

**Jana Hojnik**

Univerza na Primorskem,  
Fakulteta za management  
jana.hojnik@fm-kp.si

**Tina Bratkovič Kregar**

Univerza na Primorskem,  
Fakulteta za management  
tina.bratkovic.kregar@fm-kp.si

**Doris Gomezelj Omerzel**

Univerza na Primorskem,  
Fakulteta za management  
doris.gomezelj@fm-kp.si

## Podjetniška namera študentov in njihovo zaznavanje ovir v okolju

Z raziskavo smo želeli preučiti, kako študenti zaznavajo ovire za vstop v podjetništvo. Na podlagi podatkov, zbranih s pomočjo vprašalnika na vzorcu 193 študentov Univerze na Primorskem, smo identificirali pet skupin ovir za podjetništvo. V nadaljevanju smo s pomočjo klastrske analize študente iz vzorca razdelili v štiri skupine glede na njihovo zaznavanje ovir za podjetništvo. Slednje nam je omogočilo identificirati tiste skupine študentov, ki imajo največji potencial za podjetništvo (t. i. potencialni in delni podjetniki), in hkrati pridobiti informacije o tem, katere so najpomembnejše ovire, ki študente odvrčajo od podjetniške poti. Skladno s tem smo oblikovali predloge, s katerimi lahko na učinkovit način naslavljamo zaznane ovire za podjetništvo ter krepimo podjetniške kompetence študentov, ki so potrebne za ustanovitev podjetja in uspešno podjetniško pot.

*Ključne besede:* podjetništvo, podjetniška namera, ovire za podjetništvo, študenti, Slovenija

### Entrepreneurial Intention of Students and Their Perception of Obstacles in the Environment

The aim of this study is to analyze how students perceive barriers to entrepreneurship. Based on data collected by a questionnaire on a sample of 193 students from University of Primorska (Slovenia), we identified five factors related to barriers to entrepreneurship. By adopting a cluster analysis, we divided the sample into four distinct groups of students based on their perceived barriers to entrepreneurship. The latter enabled us to identify the group of students with the highest potential for entrepreneurship (i. e. prospective and limited entrepreneurs) and according to this provide advise on how to decrease the perceived barriers and contribute to the development of competencies that are necessary for starting their own business.

*Keywords:* entrepreneurship, entrepreneurial intentions, barriers to entrepreneurship, students, Slovenia



<https://doi.org/10.26493/1854-4231.16.17-23>

### Podjetništvo in mladi

Podjetniki s svojimi inovativnimi podjetniškimi idejami vsak dan pomembno prispevajo h gospodarskemu razvoju posameznih držav in k dvigu splošne blaginje družbe. Mala in srednje velika podjetja (MSP) so že dlje časa prepoznana kot glavni steber gospodarstva Evropske unije (EU) in predstavljajo gonilna silo inovativnosti, razvoja in napredka. Zato nas številna prizadevanja za spodbujanje podjetniške miselnosti, posebej med mladimi, in dvig podjetniškega duha na državni, regionalni in lokalni ravni več ne presenečajo. Spodbujanje podjetništva znotraj različnih panog, starostnih skupin in držav je po-

stala prioriteta EU. Države so spoznale, da na razvoj regije vpliva predvsem razvijanje njenega notranjega potenciala, zato sta v zadnjih letih v ospredju predvsem skrb za obstoječa podjetja v regiji kot tudi razvijanje instrumentov, ki spodbujajo samozaposlovanje (Evropska komisija 2014). V okviru programov spodbujanja zaposlovanja se posebno pozornost posveča mladim med 15. in 24. letom starosti, pri katerih stopnja brezposelnosti že od leta 2008 ostaja na visoki ravni. V nekaterih državah EU je stopnja brezposelnosti v tej starostni skupini v letu 2013 prerastla 50 odstotkov (npr. Hrvaška, Španija, Grčija). *Do danes je sicer stopnja brezposelnosti v večini držav padla, a*

podatki kažejo, da je bilo avgusta 2020 med mladimi v EU še vedno 20 odstotkov brezposelnih (Evropski parlament 2017).

