



MEDNARODNA KONFERENCA  
PRAKTIČNO UČENJE PODJETNOSTI  
IN PODJETNIŠTVA

KATALOG PRISPEVKOV



**CPI**  
CENTER RS ZA  
POKLICNO  
IZOBRAŽEVANJE



**JA Slovenija**  
100 YEARS OF ACHIEVEMENT  
A Member of JA Worldwide  
Zavod za spodbujanje podjetnosti mladih

# KATALOG PRISPEVKOV MEDNARODNE KONFERENCE PRAKTIČNO UČENJE PODJETNOSTI IN PODJETNIŠTVA

Elektronska izdaja

Avtorji: mag. Jana Ravbar, Andreja Glavič, Peter Kurnik, Matjaž Cizej, Mojca Gorjan, mag. Srđan Vuković, mag. Nataša Vrčon Tratar, Tanja Skok, dr. Tadej Rifel in dr. Jožica Rejec

Urednik: Maja Juršič

Jezikovni pregled: Marjan Kokalj

Oblikovanje: Maja Juršič

Tehnična ureditev elektronske izdaje: Maja Juršič

Organizacijski odbor: mag. Jana Ravbar, dr. Jožica Rejec in Maja Juršič

Strokovni odbor: mag. Jana Ravbar, mag. Janez Damjan (CPI), mag. Jan Žitnik (Ekonomska šola Ljubljana) in Anton Kokalj (ZZSPM).

Publikacija v elektronski obliki je prosto dostopna na spletni strani [www.jaslovenija.si](http://www.jaslovenija.si)

Založnik: Zavod za spodbujanje podjetnosti mladih, JA Slovenija

Ljubljana, 2022

»Naložbo sofinancira Evropski inštitut za inovacije in tehnologijo (EIT Raw Materials) v sodelovanju z Junior Achievement Europe. Mednarodna konferenca Praktično učenje podjetnosti in podjetništva se je izvedla v okviru projekta Skills for the Future.«

---

Kataložni zapis o publikaciji (CIP) pripravili v Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani

COBISS.SI-ID 96419075

ISBN 978-961-95671-0-4 (PDF)

## KAZALO VSEBINE

Uvod (dr. Jožica Rejec, Zavod za spodbujanje podjetnosti mladih)	4
Prispevki konference	5
Pristopi poučevanja podjetnostne kompetence in podjetništva (mag. Jana Ravbar, Center RS za poklicno izobrazbo)	6
Delo v dijaškem podjetju JA Slovenija – veščine in vrednote (Andreja Glavič, Šolski center za pošto, ekonomijo in telekomunikacije Ljubljana)	11
Kako motivirati dijake za podjetništvo? (Peter Kurnik , Šolski center Škofja Loka, Srednja šola za lesarstvo)	13
Mentoriranje dijakov v programu Moje podjetje (Matjaž Cizej, ŠČ Celje, Srednja šola za strojništvo, mehatroniko in medije)	20
Povezava izvajanja programa JA Moje podjetje s 4. Predmetom poklicne mature v IP ekonomski tehnik (Mojca Gorjan, Šolski center za pošto, ekonomijo in telekomunikacije Ljubljana)	23
S povezovanjem med projekti do učinkovitega spodbujanja podjetnosti in inovativnosti med mladimi (mag. Srđan Vuković, Šolski center za pošto, ekonomijo in telekomunikacije Ljubljana)	27
Razvijanje kompetenc ekonomskega opismenjevanja, organizacije poslovanja in prodaje v programu moje podjetje (mag. Nataša Vrčon Tratar in Tanja Skok, Srednja ekonomsko-poslovna šola Koper)	31
Inovacijski dnevi na Škofijski klasični gimnaziji (dr. Tadej Rifel, Zavod sv. Stanislava, Škofijska klasična gimnazija)	35

## UVOD

Devetletno strnjeno praktično izobraževanje podjetnosti »Moje podjetje« po programu »Junior Achievent« smo nadgradili s mednarodno konferenco, izvedeno 19. 1. 2022, v sodelovanju s »Centrom RS za poklicno izobraževanje«.

Program Moje podjetje z več kot stoletno tradicijo, ki je v Evropi prisoten v večini držav že več kot 30 let, letno izobrazi 10 mio mladih po svetu; od osnovnih šol do »start upov« - od tega samo v Evropi 4 mio mladih. V Sloveniji program poteka trenutno samo v srednjih šolah. Število sodelujočih šol raste, saj učitelji prepoznajo veliko vrednost kompetenc, ki jih dijaki pridobijo v enem šolskem letu programa. Skupno število sodelujočih v devetih letih bo letos preseglo 2700 dijakov. Poleg osnovnega programa, ki je podprt z bogatim učnim gradivom, organiziramo dodatna izobraževanja in sodelujemo z EIT (Raw materials), Uradom vlade republike Slovenije (I FEEL SLOVENIA) in drugimi.

V enem šolskem letu dijaki spoznajo življenje podjetja: prodajo delnic za nakup materialov, oblikovanje izdelka ali storitve, raziskavo trga, izdelavo samo, prodajo in pripravo zaključnega vsebinskega in finančnega poročila. Za zaključno tekmovanje pripravijo reklamni film, predstavitveni nastop in stojnico. Ocenjevalna komisija, ki jo sestavljajo podjetniki, skrbno pregleda poročila in nastope, podeli vrsto priznanj, v celoti najboljšo dijaško podjetje pa se udeleži evropskega tekmovanja, kjer se pomeri z najboljšimi iz 40-ih držav.

Pridobljena znanja in veščine, ki jih dijaki pridobijo v programu Moje podjetje, jim koristijo v vsakdanjem življenju, ko se zaposlijo ali pa pričnejo samostojno podjetniško pot. Spoznajo, da se splača poskusiti, vztrajati in se učiti na napakah.

Hvala vsem učiteljem za podelitev bogatih izkušenj dela po programu »Moje podjetje« in predstavnikom CPI za strokovni prispevek in sodelovanje.

Direktorica Zavoda za spodbujanje podjetnosti mladih  
dr. Jožica Rejec

The background features a dark green upper section and a lower section composed of overlapping triangles in various shades of grey and white. The text is centered in the lower section.

PRISPEVKI KONFERENCE

## PRISTOPI POUČEVANJA PODJETNOSTNE KOMPETENCE IN PODJETNIŠTVA

mag. Jana Ravbar, CPI

Kompetenčni pristop se v izobraževanju v Sloveniji omenja že v 90-ih letih prejšnjega stoletja. Uveljavljati se je začel na podlagi uvajanja bolonjskega procesa v visokošolskem izobraževanju.

Prva širša razprava o kompetencah na področju poklicnega in strokovnega izobraževanja v Sloveniji je potekala leta 2005, kar je vplivalo na nacionalne kurikule izobraževalnih programov v poklicnem in strokovnem izobraževanju, ki že od leta 2006 temeljijo na evropskem konceptu osmih ključnih kompetenc. Kompetence Evropskega referenčnega okvira so bile leta 2006 sprejete tudi v slovensko zakonodajo (UR L 394, 30.12.2006, str. 10). Leta 2018 (UR L 61, št. C 189/01) se je okvir ključnih kompetenc iz leta 2006 nekoliko spremenil na ravni formulacije zapisov, vendar pa ostajata število in vsebina zelo podobna; ko govorimo o kompetenci, ki zadeva podjetnost, se je formulacija »samoiniciativnost in podjetnost« iz leta 2006 spremenila v »podjetnostno kompetenco«.



### **Prenovljeni okvir ključnih kompetenc za vseživljenjsko učenje (2018):**

- Pismenost
- Večjezičnost
- Matematična, naravoslovna, tehniška in inženirska kompetenca
- Digitalna kompetenca
- Osebnostna, družbena in učna kompetenca
- Državljska kompetenca
- Podjetnostna kompetenca
- Kulturna zavest in izražanje

### **Nekdanji okvir ključnih kompetenc za vseživljenjsko učenje (2006):**

- Sporazumevanje v maternem jeziku
- Sporazumevanje v tujih jezikih
- Matematična kompetenca ter osnovne kompetence v znanosti in tehnologiji
- Digitalna pismenost
- Učenje učenja
  
- Socialne in državljanske kompetence
- Samoiniciativnost in podjetnost
- Kulturna zavest in izražanje

V Priporočilih Sveta Evropske unije<sup>1</sup>, z dne 22. maja 2018, o ključnih kompetencah za vseživljenjsko učenje, je poudarjeno, naj bi države članice podpirale razvoj ključnih kompetenc, pri tem pa še posebno pozornost namenile razvijanju ustvarjalnosti in samoiniciativnosti pri učencih, na primer v obliki omogočanja priložnosti za učence in dijake, da med šolanjem pridobijo vsaj eno praktično podjetniško izkušnjo. Pojasnjeno je, da podjetnostna kompetenca pomeni »zmožnost izkoriščanja priložnosti in uresničevanja zamisli ter pretvarjanja teh priložnosti in zamisli v vrednost za druge. Temelji na ustvarjalnosti, kritičnem mišljenju in reševanju problemov, iniciativnosti in vztrajnosti ter sposobnosti za sodelovanje pri načrtovanju in vodenju projektov s kulturno, družbeno ali finančno vrednostjo«.

<sup>1</sup> Priporočilo Sveta, z dne 22. maja 2018, o ključnih kompetencah za vseživljenjsko učenje, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&from=NL](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)&from=NL)

V omenjenih priporočilih so predstavljeni tudi znanje, spretnosti in odnosi, ki so povezani z omenjeno kompetenco. V nadaljevanju priporočila pojasnjujejo še:

»Podjetnostna kompetenca zahteva zavedanje, da obstajajo različne okoliščine in priložnosti za udejanjanje zamisli z osebnimi, družbenimi in poklicnimi dejavnostmi, ter razumevanje njihovega nastanka. Posamezniki bi morali poznati in razumeti pristope k načrtovanju in vodenju projektov, kar vključuje tako postopke kot vire. Morali bi razumeti ekonomijo ter družbene in gospodarske priložnosti in izzive, s katerimi se sooča delodajalec, organizacija ali družba. Zavedati bi se morali tudi etičnih načel in izzivov trajnostnega razvoja, pa tudi lastnih prednosti in slabosti«.

Pomembno je poudariti, da podjetniške spretnosti ne vključujejo le poznavanje trga, trenutne situacije in pravil poslovanja, temveč temeljijo tudi na ustvarjalnosti, ki vključuje domišljijo, strateško mišljenje in reševanje problemov, ter kritičnem in konstruktivnem razmisleku v razvijajočih se ustvarjalnih procesih in inovativnosti. Prav zato je v procesu pridobivanja kompetenc izjemnega pomena spodbujanje podjetniške miselnosti, ki omogoča ustvarjalno prelivanje pridobljenih znanj v konkretni končni izdelek. Krepitev podjetnosti vključuje sposobnost posamičnega delovanja in sodelovanja v skupinah, mobilizacijo virov (ljudi in stvari) ter vzdrževanje dejavnosti. Vključuje tudi sposobnost sprejemanja finančnih odločitev glede stroškov in vrednosti. Ključna pri tem je sposobnost učinkovitega sporazumevanja in pogajanja z drugimi ter soočanja z negotovostjo, dvoumnostjo in tveganjem v okviru sprejemanja odločitev.

»Za podjetnostni odnos so značilni samoiniciativnost in aktivnost, proaktivnost, pogled v prihodnost, pogum in vztrajnost pri doseganju ciljev. Vključuje željo po motiviranju drugih in vrednotenju njihovih zamisli, empatijo ter skrb za ljudi in svet ter sprejemanje odgovornosti z etičnim pristopom v celotnem procesu«<sup>2</sup>.

Odločilni korak k skupnemu razumevanju podjetnostne kompetence je naredilo »Skupno raziskovalno središče« v okviru Evropske komisije, ki je razvilo referenčni okvir z imenom »Okvir za podjetnostno kompetenco EntreComp«.

Gre za celovit, prilagodljiv in večnamenski referenčni okvir, ki je bil oblikovan zato, da bi evropskim državljanom pomagal razumeti pomen podjetnosti kot ključne kompetence za vseživljenjsko učenje. Želi uvesti enotno razumevanje podjetnostne kompetence, razlaga, kako naj bi razumeli znanje, spretnosti in stališča. Zasnovan je tako, da ga lahko prilagajamo in uporabljamo za spodbujanje posameznikov in organizacij k podjetnosti. Želi postati referenčni okvir za množico pobud, ki spodbujajo učenje podjetnosti v Evropi in izven nje.

Okvir (Slika 1) sestavljajo tri kompetenčna področja: Zamisli in priložnosti; Viri; K dejanjem. Vsako področje vsebuje pet temeljnih kompetenc, kar pomeni, da ima celoten okvir 15 kompetenc. Vsaka od 15 kompetenc vsebuje smernice, ki opisujejo, kaj ta kompetenca pomeni v praksi. Vsaka smernica ima pripadajoče učne dosežke na osmih ravneh napredovanja, od začetne ravni, preko ravni samostojnosti, do ravni odgovornosti in mojstrstva.

---

<sup>2</sup> Priporočilo Sveta, z dne 22. maja 2018, o ključnih kompetencah za vseživljenjsko učenje, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&from=NL](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)&from=NL)

V primeru učenja podjetnosti, napredovanje sestavljata dva vidika:

- :: razvijanje vedno večje avtonomije in odgovornosti pri udeležanju zamisli ter priložnosti za ustvarjanje vrednosti,
- :: razvijanje zmožnosti ustvarjanja vrednosti v enostavnih in predvidljivih okoljih, pa vse do kompleksnih, nenehno spreminjajočih se okolij<sup>3</sup>.



Slika 1: Področja in kompetence modela EntreComp.

Slika poudarja, da pari kompetenčnih področij in kompetence niso taksonomsko nespremenljivi. Področja so tesno prepletena, prav tako pa je 15 posameznih kompetenc medsebojno povezanih, zato jih je treba obravnavati kot celoto. Ni nujno, da mora učenec doseči najvišjo raven strokovnosti v vseh 15 kompetencah ali pa biti enako strokovno usposobljen v vseh. V okviru EntreComp so vse kompetence enako pomembne.

