

## **An Empirical Study of the Attitude of Final Year Secondary School Students in Goriška Region Toward Entrepreneurship**

Empirična študija odnosa dijakov zaključnih letnikov srednjih šol na Goriškem do podjetništva

Robi Brglez<sup>1</sup>,  
Dejan Jelovac<sup>2</sup>,  
Jan Miklavc<sup>3</sup>,  
Tomaž Jelen<sup>4</sup>,  
Aneja Besednjak<sup>5</sup>

### **Abstract**

This article investigates attitudes towards entrepreneurship in secondary school students from the Goriška region in light of their understanding of

---

<sup>1</sup> Robi Brglez je diplomirani družboslovec in podiplomski študent Fakultete za uporabne družbe študije v Novi Gorici.

<sup>2</sup> Prof. dr. Dejan Jelovac je redni profesor na področju organizacijskih znanosti in poslovne etike na Fakulteti za uporabne družbe študije v Novi Gorici, Fakulteti za informacijske študije v Novem mestu, Fakulteti za medije in Katoliškem inštitutu – Fakulteti za poslovne vede v Ljubljani.

<sup>3</sup> Jan Miklavc je diplomant mednarodnih odnosov in podiplomski študent Fakultete za uporabne družbene študije v Novi Gorici.

<sup>4</sup> Tomaž Jelen je diplomirani ekonomist in podiplomski študent Fakultete za uporabne družbene študije v Novi Gorici.

<sup>5</sup> Aneja Besednjak je diplomirana družboslovka in podiplomska študentka Fakultete za uporabne družbene študije v Novi Gorici.

the required moral virtues for successful entrepreneurship and their intent to become an entrepreneur. In the introduction we present a theoretical framework that serves as a basis for a quantitative empirical study carried out in the beginning of 2013 in the Goriška region on a sample of 430 final year secondary school students. We used the data to test six hypotheses, two of which were considered primary outcomes: a) That positive entrepreneurial experiences among close relatives would have a strong influence on secondary school students' intent to become an entrepreneur and b) That secondary school students attending economics courses would express a greater desire to become an entrepreneur than students enrolled in technical courses. The results show that in the Goriška region there is a growing interest among secondary school students to become an entrepreneur, particularly among those who had positive family experiences with entrepreneurship. The percentage of such students is greater among those studying technical courses.

**Key Words:** entrepreneurship, entrepreneurial intent, moral virtues, high school students, Goriška region.

### **Povzetek**

Pričujoči članek obravnava odnos dijakov zaključnih letnikov srednjih šol na Goriškem do podjetništva v luči dojemanja potrebnih moralnih vrtilin za uspešno podjetniško delovanje ter njihovo nagnjenost k poklicu podjetnika. Uvodoma je predstavljen teoretični okvir, ki predstavlja podlago kvantitativni empirični raziskavi, ki je bila izvedena v začetku leta 2013 na Goriškem na vzorcu 430 srednješolcev zaključnih letnikov. S pridobljenimi rezultati smo statistično preverjali šest zastavljenih raziskovalnih hipotez, pri čemer je bil poudarek na dveh hipotezah, ki sta predpostavljali: a) da bo pozitivna podjetniška izkušnja bližnjih močno

vplivala na željo dijakov, da postanejo podjetniki in b) da bodo dijaki ekonomskih programov izrazili večjo željo postati podjetnik kot dijaki tehniških programov. Naše ugotovitve kažejo, da je na Goriškem med dijaki prisoten naraščajoči trend zanimanja za poklic podjetnika, zlasti med tistimi s pozitivno družinsko podjetniško izkušnjo in da je delež le-teh višji pri dijakih tehniških programov.

**Ključne besede:** podjetništvo, podjetniška intenca, moralne vrline, srednješolci, Goriška regija.

## Uvod

Če želimo raziskati kakšna so vrednostna stališča srednješolcev do podjetništva moramo najprej razložiti kako se v akademskem svetu razlaga pojem podjetništva. Tako na primer Say definira podjetništvo »*kot premeščanje ekonomskih virov iz manj produktivnih sektorjev v bolj produktivne in donosne sektorje*« (Say v Miller in Collier, 2010, str. 85), medtem ko Dollinger pravi, da je podjetništvo »*ustvarjanje inovativnih gospodarskih organizacij, ki imajo kot cilj dobiček in rast pod tveganimi in negotovimi pogoji*« (Dollinger v Miller in Collier, 2010, str. 85). Podjetništvo lahko razumemo tudi kot proces, s katerim posamezniki realizirajo možnosti ne glede na sredstva, ki jih trenutno nadzorujejo ter sposobnost, da na temelju ekonomske dejavnosti človeka in omejenih proizvodnih faktorjev oblikuje učinkovito gospodarsko dejavnost (Kovač, 1990). Bistvo podjetniškega vedenja, je prepoznavanje priložnosti in transformiranje uporabnih idej v prakso. Naloge, ki jih zahteva takšno vedenje lahko izvaja bodisi posameznik ali skupina, običajno pa zahtevajo ustvarjalnost in pripravljenost na tveganje (Barringer in Ireland, 2008). »Bogastvo ustvarjajo posamezniki, pravi Antončič in sodelavci, ki prevzemajo velika

tveganja glede lastniškega kapitala, časa in/ali obveznosti, glede kariere ali dajo vrednost izdelku oz. storitvi, ki morda nista nova ali edinstvena, toda podjetnik jima mora na nek način prinesiti vrednost s prejemanjem in najdbo potrebnih veščin in virov» (Antončič, Hisrich, Petrin in Vahčič, 2002, str. 29-30). Podjetništvo je v zadnjem obdobju vse bolj razumljeno kot ustvarjanje novo dodane vrednosti, ki se pojavlja kot posledica načrtovanih dejavnosti posameznika oz. podjetniške skupine, ki poteka od prepoznavanja tržne priložnosti prek organiziranja in vključevanja potrebnih sredstev do realizacije poslovne priložnosti (Bygrave, 1994). Podjetništvo v duhu Webrove protestantske etike (Weber, 1905/1958) in nove tihe revolucije po industrijski revoluciji (Timmons in Spinelli v Vadnjal et al., 2010) lahko predstavlja ustrezen odgovor na dilemo o sami vlogi posameznika v družbeno-ekonomskem razvoju v prihodnosti, kjer podjetništvo kot tako ni več vprašanje, ampak je dejanski odgovor (Stevenson v Vadnjal et al., 2010). V sodobnem gospodarstvu ima podjetništvo izreden pomen, tako za ekonomski razvoj kot tudi blaginjo celotne družbe (Jelovac in Juričan, 2007).

Da bi podjetništvo ustvarjalo dodano vrednost, katero izpostavljajo akademiki je potrebno, med ostalim ustvariti ustrezno podporno okolje in izobraževalni sistem za mlade. Kot ugotavljajo Rebernik in sodelavci v publikaciji Mladina 2010 »odnos do podjetništva kaže splošno naklonjenost populacije do podjetniške kariere. Če je podjetništvo v družbi zaželeno, posameznik pozna dosti drugih podjetnikov ali verjame, da so uspešni podjetniki spoštovani in ugledni, bo verjetnost, da se bo sam podal na podjetniško pot, večja kot v nasprotnem primeru« (Rebernik, Tominc in Crnogaj, 2010). Žal je raven podjetništva med mladimi v Sloveniji nizka. Le-ta samo reflektira splošni odnos do podjetništva v slovenski družbi. Obstajajo različni razlogi za takšno stanje. Po mnenju Lavriča in sodelavcev je ta odnos obremenjen z različnimi institucionalnimi

barierami kot so »pomanjkanje ustreznih virov financiranja, težave s prenosom znanja in raziskavami v podjetja, nizka raven vključitve podjetniškega znanja v izobraževanje, neustrezna infrastruktura, davčna zakonodaja ipd.« (Lavrič, Flere, Tavčar Krajnc, Klanjšek, Musil, Naterer, Kirbiš, Divjak in Lešek, 2010). Podjetništvo in podjetniški način razmišljanja ostajata v večini slovenskih izobraževalnih ustanov izolirana le na nekaj predmetov, za uspešno spodbujanje in razvijanje novih podjetnikov in nastajanje novih podjetij pa bi bilo potrebno uvesti podjetniški način poučevanja in podjetniške vsebine na vse ravni izobraževanja<sup>6</sup>. Šola je namreč pomemben življenjski in socialni prostor, v katerem poleg procesov za razvoj intelektualnih sposobnosti potekajo tudi tisti, ki pripomorejo k razvoju osebnostnih lastnosti, oblikovanju vrednot, stališč in samopodobe (Ferjan, 1999).

Z našo kvantitativno empirično raziskavo bomo ocenjevali odnos do podjetništva, moralnih vrlin in inovativnosti, v ključni srednješolski generaciji za prihodnji razvoj podjetništva v Sloveniji. Raziskovalna cilja sta usmerjena v: a) raziskanje razumevanja pomena inovativnosti in podjetnosti za namen izboljšanja kakovosti življenja in blaginje posameznic in posameznikov (Matlay in Mitra v Vadnjal, Jelovac in Damjan, 2010) in b) prepoznavanje odnosa srednješolcev do podjetništva

---

<sup>6</sup> Tako se v razvitih zahodnih družbah že zdavnaj (npr. Jamieson, 1984) ločuje tri elemente pri podjetniškem izobraževanju: a) *izobraževanje o podjetništvu* predpostavlja »oblikovanje zavedanja in spodbujanja različnih podjetništvu naklonjenih veččin, stališč in vrednot«, b) *izobraževanje za podjetništvo* vključuje pripravo potencialnih in bodočih podjetnikov na samo ustanovitev in vodenje lastnega podjetja, kar v svoji osnovi zajema tako učenje veččin kot pripravo poslovnega načrta in c) *izobraževanje v podjetništvu* zajema usposabljanje menedžmenta z znanji, ki so nujno potrebna za rast podjetja (Jamieson v Vadnjal et al., 2010).

in dejavnikov, ki vplivajo nanj (Mazzarol et al. v Vadnjala et al., 2010). Z izvedbo lastne kvantitativne empirične raziskave bomo preverili zastavljene raziskovalne hipoteze ter pridobljene rezultate primerjali z izsledki raziskave *Odnos srednješolcev do podjetništva*, ki je bila izvedena leta 2008 na Gea College - Fakulteti za podjetništvo v Ljubljani pod vodstvom Jake Vadnjala, Dejana Jelovca in Janeza Damjana.