Kljub številnim prizadevanjem (kot npr. programi podjetniškega usposabljanja, start-up vikendi/delavnice, hekatoni, natečaji, finančne spodbude ipd.), da bi spodbudili podjetniško aktivnost med mladimi, izkoristili njihov potencial in spodbudili njihovo inovativnost ter ustvarjalnost, pa se le manjši odstotek mladih, ki vsako leto uspešno zaključi študij, odloči za ustanovitev lastnega podjetja. Le malokdo po študiju izkaže željo po ustanovitvi lastnega podjetja in v podjetništvu prepozna karierno priložnost oz. alternativo zaposlitvi v uveljavljenem podjetju. Večina jih raje poišče drugo vrsto plačane zaposlitve. Raziskave kažejo, da je bilo v začetku drugega tisočletja manj kot 10 % mladih vključenih v podjetništvo (Israr in Saleem 2018). Raziskava na vzorcu mladih posameznikov iz Velike Britanije, starih med 15 in 18 let, je pokazala, da bi se štirje od petih posameznikov raje zaposlili v podjetju, kot pa ustanovili lastno podjetje (Bric 2017). Do podobnih ugotovitev so prišli v okviru raziskave med evropskimi študenti, kjer so podatki pokazali, da je zgolj desetina študentov zainteresiranih za ustanovitev lastnega podjetja v obdobju treh let po prejemu diplome (Israr in Saleem 2018). Želja po stabilni zaposlitvi prevladuje tudi med mladimi v Sloveniji (Bric 2017).

Pri odločanju za podjetništvo in pred prvim korakom proti samostojni podjetniški poti gre venomer za presojanje razlogov za zaposlitev v uveljavljenem podjetju v primerjavi z razlogi za ustanovitev lastnega podjetja. Stabilnost in varnost zaposlitve sta dva dejavnika, ki posameznike pogosto prepričata v iskanje zaposlitve v že uveljavljenem podjetju. Kateri pa so najpogostejši motivi, zaradi katerih se posameznik odloči za podjetništvo? V nadaljevanju povzemamo ugotovitev raziskave Globalni podjetniški monitor (GEM) glede najpogostejših razlogov za ustanovitev lastnega podjetja.

V okviru raziskave GEM razloge za ustanovitev lastnega podjetja delijo v štiri skupine, in sicer: (1) želja po ustvarjanju sprememb v svetu, (2) želja po ustvarjanju premoženja oz. višjega dohodka, (3) želja po nadaljevanju družinskega podjetja oz. tradicije ter (4) potreba po preživetju. *Leta 2019 je bilo ugotovljeno, da se je kar 60,1 % zgodnjih podjetnikov<sup>1</sup> v Sloveniji za samostojno podje-*

*tniško pot odločilo zaradi preživetja, 48,2 % zgodnjih podjetnikov pa se je za podjetništvo odločilo zaradi želje po tem, da bi v svetu nekaj spremenili. Na tretjem mestu sledijo posamezniki, ki so se za ustanovitev lastnega podjetja odločili zaradi želje po ustvarjanju premoženja oz. večjega dohodka (47,1 %). Nadaljevanje družinske podjetniške tradicije se je kot razlog za ustanovitev podjetja znašlo na četrtem mestu s 23,2 % posameznikov (Rebernik in Širec 2020).*

Omenili smo, da imajo mladi neprecenljiv potencial, ki pa ga ne znajo vedno unovčiti. Če želimo spodbuditi podjetniško aktivnost med njimi, moramo najprej ugotoviti, kateri dejavniki vplivajo na njihovo odločitev za samostojno podjetniško pot, in hkrati razumeti, kaj jih pri tem ovira oz. zavira. Z učinkovitim prepoznavanjem ovir in še bolj z uspešnim reševanjem le-teh lahko oblikovalci politik in odločevalci uspešno odpravljajo prepreke za podjetništvo in oblikujejo okolje, ki bo spodbudno vplivalo na podjetniško namero mladih. V nadaljevanju na kratko predstavljamo podjetniško namero in njeno vlogo pri odločitvi posameznika za podjetništvo.