Okvir EntreComp je primeren za vse, ki jih zanima razvoj dejavnosti za vključevanje podjetnostne kompetence ali ki delajo na področju formalnega in neformalnega izobraževanja ter učenja.

Pri izobraževanju, usposabljanju in učenju, usmerjenem v kompetence, se pojavljajo naslednji izzivi:

- :: uporaba različnih učnih pristopov,
- :: podpora učiteljem in ostalim kadrom (ravnateljem, dekanom),
- :: ocenjevanje in vrednotenje kompetenc.

Primeri dobrih praks na ravni poučevanja nakazujejo naslednje razvojne možnosti:

### Učni pristopi in okolja

a) Meddisciplinarno učenje in partnerstva obogatijo učenje. Meddisciplinarno učenje prispeva k boljši povezanosti različnih predmetov oz. modulov v kurikulumu ter k vzpostavitvi povezave med temi, kar se poučuje, ter družbenimi spremembami. Medsektorsko sodelovanje vpliva na razvoj kompetence sodelovanja med izobraževalnimi institucijami in zunanjimi akterji s poslovnega, umetniškega in športnega področja.

<sup>3</sup> EntreComp: Okvir podjetnostne kompetence, <https://www.zrss.si/pdf/entrecomp.pdf>



- b) Dopolnjevanje akademskega učenja z družbenim in čustvenim učenjem, umetnostjo ter telesnimi dejavnostmi za krepitev zdravja, podpira zdrav življenjski slog.
- c) Raziskovalno, projektno in izkustveno učenje povečajo motivacijo in zavzetost ter vključenost posameznika.
- d) Uporaba digitalnih tehnologij pripomore k izboljšanju učenja in podpira razvoj kompetence.
- e) Omogočajo se še druge priložnosti pridobivanja podjetniških izkušenj: pripravništva v podjetjih, obiski podjetnikov s praktičnimi izkušnjami, start-upi, zagonska podjetja, simulacije poslovanja. Učna podjetja v izobraževalnih institucijah na ta način odpirajo možnosti mladim, da med šolanjem pridobijo podjetniško izkušnjo. Ključni akterji pri širjenju podjetnostne kompetence so partnerstva med šolami ter tgom dela.

### **Podpora pedagoškim delavcem**

- a) V kompetence usmerjen pristop pedagoškim delavcem pomaga spremeniti poučevanje in učenje.
- b) Izmenjave osebja ter medsebojno učenje predstavljata pomemben vidik razvoja pedagoških delavcev.
- c) Ustvarjanje inovativnih praks, sodelovanje v raziskavah in uporaba novih tehnologij so bistveni pri podpori pedagoškim delavcem, kamor sodijo tudi svetovanje in dostop do orodij in gradiv.

### **Ocenjevanje in vrednotenje razvoja kompetenc**

- a) Opisi ključnih kompetenc naj bodo zapisani v obliki učnih izidov.
- b) Dokumenti za beleženje pridobljenega znanja. V postopku vrednotenja v tujini pridobljenih kompetenc so lahko v pomoč tudi orodja, kot sta Europass in Youthpass, ki služita kot orodji za dokumentiranje in samoocenjevanje.
- c) Strokovna literatura na evropski<sup>4</sup> in nacionalni<sup>5</sup> ravni navaja različne didaktične pristope za razvoj podjetnostne kompetence. Poudarja se zlasti praktično usmerjen pristop, ki temelji na aktivnosti učencev (akcijsko učenje). Spodbujanje podjetnosti pa ni odvisno samo od oblik izobraževanja v okviru šolskega kurikula, temveč tudi od širših možnosti, ki jih je priporočljivo iskati; na primer preko domačih in mednarodnih projektov.

Pri pregledu dobrih praks podjetnostne kompetence v Sloveniji, zasledimo naslednje uspešne pristope in metode, ki spodbujajo razvoj kompetence samoiniciativnosti in podjetnosti:

- :: simulacije in didaktične igre,
- :: strukturirane problemske naloge,
- :: skupinske interakcije,
- :: terenske izkušnje,
- :: medpredmetna povezovanja,
- :: obisk podjetij,
- :: izkustveno učenje,
- :: raziskovanja,
- :: projektno učenje,
- :: ogledi filmov,

---

4 Educational Research and Innovation, Innovative Learning Environments, [https://read.oecd-ilibrary.org/education/innovative-learning-environments\\_9789264203488-en#page1](https://read.oecd-ilibrary.org/education/innovative-learning-environments_9789264203488-en#page1)

5 Marentič Požarnik, Barica, Psihologija učenja in pouka: od poučevanja k učenju, Ljubljana, DZS, 2018.

- :: predstavitve dobre prakse na delovnem mestu,
- :: reševanje problemov na osnovi resnične situacije iz delovnega okolja,
- :: igre vlog,
- :: timsko delo,
- :: študije primerov,
- :: učna podjetja.

Učno podjetje predstavlja simulacijo celotnega delovnega procesa, saj je delo organizirano v učilnici, ki je opremljena kot pisarna. Je oblika pouka, ki temelji na praktičnem usposabljanju, pri katerem se prepletata tako strokovna teorija kot posredovanje ključnih kompetenc. Dijaki se pripravljajo za vstop na trg dela in hkrati razvijajo poklicne kompetence. Opreмимо jih s temeljnim splošnim znanjem, spretnostmi in sposobnostmi za razvoj osebnosti in sodelovanja v družbi. Tako razvijajo pomembne strategije kognitivnega procesiranja, npr. kritično presojanje in udejanjanje ciljev višjih taksonomskih ravni. Dijaki aktivno sodelujejo v ustvarjalni produktivni resničnosti in se učijo, kako izvajati različne naloge. Delo vodi učitelj, ki dijake spremlja, usmerja in jim svetuje.

## DELO V DIJAŠKEM PODJETJU JA SLOVENIJA – VEŠČINE IN VREDNOTE

Andreja Glavič, Šolski center za pošto, ekonomijo in telekomunikacije Ljubljana

Trg dela se neprenehoma spreminja in vstopamo v dobo digitalizacije. Odpirajo se nova delovna mesta, pojavljajo se novi poklici. Zaradi hitrega tehnološkega razvoja znanje, pridobljeno v šoli, ne zadostuje več. Delodajalci pri novih kandidatih cenijo razmišljanje izven okvirov, komunikacijo, ustvarjalnost, kritično razmišljanje in sodelovanje ter sposobnost hitrega prilagajanja na novosti. Pomembne so postale tudi osebnostne lastnosti posameznika, kot so energija in osredotočenost, s katero se predajajo delu, odgovornost, samoorganizacija, inovativno razmišljanje, veščina sodelovanja v timu. Zaradi vsega tega se mora začeti spreminjati tudi naše delo v šoli. Spremeniti se morajo načini poučevanja, učitelj naj postane mentor, dijake je potrebno postaviti pred izzive, preko katerih bodo utrjevali zahtevane vrednote in veščine.

Delo v programu »Moje podjetje« presega dosedanje prakso poučevanja; tako v načinu poučevanja, doseganju zadanih ciljev kot tudi pri vrednotenju dijakovega dela. Zasnovano je na timskem delu, kjer je uspeh posameznika pogosto odvisen od uspeha vseh članov tima in je poznavanje teoretičnih zakonitosti skrito v uspešnosti poslovanja podjetja. Tako dijaki kot mentor morajo prevzeti drugačne vloge. Mentor samo usmerja delo tima, pojasnjuje posamezne faze izvajanja programa in dodaja teoretična znanja, ki so potrebna, da se določena faza izvede. Dijaki se morajo samostojno organizirati znotraj tima, si razdeliti naloge glede na veščine, ki jih obvladajo, in prevzeti odgovornost za opravljeno delo. Pri delu se oddaljijo od izreka, ki ga v strokovnih šolah slišimo prepogosto, in sicer »važno, da je 2«, saj morajo biti dela opravljena brez napak. Kot primer naj naštejemo samo nekaj nalog: izdana delnica podjetja, vodenje registra delničarjev, izdaja računov, vodenje stroškov in izdelano finančno poročilo, poslana vabila in poslovni dopisi, estetska dovršenost izdelkov, pravilno delovanje izdelkov, higienska neoporečnost, varnost pri uporabi izdelkov, pravočasno opravljene naloge. S tem je doseženo, da si dijaki nehote postavijo višje cilje, postanejo bolj samokritični, zahtevnejši do sebe in odgovorni do ostalih članov tima.

Pred pridružitvijo timu je pomembno, da dijak pozna svoje dobre in slabe lastnosti, saj na podlagi tega tudi kandidira na delovno mesto v dijaškem podjetju. Dijak, ki je na primer bolj zadržan in mu je neprijetno ob nastopanju, obvlada pa orodja za grafično oblikovanje, ne bo glavni promotor, bo pa lahko odličen pri oblikovanju grafične podobe podjetja. S prepoznavanjem svojih dobrih in slabih lastnosti si dijaki oblikujejo samopodobo, kar jim kasneje pomaga tudi pri iskanju zaposlitve in pri razgovorih pri delodajalcih. Pomembno je, da prav vsak član tima pri sebi prepozna neko veščino, s katero bo uspešen. Veščine so lahko vezane na področje organizacije, vodenja, poznavanja orodij in materialov, ročnih spretnosti, poznavanja tehnik izdelave izdelka ali pa na dobro ustno izražanje, dobro pisno izražanje, sposobnost komuniciranja, smisel za vodenje financ. Ker je ena od ključnih vrednot nove dobe tudi prilagajanje na spremembe, se dijak v času delovanja podjetja lahko izuri tudi v veščinah, v katerih prej ni bil najboljši.

Za dijake je timsko delo nekaj povsem novega, saj so v vzgojno-izobraževalnem procesu največkrat postavljeni pred individualne izzive; tudi pri ocenjevanju se v ustni ali pisni obliki ocenjuje posameznik. Ocenjevanje dela v timu je za mentorja težje, ker je delo posameznega člana težko vrednotiti. Potrebno je natančno pripraviti kriterije za posamezne naloge, ki so delo enega člana, in kriterije za naloge, ki se ocenjujejo skupinsko. Ko so vsi rezultati zbrani, se pokaže, kdo v skupini res dela, kdo pa dosega rezultate samo na račun dela ostalih članov. Vsi zaposleni v podjetju izvedejo tudi samoocenjevanje

in ocenjevanje svojih sodelavcev. Ocene si nato med seboj obrazložijo in se ob tem učijo, kako podati kritiko, da ni žaljiva, in kako sprejeti kritiko brez užaljenosti. Velikokrat se pojavi dilema, ali nekemu povedati, da delo ni dobro opravljeno, ali biti tiho in delo opraviti namesto njega. Če se tako ocenjevanje izvede večkrat v času trajanja projekta, se lepo vidi, kako »prijateljske« ocene postajajo realne ocene dela posameznega člana tima. V pomoč vsem so natančno vodeni dnevniki dela, ki opisujejo tedenske naloge, iz katerih je razvidno, kdo je zanje zadolžen in kdaj je bil rok za oddajo.

Med člani uspešnega dijaškega podjetja mora vladati medsebojno spoštovanje in zaupanje. Vsak je odgovoren za svoje področje, vendar morajo v določenih fazah programa vsi prevzeti vse naloge (na predstavitev, v proizvodnji, pri zaključnem poročilu...). Takrat je zelo pomembno, da vsak opravi svoje delo kvalitetno in pravočasno, saj je od tega odvisen skupni rezultat.

Delo v programu Moje podjetje doseže vrh s proizvodnjo in prodajo izdelkov oz. z izvajanjem storitev. V tem delu pride do sodelovanja z zunanjimi mentorji, do povezave z lokalnim okoljem, do stikov z obrtniki, dobavitelji, s strankami. Pokaže se izjemna priložnost tudi za sodelovanje s straši. Starši so v srednji šoli vedno bolj odmaknjeni od vzgojno-izobraževalnega procesa. Vsa komunikacija, povezana s šolo, se v glavnem vrti okrog pridobljenih ocen, kaj pa se v resnici dogaja v oddelku, jim je največkrat zamolčano.

Dobra praksa je, da nekje na sredini dela, ko so ideje dokončno izdelane in ko je približno dodelana grafična podoba podjetja, izpeljemo predstavitev za starše. Če se le da, vsak izmed zaposlenih v podjetju predstavi neko temo, tako da straši prepoznajo vlogo, ki jo ima dijak v podjetju. Starše pozovemo, da podajo svoje mnenje. Običajno to izvedemo tako, da dobijo pripravljen vprašalnik, v katerega zapisujejo svoja opažanja ob predstavitev, pohvale, kritike, predloge za izboljšave, ponudijo svojo pomoč. Pogosto se nam je že zgodilo, da so predvsem pri izdelavi izdelkov pomagali vsi člani družine, tako da vloga družine ni bila povezana samo s končnim nakupom izdelkov.

Program se zaključi z državnim tekmovanjem vseh dijaških podjetij. Za tekmovanje je potrebno napisati poslovno poročilo, pripraviti predstavitev, pogosto tudi v tujem jeziku, posneti reklamni video in postaviti sejensko stojnico. S tem zaključkom se na poseben način preverijo veščine in vrednote, pridobljene med izvajanjem programa. Takrat, ko gre zares, ni škoda dodatnih ur, pokaže se, da dijaki znajo sodelovati, se organizirati, pokaže se vsa njihova mladostna energija.

Čisto ob koncu pride do spoznanja, da jim je uspelo le s skupnim delom, da so z dobro komunikacijo premagali vse vzpone in padce in da so ob igranju vlog mladih podjetnikov pridobili pomembne življenjske izkušnje.

## KAKO MOTIVIRATI DIJAKE ZA PODJETNIŠTVO?

Peter Kurnik , Šolski center Škofja Loka, Srednja šola za lesarstvo

### 1. Projekt učenja podjetništva

Program »Moje podjetje« poudarja podjetniške vsebine tako, da daje velik pomen socialnim veščinam in veščinam pisnega in ustnega izražanja. Na tem področju se odlično povezujemo s predmeti kot so slovenščina, sociologija in angleščina.