## Uporabljene metode

Namen naše pričujoče empirične kvantitativne študije se kaže v poskusu prepoznavanja odnosa oz. vrednostnih stališč<sup>7</sup> srednješolcev zaključnih letnikov na Goriškem do podjetništva. Zanimali nas bodo dejavniki, ki

---

<sup>7</sup> Vrednote so v bistvu »temeljna prepričanja ljudi, ki usmerjajo ukrepe in presoje v različnih razmerah« (Jelovac, 2000: 20). Gre za »temeljna pozitivna življenjska načela posameznikov in skupin«. Vrednota je tisto, zaradi česa stremimo po nečem in kar tudi uresničujemo: *cilji, ideali, vodila, drža*, se pravi »človekov odnos do nečesa, kar ima zanj večjo pomembnost, ceno, veljavnost v primerjavi s čim drugim« (ibid.). Po Jelovcu se vrednote med sabo razlikujejo po vrsti, tipu in nivoju. Namreč, različne vrste vrednot so predvsem *pozitivne (zaželenne)* nasproti *negativnim (nezaželenim)*. To pomeni, da vrednote, za razliko od dejstev (ki so ali niso) vedno gresta v parih, na primer: dobro vs. zlo, lepo vs. grdo, itn. Glede tipa vrednot imamo jih dva, in sicer *vrednote-norme* (standarde) nasproti *vrednot-idealov* (vodil). Kar se tiče nivoja, vrednote se razlikujejo po mestu na lestvici vrednot (hierarhiji) na katerem se nahajajo - od najnižjih do najvišjih vrednot (lat. *summum bonum*) (Jelovac, 2000). Poleg tega vrednote delujejo kot merila, ki pomagajo pri ocenjevanju obnašanja ljudi in njihovih dejanj (Halis et al. 2007, str. 23). Cornwall in Naughton (v Miller in Collier 2010, str. 83) pripisujeta podjetništvu vrednote kot so preudarnost, pravičnost, pogumnost in usmerjenost. Te vrednote so skozi stoletja izoblikovali misleci različnih kultur, od judovske, muslimanske, katoliške pa do protestantske. Končno, vrednote so prepričanja in ideje, ki niso objektivne in se s časom lahko spreminjajo, kar tudi velja za vrednote v podjetništvu.

vplivajo na izbiro poklica podjetnika in na potencialno odločitev mladih, da po zaključku formalnega izobraževanja postanejo podjetniki, skratka zanimala nas bo intenziteta njihove podjetniške intence. Prav tako nas bodo zanimala njihova vrednostna stališča do tipičnih mnenj, ki krožijo v javnosti v povezavi s fenomenom podjetništva. Raziskovali bomo dejavnike, ki po mnenju srednješolcev na Goriškem pomembno vplivajo na naravo podjetništva. Posebej se bomo posvetili moralnim vrlinam, ki jih srednješolci prepoznavajo kot ključne za uspešnega podjetnika in v kolikšni meri smatrajo, da tudi sami posedujejo te vrline.

V cilju realizacije tako zastavljenega namena raziskovanja smo najprej preučili predhodno opravljene relevantne študije in analize na proučevanem področju, da bi se lahko oprli na njihove rezultate. Gre za empirične študije o: a) odnosu slovenskih srednješolcev do podjetništva, ki so jo Jelovac, Vadnjal in Damjan leta 2008 izvedli na vzorcu 3147 respondentov (Vadnjal, Jelovac in Damjan, 2009); b) odnosu slovenskih srednješolcev do vrlin podjetnikov (Jelovac, Žitnik, Vadnjal in Damjan, 2010); c) organizacijskih vrednotah in moralnih vrlinah slovenskih podjetnikov (Kralj, Jelovac in Mate, 2013). Na osnovi navedenih raziskav in predhodno predstavljenega teoretičnega okvira smo oblikovali naslednje hipoteze kot vodila v našem raziskovalnem procesu:

H<sub>1</sub>: Obstajala bo močna korelacija med pozitivno podjetniško izkušnjo bližnjih in željo dijakov na Goriškem, da postanejo podjetniki

H<sub>2</sub>: Dijaki ekonomskih programov na Goriškem bodo izrazili večjo željo postati podjetnik kot dijaki tehniških programov.

H<sub>3</sub>: Dijaki na Goriškem bodo pri sebi prepoznali bolj vrline podjetnika-pragmatika kot vrline podjetnika-altruista.

H<sub>4</sub>: Obstajala bo statistična korelacija med trditvama, da materialne dobrine predstavljajo nekaj, kar daje življenju smisel in da je podjetnik inovator.

H<sub>5</sub>: Med srednješolsko mladino na Goriškem in poklicnimi podjetniki bo obstajala opazna podobnost v ocenjevanju primernih moralnih vrlin, ki so potrebne podjetnikom v vsakdanjem gospodarskem življenju.

H<sub>6</sub>: Uresničevanje lastnih idej, visoka plača, varnost zaposlitve, možnost napredovanja in zanimivo delo so dejavniki, ki najbolj pomembno vplivajo na odločitev dijakov na Goriškem pri izbiri poklica.

Z namenom preverjanja zastavljenih hipotez smo izvedli lastno empirično kvantitativno raziskavo. V ta namen smo kot raziskovalno orodje uporabili že preverjen vprašalnik, uporabljen v raziskavi iz leta 2008, ki smo ga z vidika uporabe zastavljenih vprašanj delno prilagodili na ta način, da smo izpustili vprašanja, ki se niso neposredno dotikala odnosa do podjetništva in dejavnikov, ki vplivajo na samo naravo podjetništva. Vprašalnik smo razdelili med srednješolce zaključnih letnikov v Goriški regiji v januarju in februarju 2013. V študijo je bilo vključenih 6 šol in 18 oddelkov, in sicer splošna gimnazija, srednja ekonomska in trgovska šola, tehniška gimnazija, zdravstvena šola, strojna, prometna in lesarska šola ter elektrotehniška in računalniška šola. Iz celotne populacije dijakov zaključnih letnikov srednjih šol na Goriškem je bilo v naš vzorec zajetih 430 *respondentov* iz programov ekonomske usmeritve (ekonomska gimnazija, ekonomski tehnik), splošnih programov (splošna gimnazija, športna gimnazija, likovna/dramska gimnazija) in tehniških programov (tehniška gimnazija, zdravstvena šola, strojna, prometna in lesarska šola ter elektrotehniška in računalniška šola).

Vprašalnik je bil sestavljen iz desetih vprašanj, pri čemer so bila štiri vprašanja deskriptivne narave, in sicer 1) ali respondenti verjamejo, da



posedujejo vrline, ki so potrebne za podjetnika; 2) ali si želijo postati podjetnik; 3) ali je imel kdo izmed njihovih bližnjih podjetniško izkušnjo in 4) kakšna je bila narava morebitne podjetniške izkušnje. Šest vprašanj pa je vsebovalo petstopenjsko Likertovo lestvico stališč glede: a) dejavnikov, ki so pomembni pri izboru poklica (respondenti so ocenjevali navedene dejavnike med 1 in 5, pri čemer 1 pomeni popolnoma nepomembno, 5 pa zelo pomembno); b) trditve v zvezi z uspehom v podjetništvu (navedene trditve so ocenjevali med 1 in 5, pri čemer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam); c) dejavnikov, ki pomembno vplivajo na samo naravo podjetništva (navedene dejavnike so ocenjevali med 1 in 5, pri čemer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam); d) človeških vrlin, ki so povezane z uspehom podjetnikov (izbrane vrline so rangirali med 1 in 5, pri čemer 1 pomeni popolnoma nepomembno, 5 pa zelo pomembno); e) človeških vrlin, ki se povezujejo z uspešnostjo podjetnikov, pri čemer so morali respondenti oceniti, v kolikšni meri te vrline po njihovem prepričanju posedujejo sami (izbrane vrline so rangirali med 1 in 5, pri čemer 1 pomeni popolnoma neznačilno, 5 pa zelo značilno); in f) dejavnikov, ki pomembno vplivajo na to, da nekdo postane podjetnik (navedene dejavnike so ocenjevali med 1 in 5, pri čemer 1 pomeni popolnoma nepomembno, 5 pa zelo pomembno).

V našem vprašalniku smo uporabili seznam moralnih vrlin podjetnikov (angl. *set of virtues*), povzet po Jelovcu (Jelovac, 2009, str. 158) (glej tabelo 1).

Tabela 1: Niz izbranih moralnih vrlin

Zaporedna številka vrline	Uporabljen niz vrlin v vprašalniku
V1	brezobzirnost

V2	delavnost
V3	iznajdljivost
V4	komunikativnost
V5	odločnost
V6	pogum
V7	pohlepnost
V8	vztrajnost
V9	zanesljivost
V10	poštenost
V11	praktičnost
V12	pravičnost
V13	pridnost
V14	resnost
V15	tekmovalni duh
V16	ustvarjalnost
V17	zaupljivost
V18	znati priznati poraz

Vprašalnik smo zaključili z demografskimi vprašanji, ki so se nanašala na naslednje kategorije: spol, leto rojstva, status respondentov v družini, srednja šola oz. program, ki ga obiskujejo respondenti in morebitni komentar glede odnosa do podjetništva. Ker je vprašalnik, ki smo ga uporabili že postal standardizirano metodološko orodje ni bila potrebna izvedba pilotske raziskave. To dejstvo pa nas ni odvrnilo od nujnosti poizvedbe testa zanesljivosti celotnega, sicer delno spremenjenega vprašalnika. V to analizo smo zajeli vse spremenljivke z namenom izračuna koeficienta Cronbach's Alpha. Na podlagi izračunanega koeficienta se je potrdila kredibilnost naše študije, ker je vrednost Cronbach's Alpha znašala 0,87, kar kaže na dobro notranjo konsistentnost izbranih indikatorjev. Zato lahko z gotovostjo trdimo, da je bil raziskovalni

instrument zelo zanesljiv, kar nas napeljuje k ugotovitvi, da so pridobljeni statistični podatki zanesljivi in relevantni za nadaljnjo analizo.

### Demografske značilnosti vzorca

Socio-demografska struktura respondentov po posameznih izobraževalnih programih glede na spol kaže naslednjo podobo: tehniško srednjo šolo obiskuje (28,2 %) respondentov, splošno gimnazijo (23,7 %), programa ekonomski tehnik in ekonomska gimnazija (21,3 %) in zdravstveno šolo (16,4 %) respondentov. Najmanjši delež naših respondentov predstavljajo dijaki tehniške gimnazije (6,6 %), športne gimnazije (3,3 %) in likovno-dramske gimnazije (0,5 %) (glej tabelo 2).