### Podjetniška namera študentov

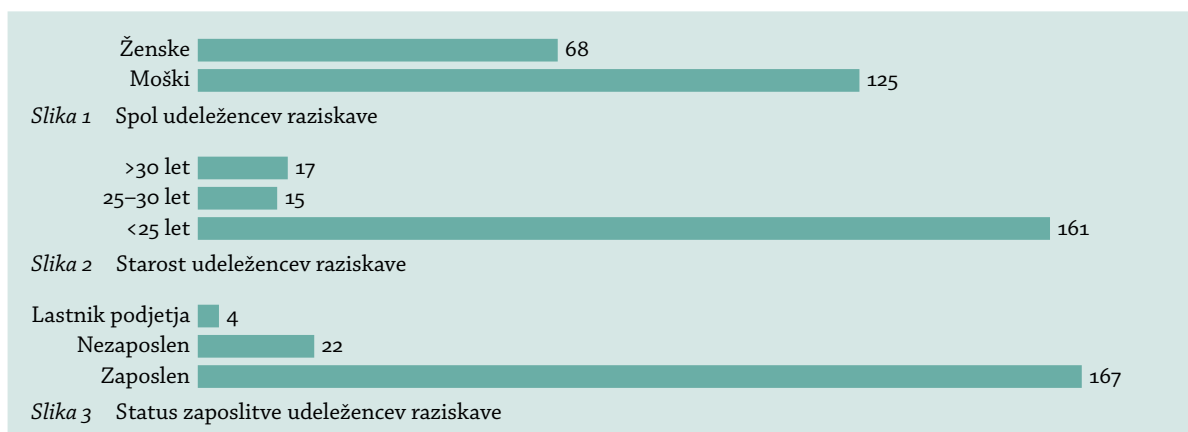
Pretekle raziskave potrjujejo močno povezavo med podjetniško namero in dejanskim uresničevanjem podjetniških zamisli, zato je razumevanje podjetniške namere in njenih dejavnikov ključno pri spodbujanju podjetništva. Dermol in Rožmanova (2014) podjetniško namero opisujeta kot stanje duha, ki posameznika usmerja in vodi aktivnosti v smeri razvoja nekega poslovnega koncepta in pomembno vpliva na njegovo kritično ter strateško razmišljanje.

Posamezniki se razlikujejo glede na prisotnost podjetniške namere, kar je posledica različnih dejavnikov tako na individualni kot tudi družbeni ravni, kot so npr. osebnostne lastnosti, motivacija, izobrazba, politični in ekonomski dejavniki, ovire v okolju itd. V preteklih raziskavah so bile v povezavi s podjetniško namero med najpogostejše analiziranimi osebnostnimi lastnostmi inovativnost, samoučinkovitost, samozaupanje, na-

---

uvrščamo posameznike, ki so dejansko že začeli izvajati aktivnosti za ustanovitev podjetja ali so podjetje že ustanovili pred manj kot tremi meseci. Med nove podjetnike pa sodijo tudi posamezniki, ki imajo podjetje več kot tri mesece in izplačujejo plače, vendar ne več kot tri leta in pol. Celotno zgodnjo podjetniško aktivnost merimo z indeksom zgodnje podjetniške aktivnosti – TEA (angl. *total early-stage entrepreneurial activity*) (IPMMP b.l.).

<sup>1</sup> Celotno zgodnjo podjetniško aktivnost sestavljajo nastajajoči in novi podjetniki. Med nastajajoče podjetnike



klonjenost tveganju in marljivost (Remeikiene, Startiene in Dumciuviene 2013). Zlasti samoučinkovitost se je izkazala kot zelo pomemben dejavnik uresničevanja podjetniške namere. Opredelimo jo lahko kot prepričanje posameznika v njegove sposobnosti za uspešno izvajanje nalog in dosego zastavljenih ciljev. Pri podjetniški samoučinkovitosti so naloge in cilji vezani na področje podjetništva.

Po raziskavi GEM se Slovenija glede na zaupanje v lastne podjetniške kompetence, potrebne za začetek posla, uvršča nad evropsko povprečje, in sicer je v letu 2019 57,46 % posameznikov menilo, da ima potrebne podjetniške kompetence (povprečje evropskih držav znaša 50,61 %). Glede na dejstvo, da se več kot polovica anketiranih čuti sposobne biti podjetnik, pa lahko vidimo, da je odstotek glede podjetniške namere precej nižji. V letu 2019 je v Sloveniji namero po ustanovitvi lastnega podjetja izkazalo 16,6 % ljudi, kar državo uvršča na šesto mesto na lestvici evropskih držav (Rebernik in Širec 2020).