Pri splošnih predmetih dijaki oblikujejo različne tekste, predstavitve, intervjuje, ankete in ostale vsebine, ki jih potrebujejo za svoj poslovni model.

Poleg tega se povezujemo z moduli praktičnega pouka, kjer svoje ideje lahko preizkusijo, naredijo prototipe in izdelke.

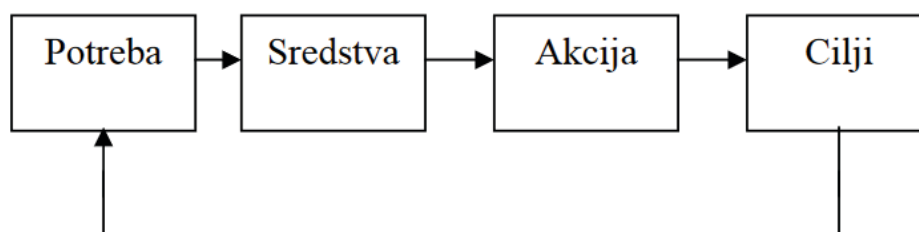
Program je v celoti voden preko spletnih učilnic, ker na ta način lahko določamo roke, ki se jih moramo držati. Poleg tega je ogromno gradiv, ki jih lahko objavljamo na spletne učilnice, dostop do dijaških izdelkov pa imajo vsi mentorji.

#### 1.1 Motivacija za podjetništvo

V sklopu sodobnih teorij predstavljam teorijo motivacije, katere avtorja sta McClelland in Atkinson. Raziskave (McClelland, 1976) so pokazale, da na nastanek novega podjetja najbolj vpliva potreba po dosežkih. To je najmočnejša sila, ki žene podjetnike. Ta raziskava je bila narejena v ZDA. V motivacijski teoriji sem skušal pokazati, kaj pravzaprav motivacija je in kateri so glavni dejavniki, ki nanjo najbolj vplivajo. Motiviranost vsakega posameznika je namreč temeljni element izgradnje podjetniškega sistema (Plut, 1995). V Sloveniji motiviranosti za podjetništvo še vedno primanjkuje, kar je tudi razlog, da podjetniška aktivnost v Sloveniji zaostaja (Ristič, 2004, 5).

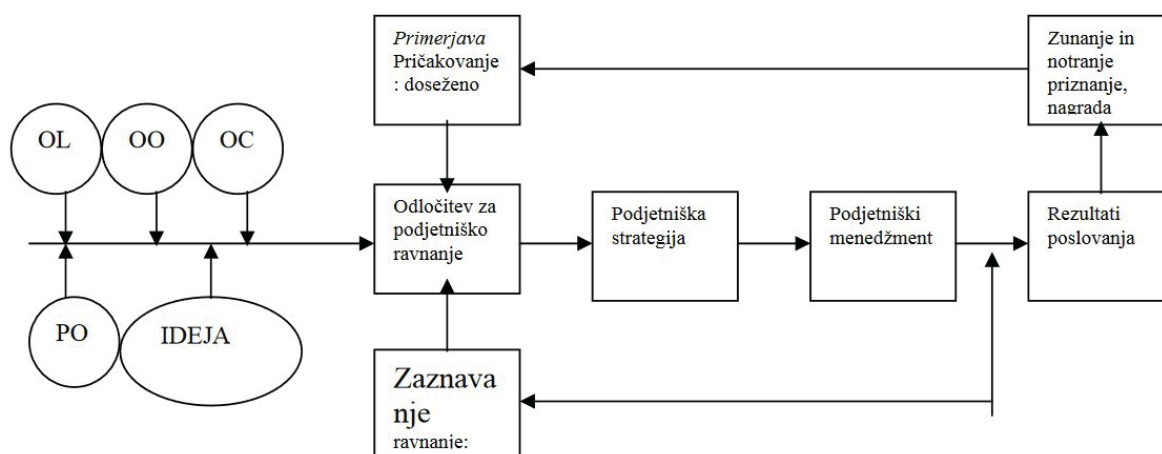
##### 1. 1. 1. Motivacijska teorija

Motivacija je proces, ki povzroča, da se ljudje vedejo in delujejo v določeni smeri. V podjetništvu motiviranje pomeni vzpodbujanje ljudi z določenimi sredstvi, da bodo učinkovito in na podlagi lastne odločitve opravili dane naloge. Sredstva so lahko različne nagrade ali druge stimulacije, ki usmerjajo delovanje ljudi v pozitivno smer. Obratno pa grožnje in kazni pomenijo negativno vzpodbujanje. Sam proces motivacije vsebuje nezadovoljene potrebe, cilj, ki ga želimo doseči ter akcije in sredstva, s katerimi ta cilj dosežemo (Plut, 1995, 67). Povezave med njimi kaže Slika 1.



Slika 1: Proces motivacije; vir: Plut, 1995

To sliko bi lahko tudi nekoliko razširili. Na odločitev za podjetništvo vpliva več faktorjev, kot je spodaj prikazano. Poleg podjetniškega motiva je potrebno upoštevati tudi osebnostne lastnosti posameznika ter poslovno okolje. Ko se pričakovani rezultat podjetnikovega ravnanja ujame z njegovimi pričakovanji, dobi podjetnik vzgon za novo podjetniško odločitev (Pšeničny, 2000, 71-72). Te povezave so jasne prikazane na Sliki 2.



Slika 2: Model podjetniške motivacije  
 Legenda: OL – osebne lastnosti, OC – osebni cilji, OO – osebno okolje, PO – podjetniško okolje; vir: Kuratko, Hodgets, 1995

### 1. 1. 2. Teorija storilnostne motivacije

Teorija storilnostne motivacije (Plut, 1995, 64-66) razlikuje dva pojma:

- :: pozitivna storilnostna motivacija
- :: negativna storilnostna motivacija

O prvi govorimo, kadar posameznika pri njegovem delu motivira želja po dosežkih in uspehih. Kadar pa nekdo delo opravlja samo zato, da se izogne kazni oz. neuspehu, govorimo o negativni storilnostni motivaciji. To sem ugotavljal tudi v točki, ki govori o slovenskih podjetnikih. Teorija storilnostne motivacije definira stremljenje po dosežkih kot tisto, ki prebudi motivacijo po dosežkih. Miner, Smith, Bracker (Plut, 1995, 64) so definirali pet lastnosti stremljenja po dosežkih:

- :: individualna odgovornost
- :: tveganje kot funkcija sposobnosti
- :: poznavanje rezultatov odločitev
- :: nova instrumentalna odločitev
- :: anticipacija bodočih možnosti

McClelland (Plut, 1995, 64) se tudi strinja, da na razvoj motivacije po dosežkih in na prisotnost le-te pri podjetnikih vpliva vzgoja. Ugotavlja, da družba z višjo stopnjo razvitosti motivacije po dosežkih ustvari več podjetnikov, to pa povzroča hitrejši ekonomski razvoj. Na motiviranost pa vpliva tudi trening. Zagovarja tezo, da je mogoče podjetniško motiviranost pridobiti tudi z ustreznim učenjem.

Atkinson (1964) storilnostno motivacijo pojmuje nekoliko drugače. Zanj je to konfliktna situacija, saj vzbuja tako upanje na uspeh kot strah pred neuspehom. Gre za vsoto težnje po uspehu in težnje po izogibanju neuspehu. Atkinson in Feather sta ugotovila, da ljudje, ki so zavzeti za delo, težijo k

nalogam, kjer obstaja precejšnja verjetnost uspeha. Ne marajo nalog, ki so prelahke in jih zato ne stimulirajo, ter pretežkih nalog, ker se boje poraza. Pomembno vlogo ima torej verjetnost uspeha pri odločitvah, ali sprejeti nalogo ali ne. Šibkost te teorije je v neupoštevanju dejstva, da delavca lahko stimulira k aktivnosti nekaj, kar je zunaj njega. Mandler in Sarason sta v raziskavi prišla do naslednjih zaključkov (Plut, 1995, 65):

- :: pri osebah z visoko storilnostno motivacijo neuspeh motivacijo poveča
- :: pri osebah z nizko storilnostno motivacijo neuspeh motivacijo zmanjša
- :: pri osebah z visoko storilnostno motivacijo uspeh motivacijo zmanjša
- :: pri osebah z nizko storilnostno motivacijo uspeh motivacijo poveča

Storilnostna motivacija loči notranjo (intrinzično) ter zunanjo (ekstrinzično) motivacijo. V prvem primeru govorimo o notranjem zanimanju posameznika, v drugem primeru pa je motivacija povezana z zunanjimi nagradami. Notranja motivacija je vedno pozitivna, zunanja pa je lahko tako pozitivna kot negativna. Pomemben pojem v zvezi s tem je tudi "mesto kontrole" (Locus of Control). Gre za samo-doživljanje posameznika, glede na to, od kod izvira kontrola nad njegovim življenjem. Lahko je to v njem samem, ali pa v silah zunaj njega (sreča, priložnost, drugi ljudje). Rotter pravi, da imajo prvi notranje mesto kontrole in jih definira kot interne, drugi pa imajo zunanje mesto kontrole in jih definira kot eksterne. Razlika se kaže v tem, da imajo interni večje možnosti za kontrolo lastnega razvoja, ker so bolj nagnjeni k lastnim akcijam, kot pa eksterni. Boljše se učijo, lažje rešujejo probleme in uporabljajo informacije. Zanje velja tudi to, da imajo večji občutek kontrole nad razvojem okolja, so bolj avtonomni, dajo več povratnih informacij pri delu in lažje ter hitreje zapustijo situacijo nezadovoljstva. Imajo večjo motivacijo in verjamejo v uspeh, zato so bolj uspešni pri delu, kot pa eksterni.

O storilnostni motivaciji lahko sklenemo, da le-ta ni prirojena, ampak je relativno trajna osebnostna lastnost, ki se oblikuje z vzgojo v otroštvu. Podobna tej teoriji je teorija delovne motivacije, s katero so se ukvarjali Miner, Smith in Bracker.

Pomembne so naslednje ugotovitve:

- a) Delovna motivacija je višja pri podjetnikih kot pri nepodjetnikih.
- b) Razpoložljivi kapital pred začetkom posla močno vpliva na delovno motivacijo. Raziskave so pokazale, da imajo podjetniki, ki iščejo kapital pri bankah in drugih finančnih ustanovah, manjšo motivacijo kot podjetniki, ki uporabljajo lasten kapital. Uporaba virov lastnega kapitala se nanaša na željo po povratni informaciji, načrtovanju prihodnosti in razumnem tveganju na podlagi lastnih zmožnosti.
- c) Izvor motivacije za delo so tudi ambicije. Miner ugotavlja, da so uspešni tisti, ki imajo velike ambicije. Kljub intenzivni ambicioznosti, je posameznik lahko tudi neuspešen. Do tega lahko pride v naslednjih primerih:
  - :: ko se posameznik pri delu sreča z mnogimi ovirami,
  - :: ko uporablja napačno tehniko,
  - :: ko ne dosega postavljenih ciljev. (Ristič, 2004, 10)

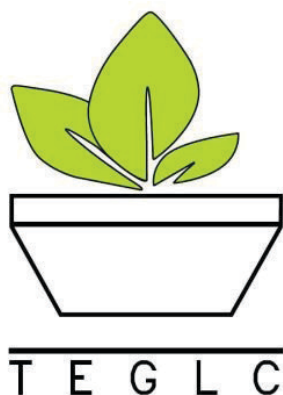
## 2. Izvedba projekta

V programu se udeleženci naučijo, kako koncept poslovne ideje prenesti v realnost. Oblikujejo svoje dijaško podjetje in osebno izkusijo njegovo delovanje. Med seboj izvolijo člane upravnega odbora, zberejo osnovni kapital in pričnejo s trženjem izdelkov ali storitev, ki so jih izbrali sami. Ob zaključku programa delničarjem predstavijo poročilo.

## 2.1 Glavni rezultati

Predstavljeni so glavni rezultati zelo uspešnega dijaškega podjetja Teglc.

### 2. 1. 1 Logotip



Slika 3: Logotip dijaškega podjetja Teglc; vir: Luka Oblak

### 2.1.2 Vizija in poslanstvo

Prizadevamo si postati podjetje, poznano po razvoju in izdelavi unikatnih in inovativnih izdelkov iz lesa. Glavna značilnost naših izdelkov je lebdenje v zraku, poleg tega pa so izdelki narejeni iz plemenitih lesov, ki so površinsko obdelani z naravnimi olji. Cilj naše skupine je, da postavimo poslovni model, ki nam bo prinašal dobiček in nam bo v ponos. Ob tem pa si želimo tudi čim manj obremenjevati okolje in graditi dobre odnose znotraj podjetja in z vsemi poslovnimi partnerji.

### 2.1.3. Prodaja delnic:

Delnice smo prodajali profesorjem na šoli. Prodali smo šest delnic po 5 €. Prav tako pa smo delničarji vsi dijaki, ki smo zaposleni v podjetju. Skupno imamo v lasti 184 delnic po 5 € v skupni vrednosti 920 €.

### 2.1.4 Razvoj izdelka

Razvoj se je začel že med poletnimi počitnicami, ko smo iskali informacije v podjetjih, ki se ukvarjajo z magneti, vendar nismo izvedeli nič uporabnega, zato smo po malem obupavali. Upanje se je vrnilo, ko smo idejo predstavili nekaterim profesorjem in prijateljem in naleteli na navdušenje. Dobili smo nov zagon. Izrisali smo nekaj različnih oblik lončkov ter prosili družine, prijatelje ter sošolce za mnenja. Izbrali smo obliko, ki je dobila največ glasov, hkrati pa smo dobili tudi povratno informacijo, da je proizvod tržno zanimiv (analiza trga).