Tabela 2: Delež respondentov po spolu (v %)

Izobraževalni program	ekon. gimn.	splošna gimn.	tehn. gimn.	športna gimn.	likovna/ dramska gimn.	ekon. tehnik	zdravst. šola	tehniška srednja šola
<b>spol</b>								
<b>moški</b>	2,2	16,2	10,9	3,9	0,4	5,7	10,5	50,2
<b>ženski</b>	11,9	32,6	1,6	2,6	0,5	25,4	23,3	2,1
<b>skupaj</b>	6,6	23,7	6,6	3,3	0,5	14,7	16,4	28,2

Celotna populacija srednješolcev v preteklem šolskem letu (2011/2012) na Goriškem po podatkih Statističnega urada RS znaša 4726 dijakov (SURS, 2013a, str. 60), kar predstavlja 6,07 % vseh srednješolcev v Sloveniji (77741 dijakov) (SURS, 2013b). V vzorec naše empirične kvantitativne raziskave je bilo zajetih 430 dijakov zaključnih letnikov, kar predstavlja 9,1 % celotne srednješolske populacije na Goriškem<sup>8</sup>. Spolna

<sup>8</sup> Kljub precejšnjemu številu zajetih respondentov v vzorec naše empirične študije, njeni rezultati dejansko odslkavajo percepcijo in odnos srednješolcev

struktura vzorca izkazuje 53,3 % moških (229 dijakov) in 46,7 % žensk (201 dijakinja). To približno odgovarja distribuciji med spoloma v populaciji. Nadaljnje demografske značilnosti našega vzorca raziskave so podane v tabeli 3.

Tabela 3: Demografske značilnosti vzorca

	Število respondentov (n=430)
<b>Leto rojstva</b>	
1993	20,8 %
1994	74,9 %
1995	4,3 %
<b>Spol</b>	
Moški	53,3 %
ženski	46,7 %
<b>Status v družini</b>	
edinec	11,9 %
najstarejši otrok	32,8 %
najmlajši otrok	38,3 %
imam starejšega/mlajšega brata/sestro	17,0 %
<b>Vpisani v srednjo šolo/program</b>	

zaključnih letnikov na Goriškem do podjetništva na ravni vzorca. Rezultati, ki bi odražali odnos mladih srednješolcev zaključnih letnikov na Goriškem do podjetništva v celotni populaciji, nam kljub skrbnemu pregledu literature in opravljenih študij ter raziskav na to temo niso znani. Iz tega sledi, da se pridobljeni primarni podatki v naši raziskavi in njihova interpretacija nanašajo na vzorec srednješolcev zaključnih letnikov, ki smo ga uspeli pridobiti in obravnavati, kar lahko štejejo kot omejitve v naši raziskavi. Vendar je v tem kontekstu potrebno še enkrat poudariti, da je bilo v naš vzorec zajetih več kot 9 % od vseh dijakov zaključnih letnikov na Goriškem, kar nam vendarle omogoča, da interpretacije izhajajoče iz ugotovitev naše empirične študije s visoko stopnjo verjetnosti posplošujemo na celotno proučevano populacijo.

ekonomska gimnazija	6,6 %
splošna gimnazija	23,7 %
tehniška gimnazija	6,6 %
športna gimnazija	3,3 %
likovna/dramska gimnazija	0,5 %
ekonomski tehnik	14,7 %
administrator, trgovec	0 %
zdravstvena šola	16,4 %
tehniška srednja šola (strojna, prometna, lesarska, elektrotehniška, računalniška)	28,2 %
<b>Podjetniška izkušnja med bližnjimi</b>	
da	56,4 %
ne	32,9 %
ne vem	10,7 %
<b>Narava podjetniške izkušnje</b>	
pozitivna	76,5 %
negativna	4,6 %
ne vem	18,9 %

Pregled podatkov izhajajočih iz demografskih vprašanj kaže na naslednje: v raziskavo je bilo vključenih 430 respondentov, med katerimi nekoliko večji delež predstavljajo dijaki (53,3 %), v primerjavi z dijakinjami (46,7 %). Med našimi respondenti je 74,9 % rojenih leta 1994, 4,3 % leta 1995 in 20,8 % leta 1993; 38,3 % respondentov je najmlajši otrok v družini; 28,2 % respondentov je dijakov tehniških srednjih šol (strojna, prometna, lesarska, elektrotehniška, računalniška), 23,7 % splošne gimnazije in 21,3 % ekonomske smeri (ekonomska gimnazija, ekonomski tehnik). Zanimiv je podatek, da je več kot polovica respondentov, in sicer 56,4 % v krogu svojih bližnjih že imelo podjetniško izkušnjo in več kot dve tretjini respondentov (76,5 %), ki so to izkušnjo prepoznali kot pozitivno. Iz tega

je mogoče ugotoviti, da mladi v Goriški regiji, ki imajo v družini podjetniško izkušnjo, jo imajo v veliki večini kot nekaj pozitivnega (glej tabeli 4 in 5).

Tabela 4: Delež tistih, ki so imeli podjetniško izkušnjo v družinskem okolju

Odgovori	Frekvenca (n)	Veljavni delež (v %)	Kumulativa (v %)
da	238	56,4	56,4
ne	139	32,9	89,3
ne vem	45	10,7	100,00
manjkajoče vrednosti	8	/	/
skupaj	430	100,00	/

Tabela 5: Narava podjetniške izkušnje v družinskem okolju

Odgovori	Frekvenca (n)	Veljavni delež (v %)	Kumulativa (v %)
pozitivna	182	76,5	76,5
negativna	11	4,6	81,1
ne vem	45	18,9	100,00
manjkajoče vrednosti	192	/	/
skupaj	430	100,00	/

## Analiza pridobljenih rezultatov

Podatke pridobljene v naši študiji smo statistično obdelali in analizirali s

statističnimi testi iz programa PSPP<sup>9</sup>. Ključni raziskovalni fokus je bil na ugotavljanju: a) dejavnikov, ki pomembno vplivajo na odločitev, da nekdo postane podjetnik in podjetniške izkušnje v družinskem okolju; b) želje mladih, da bi postali podjetniki; c) razlik med vrlinami podjetnika-pragmatika in vrlinami podjetnika-altruista med mladimi srednješolci; d) dejavnikov, ki pomembno vplivajo na naravo podjetništva; e) moralnih vrtilin, ki so povezane z uspehom podjetnikov in v podjetništvu tako z vidika mladih srednješolcev kot poklicnih podjetnikov; in f) dejavnikov, ki so pomembni pri izboru poklica med mladimi srednješolci.

### **Dejavniki, ki vplivajo na to, da nekdo postane podjetnik in prepoznavanje podjetniške izkušnje v družinskem okolju**

Osredotočili smo se na dejavnike, ki pomembno vplivajo na odločitev respondentov, da bi v prihodnje postali podjetniki. Prepoznani ključni dejavniki izhajajoči iz referenčne literature (Antončič et al., 2002: 85-102) so sledeči: družinsko bogastvo, izkušnje staršev, poslovna znanja, spodbuda prijateljev, sreča, tehnična znanja, znanje jezikov in razumevanje partnerja (tabela 6).

---

<sup>9</sup> Na tem mestu bi bilo nujno posebej poudariti, da statistični program PSPP ima tehnično omejitev v obliki nezmožnosti kopiranja tabel rezultatov izvedenih statističnih testov iz programa v druge računalniške aplikacije, kot sta npr. microsoft word in excel.

Tabela 6: Dejavniki, ki vplivajo na odločitev, da nekdo postane podjetnik

Dejavniki	Frekvenca (n)	Statistika <sup>10</sup> (minimum)	Statistika (maximum)	Povprečje	Standardni odklon
družinsko bogastvo	429	1	5	3,18	1,21
izkušnje staršev	430	1	5	3,37	1,14
poslovna znanja	430	1	5	4,36	0,77
spodbuda prijateljev	430	1	5	3,44	1,04
sreča	429	1	5	3,80	1,02
tehnična znanja	429	1	5	4,21	0,81
znanje jezikov	430	1	5	4,15	0,82
razumevanje partnerja	430	1	5	3,94	1,00

Podatki kažejo, da v največji meri na odločitev za poklic podjetnika vplivajo *poslovna znanja* (4,36), *tehnična znanja* (4,21) in *znanje jezikov* (4,15). Prav tako se respondentom zdi pomembno razumevanje partnerja (3,94), vloga življenjske sreče (3,80) in spodbuda prijateljev (3,44). V manjši meri dajejo pomen izkušnjam staršev (3,37) in družinskemu bogastvu (3,18).

<sup>10</sup> Ocenjevanje dejavnikov s strani respondentov, ki pomembno vplivajo na to, da nekdo postane podjetnik je bilo izvedeno na Likertovi lestvici med 1 in 5, pri čemer 1 pomeni popolnoma nepomembno, 5 pa zelo pomembno.



Tabela 7: Primerjava dejavnikov, ki vplivajo na željo postati podjetnik

Mladi na Goriškem			Mladi v Sloveniji <sup>11</sup>		
Rang	Dejavniki	Povprečje	Rang	dejavniki	Povprečje
1	Poslovna znanja	4,36	1	Poslovna znanja	4,29
2	Tehnična znanja	4,21	2	Znanje jezikov	4,17
3	Znanje jezikov	4,15	3	Tehnična znanja	3,87
4	Razumevanje partnerja	3,94	4	Sreča	3,86
5	Sreča	3,80	5	Razumevanje partnerja	3,81
6	Spodbuda prijateljev	3,44	6	Spodbuda prijateljev	3,59
7	Izkušnje staršev	3,37	7	Izkušnje staršev	3,34
8	Družinsko bogastvo	3,18	8	Družinsko bogastvo	3,10

Že omenjena referenčna raziskava iz leta 2008 (Vadnjal et al., 2009) je pokazala izrazito podobne rezultate glede dejavnikov, ki vplivajo na željo srednješolcev, da bi postali podjetniki. Prepoznani ključni dejavniki obeh raziskav so: *poslovna znanja* (4,29), *znanje jezikov* (4,17) in *tehnična znanja* (3,87). Edina razlika je v tem, da sta se na drugem in tretjem mestu zamenjala dejavnika, s približno enakim povprečjem. Tudi dejavniki, ki v manjši meri vplivajo na odločitev, da nekdo postane podjetnik so približno enako ocenjeni v obeh raziskavah: *spodbuda prijateljev* (3,44 vs. 3,59), *izkušnje staršev* (3,37 vs. 3,34) in *družinsko bogastvo* (3,18 vs. 3,10).

<sup>11</sup> Vir: Vadnjal, Jelovac in Damjan, 2009.

## Želja mladih postati podjetnik

Želja respondentov postati podjetnik je bila izkazana v 34,2 % deležu od celotnega vzorca raziskave; da ne bi želeli postati podjetnik jih je izrazilo 26,0 %, največji delež pa predstavljajo neodločeni dijaki, 39,8 % (glej tabelo 8).