Kljub temu, da raziskave kažejo povezavo med podjetniško namero in kasnejšo podjetniško aktivnostjo, pa še vedno obstaja pomemben in velik razkorak med obema. Poleg dejavnikov na individualni ravni podjetniško namero namreč določa tudi okolje, v katerem posameznik živi. V mnogih državah je neustrezno podjetniško okolje odgovorno za nizko stopnjo podjetniške aktivnosti med prebivalstvom. Slednje nakazuje na potrebo po hkratnem spodbujanju podjetništva in zmanjšanju zaznanih ovir zanj v okolju.

S prepoznavanjem glavnih ovir za podjetništvo med mladimi lahko prispevamo k boljšemu razumevanju procesa, kako se posameznik odloča za podjetništvo, razumemo njegove strahove in zdržke ter skladno s tem oblikujemo ukrepe, ki bodo učinkovito naslavljali prepoznane ovire. V nadaljevanju predstavljamo izsledke raziskave

glede zaznanih ovir za podjetništvo med študenti, ki je izvedena med študenti Univerze na Primorskem.

### Ovire za vstop v podjetništvo

Strah pred morebitnim neuspehom, pomanjkanje znanja, birokratske ovire, šibka podpora vladnih politik, pomanjkanje finančnih sredstev ipd. so razlogi, ki marsikaterega posameznika odvrnejo od podjetniške poti. Nedavna raziskava med evropskimi študenti poslovnih ved je pokazala, da med študenti kot največji oviri za podjetništvo veljata pomanjkanje denarja in pomanjkanje veščin (Iakovleva idr. 2014). Do podobnih ugotovitev so prišli v okviru raziskave med grškimi študenti, ki so sicer izkazali pozitiven odnos do podjetništva, a so hkrati izrazili prepričanje, da niso dovolj pripravljeni za samozaposlitev (Fafaliou 2012).

Zaviralnih dejavnikov je torej več in se prav tako kot dejavniki podjetniške namere razlikujejo po posameznikih. Z namenom boljšega razumevanja problematike na slovenskih tleh smo na Univerzi na Primorskem izvedli raziskavo glede zaznavanja ovir za podjetništvo med študenti. Ker študenti predstavljajo mlade odrasle, ki bodo v kratkem vstopili na trg dela in iskali zaposlitvene priložnosti, smo jih identificirali kot najprimernejšo populacijo za izbrano raziskavo. Podatki so bili zbrani s pomočjo vprašalnika, ki je temeljil na predhodno razvitih merah po Brancujevi, Munteanuju in Gligorjevi (2012) in je skupno zajemal 22 trditvev, vezanih na ovire za podjetništvo. Anketiranci so s pomočjo petstopenjske Likertove lestvice izrazili, v kolikšni meri se strinjajo s posameznimi trditvami (1 – nikakor se ne strinjam, 5 – popolnoma se strinjam).

Na anketni vprašalnik je odgovorilo 193 študentov Univerze na Primorskem, od tega 125 žensk (64,8 %) in 68 moških (35,2 %) (slika 1). Glede sta-

Preglednica 1 Skupine študentov glede na zaznane ovire

	Skupina 1 Nepodjetniki	Skupina 2 Iskalci užitek	Skupina 3 Potenc. podjetniki	Skupina 4 Delni podjetniki
Sredstva	-0,4	0,4	-0,6	0,2
Osebna pričakovanja in strahovi	0,1	0,3	-1,2	0,4
Politično-ekonomsko okolje	0,3	0,1	-0,7	0,1
Podjetniški življenjski slog	1,1	0,1	-0,5	-0,8
Družbeno okolje	-0,5	-0,9	0,1	-0,8

rosti je bila razporeditev vzorca naslednja: mlajši od 25 let (161; 83,4 %), med 25 in 30 let (15; 7,8 %), starejši od 30 let (17; 8,8 %) (slika 2). Večina študentov iz vzorca je bilo dodiplomskih študentov (157; 81,3 %), ostali so bili podiplomski študenti (36; 18,7 %). Med študenti iz vzorca je bilo 167 (86,5 %) študentov nezaposlenih, 22 (11,4 %) zaposlenih, štirje (2,1 %) pa so bili lastniki podjetja (slika 3). V času raziskave je bilo 14 (7,3 %) študentov brez opravljenega podjetniškega predmeta, 140 (72,5 %) z enim opravljenim podjetniškim predmetom in 39 (20,2 %) z dvema ali več opravljenimi podjetniškimi predmeti.

