pripravljene vključevati v podjetništvo, še zlasti najbolj ambiciozne, zmožne in voljne graditi podjetja, ki zaposlujejo in rastejo – torej podjetnike z aspiracijami po rasti (Rebernik, Tominc, Crnogaj, Širec, Bradač Hojnik in Rus

2014). V skupino držav JVED, ki so sodelovale v GEM in smo zanje imeli razpoložljive podatke za proučevanje obdobje, sodijo Bosna in Hercegovina, Hrvaška, Grčija, Madžarska, Makedonija, Romunija, Slovenija in Srbija. V ZED pa smo v analizo zajeli države, ki jih kot zahodnoevropske definira Statistični oddelek Združenih narodov in so bile zajete v našem raziskovalnem obdobju v raziskavi GEM. V analizo smo tako v to skupino zajeli podatke GEM za Belgijo, Francijo, Nemčijo, Nizozemsko in Švico. GEM se osredotoča na posameznika in celoten spekter dejavnikov, ki vplivajo na odnose med podjetniki, na podjetništvo in družbo ter njen razvoj. V raziskavi smo se omejili na ugotavljanje povezave med potencialno rastjo podjetja in njegove inovativnosti ter mednarodne naravnosti. Čeprav se vsa podjetnikova pričakovanja – aspiracije vedno ne uresničijo, so se aspiracije po rasti izkazale za dober pokazatelj morebitne rasti (Davidsson in Wiklund 1999; Liao in Welsch 2003).

V nadaljevanju prispevka najprej predstavljamo dosedanje izsledke teoretičnih raziskav. V tretjem poglavju podajamo opis raziskovalne metode, v četrtem poglavju pa predstavljamo rezultate raziskave. V zadnjem poglavju sledijo zaključek in razprava o rezultatih ter predlogi za nadaljnje raziskovanje.

2 Pregled literature in potrditev hipotez raziskave

Naš model smo zgradili na motivu rasti podjetnikov kot glavni gonilni sili rasti, ki je tesno povezana z inovacijami in internacionalizacijo. Inovacije odražajo prizadevanja podjetja, da bi izkoristilo neizkoriščene možnosti za razvoj novih izdelkov/storitev, poslovnih modelov, izboljšanje poslovnih procesov in/ali novosti, ki jih ustvarjajo »nove kombinacije« obstoječih elementov. Internacionalizacija je izkoriščanje novih priložnosti za ustvarjanje donosov zunaj domačega trga. Inovacijsko dejavnost in internacionalizacijo podjetja lahko zato štejemo med schumpeterjanske podjetniške aktivnosti, ki jih poganjajo spretnosti, rutine in sposobnosti podjetij, pridobljenih z oblikovanjem in izvajanjem strategij, in so njihov rezultat (Kyläheiko, Jantunen, Puimalainen, Saarenketo in Tuppurä 2011; Širec in Močnik 2012).

2.1 Hipoteza o inovacijski usmerjenosti

Empirično bomo preverili, ali zgodnji podjetniki oblikujejo svoje aspiracije po rasti glede prihodnjega zaposlovanja, povezane z doseganjem konkurenčnosti, zaradi novosti v uporabljeni tehnologiji in novosti v ponujenih proizvodih ali storitvah ter večje tržne učinkovitosti. Inovativnost, internacionalizacija in aspiracije po rasti so odvisne od individualnih dejavnikov podjetnika in okolja, v katerem podjetnik deluje (Širec in Močnik 2010; Širec 2011). Pričakovati je namreč mogoče, da je posameznikova sposobnost za zaznavanje inovativne podjetniške ideje povezana tako z okoljem kot tudi z njegovo ustvarjalnostjo in sposobnostjo zaznavanja pomembnih informacij iz okolja (Koellinger 2008). Hkrati je treba upoštevati

¹ GEM je bil ustanovljen leta 1997. Osredotoča se predvsem na podjetništvo in proučuje dejavnike, ki vplivajo na nacionalno raven podjetniške aktivnosti in gospodarsko rast. Glej www.gemconsortium.org.

tudi, da so inovacije vselej povezane z negotovostjo in tveganjem za potencialne podjetnike (Knight 1921).

Nezmožnost pridobivanja potrebnega kapitala je za mala podjetja pogost razlog, da rast financirajo z notranjimi viri, zaradi česar rastejo organsko – tj. počasi, skladno z omejenimi finančnimi viri, izkušnjami, spretnostmi in sposobnostmi. Zato je mogoče predpostavljati, da v zgodnji fazi podjetja kljub inovacijam ne morejo povečevati zaposlovanja ali pa težko, saj so inovacije povezane z naložbami lastnih sredstev, znanja in izkušenj (Galende 2006). V skladu s tem razumevanjem smo oblikovali naslednjo hipotezo:

H1: Povezava med inovativno naravnostjo in aspiracijami po rasti podjetja je negativna.