Tabela 8: Deleži odgovorov respondentov glede želje postati podjetnik

Odgovor	Frekvenca (n)	Veljavni delež (v %)	Kumulativa (v %)
da	147	34,2	34,2
ne	112	26,0	60,2
ne vem	171	39,8	100,00
skupaj	430	100,00	/

Če v tem oziru primerjamo rezultate raziskave, ki so jo izvedli Vadnjal in sodelavci leta 2008 in našimi v začetku leta 2013 lahko ugotovimo, da so pridobljeni rezultati obeh raziskav relativno podobni<sup>12</sup>. Raziskovali smo

<sup>12</sup> Problem primerjave je v tem, da sta se vprašanji, ki sta se nanašali na željo dijakov postati podjetnik rahlo razlikovali. Namreč, v raziskavi Vadnjal, Jelovac in Damjan (2008) se je na vprašanje »ali si želite postati podjetnik?« ponujalo več možnih odgovorov na Likertovi petstopenjski lestvici (1 - sploh ne želim, 2 - ne želim, 3 - neodločen, 4 - želim in 5 - zelo si želim, 9 - ne razmišljam o tem). V naši raziskavi nismo uporabili Likertove lestvice, temveč smo raziskovali odstotek glede želje dijakov postati podjetnik z možnimi ponujenimi odgovori (da, ne, ne vem). Če za namen primerjave rezultatov naše raziskave z že omenjeno, združimo pridobljene podatke *zelo si želim* in *želim* v eno kategorijo, in sicer *da; ne želim* in *sploh ne želim* v eno kategorijo, in sicer *ne* in *neodločen* in *ne razmišljam o tem* v eno kategorijo, in sicer *ne vem*, potem dobimo naslednje: 1) skupina »da«: 48,8 % (želim ali zelo želim); 2) skupina »ne«: 15,2 % (ne želim in sploh ne želim) in 3) skupina »ne vem«: 36,0 % (neodločen in ne razmišljam o tem). Če sedaj slednje

podjetniško intenco na osnovi izkazane želje respondentov in izobraževalnih programov<sup>13</sup>, ki jih obiskujejo. Največji delež na vzorcu predstavljajo respondenti tehniških (strojna, elektrotehniška, računalniška, lesarska, prometna) srednjih šol s 28,2 % od celotnega vzorca, sledijo respondenti splošne gimnazije s 23,7 % in respondenti ekonomskih programov (ekonomski tehnik in ekonomska gimnazija) z 21,3 %. Najmanjši delež pa predstavljajo respondenti likovne in dramske gimnazije z 0,5 % (glej tabelo 9).

Tabela 9: Spremenljivki izobraževalni program in želja postati podjetnik.

Izobraževalni program	Postati podjetnik			skupaj
	da	ne	Ne vem	
ekonomska gimnazija	9,0	8,0	11,0	28,0
	6,3 %	7,1 %	6,6 %	6,6 %
	2,1 %	1,9 %	2,6 %	6,6 %
	-0,2	0,3	0,0	0,0

kvalitativno primerjamo z našimi rezultati opazimo, da so pridobljeni rezultati zelo podobni. Namreč, v obeh primerih je slaba polovica respondentov še vedno neodločena glede odločitve ali postati podjetnik. Med eno tretjino in eno polovico so tisti, ki so se že odločili za poklic podjetnika. In končno, tisti, ki odločno nočejo postati podjetniki v obeh raziskavah predstavljajo delež, ki ne presega ene četrtine vzorca.

<sup>13</sup> Za namen preverjanja hipoteze H<sub>2</sub>, ki se nanaša na željo srednješolcev postati podjetnik v povezavi z izobraževalnim programom, ki ga obiskujejo, smo v kategorijo poimenovano *ekonomski programi* združili dijake ekonomske gimnazije in programa ekonomski tehnik. V kategorijo *tehniški programi* pa smo združili dijake tehniške gimnazije in dijake tehniških srednjih šol (strojna, elektrotehniška, računalniška, lesarska, prometna). Tako delež dijakov ekonomskih programov na Goriškem na celotnem vzorcu znaša 21,3 %, delež dijakov tehniških programov pa 34,8 %.

splošna gimnazija	19,0	53,0	28,0	100,0
	13,3 %	47,3 %	16,8 %	23,7 %
	4,5 %	12,6 %	6,6 %	23,7 %
	-3,6	6,9	-2,7	0,0
tehniška gimnazija	9,0	10,0	9,0	28,0
	6,3 %	8,9 %	5,4 %	6,6 %
	2,1 %	2,4 %	2,1 %	6,6 %
	-0,2	1,1	-0,8	0,0
športna gimnazija	6,0	0,0	8,0	14,0
	4,2 %	0,0 %	4,8 %	3,3 %
	1,4 %	0,0%	1,9 %	3,3 %
	0,7	-2,3	1,4	0,0
likovna/dramska gimnazija	1,0	1,0	0,0	2,0
	0,7 %	0,9 %	0,0 %	0,5 %
	0,2 %	0,2 %	0,0%	0,5 %
	0,5	0,8	-1,1	0,0
ekonomski tehnik	23,0	7,0	32,0	62,0
	16,1 %	6,3 %	19,2 %	14,7 %
	5,5 %	1,7 %	7,6 %	14,7 %
	0,6	-2,9	2,1	0,0
zdravstvena šola	14,0	20,0	35,0	69,0
	9,8 %	17,9 %	21,0 %	16,4 %
	3,3 %	4,7 %	8,3 %	16,4 %
	-2,6	0,5	2,1	0,0
tehniška srednja šola (strojna, elektrotehniška, računalniška)	62,0	13,0	44,0	119,0
	43,4 %	11,6 %	26,3 %	28,2 %
	14,7 %	3,1 %	10,4 %	28,2 %
	5,0	-4,6	-0,7	0,0
skupaj	143,0	112,0	167,0	422,0
	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %
	33,9 %	26,5 %	39,6 %	100,0 %

Na vprašanje »ali verjamete, da imate vrline, ki so potrebne za podjetnika?« smo dobili naslednje rezultate: 39,9 % respondentov je menilo, da posedujejo ustrezne vrline, ki so potrebne za poklic podjetnika; 16,4 % respondentov jih je menilo, da ne posedujejo ustreznih vrlin; največji delež, 43,7 % respondentov se ni znalo opredeliti glede posedovanja ustreznih moralnih vrlin, ki so potrebne podjetniku za delovanje v polju podjetništva (glej tabelo 10).

Tabela 10: Delež respondentov glede osebnega posedovanja moralnih vrlin potrebnih podjetniku

Odgovor	Frekvenca (n)	Veljavni delež (v %)
da	170	39,9
ne	70	16,4
ne vem	186	43,7
manjkajoče vrednosti	4	/
skupaj	430	100,00

### Razlike med vrlinami podjetnika-pragmatika in vrlinami podjetnika-altruista med mladimi srednješolci na Goriškem

S pomočjo izračunane faktorске analize lahko pojasnimo 42,94 % variance. Faktorska analiza nam pokaže dva tipa podjetnikov, s pripadajočimi moralnimi vrlinami, in sicer, »podjetnika-pragmatika« (faktor 1), za katerega so zlasti značilne vrline, kot so *odločnost, ustvarjalnost, pogum, iznajdljivost, komunikativnost* in *praktičnost*. Pri »podjetniku-altruistu« (faktor 2) so prevladujoče vrline, *poštenost, pravičnost, znati priznati poraz* in *zaupljivost* (glej tabelo 11).

Poimenovanja faktorjev smo prevzeli iz sorodne raziskave (Jelovac et al., 2010, str. 336).

Tabela 11: Izračun faktorске analize za podjetniške vrline

Zaporedna številka vrline	Vrline	Faktor 1	Faktor 2
V5	odločnost	0,64	
V16	ustvarjalnost	0,60	
V6	pogum	0,57	
V3	iznajdljivost	0,56	
V4	komunikativnost	0,56	
V11	praktičnost	0,52	
V8	vztrajnost	0,51	
V2	delavnost	0,50	
V13	pridnost	0,45	
V14	resnost	0,45	
V9	zanesljivost	0,42	
V10	poštenost		0,63
V12	pravičnost		0,56
V18	znati priznati poraz		0,49
V17	zaupljivost		0,46

### Dejavniki, ki pomembno vplivajo na naravo podjetništva

Respondenti so ocenjevali v kolikšni meri navedeni dejavniki vplivajo na samo naravo podjetništva. Rezultati v tabeli 12 kažejo, da se respondenti v največji meri strinjajo s dvema trditvama, in sicer, da *podjetnik zna prepoznati priložnosti* (4,24) in da so *za razvoj države podjetniki zelo pomembni* (4,03). Ne strinjajo se s trditvijo, da *podjetništvo ustvarja le malo delovnih mest* (2,58), iz česar sledi, da med njimi prevladuje mnenje,

da podjetniki delovna mesta ustvarjajo in da *pravi podjetniki želijo, da bi zaposlovali čim več ljudi* (3,32). V veliki meri se strinjajo s trditvami, da *podjetniki pošiljajo na trg nove izdelke in storitve* (3,85), da *podjetnik zna povezati materialne in človeške vire* (3,79), da je *podjetnik inovator* (3,69), da se *morajo podjetniki za uspeh povezovati z drugimi podjetniki* (3,62) in da *podjetniki odkrivajo in uvajajo nove tehnologije* (3,61). Podobno je ocenjena navezovalna trditev, da so *podjetniki tisti, ki v posel in življenje uvajajo novosti* (3,56) in da je *podjetništvo dolgoročno ustvarjanje nove vrednosti* (3,51). Ocenjevalno lestvico zaključujejo trditve, da *pravih podjetnikov ni strah, da jim ne bi uspelo* (3,40), da v *primerjavi z drugimi narodi Slovenci nismo preveč podjetni* (3,28) in da *pri nas poklic podjetnika ni preveč spoštovan* (3,01). Iz tega sledi, da se respondenti nagibajo k pogledu, da je poklic podjetnika v Sloveniji relativno vreden spoštovanja, kar je v diskrepanci s podobo podjetnika, ki ga odraža splošna slika javnega mnenje pri nas.