Nato smo začeli iskati partnerja, ki bi nam pomagal pri razvoju. Našli smo podjetje Ilirik, d. o. o., ki nam je za potrebe razvoja doniralo nekaj magnetov. Poskusili smo veliko različnih variant, vendar nam poskusni kos ni in ni hotel lebdeti na mestu. To je bil eden najtežjih trenutkov v projektu, saj smo bili zopet vsi obupani. Vedeli smo, da je potrebno magnet nekako omejiti, da bo ostal na mestu. Poskusili smo tudi z več magneti. Nato se je nekemu porodila zamisel, da bi lebdeči del in podstavke izdelka povezali z laksom. Izdelali smo prototip oblike, ki smo jo izbrali, vanj vstavili magnet ter povezali lonček z laksom na podstavek. Lonček je samostojno lebdel v zraku! Našega veselja v tistem trenutku se ne da opisati.





Slika 4: Prvi prototip za testiranje megnetov; vir: Luka Oblak

### 2.1.5. Nabava materialov in proizvodnja

Za prvo serijo 50-ih izdelkov smo kupili neobdelan les, ki smo ga potem razžagali, poskobljali ter zlepili v meter dolge prizme. Take obdelovance smo potem obdelali na CNC-rezkalnem stroju. Končno obliko smo naredili s pomočjo miznega krožnega žagalnega stroja. Obdelane izdelke smo ročno obrusili in površinsko obdelali z naravnim oljem. Nato smo kupili permanentne magnetne, ki smo jih vgradili na prava mesta v fazi sestavljanja naših »teglcev«.



Slika 5: Polizdelki; vir: Luka Oblak



Slika 6: Teglec s kaktusom; vir: Luka Oblak

Za drugo serijo 180-ih izdelkov pa nam je polizdelke dobavilo lokalno mizarstvo, s katerim smo se povezali. Poslužili smo se »outsourcinga«, kar se je izkazalo za dobro potezo, ker je prodaja stekla nad pričakovanji, mi pa nismo uspeli narediti zadostne količine izdelkov. Optimizirali smo tudi druge faze tehnološkega postopka in s tem povečali produktivnost.



Slika 6: Polizdelki za teglce; vir: Luka Oblak



Slika 7: Izdelek iz orehovega in javorovega lesa; vir: Luka Oblak

Trenutno se pripravljamo že na tretjo serijo izdelkov. Tokrat gre za sto lebdečih skled. Prvo smo predstavili 8. 3. 2018. Nekatero materiale bomo kupovali sproti, saj trenutno nimamo dovolj prostih sredstev, da bi kupili ves material hkrati. Največji strošek predstavljajo permanentni magneti, ki so hkrati najbolj vitalen del izdelka.



Slika 8: Lesene lebdeče skled; vir: Luka Oblak



Slika 9: Skleda z bonboni; vir: Luka Oblak

## 2.1.5 Finančno poročilo

IZKAZ USPEHA			
	cena, strošek	DDV	cena, plačilo z DDV
<b>Prodaja</b>	<b>2.925 €</b>	<b>644 €</b>	<b>3.569 €</b>
Prodaja izdelkov/storitev	2.925 €	644 €	3.569 €
Drugi prihodki (donacije)	0 €		0 €
<b>Stroški</b>	<b>2.607 €</b>	<b>384 €</b>	<b>2.990 €</b>
Materiali	1.297 €	285 €	1.582 €
Storitve	447 €	98 €	545 €
Delo	863 €		863 €
Amortizacija	0 €		0 €
<b>Rezultat</b>	<b>318 €</b>		
Davek od dobička 19 %	61 €		
<b>Čisti rezultat</b>	<b>258 €</b>		

BILANCA STANJA	
<b>Dolgoročna sredstva</b>	<b>500 €</b>
Oprema (stroji, inventar)	
Pravice (spletna stran)	500 €
<b>Kratkoročna sredstva</b>	<b>1.528 €</b>
Denar	-1.549 €
Terjatve do kupcev	0 €
Zaloge	3.077 €
<b>AKTIVA skupaj</b>	<b>1.528 €</b>
<b>Kapital (delnice)</b>	<b>950 €</b>
Dobiček	258 €
Obveznosti do dobaviteljev	0 €
Obveznosti do države	320 €
Kredit	0 €
<b>PASIVA skupaj</b>	<b>1.528 €</b>

Slika 10: Prikaz izkaza uspeha, vir: Luka Oblak



Slika 11: Stojnica na državnem tekmovanju na gospodarskem razstavišču; vir: Jakob Rejec



Slika 11: Nastop na evropskem tekmovanju dijaških podjetij, vir: lasten

### 3. Zaključek

Na podlagi izkušenj iz preteklih let sem ugotovil, da se podjetništva ne da prisiliti, lahko ga samo spodbujaš. Bistvena je motiviranost in naravnost človeka. Pomemben je tudi vzrok, ki mi vzbudi motivacijo. Izkazalo se je, da motiviran človek lahko premaga vse izzive in potrebuje bistveno manj pomoči mentorjev.

### 4. Viri in literatura

- :: McClelland David, Atkinson W., Clark R., Lowell E.: The Achievement Motive. New York: Irvington Publishers, 1976.
- :: Moje podjetje: Priročnik za učitelje in prostovoljce (splet). 2019. Dostopno na naslovu: <http://jaslovenija.si/moje-podjetje/>
- :: Plut Helena, Tadeja: Podjetnik in podjetništvo. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče, 1995, 173 str.
- :: Pšeničny Viljem et al.: Podjetništvo. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo, 2000, 353 str.
- :: Ristič Dejan: Podjetništvo v Sloveniji, diplomsko delo. Ljubljana: 2004.

## MENTORIRANJE DIJAKOV V PROGRAMU MOJE PODJETJE

Matjaž Cizej, ŠČ Celje, Srednja šola za strojništvo, mehatroniko in medije

Srednja šola za strojništvo, mehatroniko in medije Šolskega centra Celje sodeluje v programu »Moje podjetje« v organizaciji JA Slovenija že četrto leto. Vsako leto smo z dijaškim podjetjem osvojili prvo mesto v vsaj eni kategoriji. V preteklem šolskem letu smo se udeležili tudi evropskega tekmovanja JA Evropa v Litvi, kjer smo bili na področju krožnega gospodarstva nominirani med pet najboljših podjetij.

Cilj mentoriranja je predvsem voditi dijake in jih motivirati za delo preko celotnega programa Moje podjetje. Konkretni cilji mentoriranja po tem programu so, da dijaki:

- :: registrirajo dijaško podjetje (določijo naloge oziroma funkcije posameznih dijakov v podjetju od direktorja navzdol);
- :: razpišejo in prodajo delnice;
- :: napišejo poslovni model Canvas (preverjajo ujemanje problem/rešitev);
- :: izvedejo analizo trga s pomočjo ankete;
- :: izdelajo minimalno sprejemljiv produkt (preverjajo ujemanje produkt/trg);
- :: se poglobijo v področje krožnega gospodarstva in razpoznavnosti produkta v svoji domovini;
- :: izdelajo finančno in poslovno poročilo, reklamni film, uredijo prodajno tržnico in se pripravijo na kratek govor;
- :: zaprejo dijaško podjetje;
- :: se udeležijo posameznih predavanj s področja marketinga, nastopanja, izdelave poslovnih poročil.

Dijakom nazorno predstavim zgornje cilje programa, ki v glavnem zajemajo podjetniške kompetence. V tržnem gospodarstvu namreč velja, da ni dovolj izdelek samo narediti, ampak ga je potrebno tudi prodati oziroma tržiti. V omenjenem programu sodelujejo dijaki četrtega letnika programa tehnik mehatronike, ki lahko uveljavijo tovrstni program tudi za četrto izpitno enoto na poklicni maturi.

Dijaki se v program vključujejo v obliki storitvene dejavnosti, lahko pa izdelek tudi izdelajo. Če je izdelek s področja mehatronike, lahko sodelujejo tako pri raziskovalnih nalogah kot tudi na Forumu mehatronike. Prav tako se dijaki v sklopu JA Slovenije udeležijo predavanj, na katerih pridobijo znanja za izvedbo tekmovanja. Dijaki že v tretjem letniku osvojijo nekaj temeljnih znanj podjetništva, ki jih v četrtem letniku nadgradijo s praktičnim znanjem, v sodelovanju z JA Slovenija. Moja naloga je tudi, da dijake usmerjam, kar pomeni, da jim odpiram vrata in skrbim za zadostno mero izzivov. Pomagam jim samo pri finančnih poročilih.

Dijaki, ki jih podjetništvo zanima, tako z močno notranjo motivacijo samostojno izvedejo celoten program. Zelo pomembno je tudi, da dobijo izkušnjo realnega podjetniškega okolja, kar je lahko dobra osnova za nadaljnji razvoj; tehniškimi kadrom v večini manjka prav mehkih veščin.

### Primeri dobrih praks

Z ekipo SpineLABS smo se v šolskem letu 2018/19 udeležili sejma dijaških podjetij, ki ga je organizirala podružnica svetovne organizacije JA Worldwide. Tekmovanja se je udeležilo 52 podjetij. Preko celotnega tekmovanja smo se učili prodajne strategije, pisanja poslovnih poročil in administrativnih ved. Na zaključnem dogodku so se vsa mlada podjetja udeležila sejma, na katerem smo prodajali in predstavljali naše stvaritve. Za naš pametni opomnik slabe držje je bilo odlično zanimanje, dobili smo

tudi nekaj prednaročil. Osvojili smo 1. mesto za najbolj inovativen izdelek v Sloveniji in 3. mesto za naj podjetje po izboru mentorjev. Tako smo dokazali, da je pred izdelkom naših dijakov, zdaj že študentov, svetla prodajna prihodnost. Podjetje SpineLABS so sestavljali vodji Luka Komplet in Žan Vengust, za grafično oblikovalski sektor pa je poskrbel Jaša Stojimirović. Poleg mene je bil mentor dijaku tudi Miloš Bevc. Oba mentorja sva po mnenju dijakov močno doprinesla h končnemu rezultatu. Podjetje si močno prizadeva, da gre izdelek čimprej na svetovno tržišče.

Dijaki 4. letnika programa tehnik mehatronike so tudi v šolskem letu 2019/20 sodelovali v projektu »Moje podjetje«, ki poteka pod okriljem Junior Achievement Slovenija. Projekt zajema pridobivanje številnih znanj z različnih področij podjetništva; od načinov, kako najti idejo, ki jo je možno realizirati, preko izdelave poslovnega načrta, ustanovitve podjetja, trženja, pa vse do končnega finančnega poročila. Podjetje Mali čoko delivery, ki so ga sestavljali Lovro Majer, Luka Malič, Martin Močnik in Gašper Stupan, je na državnem tekmovanju doseglo 1. mesto v kategoriji reklamni video. Tehniki mehatronike naše šole so se v lanskem letu z odličnim 1. in 3. mestom v prestižni kategoriji programa Moje podjetje 2021 uvrstili na evropsko tekmovanje.

Prvo mesto sta osvojila Jakob Sadar in Filip Drogenik s podjetjem OPS, d.d., tretje mesto pa Jakob Florian, Jakob Jurak in Klemen Javeršek s podjetjem Izi tehnologije, d.d.

Podjetje OPS, d. d., je osvojilo tudi 1. mesto za krožno gospodarstvo, 2. mesto za najbolj inovativen izdelek, 3. mesto za najboljše poročilo in 3. mesto za najboljši izdelek I feel Slovenija.

Jakob Sadar in Filip Drogenik sta zastopala Slovenijo na evropskem tekmovanju COYC 2021, ki je potekalo virtualno v mesecu juliju 2021 v organizaciji JA Litva. Tam sta v kategoriji krožno gospodarstvo bila nominirana med pet najboljših dijaških podjetij v Evropi. Zdaj sta odprla realno podjetje Q NOVA, d.o.o., Mariborska cesta 100, 3000 Celje, Slovenija.

Novembra 2021 sta nastopila na razstavi EXPO v Dubaju. S pomočjo delegacije Gospodarske zbornice Slovenije sta sodelovala s svojim prispevkom na Slovenskem poslovnem forumu na temo Napredni materiali za zeleno prihodnost. Med uglednimi podjetji iz Slovenije sta tako predstavljala svoj inovativni izdelek in požela velik uspeh.

Vsi omenjeni rezultati me še dodatno motivirajo za nadaljnje delo v programu Moje podjetje. Prav tako sem dobil potrditev, da lahko tudi v tehniških programih z ustreznim mentoriranjem pri dijakih dosežemo odlične rezultate tudi v podjetništvu.

Menim namreč, da pri dijakih, ki imajo dobro tehniško znanje, lažje razvijamo podjetniške kompetence. Tako smo pridobili novo tehniško-poslovno kompetenco, ki bo v prihodnosti zagotovo zelo zaželena.

## **Viri in literatura**

- :: INKUBATOR Savinjske regije, d. o. o., Gregorčičeva ulica 6, 3000 CELJE. [Online]. [Citirano 14. avg. 2017; 12.30]. Dostopno na spletnem naslovu: <http://www.inkubatorsr.si>
- :: LETNI delovni načrt za šolsko leto 2016/17. Srednja šola za strojništvo, mehatroniko in medije. 2016.
- :: RAZUMEVANJE podjetniškega načina življenja, priročnik za učitelje. Ljubljana: Center RS za poklicno izobraževanje. 2006.

- :: RAZVOJNI načrt šole 2014–2019. Srednja šola za strojništvo, mehatroniko in medije. 2014.
- :: STRUKTURA poslovnega modela Canvas. [Online]. [Citirano 1. apr. 2015; 20.10]. Dostopno na spletnem naslovu: <http://www.produktivnost.si/storitve/poslovni-model/>
- :: UVAJANJE podjetništva v programe srednjega poklicnega in strokovnega izobraževanja. Ljubljana: CPI, Center Republike Slovenije za poklicno izobraževanje. 2007.

## POVEZAVA IZVAJANJA PROGRAMA JA MOJE PODJETJE S 4. PREDMETOM POKLICNE MATURE V IP EKONOMSKI TEHNIK

Mojca Gorjan, Šolski center za pošto, ekonomijo in telekomunikacije Ljubljana

V okviru izvajanja programa JA »Moje podjetje« dijaki 4. letnika že vrsto let dopolnijo izobraževalni program z izdelkom za 4. predmet poklicne mature.