2.2 Hipoteza o mednarodni naravnosti

V literaturi s področja internacionalizacije poslovanja je bilo predstavljenih že več teorij, ki se ukvarjajo s tem, zakaj se podjetja odločajo za širitev poslovanja na tuje trge. Po teoriji monopolnih prednosti se internacionalizacija poslovanja pojavi zato, ker lahko podjetja svoje določene prednosti uporabijo v tujih državah, ne da bi zato imela dodatne stroške (Westhead, Wright in Ucbasaran 2001). Po teoriji življenjskega cikla izdelka/storitve se podjetja internacionalizirajo zato, da zaščitijo svoje obstoječe zrele trge izdelkov. Po teoriji postopne internacionalizacije pa podjetja postopoma povečujejo svoje aktivnosti v zvezi z internacionalizacijo v skladu s pridobivanjem znanja in izkušenj na mednarodni ravni ter razvijanja odnosov v tujini (Westhead, Wright in Ucbasaran 2001). Omenjeni teoretični pristopi se posebej ne ukvarjajo z aspiracijami ali potrebnimi viri manjših in novejših rastočih podjetij, vendar pa so tudi zanje za vstop na tuje trge pomembna razpoložljiva sredstva in pridobljene sposobnosti (Westhead, Wright in Ucbasaran 2001).

Splošno znano tudi je, da morajo podjetja v nekaterih visokotehnoloških panogah, ki proizvajajo inovativne izdelke, za katere obstaja malo (če sploh kaj) potencialnih domačih kupcev, svoje poslovanje internacionalizirati, če želijo ostati v poslu. Podjetje mora imeti zadostno stopnjo internacionalizacije, kar pomeni, da mora biti aktivno na številnih trgih, da si lahko povrne naložbe v svoj izdelek ali storitev. Prav visoko razviti tehnološki izdelki in storitve ter resursi na splošno spodbujajo internacionalizacijo podjetja (Močnik in Širec 2010; Kyläheiko, Jantunen, Puimalainen, Saarenketo in Tuppurä 2011; Širec in Močnik 2012).

Podjetniki se na mednarodnih trgih pojavljajo zaradi različnih razlogov. Morda imajo izdelke ali storitve, ki so za te trge primernejši. Njihovi domači trgi so morda premajhni ali se šele razvijajo. Lahko se soočajo z močno lokalno konkurenco, ki jih motivira, da iščejo svoje stranke v tujini. Druga možnost pa je, da si želi podjetje z internacionalizacijo hitreje in v večjem obsegu povrniti svoje velike naložbe. Na internacionalizacijo poslovanja

lahko vplivajo tudi geografski dejavniki, kot sta velikost države ali lokacije, ter povezave s strateškimi partnerji na novih območjih (Močnik in Širec 2010; Kelley, Bosma in Amorós 2011). Verheul in van Mil (2011) sta ugotovila, da je mednarodna naravnost podjetja pomembno povezana s podjetniškimi aspiracijami po rasti. Najmanjša je internacionalizacija podjetij – v povprečju – v faktorskih gospodarstvih (factor-driven) in se povečuje s stopnjo gospodarskega razvoja (Pete, Nagy, Matis, Gyorfy, Benyovszki in Petru 2011; Bosma, Wennekers in Amorós, 2012). Internacionalizacija je vidik globalizacije, ki meri trgovinske tokove, tuje neposredne in portfeljske naložbe ter vplive ovir in kapitalskih omejitev. Včasih so prav možnosti internacionalizacije med najpomembnejšimi dejavniki aspiracij po rasti (Tominc in Rebernik 2011). Ob omenjenih okoliščinah, s katerimi se soočajo zgodnji podjetniki, predpostavljamo negativno povezavo med aspiracijami po rasti in mednarodno naravnostjo, kot je navedeno v naslednji hipotezi:

H2: Povezava med mednarodno naravnostjo in aspiracijami po rasti podjetja je negativna.

3 Podatki, spremenljivke in modeli

3.1 Podatki

Podatke za raziskavo smo pridobili iz raziskave GEM. Celotno razlago vsebine in postopkov raziskave GEM je mogoče najti v Bosma, Wennekers in Amorós (2012). GEM je obsežna raziskava podjetništva, ki se je začela v 10 državah leta 1997. Leta 2012 se je razširila na 69 držav z vsega sveta. Podatki za našo raziskavo so bili pridobljeni iz raziskave GEM Adult Population Survey za obdobje od leta 2003 do leta 2008, v kateri je sodelovalo 3.099 zgodnjih podjetnikov iz osmih držav jugovzhodne Evrope (JVED) in 3.626 iz petih zahodnoevropskih držav (ZED). Odgovori so bili pridobljeni z računalniško podprto telefonsko anketo (CATI). V tabeli 1 je prikazano skupno število anketiranih zgodnjih podjetnikov po letih v izbranih državah.