Zbrani podatki so bili analizirani s pomočjo statističnega programa SPSS z uporabo eksploratorne faktorske analize in klastrske analize. Z eksploratorno faktorsko analizo smo ovire za podjetništvo razvrstili v pet skupin, in sicer (1) sredstva, (2) osebna pričakovanja in strahovi, (3) politično-ekonomsko okolje, (4) podjetniški življenjski slog in (5) družbeno okolje. V nadaljevanju je bila uporabljena klastrska analiza, s pomočjo katere smo študente iz vzorca glede na zaznane ovire za podjetništvo razvrstili v štiri različne skupine (preglednica 1): (1) nepodjetniki, (2) iskalci užitek, (3) potencialni podjetniki in (4) delni podjetniki. V nadaljevanju so podani opisi posameznih skupin študentov.

*Nepodjetniki* predstavljajo skupino študentov, ki kot zaviralce podjetništva oz. ovire za samostojno podjetniško pot zaznavajo vseh pet identificiranih skupin ovir: sredstva, osebna pričakovanja in strahove, politično-ekonomsko okolje, podjetniški življenjski slog in družbeno okolje. Na podlagi ugotovljenega ocenjujemo, da je motiviranje posameznikov iz skupine *nepodjetnikov* za samostojno podjetniško pot izredno težko, če ne nemogoče, saj v okolju zaznavajo številne ovire, hkrati pa v podjetništvu ne vidijo priložnosti. Drugo skupino študentov smo poimenovali *iskalci užitek* in predstavljajo posameznike, ki največjo oviro za samostojno podjetniško pot prepozna-

vajo v življenjskem slogu podjetnikov. Osebna pričakovanja/strahovi in politično-ekonomsko okolje zanje predstavljajo manjšo oviro za podjetništvo, medtem ko sredstev in družbenega okolja sploh ne zaznavajo kot oviri za podjetništvo. Kljub temu menimo, da je za to skupino posameznikov malo verjetno, da se bodo v prihodnje odločili za podjetništvo, saj življenjski slog podjetnikov, ki je zaznamovan z dolgim in kontinuiranim delovnikom, nedorečenim delovnim časom in neplačanim dopustom zanje predstavlja pomembno oviro za podjetništvo.

V nasprotju s prvima dvema skupinama študentov sta naslednji dve (*potencialni podjetniki* in *delni podjetniki*) bolj naklonjeni podjetništvu, zaradi česar ocenjujemo, da je največ pozornosti in ukrepov za spodbujanje podjetništva potrebno usmerjati vanju. S tem lahko zagotovimo najboljše pogoje, da bodo ti posamezniki nekega dne svojo podjetniško namero tudi dejansko uresničili. Tretjo skupino študentov smo tako poimenovali *potencialni podjetniki*, saj je za njih značilno, da večine dejavnikov ne zaznavajo kot ovire za podjetništvo (sredstva, osebna pričakovanja/strahovi, politično-ekonomsko okolje in podjetniški življenjski slog), kot oviro prepoznavajo le družbeno okolje, čeprav tudi v tem primeru povprečne vrednosti niso bile visoke. Študenti iz te skupine ocenjujejo, da s strani družine in prijateljev nimajo zadostne podpore pri morebitni ustanovitvi podjetja. Navedeno nakazuje potrebo po večji proaktivnosti profesorjev, mentorjev in drugih podpornih služb na fakultetah ter večjo vpetost institucij iz podpornega okolja za podjetništvo pri nujenju ustrezne podpore izbranim študentom, in sicer lahko v obliki dodatnih usposabljanj, individualnih svetovanj in možnosti povezovanja s ključnimi deležniki podjetniškega ekosistema. Četrto skupino študentov smo poimenovali *delni podjetniki*, saj ovire za podjetništvo zaznavajo v sredstvih, osebnih pričakovanjih/strahovih in politično-ekonomskem okolju, ne pa v podje-