Poglavitni razlogi za povezavo s programom »Moje podjetje« so naslednji:

1. Dijaki nadgradijo projekt tako, da zapišejo celoten potek programa in ga analizirajo.
2. S tem povečajo pomnjenje in ozavestijo delo na programu ter njegov pomen.
3. Vsebina programa se ujema z vsebino 4. predmeta poklicne mature v programu Ekonomski tehnik.
4. Dijaki 4. predmet opravljajo celotno šolsko leto, si sproti zapisujejo potek programa, mentor pa prav tako sproti spremlja njihovo delo in daje dodatna navodila kandidatom.
5. Dijaku je olajšana izdelava izdelka za poklicno maturo.

### Podrobnejša razlaga

1. Dijaki izvajajo program »Moje podjetje« po mednarodnem programu, vodenem s strani JA Europe – Company Programme, v Sloveniji pa preko ZSPM – program Moje podjetje. Aktivnosti si sledijo od predstavitve programa dijakom, iskanja idej, razdelitve po oddelkih, izračuna osnovnega kapitala, prodaje delnic, ustanovitve in registracije podjetja, poslovanja podjetja, do zaključevanja poslov, pisanja in oddaje poslovnega poročila, priprave in udeležbe na sejmju Moje podjetje in likvidacije podjetja. Dijaki izvajajo program v 4. letniku, v okviru modula Poslovni projekti. Dijaki, ki se odločijo, da bodo aktivno sodelovanje v programu JA uporabili za 4. predmet poklicne mature, z zapisom poteka programa strnejo vse aktivnosti in s tem dobijo pregled nad celotnim potekom programa oz. t.i. »big picture«, s katerim nadgradijo poznavanje programa ter poglobijo znanje o ustanavljanju, vodenju in poslovanju podjetja.

2. Dijaki z zapisom poteka projekta vsebino ozavestijo, poglobijo pomnjenje vseh faz programa, si pridobijo ustrezne kompetence podjetnosti in podjetništva ter spoznajo pomen izvajanja programa Moje podjetje.

3. V Predmetnem izpitnem katalogu so navedene naslednje poklicne kompetence, ki se preverjajo s 4. predmetom poklicne mature in jih vsebuje tudi program Moje podjetje: izdelava raziskave nabavnega trga, izvedba nabavnega postopka, prodaja izdelka preko spleta, izvedba plačilnega prometa, izdelava poslovnega načrta za podjetje, planiranje prodaje blaga in izvedba prodaje, ugotavljanje uspešnosti poslovanja podjetja in oblikovanje trženjskega spleta. Poklicnim kompetencam tako sledijo tudi ustrezna znanja, spretnosti in veščine, ki se jih preverja na poklicni maturi, dijaki pa si jih pridobijo preko programa Moje podjetje.

4. Prednost takšne povezave je tudi obdobje, v katerem dijaki opravljajo program in oblikujejo ter izdelujejo izdelek za 4. predmet. S programom pričnemo že v septembru in ga nadaljujemo celotno šolsko leto, kar pomeni, da dijak izdelek za 4. predmet poklicne mature lahko izdeluje sproti ter ga zaključi in odda v rednem roku za oddajo izdelka (do sredine maja); če se je seveda kot kandidat prijavil na spomladanski rok poklicne mature.

5. Ker dijak izdeluje izdelek sproti, lahko dobiva sprotna navodila učitelja, ki je njegov mentor za 4. predmet in hkrati mentor programa Moje podjetje. Mentor dijaku vsekakor pusti, da po prejetih navodilih in ocenjevalnem listu izdeluje izdelek samostojno ter ga v dogovorjenih rokih pošlje mentorju v pregled. Tako olajša komunikacijo in mentorjevo spremljanje izdelave izdelka.

#### **Analiza vsebine 4. predmeta poklicne mature v programu ekonomski tehnik in ugotovitve doseganja namena in ciljev 4. predmeta poklicne mature ter doseganja določenih kompetenc programa.**

Pri pregledu znanja, spretnosti in veščin, navedenih v PIK za 4. predmet poklicne mature za program ekonomski tehnik, lahko ugotovim, da dijaki z izdelkom, ki se nanaša na sodelovanje v programu Moje podjetje, pridobijo naslednja znanja in veščine, glede na to, v katerem oddelku »podjetja« je posamezen dijak aktiven oz. zanj zadolžen:

**Tisti, ki dela v nabavi podjetja:** razišče nabavni trg, gibanje cen izdelkov oz. materialov pri posameznih dobaviteljih in postavljene prodajne pogoje; poizve, kolikšni so dobavni roki in kakšno je tveganje glede dobavnih rokov pri različnih dobaviteljih; razišče, kakšna je kakovost blaga, ki ga ponujajo dobavitelji in razišče, koliko je drugih povpraševalcev na trgu in kakšna je konkurenca med njimi. Nato poišče ponudnike na trgu, izbere najbolj ugodnega dobavitelja, sklene kupoprodajno pogodbo z izbranim ponudnikom, izdelata in izvede naročilo blaga, evidentira nabavo in naredi obračun dobavljenega blaga.

**Tisti, ki dela v financah:** vodi račune, odhodke in prihodke, obračunava vstopni in izstopni DDV, se seznanja z različnimi plačilnimi instrumenti, naredi finančni plan in finančno poročilo podjetja, ugotovi uspešnost poslovanja podjetja s pomočjo prihodkov in odhodkov, evidentira poslovne dogodke v zvezi s poslovnim izidom in izdelata izkaze uspeha podjetja.

**Tisti, ki dela v oddelku trženja:** razišče in analizira trg, opredeli marketinško strategijo v podjetju, načrtuje prodajo na podlagi ugotovitev raziskave prodajnega trga, oblikuje prodajni sortiment in prodajne cene, sprejema odločitve o načinih in metodah prodaje, vzpostavi povezavo s kupci in sklene kupoprodajno pogodbo, izvrši obveznosti iz sklenjenih kupoprodajnih pogodb, prouči in rešuje reklamacije, izvaja različne ukrepe za pospeševanje prodaje (npr. reklamne akcije), vodi različne evidence o prodaji, upošteva faze življenjskega cikla izdelka pri trženjskih odločitvah, razlikuje strategije uvajanja novega izdelka na trg, oblikuje blagovno znamko in razloži prednosti blagovnih znamk za tržnika in za porabnika, prepozna vrste blagovnih znamk.

**Vsi sodelujoči v programu:** izberejo idejo za izdelek oz. storitev podjetja, opredelijo panogo, izdelek ali storitev ter cilje podjetja, predstavijo menedžment, organizacijo in lastništvo podjetja, ocenijo tveganja in probleme v podjetju ter predstavijo terminski načrt izvajanja izdelka oz. opravljanja storitev v podjetju.

Dijak v okviru programa Moje podjetje realizira tudi naslednje cilje določene s PIK-om za 4. predmet poklicne mature: komunikativnost in samostojnost pri predstavitvi izdelka oziroma storitve, argumentiranje stališč do izdelka oziroma storitve, načrtovanje izdelka oziroma storitve in izbiro ustrezne metode dela, načrtovanje in organizacija lastnega dela, uporabo strokovne terminologije, samostojnost in kakovost izdelave izdelka ali storitve, analiziranje, interpretacijo in vrednotenje rezultatov, dejstev in podatkov, navezanih na izdelek, iskanje in uporabnost različnih virov, navedenih v zvezi z izdelkom, ustreznost jezikovnega in grafičnega oblikovanja pisnega dela izdelka oziroma storitve, up-



orabo informacijsko-komunikacijske tehnologije.

### **Zapis programa Moje podjetje, zahtevana vsebinska področja, razdeljena po poglavjih**

Zapis programa Moje podjetje vsebuje naslednja vsebinska področja po poglavjih, ki se zahtevajo pri izdelku za poklicno maturo:

- :: Seznanitev s programom (opis programa Moje podjetje v okviru JA Slovenija)
- :: Iskanje idej (katere ideje so se nam porodile...), kako smo te ideje ovrednotili (stroškovno, po kadrih, opremi, znanju, kupcih...) in zakaj smo izbrali določeno idejo
- :: Opis izdelka ali storitve, kaj bomo delali, kako bomo delali (opis procesa dela)
- :: Opis panoge
- :: Izbira imena podjetja in izdelava logotipa
- :: Izvajanje tržne raziskave, cilji anketiranja (rezultati, analiza), predstavitev vzorca anketirancev
- :: Organizacijska struktura podjetja (razdelitev po oddelkih oz. timih), opis nalog posameznih timov
- :: Prijava na delovno mesto, življenjepis, intervju za zaposlitev, sklenitev pogodbe o zaposlitvi
- :: Izračun osnovnega kapitala, razpis prodaje delnic in oglaševanje prodaje, prodaja delnic in vodenje delniške knjige
- :: Priprava na skupščino (vabilo delničarjem), izvedba skupščine
- :: Plani posameznih timov (kadrovske, finančne, proizvodne, trženjske, upravljalne)
- :: Statut oz. pravila delovanja podjetja
- :: Registracija podjetja
- :: Delovanje podjetja – delo posameznih timov, vodenje financ, proizvodnja, prodaja, trženje, nabava, vodenje
- :: Zaključevanje poslovanja, likvidacija podjetja, poročila o delovanju posameznih timov, sklic in izvedba skupščine delničarjev
- :: Priprava na sejem, opis dogajanja na sejmu
- :: Kaj smo se naučili iz programa in kako bomo naučeno lahko uporabili v bodoče

### **Analiza izkušenj z izdelavo izdelka na temo opravljenega programa**

Dijaki, ki so se že odločili za izdelavo izdelka na temo programa Moje podjetje so večinoma le nekaj vsebine zapisovali sproti čez celotno šolsko leto, večino zapisa pa so opravili ob koncu programa v mesecu aprilu in maju. Nekateri so program opisali zelo obširno in bogato, spet drugi bolj skromno, včasih tudi neelektorirano ter s pravopisnimi in tipkarskimi napakami. Oddan izdelek so dijaki zagovarjali ob rednih rokih poklicne mature. Predstavitev je bila večinoma opravljena kvalitetno, prav tako tudi zagovor. Kvaliteta oddanega izdelka in predstavitev z zagovorom je bila zelo odvisna tudi od posameznega kandidata, njegovih sposobnosti, vloženega dela, truda in ambicij.

Izkušnje so tudi pokazale, da je najbolje, če izdelek in predstavitev z zagovorom opravi en sam kandidat, ker se v tem primeru pri izdelavi zanaša le sam nase in ima vpogled v celoten potek programa. Pokazalo se je, da so se v primeru skupnega izdelka (dva ali trije kandidati) nekateri kandidati zanašali na sošolca oz. sošolko ter opravili le malo samostojnega dela. Zato je bilo tudi ocenjevanje izdelka posameznega kandidata v skupini težje kot v primeru individualnega dela.

Možne izboljšave za bodoče kandidate:

- :: Sprotni zapis – kot mentor vložiti trud v motivacijo kandidatov, da sprotno zapisujejo dogajanja in aktivnosti v izvajanju programa Moje podjetje.
- :: Ocenjevalni list – kandidatu izročiti ocenjevalni list z vsemi potrebnimi elementi in pripadajočimi

točkami, kar ga lahko vodi do kvalitetno narejenega izdelka za 4. predmet poklicne mature. Dijaku ocenjevalni list mentor izroči ob prvi konzultaciji oz. najkasneje, ko prejme sklep o potrditvi teme za 4. predmet poklicne mature.

**Viri in literatura:**

:: <http://www.jaeurope.org/education/ja-programmes.html> (dostop 18.1. 2022).

:: <https://www.jaslovenija.si/> (dostop 18.1. 2022).

:: <http://eportal.mss.edus.si/msswww/programi2021/programi/PIK/2022.htm> (dostop 18.1. 2022).

:: [https://cpi.si/wp-content/uploads/2020/08/Priporocila\\_za\\_maturu.pdf](https://cpi.si/wp-content/uploads/2020/08/Priporocila_za_maturu.pdf) (dostop 18.1. 2022).

## S POVEZOVANJEM MED PROJEKTI DO UČINKOVITEGA SPODBUJANJA PODJETNOSTI IN INOVATIVNOSTI MED MLADIMI

mag. Srđan Vuković, Šolski center za pošto, ekonomijo in telekomunikacije Ljubljana

### Aktualni dogodki na ŠCPET

Letos že peto zaporedno šolsko leto uspešno izvajamo podjetniški projekt SPIRIT Slovenija – v okviru javnega poziva »Mladi 2021/22«, ki podpira izvedbo projektnih podjetniških aktivnosti za dijake, v okviru pouka »Poslovni projekti« v okviru programa Ekonomski tehnik. Ob tem jubileju smo postali vsi še močnejši, saj projekt prvič izvajamo v povezavi s sodelovanjem in izvajanjem programa Junior Achievement Slovenija.

Namen povezovanja med projekti je, da dijaki pridobijo motivacijo in poglobljen, kakovosten in celovit pogled na podjetnost in podjetništvo, učiteljem pa omogočimo na mentorskem področju izobraževanje in strokovno usposobljenost.

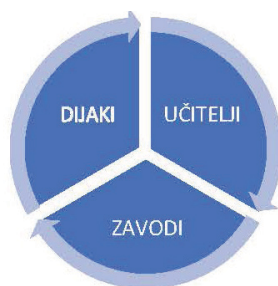
Cilj povezovanja med projekti je, da naša ciljna skupina (dijaki-udeleženci) pridobijo prvo konkretno varno in realno izkušnjo s podjetništvom, ki jim bo omogočila osebno rast in lažje podjetniško delovanje v kasnejšem kariernem razvoju in življenju.