3.2 Spremenljivke

V tem poglavju podajamo opis spremenljivk, ki smo jih uporabili v modelih za ocenjevanje. Predstavljamo kriterijsko spremenljivko (criterion variable), tj. aspiracijo po rasti, in tri prediktorje (neodvisne spremenljivke), in sicer inovativna tehnološka naravnost, kombinacija inovativnega novega izdelka in trga ter mednarodna naravnost.

3.2.1 Kriterijska spremenljivka

Aspiracije po rasti zgodnjih podjetnikov so bile ocenjene v skladu z njihovimi pričakovanji o povečanju števila novih delovnih mest. Zgodnji podjetniki so bili povabljeni, da odgovorijo na naslednji vprašanji:

- *Koliko ljudi trenutno dela za to podjetje – brez upoštevanja lastnikov, a vključno s pogodbenimi izvajalci?*

Tabela 1: Zgodnji podjetniki: število veljavnih opazovanj po državah in letih

Država	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Skupaj
Bosna in Hercegovina						109	109
Hrvaška	40	51	96	124	109	123	543
Grčija	128	100	120	140	103	140	731
Madžarska		114	50	148	96	124	532
Makedonija						216	216
Romunija					48	45	93
Slovenija	65	41	114	123	128	174	645
Srbija					120	110	230
JVED skupaj	233	306	380	535	604	1041	3099
Belgija	76	114	144	52	60	50	496
Francija	23	83	73	59	43	80	361
Nemčija	347	299	424	204		222	1496
Nizozemska	98	141	117	145	135	132	768
Švica	113		270		122		505
ZED skupaj	657	637	1028	460	360	484	3626
skupna vsota	890	943	1408	995	964	1525	6725

Vir: GEM Adult Population Survey (APS), 2003–2008.

- *Koliko ljudi bo delalo za to podjetje, ko bo staro 5 let – brez upoštevanja lastnikov, a z vključenimi pogodbenimi izvajalci?*

Razlika med dvema številoma predstavlja predvidevanja podjetnika o povečanju števila novih delovnih mest. Tako smo oblikovali odvisno spremenljivko. Odgovore zgodnjih podjetnikov, ki so navedli povečanje števila zaposlenih za več kot 5 v naslednjih petih letih, smo ovrednotili z 1 (Da), preostale pa z 0 (Ne; to je referenčna vrednost).

3.2.2 Prediktorji (neodvisne spremenljivke)

V modelu sta dva prediktorja za *inovativno naravnost* in en za *mednarodno naravnost*. Vsi trije imajo lahko le dve vrednosti: 0 ali 1.

Inovativno tehnološko naravnost zgodnjih podjetnikov smo ocenili na osnovi odgovora na naslednje vprašanje:

- *Ali so tehnologije oz. postopki, potrebni za ta izdelek/storitev, na voljo manj kot eno leto, od enega do pet let ali več kot pet let?*

Če je zgodnji podjetnik odgovoril, da so tehnologije ali postopki na voljo manj kot eno leto, smo odgovor ovrednotili z 1 (Da), vse preostale odgovore pa z 0 (Ne); Da je referenčna vrednost.

Inovativen nov izdelek in tržno kombinacijo zgodnjih podjetnikov smo ocenili na osnovi odgovorov na naslednji vprašanji:

- *Bodo vse, nekatere ali nobena od vaših potencialnih strank ta proizvod ali storitev štele za novost in ga/je ne bodo poznale?*
- *Ali sedaj veliko, malo ali nobeno podjetje ne ponuja enakih izdelkov ali storitev vašim potencialnim strankam?*

Odgovore, da so izdelki/storitve novi za vse ali večino strank in jih hkrati ne ponuja noben ali le nekaj tekmecev, smo ovrednotili z 1 (Da), preostale odgovore pa z 0 (Ne); Da je referenčna vrednost.

Tretji prediktor, *mednarodna naravnost*, je bil ocenjen na osnovi odgovora na naslednje vprašanje:

- *Kolikšen delež vaših strank običajno živi izven vaše države? Je večji kot 90 %, večji kot 75 %, večji kot 50 %, večji kot 25 %, večji kot 10 % ali 10 % ali manj?*

Z 1 (Da) smo ovrednotili odgovor, da ima podjetje vsaj nekaj strank iz drugih držav; vrednost 0 (Ne) je bila dodeljena vsem preostalim odgovorom. Da je referenčna vrednost.