Tabela 12: Dejavniki, ki pomembno vplivajo na naravo podjetništva

Spremenljivke	Frekvenca (n)	Statistika <sup>14</sup> (minimum)	Statistika (maksimum)	Povprečje	Standardni odklon
podjetnik je inovator	430	1	5	3,69	0,95
podjetnik zna povezati materialne in človeške vire	429	1	5	3,79	0,83
podjetnik zna prepoznati priložnosti	430	1	5	4,24	0,74
podjetniki odkrivajo in uvajajo nove tehnologije	429	1	5	3,61	0,94

<sup>14</sup> S pomočjo Likertove lestvice so respondenti prepoznavali in ocenjevali pomembnost dejavnikov, ki vplivajo na samo naravo podjetništva. Navedene dejavnike so ocenjevali med 1 in 5, pri čemer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam.

podjetniki pošiljajo na trg nove izdelke in storitve	430	1	5	3,85	0,89
podjetniki se morajo za uspeh povezovati z drugimi podjetniki	429	1	5	3,62	1,03
podjetniki so tisti, ki v posel in življenje uvajajo novosti	428	1	5	3,56	0,91
podjetništvo je dolgoročno ustvarjanje nove vrednosti	430	1	5	3,51	0,89
podjetništvo ustvarja le malo delovnih mest	430	1	5	2,58	1,02
pravi podjetniki želijo, da bi zaposlovali čim več ljudi	428	1	5	3,32	1,09
pravih podjetnikov ni strah, da jim ne bi uspelo	430	1	5	3,40	1,17
pri nas poklic podjetnika ni preveč spoštovan	428	1	5	3,01	0,98
v primerjavi z drugimi narodi Slovenci nismo preveč podjetni	430	1	5	3,28	1,06
za razvoj države so podjetniki zelo pomembni	430	1	5	4,03	0,87

Respondenti v naši raziskavi so ocenili tudi v kolikšni meri se strinjajo s podanimi stališči v zvezi z uspehom v podjetništvu (glej tabelo 13). S pomočjo pridobljenih rezultatov je mogoče trditi, da se respondenti v največji meri strinjajo s trditvijo *vedno hočem imeti dovolj časa za družino in prijatelje* (4,44). Obenem preseneča, da niso naklonjeni trditvi, da bi materialne dobrine dajale življenju smisel (2,48). Delno preseneča visoka ocena trditve, *da rad izkoristim priložnost za zaslužek* (4,05), kajti podjetno delovanje zahteva tudi žrtve v obliki odrekovanja socialnim in družinskim stikom v dnevnem okviru. Zato pa so s priložnostjo za zaslužek povezane in skladno ocenjene trditve, da *je poklic podjetnika vreden spoštovanja* (3,77), *da je vsak človek lahko uspešen podjetnik, če to hoče* (3,69) da



*pogosto razmišljam o novih idejah, s katerimi bi se dalo zaslužiti (3,45). Prav tako se respondenti strinjajo s trditvijo, moji starši bi bili ponosni name, če bi ustanovil svoje podjetje (3,63). Po večini pa se respondenti ne strinjajo ali pa so neodločeni o tem, da se podjetniki ženejo samo za denar (2,97), z nekaterimi učitelji smo se že pogovarjali o podjetništvu (2,91), da bogastva ni mogoče pridobiti na pošten način (2,60), s prijatelji smo se že pogovarjali o tem, kako bi ustanovili podjetje (2,60) in da kdor enkrat propade je slab podjetnik (2,14).*

Tabela 13: Stališča respondentov v zvezi z uspehom v podjetništvu

Spremenljivke	Frekvenca (n)	Statistika <sup>15</sup> (minimum)	Statistika (maximum)	Povprečje	Standardni odklon
bogastva ni mogoče pridobiti na pošten način	429	1	5	2,60	1,30
kdor enkrat propade je slab podjetnik	430	1	5	2,14	0,98
materialne dobrine dajejo življenju smisel	430	1	5	2,48	1,10
moji starši bi bili ponosni name, če bi ustanovil svoje podjetje	429	1	5	3,63	1,00
podjetniki se ženejo samo za denar	430	1	5	2,97	1,11

<sup>15</sup> Respondenti so ocenjevali navedene trditve, ki se nanašajo na uspeh v podjetništvu na Likertovi lestvici med 1 in 5, pri čemer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam.

pogosto razmišljam o novih idejah, s katerimi bi se dalo zaslužiti	429	1	5	3,45	1,17
poklic podjetnika je vreden spoštovanja	429	1	5	3,77	0,86
rad izkoristim priložnost za zaslužek	429	1	5	4,05	0,87
s prijatelji smo se že pogovarjali o tem, kako bi ustanovili podjetje	430	1	5	2,60	1,46
vedno hočem imeti dovolj časa za družino in prijatelje	429	1	5	4,44	0,75
vsak človek je lahko uspešen podjetnik, če to hoče	430	1	5	3,69	1,22
z nekaterimi učitelji smo se že pogovarjali o podjetništvu	430	1	5	2,91	1,39

### **Moralne vrline, ki so povezane z uspehom podjetnikov z vidika mladih goriških srednješolcev in slovenskih poklicnih podjetnikov**

V raziskavi smo želeli ugotoviti katere moralne vrline so tiste, ki jih bodo naši respondenti prepoznali kot ključne pri uspehu podjetnikov v polju podjetniškega delovanja in poslovanja. Iz tabele 14 je razvidno dojemanje 18 vrlin, ki smo jih uporabili v raziskovalnem procesu in katere so morali respondenti po lastni presoji oceniti z vidika pomembnosti vpliva pri uspehu podjetnikov.

Tabela 14: Moralne vrline, ki se povezujejo z uspešnostjo podjetnikov

vrline	Frekvenc a (n)	Statistika <sup>16</sup> (minimu m)	Statistika (maksimu m)	Povprečj e	Standard ni odklon
brezobzirnost	423	1	5	2,90	1,18
delavnost	430	1	5	4,67	0,58
iznajdljivost	430	2	5	4,71	0,54
komunikativn ost	429	1	5	4,60	0,63
odločnost	429	2	5	4,63	0,58
pogum	430	1	5	4,36	0,78
pohlepnost	430	1	5	2,38	1,23
vztrajnost	430	2	5	4,65	0,56
zanesljivost	430	1	5	4,43	0,78
poštenost	430	1	5	4,03	1,16
praktičnost	430	2	5	4,26	0,73
pravičnost	430	1	5	3,98	1,13
pridnost	430	1	5	4,43	0,81
resnost	430	1	5	4,48	0,77
tekmovalni duh	430	1	5	3,77	1,07
ustvarjalnost	430	1	5	4,42	0,78
zaupljivost	430	1	5	4,12	0,98
znati priznati poraz	430	1	5	3,87	1,12

<sup>16</sup> Rangiranje človeških vrlin, ki so povezane z uspehom podjetnikov je bilo izvedeno na Likertovi lestvici med 1 in 5, pri čemer 1 pomeni popolnoma nepomembno, 5 pa zelo pomembno.

Respondenti so pri uspehu podjetnikov med najbolj pomembne vrline uvrstili: *iznajdljivost* (4,71), *delavnost* (4,67), *vztrajnost* (4,65), *odločnost* (4,63), *komunikativnost* (4,60). Prav tako uspehu v podjetništvu pripisujejo vrline kot so: *resnost* (4,48), *pridnost* (4,43), *zanesljivost* (4,43), *ustvarjalnost* (4,42), *pogum* (4,36), *praktičnost* (4,26), *zaupljivost* (4,12), *poštenost* (4,03), *pravičnost* (3,98), *znati priznati poraz* (3,87) in *tekmovalni duh* (3,77). Vrlini *brezobzirnost* (2,90) in *pohlepnost* (2,38) smatrajo kot nepomembni ali pa ostajajo neodločeni glede pomembnosti omenjenih vrlin. Slednje lahko razumemo na način, da respondenti percepirajo, da je potrebno za uspeh v podjetništvu delovati pošteno, transparentno in v funkciji realizacije zastavljenega cilja na način, da vse vključene deležnike obravnavamo kot cilj ne kot sredstvo ali celo kot orodje. Podobno je bila za kontekst pogleda na pomembnost moralnih vrlin pri uspehu podjetnikov opravljena raziskava (Kralj, Jelovac, Mate, 2013), ki je v raziskovalnem fokusu proučevala percepcijo podjetnikov do moralnih vrlin, ki so pomembne pri delovanju podjetnikov v polju podjetništva (glej tabelo 15).

Tabela 15: Moralne vrline, ki se povezujejo z uspešnostjo podjetnikov<sup>17</sup>

vrline	Frekvenca (n)	Povprečje	Standardni odklon
brezobzirnost	112	1,68	0,90
delavnost	113	4,50	0,63
inteligentnost	113	4,06	0,60
iznajdljivost	113	4,24	0,71
komunikativnost	113	4,13	0,93
navdušenost	113	4,01	0,87
odločnost	111	4,06	0,79
pogum	112	4,13	0,80
pohlepnost	112	1,78	0,98
poštenost	110	4,41	0,67
praktičnost	113	4,12	0,80
pravičnost	113	4,33	0,66
preudarnost	113	4,03	0,76
pridnost	113	4,27	0,79
resnost	113	4,39	0,70
tekmovalni duh	113	3,51	1,02
ustvarjalnost	113	4,04	0,77
vztrajnost	112	4,35	0,71
zanesljivost	113	4,56	0,55
zaupljivost	112	4,21	0,90
znati priznati poraz	113	3,59	1,07
zvestoba	112	4,37	0,65

Vir: Kralj et al., 2013.

<sup>17</sup> Povzeto iz raziskave »Organizational Values and Moral Virtues of Entrepreneur: An Empirical Study of Slovenian Entrepreneurs« (Kralj, Jelovac in Mate, 2013). V vzorec je bilo zajetih 114 respondentov- podjetnikov. Respondenti so vrline ocenjevali na podlagi petstopenjske Likertove lestvice, pri čemer so ocene pomenile: 1 = popolnoma neznačilno, 2 = neznačilno, 3 = neodločen, 4 = značilno, 5 = značilno.

Iz tabele 15 je razvidno, da respondenti ocenjujejo, da za njih ni značilno posedovanje moralnih vrlin, ki le-to niso, govorimo namreč o brezobzirnosti (1,68) in pohlepnosti (1,78). Za respondente pa so značilne naslednje moralne vrline: zanesljivost (4,56), delavnost (4,50), poštenost (4,41), resnost (4,39), zvestoba (4,37), vztrajnost (4,35), pravičnost (4,33), pridnost (4,27), iznajdljivost (4,24), zaupljivost (4,21). Iz tega sledi, da si respondenti pripisujejo posedovanje moralnih vrlin, ki so inkorporirane v model podjetnika pragmatika: iznajdljivost (4,24), komunikativnost (4,13), pogum (4,13), praktičnost (4,12), ustvarjalnost (4,04), navdušenost (4,01), znati priznati poraz (3,59) in tekmovalni duh (3,51). Prav tako so visoko ocenjene ostale moralne vrline, odločnost (4,06), inteligentnost (4,06), preudarnost (4,03).