Preglednica 2 Demografske značilnosti posameznih skupin študentov

Značilnost	Kategorija	Vzorec		Skupina 1 Nepodjetniki		Skupina 2 Iskalci užitkov		Skupina 3 Potencialni podjetniki		Skupina 4 Delni podjetniki	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Spol	Ženske	125	64,8	50	79,4	28	62,2	17	51,5	29	58,0
	Moški	68	35,2	13	20,6	17	37,8	16	48,5	21	42,0
Starost	Mlajši od 25 let	161	83,4	58	92,1	37	82,2	24	72,7	40	80,0
	Med 25 in 30 let	15	7,8	3	4,8	2	4,4	4	12,1	6	12,0
	Več kot 30 let	17	8,8	2	3,2	6	13,3	5	15,2	4	8,0
Raven študija	B1 (dodip.) 1. letnik	2	1,0	1	1,6	0	0	1	3,0	0	0,0
	B1 (dodip.) 2. letnik	116	60,1	43	68,3	25	55,6	20	60,6	26	52,0
	B1 (dodip.) 3. letnik	34	17,6	9	14,3	7	15,6	5	15,2	13	26,0
	B1 (dodip.) Absolvent	5	2,6	1	1,6	2	4,4	1	3,0	1	2,0
	B2 (podip.) 1. letnik	30	15,5	8	12,7	8	17,8	4	12,1	10	20,0
	B2 (podip.) 2. letnik	6	3,1	1	1,6	3	6,7	2	6,1	0	0,0
Status	Nezaposlen	167	86,5	58	92,1	35	77,8	25	75,8	47	94,0
	Zaposlen	22	11,4	4	6,3	10	22,2	5	15,2	3	6,0
	Lastnik svojega podjetja	4	2,1	1	1,6	0	0	3	9,1	0	0,0
Število obiskanih podjet. predmetov	Nič predmetov	14	7,3	1	1,6	3	6,7	3	9,1	7	14,0
	En predmet	140	72,5	48	76,2	30	66,7	26	78,8	35	70,0
	Dva ali več predmetov	39	20,2	14	22,2	12	26,7	4	12,1	8	16,0
Podjetniška namera	Da	81	41,9	19	30,2	17	37,8	23	69,7	22	44,0
	Ne	109	56,5	44	69,8	28	62,2	10	30,3	27	54,0

Notes f – frekvenca.

tniškem življenjem slogu in družbenem okolju. Slednje pomeni, da ti študenti lahko v prihodnje postanejo podjetniki iz nuje ali prepoznane priložnosti. Zato je za pripadnike te skupine še posebej pomembno, da so v okviru študija deležni ustreznega podjetniškega izobraževanja, saj lahko s tem krepijo lastno ustvarjalnost, usmerjenost v reševanje težav ter zaznavanje priložnosti in pri tem osvojijo še vrsto drugih kompetenc, ki so potrebne za samostojno podjetniško pot. Z ustreznim učnim okoljem, ki študentom omogoča izkustveno učenje preko povezovanja teorije in prakse, lahko v teh študentih vzbudimo zanimanje za podjetništvo, jih opremimo s potrebnim znanjem in jih usmerimo na samostojno podjetniško pot. Ob tem pa je nadvse pomembno, da jim skozi izobraževalni proces ne omogočimo zgolj pridobivanja podjetniških kompetenc, temveč tudi okrepimo občutek zaupanja v lastne sposobnosti (t. i. samoučinkovitost), zlasti prepričanje, da so sposobni uspešno voditi lastno podjetje. Na podlagi analize zaznavanja ovir za podjetništvo med študenti lahko trdimo, da imata največ možnosti za

samostojno podjetniško pot skupini tri (*potencialni podjetniki*) in štiri (*delni podjetniki*).

Preglednica 2 prikazuje demografske značilnosti posameznih skupin študentov, ki smo jih oblikovali s pomočjo klastrske analize. Skupino *nepodjetniki* sestavljajo večinoma študentke (79,4 %), ki so mlajše od 25 let (92,1 %), obiskujejo drugi letnik dodiplomskega študijskega programa (68,3 %), so v večini nezaposlene (92,1 %) in so v času do raziskave obiskale en podjetniški predmet. Glede podjetniške namere smo ugotovili, da večina od njih v naslednjih treh letih ne namerava ustanoviti lastnega podjetja (69,8 %).