Dodali smo tudi umetne spremenljivke za *državo*, da smo preverili, ali obstajajo kakšni statistično značilni vplivi države na podjetniške aspiracije po rasti. Ker smo ocenjevali tri modele – enega za JVED, enega za ZED in enega za JVED in ZED skupaj –, je umetnih spremenljivk za model JVED 7, za model ZED 4 in za združeni model 12. Umetne spremenljivke imajo dve vrednosti: 0 (če zgodnji podjetnik ni iz države, ki jo ponazarja umetna spremenljivka) in 1 (če je zgodnji podjetnik iz države, ki jo opredeljuje umetna spremenljivka). Srbija je referenčna država v modelu JVED in združenem modelu, Švica pa v modelu ZED. Preverili smo tudi, ali lahko izboljšamo modele z vključitvijo umetnih spremenljivk za leta, interakcij med umetnimi spremenljivkami za države oz. leta in prediktorji ter med prediktorji, vendar jih nismo izboljšali.

3.3 Modeli

Oblikovali smo tri ločene binarne logistične modele za JVED, ZED ter JVED in ZED skupaj za obdobje med letoma 2003 in 2008. V vsakem modelu je kriterijska spre-

menljivka linearna kombinacija treh prediktorjev in ustreznega števila umetnih spremenljivk za države. Model(i) za ocenjevanje se glasi(jo):

$$\begin{aligned} \text{Logit } [P(y=1)]_{ik} = & a_k + \\ & + b_{1k} \text{ Inovativna tehnološka naravnost}_{ik} + \\ & + b_{2k} \text{ Inovativen nov izdelek-tržna kombinacija}_{ik} + \\ & + b_{3k} \text{ Mednarodna naravnost}_{ik} + \\ & + d_{jk} \text{ Država}_{ijk} + e_{ik}, \end{aligned} \quad (1)$$

kjer je *Logit* [$P(y=1)$] odvisna spremenljivka (i.e., binarna logit ocena za aspiracije po rasti); a je binarna logit ocena za regresijsko konstanto; b_1 je binarna logit ocena za regresijski koeficient *inovativne tehnološke naravnosti*; b_2 je binarna logit ocena za regresijski koeficient *inovativnega novega izdelka in tržne kombinacije*; b_3 je binarna logit ocena za regresijski koeficient *mednarodne naravnosti*; d_j je binarna logit ocena za regresijski koeficient umetne spremenljivke države; k je indeks za število skupine držav ($k = 1$, JVED, $k = 2$, ZED, $k = 3$, JVED in ZED); i je indeks za število primerov ($N_{\text{JVED}} = 3\,099$; $N_{\text{ZED}} = 3\,626$; $N_{\text{JVED+ZED}} = 6\,725$); j je indeks za število držav; e_{ik} je binarna logit ocena za ostanke (rezidualne).

4 Rezultati

Rezultati binarne logistične regresije so predstavljeni v tabeli 2. V tej tabeli lahko vidimo, da so vsa razmerja obetov večja od 1, kar pomeni, da je zgodnjih podjetnikov z aspiracijami po rasti, ki nimajo inovativne ali mednarodne naravnosti, več kot zgodnjih podjetnikov z aspiracijami po rasti, ki imajo takšno naravnost. V JVED je za 2 % večja verjetnost, da zgodnji podjetniki, ki imajo aspiracije po rasti, uporabljajo tehnologije ali postopke, potrebne za proizvodnjo svojih izdelkov/storitev, ki so starejši od enega

leta (= inovativna tehnološka naravnost), kot je tistih, ki uporabljajo novejša tehnologije ali postopke. V ZED je takih podjetnikov celo za 28 % več. V združenem modelu je za 13 % večja verjetnost, da imajo aspiracije po rasti zgodnji podjetniki, ki niso inovativno tehnološko naravnani. Hkrati lahko vidimo, da je v JVED za 49 % večja verjetnost, da imajo aspiracije po rasti zgodnji podjetniki, katerih izdelki ali storitve niso novi in imajo veliko konkurentov. V ZED je celo za 61 % večja verjetnost, da imajo aspiracije po rasti zgodnji podjetniki, ki nimajo novih izdelkov in imajo veliko konkurentov.

V tabeli 2 lahko tudi vidimo, da je v JVED za 77 % večja verjetnost, da si želijo rasti zgodnji podjetniki, ki nimajo nič tujih strank, v primerjavi s podjetniki, ki imajo vsaj nekaj tujih strank (= mednarodna naravnost). V ZED je takšnih zgodnjih podjetnikov še več, in sicer za 86 %. V združenem modelu je za 80 % več zgodnjih podjetnikov z aspiracijami po rasti, ki niso mednarodno naravnani, v primerjavi s tistimi, ki si želijo rasti in so mednarodno naravnani.