### **Dejavniki, ki so pomembni pri izboru poklica med mladimi srednješolci**

Respondenti so v večji meri kot zelo pomembne dejavnike pri izboru poklica prepoznali (glej tabelo 16): zanimivo delo (4,62), dobri odnosi s sodelavci (4,35), varnost zaposlitve (4,26).

Tabela 16: Dejavniki, ki vplivajo na izbor poklica med mladimi srednješolci<sup>18</sup>

Dejavnik	Frekvenca (n)	Povprečje	Standardni odklon
visoka plača	428	4,09	0,76
dobri odnosi s sodelavci	428	4,35	0,81
jasno določene naloge	427	4,12	0,91
možnost napredovanja	428	4,17	0,84
samostojnost	428	3,82	0,91
ugled v družbi	430	3,47	1,08
svoboden delovni čas	430	3,69	1,01
uresničitev lastnih idej	429	4,12	0,82
varnost zaposlitve	429	4,26	0,89
zanimivo delo	429	4,62	0,65

Relativno pomembni pri izboru poklica pa se jim zdijo sledeči dejavniki: možnost napredovanja (4,17), uresničitev lastnih idej (4,12), jasno določene naloge (4,12) in visoka plača (4,09). V manjši meri pa pripisujejo težo pri izbiri poklica ostalim dejavnikom kot so: samostojnost (3,83), svoboden delovni čas (3,69) in ugled v družbi (3,47). Preseneča rezultat, da sta v sodobni družbi ena izmed ključnih dejavnikov, uresničitev lastnih idej (4,12) in samostojnost (3,82) po pomembnosti vpliva pri izboru poklica med mladimi srednješolci na Goriškem šele na 5. oz. 8. mestu med desetimi dejavniki, ki so pomembni pri izboru poklica.

<sup>18</sup> Respondenti so dejavnike, ki so pomembni pri izboru poklica ocenjevali na Likertovi lestvici med 1 in 5, pri čemer 1 pomeni popolnoma nepomembno, 5 pa zelo pomembno.

## Diskusija

Rezultati naše empirične kvantitativne raziskave, ki smo jih predstavili v predhodnem razdelku nam zdaj omogočajo, da verificiramo zastavljene hipoteze. Naša prva hipoteza  $H_1$  je predpostavljala, da bo obstajala močna korelacija med pozitivno podjetniško izkušnjo bližnjih in željo dijakov na Goriškem, da postanejo podjetniki. S pomočjo statistične poizvedbe smo prišli do ugotovitve (glej tabelo 17), da je 238 respondentov že imelo podjetniško izkušnjo v družinskem okolju. Od tega jih je 182 respondentov izkušnjo definiralo kot pozitivno, kot negativno 11, neodločeno pri definiranju narave podjetniške izkušnje pa je bilo 45 respondentov. Podjetnik si želi postati 46,7 % respondentov od tistih, ki so podjetniško izkušnjo ocenili kot pozitivno, 9,1 % od tistih, ki so jo ocenili kot negativno in 24,4 % od tistih, ki je niso znali definirati. Samo 16,5 % od tistih, ki so podjetniško izkušnjo definirali kot pozitivno si ne želi postati podjetnik. Med tistimi respondenti, ki ne želijo postati podjetnik jih je 61,2 % podjetniško izkušnjo med bližnjimi ocenilo kot pozitivno, 14,3 % kot negativno in 24,5 % jih ni znalo definirati narave podjetniške izkušnje. Izmed tistih dijakov na Goriškem, ki so podjetniško izkušnjo bližnjih ocenili kot pozitivno (182 dijakov) jih 46,7 % želi postati podjetnik. Vrednost koeficienta kontingence – CC, znaša 0,29, iz česar sledi, da med pozitivno podjetniško izkušnjo bližnjih in željo dijakov na Goriškem, da postanejo podjetniki, obstoji šibka statistična korelacija, kar nam še vedno omogoča, da lahko, sicer *delno*, trdimo, da je naša prva hipoteza  $H_1$  *potrjena*.



Tabela 17: Spremenljivki podjetniška izkušnja v družinskem okolju in želja postati podjetnik.

Podjetniška izkušnja	Postati podjetnik			skupaj
	da	ne	ne vem	
pozitivna	85,0	30,0	67,0	182,0
	87,6 %	61,2 %	72,8 %	76,5 %
	35,7 %	12,6 %	28,2 %	76,5 %
	3,4	-2,8	-1,1	0,0
negativna	1,0	7,0	3,0	11,0
	1,0 %	14,3 %	3,3 %	4,6 %
	0,4 %	2,9 %	1,3 %	4,6 %
	-2,2	3,6	-0,8	0,0
ne vem	11,0	12,0	22,0	45,0
	11,4 %	24,5 %	23,9 %	18,9 %
	4,6 %	5,0 %	9,2 %	18,9 %
	-2,5	1,1	1,6	0,0
skupaj	97,0	49,0	92,0	238,0
	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %
	40,8 %	20,6 %	38,7 %	100,0 %

Ker je p-vrednost statistike enaka 0,00 in s tem manjša od 0,05 lahko sklepamo iz vzorca na populacijo srednješolcev zaključnih letnikov na Goriškem, da med pozitivno podjetniško izkušnjo bližnjih in željo dijakov na Goriškem, da postanejo podjetniki, obstoji šibka korelacija.

Tabela 18: Izračunana p-vrednost hi-kvadrat testa

p-vrednost izračunanega HI-kvadrata	0,00
-------------------------------------	------

Druga hipoteza  $H_2$  je predpostavljala, da bodo dijaki ekonomskih programov izrazili večjo željo postati podjetnik kot dijaki tehniških

programov. Pridobljeni rezultati indicirajo, da delež dijakov ekonomskih programov na Goriškem na celotnem vzorcu znaša 21,3 %, delež dijakov tehniških programov pa 34,8 %. Na eni strani je 35,6 % dijakov ekonomskih programov izrazilo željo postati podjetnik, medtem ko je delež tistih, ki obiskujejo tehniške programe in bi si želeli postati podjetnik, znašal 48,3 % (glej tabelo 19). Vrednost koeficienta kontingence – CC, je enak 0,40.

Tabela 19: Spremenljivki izobraževalni program in želja postati podjetnik.

Izobraževalni program	Postati podjetnik			skupaj
	da	ne	Ne vem	
Ekonomski programi	32,0 35,6 %	15,0 16,6 %	43,0 47,8 %	90,0 100,00
Tehniški programi	71,0 48,3 %	23,0 15,6 %	53,0 36,1 %	147,0 100,00

Na podlagi pridobljenih podatkov in ugotovitev lahko trdimo, da je naša druga hipoteza  $H_2$  *zavrnjena v celoti*.

Tabela 20: Izračunana p-vrednost hi-kvadrat testa

p-vrednost izračunanega HI-kvadrata	0,00
-------------------------------------	------

Ker je p-vrednost statistike enaka 0,00 in s tem manjša od 0,05 lahko sklepamo iz vzorca na populacijo ter trdimo, da je tudi na populaciji delež dijakov tehniških programov večji od deleža dijakov ekonomskih programov v povezavi z željo postati podjetnik.

Pri naši tretji hipotezi  $H_3$ , ki je predpostavljala, da bodo dijaki na Goriškem pri sebi bolj prepoznali vrline podjetnika-pragmatika kot vrline podjetnika-

altruista ugotavljamo, da so dijaki pri sebi v veliki meri prepoznavali vrline *podjetnika-pragmatika* kot vrline podjetnika-altruista. Tako so med prvimi petimi vrlinami glede na izračun faktorских vrednosti izpostavili naslednje vrline (glej tabelo 21): odločnost (0,64), poštenost (0,63), ustvarjalnost (0,60), pogum (0,57), iznajdljivost, komunikativnost in pravičnost (vse 0,56). Pri tem sta samo poštenost in pravičnost prepoznani kot vrline podjetnika-altruista, vse ostale navedene so prepoznane kot vrline podjetnika-pragmatika.

Tabela 21: Izračun faktoriske analize za podjetniške vrline

Zaporedna številka vrline	Vrline	Faktor 1	Faktor 2
V5	<b>odločnost</b>	<b>0,64</b>	
V16	<b>ustvarjalnost</b>	<b>0,60</b>	
V6	<b>pogum</b>	<b>0,57</b>	
V3	<b>iznajdljivost</b>	<b>0,56</b>	
V4	<b>komunikativnost</b>	<b>0,56</b>	
V11	praktičnost	0,52	
V8	vztrajnost	0,51	
V2	delavnost	0,50	
V13	pridnost	0,45	
V14	resnost	0,45	
V9	zanesljivost	0,42	
V10	<b>poštenost</b>		<b>0,63</b>
V12	<b>pravičnost</b>		<b>0,56</b>
V18	znati priznati poraz		0,49
V17	zaupljivost		0,46

Na podlagi ugotovljenega je naša tretja hipoteza  $H_3$  v celoti potrjena.

Četrta hipoteza  $H_4$  je predpostavljala, da bo obstajala statistična korelacija med trditvama, da materialne dobrine predstavljajo nekaj, kar daje življenju smisel in da je podjetnik inovator. V našem primeru (glej tabelo 22) je izračunana vrednost korelacijskega koeficienta 0,04, kar pomeni, da med spremenljivkama materialne dobrine dajejo življenju smisel in podjetnik je inovator ni korelacije v našem vzorcu. Statistična značilnost testa znaša 0,45 in je s tem večja od 0,05 kar pomeni, da ne moremo sklepati iz vzorca na populacijo oz. se moramo sklepanja vzdržati. Na podlagi rezultatov je naša četrta hipoteza  $H_4$  *zavrnjena v celoti*.

Tabela 22: Izračunane vrednosti korelacijskega koeficienta za spremenljivki materialne dobrine dajejo življenju smisel in podjetnik je inovator

	Materialne dobrine dajejo življenju smisel	Podjetnik je inovator
Materialne dobrine dajejo življenju smisel	/	0,04
Signifikanca		0,45
Frekvenca (n)		430
Podjetnik je inovator	0,04	
Signifikanca	0,45	/
Frekvenca	430	

Peta hipoteza  $H_5$  je predpostavljala, da bo med srednješolsko mladino na Goriškem in poklicnimi podjetniki obstajala opazna podobnost v ocenjevanju primernih moralnih vrlin, ki so potrebne podjetnikom v vsakdanjem gospodarskem življenju. Podatke smo pridobili z inštrumentom merjenja vrlin, ki jih srednješolska mladina in podjetniki povezujejo z uspešnostjo podjetnikov v polju podjetniškega delovanja in poslovanja.