Skupino *iskalci užitkov* prav tako večinoma sestavljajo ženske (62,2 %), ki so mlajše od 25 let (82,2 %), obiskujejo drugi letnik dodiplomskega študijskega programa (55,6 %), so v večini nezaposlene (77,8 %) in so v obdobju do raziskave obiskale en podjetniški predmet (66,7 %). Več kot polovica študentov iz te skupine v naslednjih treh letih ne namerava ustanoviti lastnega podjetja (62,2 %).

V tretji skupini, ki zajema *potencialne podje-*



tnike, je delež žensk in moških skoraj enakoverden (48,5 % moških in 51,5 % žensk) in večina je mlajših od 25 let (72,7 %). Podobno kot v prvi in drugi skupini študentov je tudi v tretji skupini največ dodiplomskih študentov, ki obiskujejo drugi letnik študija (60,6 %). Med *potencialnimi podjetniki* je prav tako največ nezaposlenih študentov (75,8 %), ki so v času do raziskave obiskali en podjetniški predmet (78,8 %). Za razliko od prvih dveh skupin je večina študentov iz te skupine izrazila namero po ustanovitvi lastnega podjetja v naslednjih treh letih (69,7 %).

V zadnji skupini, ki smo jo poimenovali *delni podjetniki*, prevladujejo ženske (58 %), ki obiskujejo drugi letnik dodiplomskega študija (52 %) in so mlajše od 25 let (80 %). Večina posameznikov v skupini je nezaposlenih (94 %) in z enim podjetniškim predmetom (70 %). Glede podjetniške namere smo ugotovili, da je v skupini nekoliko več študentov, ki v naslednjih treh letih ne namerava ustanoviti lastnega podjetja (54 %), v primerjavi s študenti, ki so izrazili namero po ustanovitvi lastnega podjetja (44 %).

Z razvrstitvijo študentov v različne skupine glede na ovire, ki jih zaznavajo pri potencialni samostojni podjetniški poti, smo pridobili podrobnejše informacije o tem, katera skupina študentov je najbolj naklonjena podjetništvu in v največji meri izkazuje namero po ustanovitvi lastnega podjetja. Na podlagi vpogleda v ovire, ki jih zaznavajo študenti znotraj posameznih skupin, smo pridobili znanje, s katerim lahko učinkovito naslavljamo prepoznane ovire in ustvarimo spodbudno okolje, v katerem bodo študenti lahko uresničili svojo podjetniško namero, predvsem pa bodo na to pot stopili bolj opremljeni.

### **Kako lahko torej prispevamo k večji podjetniški aktivnosti med mladimi?**

Evropski parlament in Svet Evropske unije sta leta 2006 *podjetnost* uvrstila med osem ključnih kompetenc za vseživljenjsko učenje. Podjetnost kot kompetenca je bila opredeljena kot zmožnost izkoriščanja priložnosti in uresničevanja zamisli ter pretvarjanja teh priložnosti in zamisli v vrednost za druge (Priporočilo Sveta z dne 22. maja 2018 o ključnih kompetencah za vseživljenjsko učenje 2018). Zato je pomembno, da mladim v okviru izobraževalnega procesa omogočimo razvijanje te kompetence. Menimo, da je treba k reševanju težave pristopiti celostno in podjetniško znanje, kompetence ter večšine razvijati na vseh ravneh izobraževalnega procesa (od primarne do terciarne), s čimer bomo spodbu-

jali inovativnost, proaktivnost in kritično mišljenje mladih, jih usmerjali v reševanje težav, krepili njihov občutek samoučinkovitosti ter s tem posredno tudi njihovo podjetniško namero. Podjetniške vsebine bi tako morale postati obvezna sestavina učnih načrtov že na osnovnih in srednjih šolah ter sestavni del študijskih programov tako poslovnih šol kot tudi šol z drugih področij (npr. zdravstva, naravoslovja, humanistike, pedagogike ipd.). Pri tem ne zadoštuje zgolj podajanje podjetniških vsebin, temveč je treba učencem in študentom omogočiti izkustveno učenje, ki bo preko povezovanja teorije in prakse zagotovilo uspešnejši ter učinkovitejši proces učenja. V izobraževanje je potrebno vključevati podjetnike in študentom približati uspešne podjetniške zgodbe iz lokalnega okolja, s katerimi se lahko identificirajo in v njih prepoznajo navdih. Tudi podjetniški dogodki (npr. konference, delavnice, okrogle mize, start-up vikendi ipd.) in natečaji za izbor inovativnih poslovnih idej (npr. na Univerzi na Primorskem vsako leto poteka festINNO, <http://www.inno.si/festinno/>) za mlade posameznike predstavljajo dragoceno izkušnjo, saj so odličen vir znanja, mehkih veščin in možnosti povezovanja.