Samo razmerje obetov za inovativno tehnološko naravnost v modelu JVED in združenem modelu ni statistično značilno. Vsi preostali koeficienti so statistično značilni pri 1-odstotni stopnji, razen koeficienta inovativne tehnološke naravnosti v skupini ZED, ki je statistično značilen pri 5-odstotni stopnji ($p = 0,042$, glej tabelo 2).

Razmerje obetov za konstanto znaša v modelu JVED 0,26, v ZED 0,25 in združenem modelu 0,19. Zaradi umetnih spremenljivk za državo se vrednost konstante spremeni za Grčijo na 0,11, Madžarsko 0,16, Francijo 0,11, Nemčijo 0,155 in Nizozemsko 0,17.

V tabeli 2 je prikazano tudi, da je celotna napovedna natančnost za model JVED 75 %, ZED 77,6 % in za

Tabela 2: Rezultati binarnih logističnih regresij, 2003–2008

	JVED		ZED		JVED + ZED	
	Exp(B)	p-vrednost	Exp(B)	p-vrednost	Exp(B)	p-vrednost
Konstanta	0,259	0,000	0,187	0,000	0,251	0,000
Inovativna tehnološka naravnost (Ne)	1,023	0,844	1,276	0,042	1,135	0,127
Inovativen nov izdelek in tržna kombinacija (Ne)	1,487	0,000	1,606	0,000	1,554	0,000
Mednarodna naravnost (Ne)	1,767	0,000	1,858	0,000	1,801	0,000
Grčija	0,436	0,000			0,427	0,000
Madžarska	0,616	0,010			0,621	0,011
Francija	–	–	0,585	0,002	0,462	0,000
Nemčija	–	–	–	–	0,617	0,004
Nizozemska	–	–	–	–	0,679	0,026
N	3.099		3.626		6.725	
-2Log likelihood	3.390,448		3.509,700		6.902,598	
χ^2 modela	174,809		86,947		265,152	
Signifikantnost χ^2 modela	0.000		0.000		0.000	
Celotna napovedna natančnost (%)	75.0		77.6		76.4	

Opomba: Referenčna vrednost kriterijske spremenljivke v vseh treh ocenah je 0 (Ne), s katero so bili ovrednoteni zgodnji podjetniki (anketiranci), ki bodo povečali število zaposlenih za več kot 5 ljudi v naslednjih petih letih. Referenčne vrednosti za prediktorje so: inovativna tehnološka naravnost ($D_a = 1$), inovativen nov izdelek in tržna kombinacija ($D_a = 1$) in mednarodna naravnost ($D_a = 1$). VIF-statistike so v vseh treh modelih manjše od 1,11.

združeni model 76,4 %, in sicer pri 1-odstotni stopnji statistične značilnosti (glej signifikantnost χ^2 v tabeli 2). Ker so faktorji VIF (variance inflation factors; v tabeli 2 niso vključeni) majhni (največji znaša 1,11), se v nobenem modelu ne pojavlja problem multikolinearnosti. Grafi odklonov ostankov (v tabeli 2 niso vključeni) nakazujejo, da so odkloni ostankov minimizirani, kar pomeni, da smo z modeli ustrezno predstavili podatke.

Glede na rezultate ugotavljamo, da smo hipotezi potrdili. Empirično smo potrdili prvo hipotezo, da je *inovativna tehnološka naravnost* zgodnjih podjetnikov negativno povezana (ali razmerje obetov je večje od 1 za zgodnje podjetnike, ki niso inovativno tehnološko naravnani) s podjetniškimi aspiracijami po rasti. Ta povezava se je izkazala za negativno, vendar statistično značilno pri 5-odstotni stopnji le v modelu ZED. Zgodnji podjetniki iz ZED v svojem poslovanju uporabljajo večjo stopnjo tehnološkega razvoja. Empirično smo tudi potrdili, da je *inovativen nov izdelek in tržna kombinacija* zgodnjih podjetnikov negativno (ali razmerje obetov je večje od 1 za zgodnje podjetnike, ki nimajo inovativnega novega izdelka in tržne kombinacije) in statistično značilno povezana s podjetniškimi aspiracijami po rasti v vseh treh modelih. Vendar pa se moramo zavedati, da je presojanje inovativnosti, ki je bila zajeta s tema prediktorjema, kompleksno in specifično, kajti kar je inovativno v eni državi, ni nujno inovativno v drugi (Minnitti, Bygrave in Autio 2006; Hessels, Gelderen in Thurik 2008). Ta predpostavka se je izkazala za resnično: v ZED je na osnovi inovativnega izdelka ali storitve teže rasti kot v JVED. Potrdili smo tudi drugo hipotezo, s katero smo predpostavili, da bo povezava med *mednarodno naravnostjo* in aspiracijami po rasti negativna. Naši rezultati so potrdili, da je negativna povezava (ali razmerje obetov je večje od 1 za zgodnje podjetnike, ki niso mednarodno naravnani) statistično značilna v vseh treh skupinah držav. Ne glede na razvitost okolja so povezave negativne, kar implicitno pomeni, da zgodnji podjetniki prvenstveno rastejo organsko, kar je posledica pomanjkanja virov, izkušenj, večšin in/ali mrežnih povezav. Do podobnih rezultatov so v svojih empiričnih raziskavah prišli tudi drugi (npr. Koellinger 2008).