Tabela 23: Primerjava ocen moralnih vrlin v vsakdanjem gospodarskem življenju med srednješolsko mladino na Goriškem in slovenskimi podjetniki

Rang	Vrline: srednješolska mladina na Goriškem <sup>19</sup>	Povprečje	Rang	Vrline: slovenski podjetniki <sup>20</sup>	Povprečje
1	<b>iznajdljivost</b>	<b>4,71</b>	1	<b>zanesljivost</b>	<b>4,56</b>
2	<b>delavnost</b>	<b>4,67</b>	2	<b>delavnost</b>	<b>4,50</b>
3	<b>vztrajnost</b>	<b>4,65</b>	3	poštenost	4,41
4	odločnost	4,63	4	<b>resnost</b>	<b>4,39</b>
5	komunikativnost	4,60	5	zvestoba	4,37
6	<b>resnost</b>	<b>4,48</b>	6	<b>vztrajnost</b>	<b>4,35</b>
7	<b>pridnost</b>	<b>4,43</b>	7	pravičnost	4,33
8	<b>zanesljivost</b>	<b>4,43</b>	8	<b>pridnost</b>	<b>4,27</b>
9	ustvarjalnost	4,42	9	<b>iznajdljivost</b>	<b>4,24</b>
10	pogum	4,36	10	zaupljivost	4,21
11	praktičnost	4,26	11	komunikativnost	4,13
12	zaupljivost	4,12	12	pogum	4,13
13	poštenost	4,03	13	praktičnost	4,12
14	pravičnost	3,98	14	odločnost	4,06
15	znati priznati poraz	3,87	15	inteligentnost	4,06
16	tekmovalni duh	3,77	16	ustvarjalnost	4,04
17	brezobzirnost	2,90	17	preudarnost	4,03
18	pohlepnost	2,38	18	navdušenost	4,01
			19	znati priznati poraz	3,59
			20	tekmovalni duh	3,51
			21	pohlepnost	1,78
			22	brezobzirnost	1,68

<sup>19</sup>Moralne vrline, ki se povezujejo z uspešnostjo podjetnikov z vidika ocene mladih srednješolcev na Goriškem.

<sup>20</sup> Moralne vrline, ki se povezujejo z uspešnostjo podjetnikov z vidika ocene podjetnikov (povzeto po Kralj, Jelovac, Mate, 2013).

Iz tabele 23 je razvidno, da se na prvih petih ocenjenih mestih (gledano primerjalno) v obeh skupinah hkrati nahaja samo ena vrлина, *delavnost* - v obeh skupinah na drugem mestu in je ocenjena z nekaj višjo oceno (4,67) pri srednješolski mladini kot pri podjetnikih (4,50). Če pa analiziramo prvih deset mest je stanje sledeče - razvrščenih je 6 skupnih vrлин in sicer: a) *delavnost* (na drugem mestu tako med srednješolsko mladino, 4,67 kot slovenskimi podjetniki, 4,50); b) *iznajdljivost* (na prvem mestu med srednješolsko mladino z oceno 4,71 in na devetem med podjetniki z oceno 4,24); c) *vztrajnost* (na tretjem mestu med srednješolsko mladino z oceno 4,65 in na šestem med podjetniki z oceno 4,35); d) *resnost* (na šestem mestu med srednješolsko mladino z oceno 4,48 in na četrtem mestu med podjetniki z oceno 4,39); e) *pridnost* (na sedmem mestu med srednješolsko mladino z oceno 4,43 in na osmem mestu med podjetniki z oceno 4,27) in f) *zanesljivost* (na osmem mestu med srednješolsko mladino z oceno 4,43 in na prvem mestu med podjetniki z oceno 4,56). Če hočemo, da bi se podjetništvo bolje razvilo v naši družbi, bi v izobraževalnem procesu morali spodbujati poleg iznajdljivosti, vztrajnosti in pridnosti še naslednje vrline: ustvarjalnost, pogum, zdrav tekmovalni duh, preudarnost in entuziazem.

S pomočjo izračunanih povprečij ocen moralnih vrлин potrebnih za uspeh podjetnikov in lastnem prepričanju srednješolske mladine na Goriškem glede posedovanja omenjenih vrлин pri njih osebno, je mogoče reči, da je znotraj desetih najvišje ocenjenih vrлин, šest vrлин, ki se pojavljajo, sicer na različnih mestih, v obeh skupinah hkrati (glej tabelo 24 na naslednji strani): a) *delavnost* (na drugem mestu v povezavi z uspešnostjo podjetnikov z oceno 4,67 in na devetem mestu glede osebnega posedovanja vrline z oceno 3,99); b) *vztrajnost* (na tretjem mestu v povezavi z uspešnostjo podjetnikov z oceno 4,65 in na sedmem mestu

glede osebnega posedovanja vrline z oceno 4,07); c) *komunikativnost* (na petem mestu v povezavi z uspešnostjo podjetnikov z oceno 4,60 in na osmem mestu glede osebnega posedovanja vrline z oceno 4,00); d) *resnost* (na šestem mestu tako v povezavi z uspešnostjo podjetnikov z oceno 4,48 kot glede osebnega posedovanja vrline z oceno 4,09); e) *pridnost* (na sedmem mestu v povezavi z uspešnostjo podjetnikov z oceno 4,43 in na petem mestu glede osebnega posedovanja vrline z oceno 4,12) in f) *zanesljivost* (na osmem mestu v povezavi z uspešnostjo podjetnikov z oceno 4,43 in na tretjem mestu glede osebnega posedovanja vrline z ocen 4,24).

Tabela 24: Primerjava povprečij moralnih vrline med srednješolsko mladino z vidika uspešnosti podjetnikov in osebnega posedovanja podjetniških vrline

Rang	Vrline srednješolska mladina na Goriškem <sup>21</sup>	Povprečje	Rang	Vrline srednješolska mladina na Goriškem <sup>22</sup>	Povprečje
1	Iznajdljivost	4,71	1	Poštenost	4,29
2	<b>Delavnost</b>	<b>4,67</b>	2	Pravičnost	4,25
3	<b>Vztrajnost</b>	<b>4,65</b>	3	<b>Zanesljivost</b>	<b>4,24</b>
4	Odločnost	4,63	4	Zaupljivost	4,22
5	<b>Komunikativnost</b>	<b>4,60</b>	5	<b>Pridnost</b>	<b>4,12</b>
6	<b>Resnost</b>	<b>4,48</b>	6	<b>Resnost</b>	<b>4,09</b>
7	<b>Pridnost</b>	<b>4,43</b>	7	<b>Vztrajnost</b>	<b>4,07</b>

<sup>21</sup> Moralne vrline, ki se povezujejo z uspešnostjo podjetnikov z vidika ocene mladih srednješolcev na Goriškem.

<sup>22</sup> Moralne vrline, ki se povezujejo z uspešnostjo podjetnikov z vidika ocene mladih srednješolcev na Goriškem glede na to v kolikšni meri so po njihovem osebnem pričanju značilne za njih osebno.

8	<b>Zanesljivost</b>	<b>4,43</b>	8	<b>Komunikativnost</b>	<b>4,00</b>
9	Ustvarjalnost	4,42	9	<b>Delavnost</b>	<b>3,99</b>
10	Pogum	4,36	10	Praktičnost	3,99
11	Praktičnost	4,26	11	Iznajdljivost	3,97
12	Zaupljivost	4,12	12	Odločnost	3,95
13	Poštenost	4,03	13	Pogum	3,94
14	Pravičnost	3,98	14	Ustvarjalnost	3,88
15	Znati priznati poraz	3,87	15	Znati priznati poraz	3,69
16	Tekmovalni duh	3,77	16	Tekmovalni duh	3,59
17	Brezobzirnost	2,90	17	Brezobzirnost	2,44
18	Pohlepnost	2,38	18	Pohlepnost	2,22

Na podlagi zgoraj navedenih in predstavljenih rezultatov naše raziskave lahko trdimo, da je naša peta hipoteza H<sub>5</sub> *potrjena v celoti*.

Naša zadnja, šesta hipoteza H<sub>6</sub> je predpostavljala, da bodo uresničevanje lastnih idej, visoka plača, varnost zaposlitve, možnost napredovanja in zanimivo delo dejavniki, ki najbolj pomembno vplivajo na odločitev dijakov na Goriškem pri izbiri poklica. V tem oziru bi veljalo omeniti Herzbergov model motivacije, ki proučuje in pojasnjuje dejavnike, ki omogočajo in stimulirajo motivacijo zaposlenih v organizaciji (Herzberg, 1968). Omenjeni model definira dejavnike kot so varnost zaposlitve, visoka plača, odnosi s sodelavci, delovno okolje kot t.i. higienike, ki predstavljajo osnovne elemente zadovoljstva, ki bi že morali biti inkorporirani v samem procesu dela. Šele od te točke dalje pa je mogoče govoriti o motivatorjih kot so napredovanje, osebna rast, odgovornost, zanimivo delo, uspeh itn., ki vplivajo na odločitev posameznika, da izbere določen poklic in ga vestno in uspešno opravlja. Če vzporedno pogledamo rezultate naše raziskave vidimo, da so mladi med motivatorje, ki vplivajo na izbiro poklica uvrstili tudi tista, ki to nista, in sicer, dobri odnosi s



sodelavci in varnost zaposlitve, ki jih po Herzbergovem modelu uvrščamo med higienike. Takšen rezultat bi se dalo razumeti kot posledico recesije in visoke stopnje brezposelnosti zlasti med mladimi, ki jim varnost zaposlitve predstavlja enega izmed ključnih motivacijskih dejavnikov pri sprejemanju vsakodnevnih poklicnih odločitev. Mladi so tako v veliki meri kot ključne dejavnike (prvih pet) pri izboru poklica prepoznali v (glej tabelo 25): zanimivem delu (4,62), dobrih odnosih s sodelavci (4,35), varnosti zaposlitve (4,26), možnosti napredovanja (4,17) in uresničitvi lastnih idej (4,12). Da mladi poudarjajo pomembnost dobrih odnosov z nadrejenimi, sodelavci, družbenim okoljem, zagotovljenostjo in varnostjo delovnega mesta je mogoče delno pripisati vlogi političnega sistema v Sloveniji, v kateri že šest desetletij koeksistira socialistična paradigma kolektivistične vzgoje človeka po meri ideologije, ki je še vedno navzoča v učnih načrtih izobraževalnega procesa.