S strokovno, tehnično in finančno podporo agencije SPIRIT in učiteljev – mentorjev, izkušenih podjetnikov ter zunanjih izvajalcev (Hiša Iluzij, Primorski tehnološki park, Ekonomska fakulteta) smo se tudi letos v luči izziva novih razmer in pogojev uspešno preizkusili v iskanju in razvijanju poslovnih idej ter pripravi poslovnega načrta s predstavitvijo. Aktivnosti potekajo tako v živo kot na daljavo. Start-up dogodek je potekal v obliki dvodnevni aktivnosti dne 15. 11. 2021 in 18. 11. 2021, na katerem smo se povezali z mentorji iz Primorskega tehnološkega parka, ki so dijakom tudi strokovno in tehnično pomagali pri realizaciji njihovih idej.

V program povezovanja obeh projektov je v letošnjem letu aktivno vključenih skupaj 50 dijakov, iz dveh razredov. Dijaki so skupaj z mentorji, v okviru delavnic projekta, izdelovali prototipe izdelkov in storitvene rešitve za njihov ciljni trg kupcev.

Letošnja odlična praksa sodelovanja v okviru združitve in hkratnega izvajanja projektov SPIRIT Slovenija in Junior Achievement Slovenija nam prinaša številne koristi in prednosti, ki jih lahko združimo v okviru treh interesnih skupin: udeleženci (dijaki), učitelji kot mentorji ter zavod kot celota (Slika 1). Projekta sta med seboj kompatibilna in omogočata poglobljeno izkušnjo podjetništva.

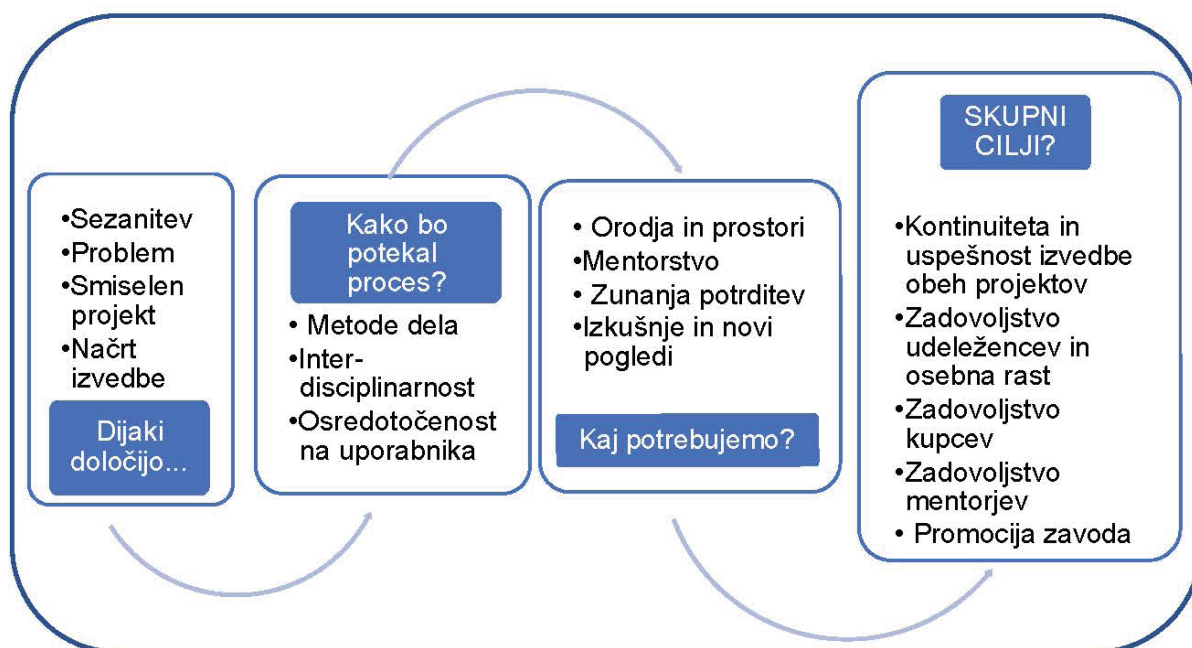
V okviru članka želim na kratko predstaviti praktičen primer, kako lahko s povezovanjem obeh projektov dosežemo učinkovitejše in kakovostnejše spodbujanje podjetnosti in podjetniškega udejstvovanja dijakov na šoli.



Slika 1: Tristranska korist skupne izvedbe projektov SPIRIT in JA Slovenije

### Pristop k povezovanju in koristi izvedbe obeh projektov

Program SPIRIT je kompatibilen z vsemi fazami in celovitostjo podjetniškega delovanja programa Junior Achievement, zlasti pa na področjih začetnih faz delovanja: motivacije in usposabljanja, iskanja poslovnih idej, raziskave trga, izdelave poslovnega modela ter izdelave prototipov izdelkov (Slika 2).



Slika 2: Pristop in aktivnosti ob povezovanju obeh projektov

Zlasti na začetku je pomembno, da so vsi udeleženci dobro seznanjeni s potekom obeh projektov, da preprečimo morebitne kasnejše zaplete in dosežemo maksimalne rezultate izvedbe obeh projektov. S spodbudami in nagrajevanjem dela, ki ga opravijo dijaki (možnost izvedbe 4. predmeta poklicne mature, nagrada v obliki ocen, obiski inkubatorjev, podjetnikov, nagradni izlet ipd.) jih ustrezno motiviramo za aktivno vključitev v delo. Spodbujamo jih da si zamislijo smiseln projekt v okviru svojega tima, kjer bo vsak lahko prispeval svoj del, da bodo skupaj lahko uresničili svoj cilj. Za zagotovitev materialnih potrebščin in razvoj ideje so na voljo finančne spodbude SPIRIT programa, ki omogočajo kritje začetnih stroškov (materiali, obiski, zunanji mentorji, promocijske aktivnosti). Pri tem imajo, v

okviru zmožnosti poleg svojega ustanovitvenega kapitala, pomembno vlogo tudi nepovratne finančne spodbude v okviru drugega projekta SPIRIT. S tem si lahko zagotovimo povečanje števila timov, večje kapacitete uresničevanja poslovnih idej in nenazadnje tudi večje število izdelkov ter opravljenih storitev po timih.

Da bi skupni projekt v resnično zaživel, pa je potrebno z dijaki, v okviru timov, znotraj obeh projektov, določiti konkreten načrt izvedbe podjetništva, v katerem bo za vsako skupino jasno določeno, kako bo potekal proces njihovega dela (pristojnosti, zadolžitve, vloge, metode dela, s kom se bodo povezovali in tudi zagotoviti osredotočenost na kupca kot uporabnika njihovih izdelkov ali storitev).

Ko so dijaki skupaj z učitelji-mentorji določili proces njihovega podjetniškega delovanja, je po skupinah potrebno določiti kaj (sredstva) in koga (osebe) bodo potrebovali za uresničitev njihovega podjetniškega procesa in udeležbe v obeh projektih. Pri tem je bistveno, da se za vsako ekipo zagotovijo potrebni pogoji za nadaljevanje. Poleg sredstev (prostor, materiali, potrebščine) je pomembno, da pridobijo ustrezna mentorstva (mlajši podjetniki iz start-upov, učitelji-mentorji ali izkušeni mentorji iz podjetij), ki bodo mladim lahko ustrezno svetovali glede razvoja njihove ideje in poslovnega modela, vse do prvega prototipa izdelka. Gre za proces deljenja in prenosa izkušenj na mlade, pridobitve novih pogledov na njihove ideje ter obliko trajnejšega povezovanja s pripadajočimi zunanjimi mentorji. Da bi bili dijaki čimbolj osredotočeni na izboljšave, je pomembno, da se udeležijo tudi tekmovanj, kjer lahko pridobijo zunanjo potrditev in s tem gradijo samopodobo in osebno rast.

Hkratna vzporedna izvedba obeh projektov nam omogoča učinkovito pridobivanje novih sinergij in prinaša multiplikativne učinke na udeležence, ki jih s posamičnim izvajanjem projekta ni moč doseči (Slika 3).

DIJAKI	UČITELJI	ZAVODI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktivno učenje in inovativnost</li> <li>• Osebna rast</li> <li>• Podjetniška izkušnja</li> <li>• Izkušnje s prodajo, pravim denarjem, proizvodnjo izdelkov/izvedbo storitev</li> <li>• Socialni kapital</li> <li>• Občutek za timsko delo</li> <li>• Spoznavanje svojih lastnosti</li> <li>• Gradnja veščin in kompetenc</li> <li>• Osebna in solidarna odgovornost</li> <li>• Vztrajnost in motivacija</li> <li>• Priznanje za uspeh</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Osebna rast</li> <li>• Zmožnost izvedbe več projektov hkrati</li> <li>• Pridobivanje novih strokovnih znanj in izmenjava izkušenj</li> <li>• Dodatna usposabljanja</li> <li>• Nova poznanstva in socialni kapital</li> <li>• Medpredmetna in medkolegialna povezovanja</li> <li>• Priznanje za uspeh</li> <li>• Finančno nagrajevanje mentorjev za aktivno delo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Večja promocija</li> <li>• Večja prepoznavnost</li> <li>• Višja kakovost delovanja</li> <li>• Možnosti internega povezovanja</li> <li>• Večja IKT opremljenost</li> <li>• Finančne spodbude</li> <li>• Vključenost sodelavcev in gradnja podjetniških timov</li> <li>• Večja strokovna podpora vodstva</li> <li>• Povezovanje in gradnja odnosov z zunanjimi partnerji</li> <li>• Referenca</li> </ul>

Slika 3: Multiplikacijski učinki po treh interesnih skupinah

### **Prihodnji izzivi in priložnosti skupnega sodelovanja**

Dodatno bi se lahko oba programa povezovala še v okviru skupnih usposabljanj, kjer bi imeli skupno informacijsko podlago za izmenjavo gradiv. Priložnosti za skupno sodelovanje so v okviru razširitve treh tipov aktivnosti, ki so prisotni in potekajo pri projektu SPIRIT, to pa so start-up podjetniški vikendi, delavnice za izdelavo poslovnih modelov po različnih metodologijah ter izvajanje obšolskih dejavnosti v obliki popoldanskih interesnih krožkov za še večjo vključenost dijakov in poglobljenost v temo podjetništva. Neizkoriščen potencial predstavljajo tudi konzorcijske možnosti povezovanj med različnimi šolami in njihovimi programi, kjer obstajajo precejšnje možnosti za razvoj obeh projektov in pa povezovanje z regionalnimi in nacionalnimi agencijami, inkubatorji ter partnerskimi podjetji, s katerimi bi lahko skupaj stopili korak dlje in uspešno reševali poslovne izzive tako večjih podjetij kot tudi start-up družb.



obsežnih dogodkov se dijaki resnično učijo ob delu, odkrivajo svoje potenciale ter se pripravljajo na življenje.

## **2. Organizacija in izvedbe prodaje na stojnicah (hipermarket Mercator, Planet Tuš) ter organizacija in izvedba prodaje na Novoletni tržnici – na glavnem trgu v Kopru, prodaja na mestni tržnici**

V okviru obstoječe zakonodaje ter v soglasju z gostitelji dijaška podjetja lahko prodajajo izdelke za prostovoljne prispevke. Izkušnja, ki jo dijaki s tako prodajo v realnem okolju pridobijo, je zanje neprecenljiva.

## **3. Organizacija in izvedba šolskega novoletnega sejma.**

Vsako leto organiziramo prodajo na šolskem novoletnem sejmu. V letu 2020/21 smo v pandemiji izvedli kataloško prodajo.

Dijaki na vseh prodajnih dogodkih razvijajo prodajno-komunikacijske kompetence. Da bi to izvedli suvereno in uspešno jih na prodajo pripravimo. Seznanimo jih s potekom prodajnega procesa in tehnikami prodaje. Pomembno je, da dijaki aktivno pristopijo do kupca, mu znajo predstaviti podjetje ter izdelke na pravi način. Kupcem morajo zastavljati odprta vprašanja, od kupca pridobiti informacije glede njegovih navad, preferenc ter na podlagi kupčevih odgovorov ponuditi svoje izdelke. Skozi igro vlog vadimo konkretne prodajne prijeme, kjer je tudi zelo pomembno, kako se prodajalec odziva na prihod kupca v prostor, na pristop do kupca ter na vsebino prodajnega razgovora. Pri urjenju prodajnih kompetenc vključujemo novejšje tehnike prodaje, kot npr. prodaja s pomočjo pripovedovanja zgodb.

## **4. Sodelovanje s švedsko šolo, ki izvaja program Junior Achievement.**

Organiziramo izmenjavo dijakov s švedsko šolo in ob obisku njihovih dijakov izvedemo mednarodni sejem učnih podjetij, predstavitev dijaških podjetij učiteljem ter predstavnikom zunanjega okolja (MOK, podporno okolje, predstavniki JA Slovenija). Za dijake v istem tednu organiziramo podjetniške delavnice in obisk podjetij (Cimos, Hidria) in drugih ustanov (Radio Capris, Občina) ter turističnih znamenitosti (Postojnska jama, Bled, Ljubljana). Enak program poteka, ko naši dijaki obišejo švedsko šolo.

Na Švedskem je program JA zelo razvit, saj samo na regionalnem tekmovanju sodeluje okrog 600 dijaških podjetij. Dijaško podjetje je opredeljeno z Zakonom o gospodarskih družbah, ki dovoljuje registracijo pravega podjetja, pridobitev bančnega računa in v določenih vrednostnih okvirih poslovanje z vsemi podjetji (tudi iz drugih držav). Podjetja izdajajo prave račune, imajo pa davčne olajšave, s tem, da se po enem letu morajo zapreti. Povedali so nam, da po zaključku programa dijaki dejansko nadaljujejo poslovanje s praviimi podjetji.

Želimo si, da bi bilo v prihodnosti kaj takega možno tudi pri nas, saj bi dijakom to omogočalo več prodajnih aktivnosti in soočanje z realnim poslovnim svetom.

Da bi uresničili cilj povezovanja gospodarskih in izobraževalnih ustanov, z namenom soudeležbe pri izobraževanju iskanih kadrov, vsako leto organiziramo podjetniške delavnice, na katere povabimo uspešne podjetnike iz lokalnega okolja, predstavnike lokalnih skupnosti (MOK, TIC) in predstavnike podjetniškega podpornega okolja (SPOT, RRC, Primorska gospodarska zbornica). Na delavnicah dijaki rešujejo podjetniške izzive, ki potencialno predstavljajo realne podjetniške priložnosti.