5 Zaključek in razprava

Vedno več je dokazov, da so nekatere vrste podjetnikov pomembnejše od drugih, predvsem ko gre za spodbujanje dolgoročne gospodarske rasti. Ambiciozni podjetniki ustanavljajo in vodijo podjetja, ki ustvarjajo nova delovna mesta, bogastvo in so vzorniki drugim podjetnikom (Morris 2011). Osrednji interes naše raziskave je bil ugotoviti povezavo med inovativno in mednarodno naravnostjo zgodnjih podjetnikov in njihovih aspiracij po rasti v jugovzhodnih evropskih (JVED) in zahodnoevropskih državah (ZED). Rezultati binarnih logističnih regresij so pokazali, da imajo aspiracije po rasti večje zgodnji podjetniki, ki niso inovativno in mednarodno naravnani, kot zgodnji podjetniki, ki so inovativno in mednarodno naravnani.

Tako vidimo, da uvajanje novih tehnologij in tudi ponujanje novih izdelkov ali storitev na novih trgih slabi aspiracije po rasti zgodnjih podjetnikov v JVED in ZED. Rezultati so tudi pokazali, da so aspiracije po rasti zgodnjih podjetnikov, ki so inovativno in mednarodno naravnani, v ZED še manjše kot pri zgodnjih podjetnikih iz JVED, kar implicira, da je v JVED več možnosti za inovacije. Povedano z drugimi besedami, to pomeni, da so tržne inovacije relativno lažje in cenejše v JVED kot v ZED. To teoretično predpostavko je potrdilo že več empiričnih raziskav (npr. Koellinger 2008). Gospodarstvo JVED je delno razvito in veliko poslovnih priložnosti še vedno obstaja na področju tradicionalnih, že dobro preizkušenih izdelkov in storitev. Podjetja še vedno niso prisiljena rasti na osnovi novih inovativnih izdelkov ali storitev. Drugi razlog se skriva v sami naravi podjetniškega procesa. Postati podjetnik je v mnogih primerih neke vrste testiranje podjetniških sposobnosti, zaslužek od podjetniške dejavnosti pa le dodatek k redni plači. Prav tako v povezavi s tem ne smemo pozabiti dejstva, da se je zgodnji podjetnik, ki je sicer zaposlen za polni delovni čas, pripravljen v podjetju ukvarjati le z neke vrste dodatno dejavnostjo, ki mu ne vzame preveč časa in energije. To pa seveda ne velja za nove inovativne izdelke ali storitve, ki zahtevajo ogromno dela in odpovedovanja pri njihovem razvijanju in širitvi na tuje trge.

Dobljene rezultate lahko razložimo tudi tako, da je 42 mesecev (starost podjetja zgodnjih podjetnikov) za mnoga podjetja prekratko obdobje, v katerem bi jim uspelo razviti inovativne izdelke ali storitve. Najverjetneje jih bodo razvili v prihodnjih letih, ko podjetja v to prisili »življenjski cikel« izdelka, ki zahteva spremembe, zato da je podjetje konkurenčno in preživi v globalnem gospodarstvu.

Drugi del razlage rezultatov je mogoče najti v »kakovosti« proučevanih zgodnjih podjetnikov. V JVED se ljudje v prvi vrsti odločajo za podjetništvo zaradi neodvisnosti in manj zato, da bi povečali svoj dohodek (Koellinger 2008). Le eden od petih vprašanih se za podjetništvo odloči zato, da bi izkoristil poslovno priložnost za povečanje svojega dohodka (Morris 2011). Hkrati je tudi zelo razširjen strah pred neuspehom (Koellinger 2008). Tako lahko sklepamo, da je večina zgodnjih podjetnikov v proučevani regiji edinih lastnikov, ki imajo nekaj mednarodnih strank in ki so začeli svoje poslovanje zato, ker so menili, da niso imeli druge izbire. To zagotovo ne velja le za JVED. Po mnenju revije The Economist (2012) ima težave z rastjo večina novih podjetij v celinski Evropi.

Prav zato bi morale vlade skrbno načrtovati razvoj novih podjetij in premišljeno vplivati nanj, da bi dosegla potreben napredek ter postala uveljavljena večja podjetja. Za doseganje večje zaposlenosti imajo ključno vlogo vladne aktivnosti za spodbujanje tehnoloških in ambicioznih podjetnikov.