Tabela 25: Dejavniki, ki so pomembni pri izboru poklica med mladimi srednješolci na Goriškem

Rang	Dejavnik	Povprečje	Standardni odklon
1	<b>Zanimivo delo</b>	4,62	0,65
2	Dobri odnosi s sodelavci	4,35	0,81
3	<b>Varnost zaposlitve</b>	4,26	0,89
4	<b>Možnost napredovanja</b>	4,17	0,84
5	<b>Uresničitev lastnih idej</b>	4,12	0,82
6	Jasno določene naloge	4,12	0,91
7	<b>Visoka plača</b>	4,09	0,76
8	Samostojnost	3,82	0,91
9	Svoboden delovni čas	3,69	1,01
10	Ugled v družbi	3,47	1,08

Mladi tako med prvih pet ključnih dejavnikov, ki vplivajo na izbor poklica uvrščajo štiri dejavnike, katere smo tudi sami predpostavljali v naši hipotezi, in sicer, zanimivo delo, varnost zaposlitve, možnost napredovanja in uresničitev lastnih idej. Edini, ki ni bil prepoznan med petimi ključnimi dejavniki, je visoka plača, ki je po pomembnosti pri mladih na sedmem mestu (4,09). Med petimi ključnimi dejavniki je tako prepoznan tudi dejavnik dobri odnosi s sodelavci. Na podlagi rezultatov lahko trdimo, da je naša šesta hipoteza  $H_6$  v celoti potrjena.

## Zaključek

Poslanstvo podjetništva in podjetnikov se kaže predvsem v prispevanju k gospodarskemu razvoju celotne družbe. Kajti, cilj podjetništva/podjetnika je vedno v funkciji rasti gospodarstva, njegove prenove in zviševanja konkurenčnosti gospodarskih subjektov in vseh ostalih vključenih deležnikov. Z lastno empirično kvantitativno raziskavo smo ugotavljali kakšen je odnos srednješolcev zaključnih letnikov na Goriškem do poklica podjetnika. Slednjega bi, kot smo videli že lela opravljati dobra tretjina mladih. Poleg tega, po lastni samo-oceni več kot tretjine mladih le-ti posedujejo ravno tiste najpomembnejše moralne vrline, ki so se v teoriji in praksi izkazale kot potrebne podjetnikom za uspešno delovanje v podjetniškem okolju: *iznajdljivost, delavnost, vztrajnost, odločnost in komunikativnost*. Omenjena rezultata si je mogoče razlagati kot spodbudne kazalnike *trenda samozaposlovanja* med mladimi. V trenutnih kriznih razmerah, ki se izrazito kažejo v visoki stopnji brezposelnosti, zlasti med mladimi v Evropi in na Slovenskem, je naša ugotovitev, da več kot tretjina mladih vidi možnost v ustanavljanju lastnega podjetniškega

podjema, kar pomeni ravno v tem, da aktivno prispevajo k zmanjševanju pritiska na trg dela, na način, da se bodo samozaposlili in hkrati postopoma ustvarili nova delovna mesta, s tem pa posledično zmanjševali stopnjo brezposelnosti. Če k temu dodamo rezultat, da slabih 40 % mladih poseduje moralne vrline uspešnega podjetnika pomeni, da se zvišuje verjetnost uspešnih start-up podjetij v praksi. Slednje nas lahko navdaja z optimizmom, da se bo v bližnji prihodnosti trend jemanja lastne usode v svoje roke nadaljeval v pravo smer.

V tem kontekstu je spodbuden podatek, da se je s podjetniško izkušnjo več kot polovica mladih (56,4 %) soočila že v družinskem okolju, kar kaže na to, da tisti, ki so se odločili za poklic podjetnika ne bodo v podjetništvo vstopili brez vsaj posrednih izkušenj, ki so med drugim nujno potrebne za uspeh v poslu. Temu lahko pripišemo rezultat, ki smo ga dobili v raziskavi, in sicer, da je ustrezen odnos do ključnih podjetniških vrlin (iznajdljivost, fleksibilnost, inovativnost, nenehno učenje in absorbiranje vedno kompleksnejšega znanja) po vsej verjetnosti posledica zgodnjih podjetniških izkušenj mladih. Ker je več kot tri četrtine dijakov podjetniško izkušnjo v družinskem okolju definiralo kot pozitivno, nas ne sme presenečati rezultat, da jih slaba polovica izkazuje intenco postati podjetnik. V podobi podjetnika vidijo priložnost za zaslužek, a obenem niso naklonjeni miselnosti, da bi materialne dobrine pogojevale smiselno in osmišljeno življenje posameznika, saj so prepričani, da mora imeti posameznik vedno dovolj časa za družino in prijatelje. Mladi menijo, da je za uspeh v podjetništvu potrebno delovati pošteno in transparentno na takšen način, da vse vključene deležnike obravnavamo kot cilj in ne kot sredstvo. Če bo proučevana generacija mladih ohranila takšno držo tudi takrat, ko bo vstopila v poslovni svet v bližnji prihodnosti, potem bo bistveno prispevala k uresničevanju koncepta CSR oz. družbene odgovornosti malih in srednje velikih podjetij kot ene izmed ključnih

prioritet EU na področju gospodarstva (Jelovac, 2012). V tem kontekstu bi morali izobraževalni programi v Sloveniji vsebovati tudi podjetniške vsebine in teme, ki bi bile odprte in nagnjene k podjetniškemu delovanju in družbeni odgovornosti, kar bi mogoče lahko spodbudilo mlade k odločanju, da postanejo podjetniki/podjetnice.

Izvedena empirična kvantitativna raziskava med srednješolci zaključnih letnikov na Goriškem je naš skromen prispevek k globljemu razumevanju vloge podjetnika, narave podjetništva in dejavnikov, ki vplivajo na odločitev, da nekdo postane podjetnik/podjetnica. To se nam zdi posebej pomembno v obdobju hude gospodarske in siceršnje družbene krize v Sloveniji. Preboj iz nje bo, poleg ostalega zahteval novo generacijo slovenskih podjetnikov, ki bi v mladih bodočih podjetnikih na Goriškem verjetno imela precejšno zaslombo. Zato bi bile v prihodnje dobrodošle nadaljnje empirične študije, s pomočjo katerih bi še intenzivneje proučevali potrebo mladih po podjetniškem udejstvovanju, na eni strani in dejanskih potrebah gospodarskih subjektov v Sloveniji po ustreznih podjetniških profilih mladih, na drugi strani.

## Literatura

Antončič, Boštjan, Hisrich, D. Robert, Petrin, Tea, Vahčič, Aleš (2002): *Podjetništvo*. Ljubljana: GV Založba.

Barringer R., Bruce in Ireland Duane R. (2008): *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*. Pearson Education International. New Jersey: Upper Saddle River.

Bygrave, William (1994): *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New York: John Wiley & Sons.

Ferjan, Marko (1999): *Organizacija izobraževanja*. Kranj: Moderna organizacija.

Halis, M., Ozsabuncuoglu, I. H., in Ozsagir, A. (2007): *The Values of Entrepreneurship and Factors that Effect Entrepreneurship: Findings from Anatolia*. Serbian Journal of Management, 2(1), str. 21-34.

Herzberg, Frederick (1968): One More Time: How Do You Motivate Employees? *Harvard Business Review* 46 (1), str. 53–62.

Jamieson, I. (1984): *Education for enterprise*. Cambridge: CRAC Ballinger.

Jelovac, Dejan in Dobran Juričan (2007): Kodeks podjetniške kulture za skladden regionalni razvoj. V: Janez Nared et al. (ur.) *Veliki razvojni projekti in skladden regionalni razvoj*. Ljubljana: Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU, Založba ZRC, str.311-319.

Jelovac, Dejan (2009): *Izzivi razvoja organizacije*. Ljubljana: Založba Agathos.

Jelovac, Dejan, Žitnik, Jan, Vadnjal, Jaka, Damjan, Janez (2010): *Virtues of Entrepreneurs: Slovenian Youth Entrepreneurship Attitude Study*. V: Anišič, Zoran (ur.). 3rd International Conference on Entrepreneurs, Innovation and Regional Development – ICEIRD, 2010, Novi Sad: Faculty of Technical Sciences, str. 331-337.

Jelovac, Dejan (2012): *The impact of corporate social responsibility in the context of small and medium enterprise*. Innovative issues and approaches in social sciences, vol. 5, no. 2, str. 21-35.

Kovač Bogomir (1990): *Uvod v podjetništvo*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani.

Kralj, Anita, Jelovac, Dejan, Mate, Vasilij (2013): *Organizational Values and Moral Virtues of Entrepreneur: An Empirical Study of Slovenian Entrepreneurs*. Innovative issues and approaches in social sciences, vol. 6, no. 2, str. 109-138.

Lavrič, Miran, Flere, Sergej, Tavčar Krajnc, Marina, Klanjšek, Rudi, Musil, Bojan, Naterer, Andrej, Kirbiš, Andrej, Divjak, Marko in Lešek, Petra (2010): *Mladina 2010: Družbeni profil mladih v Sloveniji*. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad Republike Slovenije za mladino in Založba Aristej.

Matlay Harry in Mitra, Jay (2002): *Entrepreneurship and learning: The double act in the triple helix*. International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 3 (1), str. 7-16.

Mazzarol, Tim, Volery, Thierry, Doss, Noelle, Thein, Vicki (1999): *Factors influencing small business start-ups*. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 5(2), str. 48-63.

Miller, Robert A. in Collier, Elizabeth W. (2010): *Redefining Entrepreneurship: A Virtues and Values Perspective*. Journal of Leadership, Accountability and Ethics, 8(2), str. 80-89.

Rebernik, Miroslav, Tominc, Polona in Crnogaj, Katja (2010): *Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva: GEM Slovenija 2010*. Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta. Maribor: Slovenski podjetniški observatorij.

Statistični urad RS (2013a): *Slovenske regije v številkah 2013*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/pub/REGIJE-2013.pdf> (3.6.2013).

Statistični urad RS (2013b): *Srednješolsko izobraževanje mladine in odraslih, Slovenija, konec šolskega leta 2011/2012 in začetek šolskega leta 2012/2013 – končni podatki*. Dostopno prek: [http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=5449](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5449) (3.6.2013).

Stevenson, H. Howard (2000): *Why Entrepreneurship has won?* Coleman White Paper, USASBE Plenary Adress.

Timmons, A. Jeffry, Spinelli, Stephen (2003): *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. New York: McGraw Hill Professional.

Vadnjal, Jaka, Jelovac, Dejan in Damjan, Janez (2009): *Odnos srednješolcev do podjetništva*. V: Nared, Janez in Perko, Drago (ur.)

*Razvojni izzivi Slovenije*. Ljubljana: Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU, Založba ZRC, str. 161-173.

Vadnjal, Jaka, Jelovac, Dejan, Damjan, Janez (2010): *Vpliv šole in okolja odraslih srednješolcev do podjetništva*. Andragoška spoznanja, 16 (1), str. 23-34.

Weber, Max (1905/1958): *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Boston: Allen and Unwin.