Eden izmed ciljev programa Moje podjetje je, da se dijaki ekonomsko opismenijo. Pri tem ima veliko vloga pisanje poslovnega poročila.

Za pripravo poslovnega poročila je priporočljiva dobra organizacija dela znotraj tima. V začetni fazi programa dijaki najprej po lastni izbiri formirajo time. Po naših izkušnjah je najbolje, da tim sestavlja 4-5 članov. Nato sledi faza iskanja idej, z uporabo različnih metod (brainstorming, metoda 365, metoda snežne kepe). Sledi faza selekcije, testiranja ideje in končen izbor. Takoj, ko dijaki izberejo idejo, pričnejo pisati poslovno poročilo. Kot učitelj jim posredujem vsebino poslovnega poročila (kazalo in seznam prilog). Dijaki si razdelijo delo, tako da v kazalo napišejo svoja imena, vsak dijak pa mora sestaviti določeno število točk in prilog.

Nato naredimo terminski plan, v katerem določimo datume za 1. in 2. oddajo poročila in datume za 1. in 2. konzultacijo. Ko oddajo poslovno poročilo pregledam, zapišem vse pripombe, napotke, popravke, na konzultaciji pa podam še dodatno razlago, nasvete. Po drugi konzultaciji dijaki lahko še kaj popravijo, nato pa sledi oddaja poslovnega poročila za oceno. Vsak dijak dobi oceno le iz točk, ki se nanašajo na tisto, za kar je bil zadolžen. V procesu pisanja poslovnega poročila urijo tudi večšine timskega sodelovanja in medsebojne pomoči. Nekatere točke so namreč vsebinsko povezane, tako da so dijaki pri svojem delu soodvisni od drugih članov tima. Na primer izkaza poslovnega izida ne more dijak narediti, če nima predhodno sestavljeno evidenco izdanih računov in izračun prihodkov. Dijaki morajo spoštovati pravilo, po katerem mora dijak, ki misli ali ve, da ne bo opravil svojih obveznosti pravočasno, o tem obvestiti vodjo oz. vse člane tima, da se po potrebi reorganizirajo. V tem primeru drugi prevzamejo njegovo delo, če je njegov del ključen za uspešno dokončanje poslovnega poročila. O reorganizaciji morajo obvestiti mentorja.

Posamezni deli poslovnega poročila so med seboj vsebinsko močno povezani in morajo biti usklajeni. Zato je nujno potrebno sodelovanje članov tima. Če je to sodelovanje slabo, se to odraža tudi na vsebini poslovnega poročila.

Najbolj zapleten je finančni del poslovnega poročila. Tu imajo dijaki največ težav. Glavna dokumenta v finančnem delu sta bilanca stanja in izkaz poslovnega izida. Bilanca stanja je vrednostni prikaz premoženja podjetja na določen dan. Potrebno jo je sestaviti ob začetku in ob zaključku poslovanja. Bilanca ima dve strani, ki morata biti izenačeni. Na aktivni strani je premoženje podjetja: dolgoročna in kratkoročna poslovna sredstva, na začetku poslovanja so to denarna sredstva (gotovina ali stanje na TRR), ki jo dijaki dobijo s prodajo delnic. Na pasivni strani pa prikazujemo vire sredstev oz. kapital. V dijaških podjetjih je to lasten kapital, ki so ga zbrali s prodajo delnic. Ob zaključku poslovanja pa pride do določenih sprememb. Na aktivni strani so denarna sredstva in zaloge (neporabljen nabavljen material in neprodani končni izdelki). Na pasivni strani se lastni kapital poveča, v kolikor so dijaki v času poslovanja še prodajali delnice oz. za ustvarjeni dobiček. Nastanejo pa tudi obveznosti do države (razlika med izhodnim in vhodnim DDV-jem ter davek na dobiček). Aktivo in pasivo izenačimo z denarnimi sredstvi. V premoženju dijaškega podjetja imamo lahko tudi dolgoročna sredstva (stroji, naprave, orodja) vendar je bolj verjetno, da si to dijaška podjetja »izposodijo« od šole, staršev. V tem primeru ne gredo v bilanco stanja, ker ta sredstva niso v lasti podjetja, lahko pa obračunajo najemnino, ki pa so stroški storitev in se prikažejo samo v izkazu poslovnega izida.

Izkaz poslovnega izida prikazuje prihodke in stroške (oz. odhodke) podjetja. Razlika med njima pa je dobiček. Prihodke vzamemo iz Evidence izdanih računov, pri čemer moramo vedeti, da DDV ni pri-

hodek, zato moramo upoštevati le vrednost prodaje brez DDV. Evidenca izdanih računov mora ločeno prikazovati skupno prodano vrednost brez in z DDV ter vrednost DDV (ki jo potrebujemo za obračun obveznosti do države).

Stroške po računovodskih standardih klasificiramo v 5 skupin: stroški materiala, stroški storitev, amortizacija, stroški plač in drugi stroški. Stroške materiala in storitev dobimo iz evidence prejetih računov (vrednost brez DDV). Amortizacijo obračunamo samo v primeru, če bi imeli določeno dolgoročno sredstvo v lasti. Stroške plač oz. dela obračunamo po presoji dijakov. Tudi tu bi morali obračunati davke in prispevke, ki so tudi obveznosti do države. Drugi stroški so lahko stroški odškodnin, izgub blaga, ipd.

Celotni poslovni izid (dobiček ali izguba) je razlika med prihodki in odhodki. Odhodki so stroški v prodanih izdelkih. Da iz stroškov dobimo odhodke, moramo od stroškov odšteti vrednost zalog, ki jih nismo prodali. Vrednost zalog je negativna postavka med stroški v izkazu poslovnega izida. Od celotnega poslovnega izida moramo odšteti 19 % davka na dobiček in dobimo čisti poslovni izid, ki je na razpolago podjetju. Po pravilih Junior Achievement, se 3 % čistega dobička nameni za dividende (dobiček za delničarje), ostalo pa gre za dobrodelne namene. Obveznosti do države tudi namenimo dobrodelnosti.

Ob zaprtju podjetja je potrebno delničarjem vrniti vplačano delnico z dobičkom oz. dividendo. Na šoli naredimo javni dogodek, obvestimo delničarje kdaj in kje poteka izplačilo delnic in dividend. Na dogodku posamezna podjetja predstavijo dobrodelni namen. Delničarji se lahko odločijo, da se odpovejo izplačilu v prid dobrodelnosti.

Na šoli z izvajanjem programa Moje podjetje razvijamo ustvarjalnost in inovativnost, ne le v procesu iskanja poslovne ideje ampak tudi v procesu organizacije poslovanja in prodaje. Ni pomemben samo inovativen izdelek temveč je velikega pomena tudi inovativna in uspešna prodaja. Če podjetje ostane samo pri ideji, dijaki ne odkrijejo vseh svojih potencialov in so prikrajšani tudi za finančno nagrado. Organizacijske in prodajne kompetence so morda še bolj pomembne za vključevanje v življenje, kot samo iskanje inovativnih idej, ki ne privedejo do izvedbe in prodaje.

## INOVACIJSKI DNEVI NA ŠKOFIJSKI KLASIČNI GIMNAZIJI

dr. Tadej Rifel, Zavod sv. Stanislava, Škofijska klasična gimnazija

### Uvod

Škofijska klasična gimnazija (ŠKG) je že vrsto let vpeta v različne mednarodne dejavnosti, preko katerih razvija kompetence svojih zaposlenih, hkrati pa ta mednarodni vidik šolanja dijakom med drugim nudi neprecenljivo izkušnjo izmenjave v tujini. V okviru Erasmus+ partnerstev s tujimi šolami ŠKG sistematično vpeljuje tiste vsebinske poudarke, za katere meni, da so ključnega pomena za sodobni šolski prostor. Z omenjenimi izmenjavami v okviru programa Erasmus+ smo se na šoli v preteklih letih posvečali izmenjavi znanja in izkušenj s področja naravoslovja, učenja v naravi, kulturne dediščine, astronomije, umetnosti in nenazadnje podjetništva.<sup>1</sup> Tudi v okviru aktualnega projekta, kjer se ukvarjamo s področjem aktivnega državljanstva, smo dali poudarek tako imenovanim podjetnostnim kompetencam.<sup>2</sup> Rezultati projektov nas zavezujejo k temu, da pridobljeno znanje in izkušnje posredujemo naprej tudi po njihovem izteku in s tem skrbimo za trajnost osvojenih kompetenc pri zaposlenih in dijakih. To lahko storimo tako, da s projekti nadgradimo naše obstoječe dejavnosti. Eden takih primerov so dijaška podjetja.

ŠKG že od začetka sodeluje v programu »Moje podjetje« (MP). V šolskem letu 2013/14 je podjetje Donum Dulce<sup>3</sup> zmagalo na prvem sejmu dijaških podjetij in si s tem prislužilo zastopanje Slovenije na evropskem tekmovanju JA Europe v Estoniji.<sup>4</sup> Ta uspeh je za šolo pomenil prvi pomemben preboj podjetniškega krožka in podjetniških vsebin med stalne šolske dejavnosti. Do omenjene nadgradnje je prišlo septembra 2014, ko smo začeli z dve leti trajajočim Erasmus+ projektom Young Entrepreneurs in Action (YEA), ki se je posvetil razvijanju podjetnostnih kompetenc. Na ta način smo poskušali povezati program MP in metodo inovacijskih dni (ID)<sup>5</sup> za dijake, ki jo je uspešno izvajala partnerska šola iz Norveške. V nadaljevanju prispevka bo metoda ID na podlagi primerov izvedb podrobneje predstavljena, na koncu pa bo na kratko nagovorjena tudi njena relevantnost za povezovanje z aktivnostmi programa MP.

### Začetki in cilji ID

ID so bili na ŠKG torej prvič izvedeni v okviru Erasmus+ projekta YEA, in sicer ga je kot uspešno metodo dela predstavila partnerska šola iz Osla. Kongshavn videregående skole je ena najbolj uspešnih norveških šol z mnogimi nacionalnimi in mednarodnimi priznanji. Leta 2015 in 2020 je kot edina doslej prejela priznanje Podjetniška šola leta. Šolsko dijaško podjetje pa je leta 2018 zastopalo Norveško na že omenjenem evropskem tekmovanju JA Europe, ki je potekalo v Beogradu in prejelo posebno

---

1 Podrobnejši opis posameznih projektov najdete na sledeči spletni strani: <https://www.stanislav.si/dejavnosti/mednarodne-dejavnosti/> (dostop 27. 12. 2021).

2 Glej: <https://www.stanislav.si/dejavnosti/mednarodne-dejavnosti/afirme/> (dostop 27. 12. 2021). Mišljene so pa kompetence iz okvira kompetenc EntreComp. Slovenski prevod publikacije: <https://www.zrss.si/pdf/entrecomp.pdf> (dostop 29. 12. 2021).

3 Njihove aktivnosti si lahko ogledate na še vedno obstoječi Facebook strani podjetja: <https://www.facebook.com/Donum-Dulce-416395455153504/> (dostop 27. 12. 2021).

4 Več o sejmu in tem uspehu na: <https://www.jaslovenija.si/nt-2014> (dostop 27. 12. 2021).

5 Do sedaj smo uporabljali poimenovanje inovacijski kamp, ki smo ga na željo strokovnega odbora pričujoče konference v tem prispevku preimenovali v inovacijske dneve (s kratico v nadaljevanju kot ID).

priznanje Manpower.<sup>6</sup> V tem delu gre torej za zelo konkretno povezavo med metodo ID in programom MP, a o tem več kasneje.

Znotraj projekta YEA smo bili priča dvema izvedbama ID, in sicer v marcu in novembru 2015. Od takrat dalje ŠKG vsako leto organizira tak dogodek, na katerem poleg njenih dijakov sodelujejo tudi dijaki drugih srednjih šol in gimnazij. Na prvi izvedbi, med 24. in 26. marcem 2015, je sodelovalo pet slovenskih šol (Gimnazija Želimlje, Srednja in poklicna strokovna šola Bežigrad Ljubljana, Šolski center Škofja Loka, Gimnazija Jesenice in Škofijska klasična gimnazija), gostili pa so seveda tudi dijake in profesorje iz Norveške. Druga izvedba je nato potekala v Oslu, in sicer med 9. in 14. novembrom 2015. Teh ID se je udeležilo 12 dijakov ŠKG, poleg domačinov pa so sodelovali še dijaki iz Nemčije.<sup>7</sup>

Kot rečeno, na Norveškem tovrstni ID potekajo že vrsto let, pri čemer izkušnje kažejo, da je ta način dela zelo učinkovit. Kot pojasnjuje profesorica Mirjam Lindič, ki je vodila YAE projekt in tudi začela kot mentorica s programom MP na ŠKG, »... so dijaki motivirani in se s praktičnim delom zelo veliko naučijo. Tudi predavanja, ki so kratka in konkretna, so dijakom dobrodošla, saj so jim informacije v pomoč pri izvedbi in predstavitvi naloge. Sodelovanje podjetja in dijakov je koristno tako za ene kot za druge; dijaki se veliko naučijo, sponzorji pa tako dobijo vpogled v razmišljanje mladih generacij, ki so potencialni uporabniki njihovih izdelkov in storitev.«<sup>8</sup>

Zadnja tri leta pri izvedbah ID stremimo k temu, da udeleženci uspejo testirati in predstaviti prototip zamišljenega izdelka oziroma storitve. S kratkimi vmesnimi predavanji pa zajamemo splošne tematske sklope kot npr. pomembnost podjetništva, načrtovanje projekta, finančni načrt in javno nastopanje. V sklopu sodelovanja z javno agencijo SPIRIT, ki sofinancira izvedbe ID na ŠKG, smo skupaj z zunanjimi mentorji postavili program, ki bo opisan v nadaljevanju pri posameznih izvedbah.