Ugotovitve te empirične raziskave porajajo ideje o nadaljnjem raziskovanju. Ker smo analizo naredili na podatkih iz obdobja pred gospodarsko krizo, je naslednji korak pro-

učevanja razširitev časovne serije analize z vključitvijo obdobja po letu 2008 in nato primerjava rezultatov. Možno področje raziskovanja bi bila razširitev primerjave med zgodnjimi in že uveljavljenimi podjetniki različnih starostnih skupin, z različno preteklostjo, izkušnjami, znanjem in mreženjem. Da bi preverili zanesljivost podjetniških samoocenjenih aspiracij po rasti, vključenih v raziskavo, bi bilo priporočljivo izračunati korelacije med temi ocenami aspiracij po rasti in objektivnimi merili rasti, kot so npr. prodaja, zaposlenost in rast premoženja podjetja. Razvoj longitudinalne raziskave bi nam omogočil ocenjevanje vpliva več spremenljivk na podjetniške aspiracije po rasti in omogočil, da temeljito proučimo povezavo med aspiracijami po rasti zgodnjih podjetnikov in njihovim dolgoročnim uspehom.

Literatura

1. Bosma, N., S. Wennekers in J. E. Amorós (2012). *Global Entrepreneurship Monitor, 2011 Extended Report: Entrepreneurial Employees across the Globe*. Babson Park, MA, US: Babson College, Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo, Kuala Lumpur, Malaysia: Universiti Tun Abdul Razak, London, UK: Global Entrepreneurship Research Association.
2. Davidsson, P., in J. Wiklund (1999). *Theoretical and Methodological Issues in the Study of Firm Growth*. [Jonkoping international business school working paper series 1999-6]. Švedska [online]. Dosegljivo 20. maja 2007 na: http://www.ihh.hj.se/eng/research/publications/wp/jibs_workingpaper1999.htm.
3. Galende, J. (2006). Analysis of Technological Innovation from Business Economics and Management. *Technovation* 26: 300–311. <http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2005.04.006>
4. Hessels, J., M. van Gelderen in R. Thurik (2008). Drivers of Entrepreneurial Aspirations at the Country Level: The Role of Start-Up Motivations and Social Security. *International Entrepreneurship and Management Journal* 4: 401–417. <http://dx.doi.org/10.1007/s11365-008-0083-2>
5. Kafouros, M. I., P. J. Buckley, J. A. Sharp in C. Wang (2008). The Role of Internationalization in Explaining Innovation Performance. *Technovation* 28: 63–74. <http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2007.07.009>
6. Kelley, D., N. Bosma in J. E. Amorós (2011). *Global Entrepreneurship Monitor, 2010 Global Report*. MA: Babson College, Universidad del Desarrollo, London Business School, and GERA.
7. Knight, F. H. (1921). *Risk, Uncertainty and Profit*. Boston, MA: Hart, Schaffner & Marx; Houghton Mifflin Co.
8. Koellinger, P. (2008). Why Are Some Entrepreneurs More Innovative Than Others? *Small Business Economics* 31 (1): 21–37. <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-008-9107-0>
9. Kyläheiko, K., A. Jantunen, K. Puumalainen, S. Saarenketo in A. Tuppurä (2011). Innovation and Internationalization as Growth Strategies: The Role of Technological Capabilities and Appropriability. *International Business Review* 20: 508–520. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ibusrev.2010.09.004>
10. Liao, J., in H. Welsch (2003). Social Capital and Entrepreneurial Growth Aspiration: A Comparison of Technology- and Non-Technology-Based Nascent Entrepreneurs. *Journal of High Technology Management Research* 14: 149–170. [http://dx.doi.org/10.1016/S1047-8310\(03\)00009-9](http://dx.doi.org/10.1016/S1047-8310(03)00009-9)
11. Maki, K., in T. Pukkinen (2000). Barriers to Growth and Employment in Finnish Small Enterprises. V *ICSB World Conference 2000* (str. 1–18). Brisbane, Australia, junij.
12. Minnitti, M., W. Bygrave in E. Autio, E. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor – 2005 Executive Report*. Wellesley, MA: Babson College.
13. Močnik, D., in K. Širec (2010). The Determinants of Internet Use Controlling for Income Level: Cross-Country Empirical Evidence. *Information Economics and Policy* 22 (3): 243–256. <http://dx.doi.org/10.1016/j.infoecopol.2010.01.002>
14. Morris, R. (2011). *High-Impact Entrepreneurship Global Report 2011*. Dosegljivo 9. septembra 2012 na: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/295>.
15. Park, J. S. (2005). Opportunity Recognition and Product Innovation in Entrepreneurial Hi-tech Start Ups: A New Perspective and Supporting Case Study. *Technovation* 25: 739–742. <http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2004.01.006>
16. Pete, S., A. Nagy, D. Matis, L. Z. Györfy, A. Benyovszki in T. P. Petru (2011). Early-Stage Entrepreneurial Aspirations in Efficiency-Driven Economies. *Romanian Journal of Economic Forecasting* 2, 5–18.
17. Rebernik, M., P. Tominc, K. Crnogaj, K. Širec, B. Bradač Hojnik in M. Rus (2014). *Spregleđan podjetniški potencial mladih: GEM Slovenija 2013*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
18. Širec, K. (2011). Izzivi in predlog multidimenzionalnega modela proučevanja rasti malih in srednje velikih podjetij. *Naše gospodarstvo* 57 (5/6): 20–29.
19. Širec, K., in Močnik, D. (2012). Determinants of the Level of Entrepreneurial Growth: Empirical Evidence from Slovenian High-Growth Firms. V *Entrepreneurship and Creation of Wealth for Economics, Organizations and People: Book of Abstracts* (str. 143). Brussels: RENT XXVI conference papers.
20. Širec, K., in D. Močnik, (2010). How Entrepreneurs' Personal Characteristics Affect SMEs' Growth. *Naše gospodarstvo* 56 (1/2): 3–12.