Vzporedno s krepitvijo podjetniških kompetenc in znanj pa je enako pomembno tudi graditi na podpornem okolju, ki bo prilagojeno posebnostim lokalnega okolja in bo spodbudno vplivalo na rast ter razvoj obstoječih podjetij in nastanek novih. Dostop do znanja, kapitala in trgov, obstoj inkubatorjev, pospeševalnikov in številnih priložnosti za sodelovanje ter povezovanje so zgolj nekateri od najpomembnejših elementov vsakega dobrega podjetniškega ekosistema.

Če želimo, da se bodo mladi pogosteje in pogumneje podajali v podjetništvo, pa nenazadnje potrebujemo tudi družbo, v kateri bodo napake dovoljene, neuspeh pa ne bo pomenil stigme, temveč zgolj priložnost za učenje. Kot pogosto slišano med podjetniki: »Reward success and failure, punish inaction« (»Naj se nagrajujeta zmaga in poraz, naj se kaznuje neaktivnost«).

### **Literatura**

- Brancu, L., V. Munteanu in D. Gligor. 2012. »Study on Student«s Motivations for Entrepreneurship in Romania.« *Procedia: Social and Behavioral Sciences* 62:223–231.
- Bric, U. 2017. »Podjetništvo? Mladi odgovarjajo: Ne, hvala!« *Svet kapitala*. <https://svetkapitala.delo.si/finance/podjetnistvo-mladi-odgovarjajo-ne-hvala>.
- Dermol, V., in L. Rožman. 2014. »Model spodbujanja podjetništva 2014.« V *Spodbude podjetništvu in pod-*

- jetnosti v Sloveniji, ur. V. Dermol, 19–32. Celje: Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije.
- Evropska komisija. 2014. *Izvajanje Akta za mala podjetja na regionalni ravni*. Zbirka vodnikov Kako podpirati politiko MSP iz strukturnih skladov? [Bruselj:] Evropska komisija. <https://www.eu-skladi.si/sl/dokumenti/publikacije/5.pdf>.
- Evropski parlament. 2017. »Brezposelnost mladih: Kako lahko ukrepa EU?« <https://www.europarl.europa.eu/news/sl/headlines/priorities/socialna-varnost-in-vkljucenost/20171201STO89305/brezposelnost-mladih-kako-lahko-ukrepa-eu>.
- Fafaliou, I. 2012. »Students« Propensity to Entrepreneurship: An Exploratory Study from Greece.« *International Journal of Innovation and Regional Development* 4 (3–4): 293–313.
- Iakovleva, T. A., L. Kolvereid, M. J. Gorgievski in O. Sørhaug, 2014. »Comparison of Perceived Barriers to Entrepreneurship in Eastern and Western European Countries.« *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management* 18 (2–3): 115–133.
- IPMMP. B. l. »Metodologija GEM.« <https://ipmmp.um.si/globalni-podjetniski-monitor/metodologija-gem/>.
- Israr, M., in M. Saleem. 2018. »Entrepreneurial Intentions among University Students in Italy.« *Journal of Global Entrepreneurship Research* 8:20. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0107-5>.
- Priporočilo Sveta z dne 22. maja 2018 o ključnih kompetencah za vseživljenjsko učenje. 2018. *Uradni list Evropske unije*, c 189.
- Rebernik, M., in K. Širec, ur. 2020. *Raznolikost podjetniških motivov: GEM Slovenija 2019*. Maribor: Univerzitetna založba Univerze v Mariboru.
- Remeikiene, R., G. Startiene in D. Dumciuviene. 2013. »Explaining Entrepreneurial Intention of University Students: The Role of Entrepreneurial Education.« V *Active Citizenship by Knowledge Management & Innovation: Proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2013*, 299–307. Bangkok, Celje in Lublin: ToKnowPress.