Kako potekajo ID?

ID so metoda seznanja dijakov s konkretnimi koraki od podjetniške zamisli do izdelka oziroma storitve. Po letih različnih izvedb ID, je prišlo do nekaterih manjših sprememb, a načeloma velja, da se dijaki učijo, kako rešiti določen problem z vidika podjetništva; kako dobiti idejo, ki je primerna za ciljno skupino in izvedljiva; kako postaviti finančno strukturo in seveda svojo rešitev tudi predstaviti žiriji in publiku.<sup>9</sup> Pri izvedbi sodelujejo učitelji in zunanji mentorji ter predstavnik konkretnega podjetja, ki dijakom zastavi izziv. Na prvi izvedbi je podjetniški izziv zastavilo podjetje Microsoft. Dijaki, ki so zaradi tekmovalnega načina razdeljeni v manjše skupine, so morali najti najboljši marketinški pristop za Microsoftov produkt Office 365. Poleg omenjenega podjetja, ki je zmagovalni ekipi tudi podarilo praktično nagrado, so s kratkimi predavanji sodelovali tudi nekdanji dijaki ŠKG, ki so s svojimi izkušnjami s področja podjetništva in podjetnosti motivirali udeležence.

---

6 Glej: <https://kongshavn.vgs.no/fagtilbud/satsingsomrader/entreprenorskap/> in <https://investor.manpowergroup.com/news-releases/news-release-details/manpowergroup-launches-its-second-ready-work-2018-award-european> (dostop 27. 12. 2021)

7 Opis obeh izvedb, kakor tudi podrobnosti o projektu najdete na mednarodni spletni strani Zavoda sv. Stanislava: <https://en.stanislav.si/international-cooperation/international-projects/young-entrepreneurs-in-action-yea/> (dostop 27. 12. 2021).

8 <https://katoliska-cerkev.si/inovacijski-kamp> (dostop 27. 12. 2021)

9 Prav tam.

Prav tako je na prvi izvedbi sodeloval tudi predstavnik JA Slovenija, gospod Anton Kokalj, kar zopet kaže na izvorno željo o povezovanju med projektom YAE in programom MP.<sup>10</sup>

Novembra 2017, ko je bil Erasmus+ projekt že dobro leto za nami, je potekala prva samostojna izvedba ID na ŠKG. Izziv je tokrat zastavil predstavnik javnega zavoda Polhograjska graščina, in sicer je bila pred dijaki naloga, da pomagajo pri organizaciji tradicionalnega Polhkovega vikenda, ki poteka vsak zadnji vikend v avgustu in je namenjen predvsem družinam z majhnimi otroki. Tokrat so bili udeleženci izključno dijaki ŠKG, in sicer po večini tisti, ki so v šolskem letu 2017/18 sodelovali tudi na podjetniškem krožku in posledično svoje ideje razvijali tudi v okviru programa MP. Ena izmed udeleženk in predstavnica zmagovalne ekipe je takole povzela svojo izkušnjo: »Zelo sem vesela za vso znanje in izkušnje, ki sem jih na kampu dobila, z veseljem bi se ga udeležila še enkrat, če bo le priložnost. Pa za konec še ena misel: "Nikoli ne dajaj poslušalcem vtisa, da jih nisi vreden in da jim samo zapravljaš čas, vedno bodi samozavesten in prepričan vase in v svoje znanje. Vedno daj vse od sebe."«<sup>11</sup>

Naslednje ID med 12. in 14. decembrom 2018 med smo izvedli v okviru projekta SKOZ (Središče karijerne orientacije Zahod), ki spodbuja delo z nadarjenimi dijaki in se zavezuje k njihovi kakovostni karierni orientaciji. Vajeti pri organizaciji je prevzel pisec teh vrstic, ki od šolskega leta 2018/19 deluje kot koordinator projekta Podjetnost v gimnaziji (s kratico PODVIG),<sup>12</sup> hkrati pa kot mentor v programu MP. Sodelujoči dijaki so bili iz sledečih slovenskih srednjih šol, kar je bila zagotovo dodana vrednost te izvedbe: Škofijska klasična gimnazija (6), Gimnazija Vič (4), Gimnazija Moste (3), Gimnazija Škofja Loka (3), Gimnazija Franceta Prešerna Kranj (1), Srednja strojna in kemijska šole (1) ter Gimnazija, elektro in pomorska šola Piran (1). Izziv je zastavilo podjetje Domel iz Železnikov, ki je zadnji dan tudi gostilo vse udeležence v svojih prostorih na kratkem ogledu proizvodnje in zaključni podelitvi nagrad.<sup>13</sup> Uvodni dan pa je z nagovorom o pomembnosti podjetništva sodelovala tudi predsednica JA Slovenija in nekdanja direktorica Domela dr. Jožica Rejec.

Kot že omenjeno, zadnja tri leta izvajamo deloma spremenjen program ID. Prvi dan je najprej uvodna predstavitev izziva in razdelitev udeležencev v manjše skupine. Sledi prvo predavanje o podjetništvu, predvsem z vidika razvijanja podjetniške ideje in prototipiranja, ki ga po navadi izvede zunanji mentor. Nato sledijo navodila za delo ter prvi sklop dela po skupinah. Delo spremljajo učitelji in zunanji mentor. Popoldne zunanji ali notranji mentor pripravi še predavanje o finančnem načrtu in poslovnem modelu Canvas. Drugi dan sledita delavnici o inoviranju in o kreativnem razmišljanju, ki ju izvedeta zunanja mentorja in nato drugi sklop dela po skupinah. V popoldanskem delu dijaki slišijo še nekaj podrobnosti o pripravi nastopa in promociji izdelka oziroma storitve, ki jih pripravita zunanja mentorja, nato pa imajo čas za podaljšano delo po skupinah, glede na njihove želje. Zadnji dan potekajo priprave na predstavitev inovativnih rešitev (tako imenovano pičanje) glede izdelkov ali storitev in končno predstavitev le-teh pred komisijo, ki jo sestavljajo učitelji, zunanji mentor ter predstavnik sodelujočega podjetja.

---

10 Celoten program prve izvedbe: <https://katoliska-cerkev.si/media/datoteke/referenti/4a3ae7e95a374ed40aca6d929fd81ece403d8a8e.pdf> (dostop 27.

12. 2021).

11 <https://www.stanislav.si/skg/16496/> (dostop 27. 12. 2021)

12 Na kratko o projektu: <https://www.stanislav.si/dejavnosti/podvig/> (dostop 27. 12. 2021).

13 Podrobnejše poročilo vseh treh dni: <https://www.stanislav.si/zavod/inovativni-december/> (dostop 27. 12. 2021).

Izvedbe v letih 2019,<sup>14</sup> 2020<sup>15</sup> in 2021<sup>16</sup> so pokazale izjemno rast zanimanja med dijaki, saj se je leta 2019 kampa udeležilo 14 dijakov, leta 2021 pa že 46. Hkrati smo k sodelovanju privabili različne šole. V zadnjih dveh letih so bile to: Srednja ekonomska in poslovna šola Koper, Gimnazija Jurija Vege Idrija, Gimnazija Moste, Gimnazija Franceta Prešerna Kranj, Gimnazija Šentvid in domača ŠKG. Dobro sodelovanje se kaže tudi v tem, da so prav vse šole že obljubile udeležbo v prihodnjem letu. Ključno pri tem je odlično sodelovanje med učitelji, ki so po večini tudi mentorji v programu MP. Zato je za konec prav, da se posvetimo še tej ključni povezavi med ID in programom, ki ostaja pomemben izziv za prihodnost.

### **Za večjo povezanost s programom MP**

Kot smo že opisali, je od vsega začetka vidna tesna povezanost med aktivnostmi v okviru ID in poslanstvom ter dejavnostmi Zavoda JA Slovenija. Malo manj izrazita pa je neposredna povezava s osrednjim programom MP. Veseli nas, da se je omenjeni Zavod z novimi sodelavci odločil, da tudi sam v okviru svojih dejavnosti vsako leto organizira svoje ID. Tako je v novembru 2021 potekala že njegova tretja izvedba.<sup>17</sup> Tak dogodek pomeni pomembno spodbudo ekipam dijakov na poti grajenja njihove poslovne zgodbe v okviru dijaških podjetij. V tem smislu tudi na ŠKG ID, ki jih vsako leto izvajamo v oktobru ali novembru, vidimo kot prvi korak pri motiviranju dijakov, da se kasneje odločijo za sodelovanje v programu MP. Od letos je udeležba na vsaj enem od ID (našem ali od JA Slovenija) ne samo zaželena, ampak obvezna za vse dijake, ki bodo ustvarili svoja dijaška podjetja na ŠKG. Zagotovo pa je še kar nekaj prostora za dodatne izboljšave (terminske, organizacijske, vsebinske), ki bi pripomogle k še večji prilagojenosti projekta ID ciljem programa MP. Zato jih za zaključek pričujočega prispevka navajam kot izzive oziroma predloge za prihodnost:

- :: Ponovna umestitev nastopa predstavnika JA Slovenija v program ID.
- :: Vsebinska povezava izziva na ID s področjem trajnostnega razvoja in naravnih materialov, ki je v ospredju programa MP v zadnjih letih.
- :: Dodatna spodbuda in pojasnilo dijaku, da svoje delo lahko nadaljujejo v dijaških podjetjih. V tem smislu bo največji izziv sodelovanje med različnimi šolami, ki ga sedaj po koncu projekta ID, ni. Druga možnost pa je, da so ekipe sestavljene na ravni šol, kar je sicer praksa na ID, ki jih organizira JA Slovenija.
- :: Metoda ID bi lahko bila tudi pogostejši način dela pri razvijanju idej v produkte in storitve znotraj dijaških podjetij v programu MP.

---

14 Podrobnejše poročilo: <https://www.stanislav.si/skg/vtisi-z-inovacijskega-kampa/> (dostop 27. 12. 2021).

15 Podrobnejše poročilo: <https://www.stanislav.si/zavod/inovacijski-kamp-2020/> (dostop 27. 12. 2021).

16 Podrobnejše poročilo: <https://www.stanislav.si/zavod/inovacijski-kamp-2021/> (dostop 27. 12. 2021). 17 Prispevek na strani JA Slovenija: <https://www.jaslovenija.si/post/kaj-pa-se-je-zgodilo-na-letu%20A1njem-ja-inovacijskem-kampu-2021> (dostop 27. 12. 2021).

## Viri in literatura:

- :: Donum dulce, »Facebook stran dijaškega podjetja«, <https://www.facebook.com/Donum-Dulce-416395455153504/> (dostop 27. 12. 2021).
- :: ENTRECOMP: okvir podjetnostne kompetence. Ur. Anton Polšak. Prev. Ensitra prevajanje. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo 2019. Dostopno na: <https://www.zrss.si/pdf/entrecomp.pdf> (dostop 29. 12. 2021).
- :: JA Slovenija, »1. Nacionalno tekmovanje 2014«, <https://www.jaslovenija.si/nt-2014> (dostop 27. 12. 2021).
- :: JA Slovenija, »Kaj pa se je zgodilo na letošnjem JA inovacijskem kampu 2021?«, <https://www.jaslovenija.si/post/kaj-pa-se-je-zgodilo-na-leto%C5%A1njem-ja-inovacijskem-kampu-2021> (dostop 27. 12. 2021).
- :: Katoliška Cerkev v Sloveniji, »Inovacijski kamp«, <https://katoliska-cerkev.si/inovacijski-kamp> (dostop 27. 12. 2021).
- :: Katoliška Cerkev v Sloveniji, »Program inovacijskega kampa 24.–26. 3. 2015«, <https://katoliska-cerkev.si/media/datoteke/referenti/4a3ae7e95a374ed40aca6d929fd81ece403d8a8e.pdf> (dostop 27. 12. 2021).
- :: Kongshavn videregående skole, »Entreprenørskap«, <https://kongshavn.vgs.no/fagtilbud/satsing-somrader/entreprenorskap/> (dostop 27. 12. 2021).
  
- :: ManpowerGroup, »ManpowerGroup Launches Its Second Ready for Work 2018 Award in European Multi-Country Partnership with Junior Achievement«, <https://investor.manpowergroup.com/news-releases/news-release-details/manpowergroup-launches-its-second-ready-work-2018-award-european> (dostop 27. 12. 2021).
- :: St. Stanislav's Institution, »Young Entrepreneurs in Action! (YEA!)«, <https://en.stanislav.si/international-cooperation/international-projects/young-entrepreneurs-in-action-yea/> (dostop 27. 12. 2021).
- :: Zavod sv. Stanislava, »Activating the Future – Informing, Reflecting, Motivating and Empowering«, <https://www.stanislav.si/dejavnosti/mednarodne-dejavnosti/afirme/> (dostop 27. 12. 2021).
- :: Zavod sv. Stanislava, »Inovacijski kamp«, <https://www.stanislav.si/skg/16496/> (dostop 27. 12. 2021).
- :: Zavod sv. Stanislava, »Inovacijski kamp 2020«, <https://www.stanislav.si/zavod/inovacijski-kamp-2020/> (dostop 27. 12. 2021).
- :: Zavod sv. Stanislava, »Inovacijski kamp 2021«, <https://www.stanislav.si/zavod/inovacijski-kamp-2021/> (dostop 27. 12. 2021).
- :: Zavod sv. Stanislava, »Inovativni december«, <https://www.stanislav.si/zavod/inovativni-december/> (dostop 27. 12. 2021).
- :: Zavod sv. Stanislava, »Mednarodne dejavnosti«, <https://www.stanislav.si/dejavnosti/mednarodne-dejavnosti/> (dostop 27. 12. 2021).
- :: Zavod sv. Stanislava, »Podvig«, <https://www.stanislav.si/dejavnosti/podvig/> (dostop 27. 12. 2021).
- :: Zavod sv. Stanislava, »Vtisi z inovacijskega kampa«, <https://www.stanislav.si/skg/vtisi-z-inovacijskega-kampa/> (dostop 27. 12. 2021).

jaslovenija.si