21. The Economist (2012). *European Entrepreneurs: Les Miserable*. Berlin, Madrid and Paris. Dosegljivo 10. maja 2012 na: <http://www.economist.com/node/21559618>.
22. The World Bank. *GDP per capita (current US\$)*. Dosegljivo 24. septembra 2014 na: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?page=1>.
23. Tominc, P., in M. Rebernik (2011). Entrepreneurship and Development in Southeast Europe: Global Entrepreneurship Monitor Evidence. V 2. *Međunarodna naučna konferencija "Ekonomija integracija": izazovi i perspektive integracija zemalja Jugoistočne Evrope: zbornik međunarodnog znanstvenog skupa*. Tuzla: Ekonomski fakultet, 8. do 9. 12. 2011.
24. Verheul, I., in L. van Mil (2011). What Determines the Growth Ambition of Dutch Early-Stage Entrepreneurs? *International Journal of Entrepreneurial Venturing* 3 (2): 183–207. <http://dx.doi.org/10.1504/IJEV.2011.039340>
25. Westhead, P., M. Wright in D. Ucbasaran (2001). The Internationalization of New and Small Firms: A Resource-Based View. *Journal of Business Venturing* 16: 333–358. [http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00063-4](http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00063-4)



Dijana Močnik je bila rojena v Mariboru. Na Ekonomsko-poslovni fakulteti (EPF) je študirala ekonomijo in leta 1998 doktorirala. Po prvostopenjski diplomii je osem let delala v gospodarstvu. Leta 1993 se je zaposlila na EPF, od leta 2001 pa je zaposlena na Fakulteti za elektrotehniko, računalništvo in informatiko, kjer poučuje predmete s področja ekonomije, menedžmenta in podjetništva. Kot članica raziskovalne skupine sodeluje z Inštitutom za podjetništvo in management malih podjetij na EPF.

***Dijana Močnik** was born in Maribor. She studied economics at the Faculty of Economics and Business (FEB), where she received her PhD in 1998. After graduating, she worked for eight years in the business economy. In 1993, she was employed at the FEB, and since 2001 she has been employed at the Faculty of Electrical Engineering and Computer Science, where she teaches courses in economics, management, and entrepreneurship. As a researcher, she cooperates as a member of the Institute for Entrepreneurship and Small Business Management at FEB.*



Karin Širec je doktorirala na Ekonomsko-poslovni fakulteti v Mariboru. Po končanem študiju prve stopnje se je kot mlajša svetovalka zaposlila v gospodarstvu. Od leta 1996 je zaposlena na Ekonomsko-poslovni fakulteti. Kot članica raziskovalne skupine Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij sodeluje pri dveh longitudinalnih raziskavah s področja podjetništva, in sicer Slovenskem podjetniškem observatoriju in Globalnem podjetniškem monitorju. Hkrati je tudi slovenska predstavica mednarodne raziskovalne skupine za raziskovanja ženskega podjetništva DIANA.

***Karin Širec** received her PhD in economics from the Faculty of Economics and Business in Maribor (FEB). After graduating, she worked as a young counselor in a business firm. Since 1996, she has worked at the FEB. As a member of the research group at the Institute for Entrepreneurship and Small Business Management at FEB, she participates in two longitudinal studies in the field of entrepreneurship—namely, the Slovenian Entrepreneurship Observatory and the Global Entrepreneurship Monitor. She is also a Slovenian representative of an international research group on female entrepreneurship research called DIANA.*